UTJECAJ SELEKTIVNIH OBLIKA TURIZMA ZA RAZVOJ CETINSKE KRAJINE

Bitunjac, Božena

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:124:133022

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

UTJECAJ SELEKTIVNIH OBLIKA TURIZMA ZA RAZVOJ CETINSKE KRAJINE

Mentor:

***Prof.dr.sc.* Želimir Dulčić**

Studentica:

***univ.bacc.oec.* Božena Bitunjac**

Broj indexa; 2152142

Split, rujan, 2018. god

SADRŽAJ

1. UVOD 1

1.1. Problem istraživanja 1

1.2. Predmet istraživanja 4

1.3. Istraživačke hipoteze 4

1.4. Ciljevi istraživanja 5

1.5. Metode istraživanja 5

1.6. Doprinos istraživanja 6

1.7. Struktura rada 7

2. TURIZAM 8

2.1. Pojam i povijesni razvoj turizma 8

2.2. Turistička ponuda i potražnja 11

2.3. Turistička destinacija 12

2.4. Motivi turističkog kretanja 18

2.5. Turist 20

3. SELEKTIVNI OBLICI TURIZAMA 23

3.1. Pojam i sadržaj selektivnih oblika turizma 23

3.2. Selektivni oblici turizma 24

3.3. Selektivni oblici turizma u Hrvatskoj 27

4. OPĆI UVJETI RAZVOJA CETINSKE KRAJINE 31

4.1. Prirodni preduvjet razvoja selektivnih oblika turizma na području Cetinske krajine 31

4.2. Prometna infrastruktura 33

4.3. Stanovništvo 34

4.4. Gospodarstvo 36

4.5. Turističko kretanje na području Cetinske krajine 38

4.6. Selektivni oblici turizma na području Cetinske krajine 44

4.6.1. Kulturni turizam 45

4.6.2. Vjerski turizam 59

4.6.3. Sportsko rekreacijski turizam 62

4.6.4. Izletnički turizam 66

4.6.5. Gastronomski turizam 70

4.6.6. Ruralni turizam 71

5. DOBRI PRIMJERI IZ PRAKSE 73

5.1. Selektivni oblici turizma u svijetu 73

5.2. Selektivni oblici turizma u Istri 74
6. REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA 75
6.1. Definiranje uzorka i metode istraživanja 75
6.2. Analiza i interpretacija podataka 75
6.3. Dokazivanje hipoteza 82
ZAKLJUČAK 105
SAŽETAK 108
SUMMARY 109
LITERATURA 110
POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIČKI PRIKAZI 114
PRILOG 1: ANKETNI UPITNIK 117

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Selektivni turizam, predstavlja svojevrsni odgovor na probleme u masovnom turizmu uzrokovan masovnim turizmom. Cilj selektivnog turizma je potpunije zadovoljavanje posebnih želja i potreba suvremenih turista. Selektivni turizam, definira se kao organizacija različitih oblika turizma usklađenih s prirodnim i društvenim vrijednostima lokalne zajednice koji omogućavaju gostima i gostoprimcima uživanje u pozitivnim i vrijednim interakcijama uzajamnog iskustva. [1].

Turisti današnjice tragaju za što kvalitetnijim odmorom, rekreacijom, zabavom i zdravljem, sve više sami istražuju i osmišljavaju putovanja. Sve su češće u potrazi za nezagađenom atraktivnom prirodom koja nudi relaksaciju, zadovoljstvo, rekreaciju, zdravstvenu rehabilitaciju, umjetnost i tradiciju kao bijeg od zamorne svakodnevnice ili pak putuju zbog različitih iracionalnih motiva. Sve veća očekivanja turista potpomognuta su medijima i naprednim telekomunikacijama, većom obrazovanošću, te prethodnim iskustvom i znanjem.[2] Poboljšanje životnog standarda i globalizacijski procesi na turističkom tržištu bitno su utjecali na promjene ponašanja turističkih potrošača. Oštra konkurencija na međunarodnom turističkom tržištu i sve veći broj sudionika s razvijenom i kvalitetnom ponudom omogućuju im veći izbor usluga. Zato se odlučuju za one turističke destinacije koje nude odgovarajuću kvalitetu i odabiru druge ako kvaliteta ne udovoljava njihovim očekivanjima.[3]

Sve vrste selektivnog turizma moraju biti kompatibilne s prirodom i drugim obilježjima prostor, a ne da štete okolini već garantiraju očuvanje ambijentalnih vrijednosti pa se može reći da su selektivne vrste turizma ujedno i ekološke vrste turizma, čiji razvoj pridonosi ekološkoj sanaciji i readaptaciji postojećih elemenata i kompletiranju novim elementima ponude uniformiranih vrsta masovnog turizma.[4] Postoje brojne klasifikacije selektivnih oblika turizma, a u ovom istraživanju obrađeni su oni oblici koji se javljaju na području Cetinske krajine: ruralni, kulturni, pustolovni, gastronomski, izletnički i vjerski.

[1] Pančić Kombol, T., Selektivni turizam: Uvod u menadžment prirodnih I kulturnih resursa, TMPC Sagena, Zagreb, 2000. 86.str
[2] Geić, Stanko, Menadžment selektivnih oblika turizma,Sveučilište u Splitu,Split, 2011.god
[3] Vrtiprah V, (2006): Kulturni resursi kao činitelj turističke ponude u 21.stoljeću, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, str. 280
[4] Pančić Kombol, T., Selektivni turizam: Uvod u menadžment prirodnih I kulturnih resursa, TMPC Sagena, Zagreb, 2000

Ruralni turizam odvija se u ruralnom području, koje već dugi niz godina nastoje definirati sociolozi, geografi, planeri i ekonomisti. Prema današnjim iskustvima za definiranje ruralnog područja koriste se sljedeća obilježja: mali broj stanovnika, dominantno korištenje zemlje i šuma za opstanak, društvena struktura (običaji i seoski identitet). [5]

Kompleksnost definicije kulture dovodi i do teškoća u definiranju pojma kulturnog turizma. UNWTO (1985) definirala je kulturni turizam kao „putovanja motivirana kulturom poput studijskih, kazališnih i kulturnih tura, putovanja na festivale i slična događanja, posjete povijesnim lokalitetima i spomenicima, putovanja kako bi se proučavala priroda, folklor ili umjetnost te hodočašća“.[6]

Pustolovni turizam odnosi se na sve turističke aktivnosti koje sadrže dvije od slijedeće tri komponente: fizičku aktivnost, interakciju s kulturnom tradicijom i susret s prirodom.[7] Gastronomski turizam naziva se i “turizam jela”, “turizam kušanja” ili “kulinarski turizam”. Kulinarski turizam se definira kao potraga za jedinstvenim iskustvom u jedenu i pijenju za pamćenje. Izletnički turizam je svaki oblik rekreacije u destinaciju u kojoj se turist ne zadržava dulje od 24 sata. Vjerski turizam obuhvaća sve vrste putovanja koji su motivirani religijom i gdje je odredište vjerska destinacija.

Cetinska krajina je regija smještena u Splitsko dalmatinskoj županiji. Naziv Cetinska krajina zemljopisno označava regiju koja obuhvaća gornji i srednji tok rijeke Cetine, od njenih izvora podno Dinare, pa do ulaska u kanjon ispod Trilja s ukupnom površinom od preko 1500km/2.[8] Može se reći da je Cetinska ili Sinjska krajina jedna od najstarijih hrvatskih povijesnih regija i cjelovit prostor koji stoljećima nije mijenjao svoje granice. Danas se na njenom području nalaze slijedeće upravne jedinice: Gradovi Sinj, Trilj i Vrlika, te Općine Hrvace, Otok i Dicmo. Povijesno središte Cetinske krajine je grad Sinj. Cetinska krajina je u posljednjih 40 godina imala relativno jaku industriju, danas gospodarstvo u Cetinskoj krajini se znatno udaljilo od onog iz prošlosti. Usmjereno je sve više na ugostiteljstvo i turizam. Grad Sinj je poznat po mnogobrojnim kafićima, radi se o 100 kafića što je veliki broj obzirom na broj stanovnika i samu površinu grada. Turizam svoj vrhunac doživljava u Danima Alke i Velike Gospe. Poljoprivreda na poljima Cetinske krajine odvija za zadovoljavanje vlastitih potreba premda je veći dio posjeda neiskorišten i neobrađen. Ova regija smještena je samo pola sata

[5] Demonja D., Ruţić P.: Ruralni turizam u Hrvatskoj, 2010., MERDIJANI, Zagreb
[6] Mikulić, D. (2012): Međuodnos kulture i turizma u procesima urbane regeneracije, Doktorska disertacija, Ekonomski fakultet, Split, str. 84
[7] Scheider, P. i dr. : Advenure tourism uniqueness study,Michigan State University,USA 2008
[8] http://www.casopis-gradjevinar.hr/assets/Uploads/JCE-60-2008-05-06.pdf (10.05.2017)

od dalmatinske obale i najprometnije zračne luke u Hrvatskoj tijekom sezone. Nedaleko od Splita, turistički sve više prepoznatog kao značajne turističke destinacije u Hrvatskoj, nalazi se jedno od europskih najraznovrsnijih, najuzbudljivijih i najmanje otkrivenih područja, gdje boravi mnogo manje turista, unutrašnjost Dalmacije. Zbog nedostatka plaža i mora, dalmatinsko zaleđe je u velikoj mjeri zanemareno od strane suvremenog turizma.[9]

S obzirom na geomorfološku i kulturnu raznolikost na području Cetinske krajine moguć je razvoj brojnih selektivnih oblika turizma. Uvjeti za razvoj pustolovnog turizma su idealni. Cetinska krajina obiluje prirodnim resursima potrebnim za razvoj širokog spektra pustolovnih aktivnosti, neke su već prepoznate, a neke još uvijek nisu. Grad Sinj je jedno od najpoznatijih Marijanskim svetišta u Hrvatskoj, te svake god sve veći broj hodočasnika iz Hrvatske ali tako i iz stranih država posjećuje grad za Dane Velike Gospe, s tim možemo reći da je vjerski turizam već postavio temelje na ovom području. Na ovom području vjerski i kulturni turizam su usko vezani. Alka hrvatska viteška igra koja se održava na početku kolovoza na godišnjicu pobjede nad turskim osvajačima je UNESCO-ova nematerijalna baština s tim se grad nalazi na karti zaljubljenika u kulturni turizam. Prirodne ljepote i kultura Cetinske krajine idealan su preduvjet za izletnički turizam. Restoran Čaporice nudi autohtone cetinske specijalitete kao što su žabe, rakovi, cetinska pastrva, pašticada, arambašići i koštradina. Restoran je uvršten među 100 najboljih hrvatskih restorana. U posljednjih nekoliko godina, gastronomski turizam je u svijetu znatno u porastu i postao je jedan od najdinamičnijih segmenata turizma. Prema turističkim stručnjacima, izgledi za procvat ove grane turizma su visoki te se očekuje da će rast ovog segment biti između 7 i 12 posto godišnje. Gastronomija utjelovljuje sve tradicionalne vrijednosti povezane s novim trendovima u turizmu: poštivanje kulture i tradicije, zdrav način života, autentičnost, održivost, iskustvo.[10]

Iz navedenih podataka proizlazi problem istraživanja koji se očitovao u identificiranju i analiziranju istog, te pronalaženju odgovora na pitanje kolika je zapravo važnost selektivnih oblika turizma na području Cetinske krajine na razvoj tog područja. U skladu s rezultatima istraživanja biti će moguće spoznati važnost ulaganja u selektivne oblike ovog prostora s ciljem dugoročnog blagostanja turizma Cetinske krajine, ali i cijele Hrvatske.

[9] Gašpar A.(2015): Staza Gospi Sinjskoj,The our Lady of sinj route (Turistički vodič) str.3
[10] http://www.poslovni.hr/hrvatska/gastroturizam-je-hit-ali-kod-nas-tek-u-povojima-326789 (10.05.2017)

1.2. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja je utjecaj selektivnih oblika turizma za razvoj Cetinske krajine. U radu je obrađen problem na teorijskoj razini, a potom empirijski istražen utjecaj turizma na cjelokupni razvoj Cetinske krajine. Gledajući s aspekta grada Sinja i cijele Cetinske krajine, kultura, povijest i prirodne ljepote zasigurno su jedni od najvećih atributa destinacije. Ono što se ovakvim strateškim razvojem želi postići jest to da upravo ti atributi budu ono što motivira turista, ono što će ga privući da posjeti Cetinsku krajinu, umjesto da ih otkriva tek po dolasku.

Prije početka konkretnog zaključivanja definiran je pojam selektivni turizam i njegove značajka, te oblici selektivnog turizma na području Cetinske krajine za koje stoji pretpostavka da doprinose kako gospodarskom tako i općem razvoju.

Putem anketnog upitnika dobiveni su podaci o mišljenjima lokalnog stanovništva o postojanju selektivnih oblika turizma u Cetinskoj krajine i kako selektivni oblici turizma utječu na razvoj Cetinske krajine.

1.3. Istraživačke hipoteze

Na temelju definiranog problema i predmeta istraživanja definirana je sljedeća polazna hipoteza:

H0: Selektivni turizam pozitivno utječe na razvoj Cetinske krajine

Pretpostavka je da selektivni oblici turizma pozitivno utječu na razvoj Cetinske krajine, jer potiču rast posjetitelja koji dovode do razvoja gospodarstva i prihoda

Iz ove hipoteze izvode se sljedeće:

H1: Kulturni turizam pozitivno utječe na razvoj Cetinske krajine
H2: Vjerski turizam pozitivno utječe na razvoj Cetinske krajine
H3: Izletnički turizam pozitivno utječe na razvoj Cetinske krajine
H4: Sportsko-rekreacijski turizam pozitivno utječe na razvoj Cetinske krajine
H5: Ruralni turizam pozitivno utječe na razvoj Cetinske krajine
H6: Gastronomski turizam pozitivno utječe na razvoj Cetinske krajine

Različiti oblici selektivnog turizma ne utječu na isti način na razvoj određenog područja, te turistička ponuda i razvijenost određenog selektivnog oblika turizma. Pretpostavka je da razvijenost svakog od navedenih oblika selektivnog turizma ima pozitivan učinak na

gospodarski razvoj i blagostanje Cetinske krajine. Da bi se navedene hipoteze mogle prihvatiti ili odbaciti provedena je analiza ponude selektivnih oblika turizma u Cetinskoj krajini te međuodnos selektivnih oblika i razvoja. U skladu s navedenim hipotezama provedena je anketa o mišljenju lokalnog stanovništva.

1.4. Ciljevi istraživanja

Ciljevi istraživanja određeni su problemom i predmetom istraživanja, te navedenim hipotezama.

S obzirom da se turisti žele udaljiti od masovnog turizma i sve više se okreću alternativnim oblicima turizma koji udaljavaju od gradske vreve i klasičnog odmora rad je usmjeren na istraživanje važnosti i utjecaja selektivnih oblika turizma na neistražena područja za turiste kao što je Cetinska krajina.

Cilj je bio istražiti utjecaj selektivnog turizma na razvoj područja Cetinske krajine i je li taj odnos pozitivan ili negativan, stvaranje povoljnijeg imidža i utvrđivanje bolje pozicije na turističkom tržištu putem percepcije lokalnog stanovništva. Radom se želi pokazati kako područje Cetinske krajine ima veliki turistički potencijal te kako bi ulaganjem u prirodni i kulturni kapital značajno doprinijelo daljnjem razvoju područja i povećanjem kvalitete života lokalnog stanovništva.

1.5. Metode istraživanja

Rad je podijeljen na teorijski i empirijski dio. Teorijski dio rada temelji se na pregledavanju stručne i znanstvene literature. Radi se o literaturi koja predstavlja sekundarne podatke tj. postojeće podatke iz raznih izvora.

Znanstvena metoda je skup različitih postupaka kojima se znanost koristi u znanstvenom istraživačkom radu da bi istražila i izložila rezultate znanstvenog istraživanja te sa tako naziva svaki način znanstvenog istraživanja koje osigurava sigurno, sređeno, sustavno i točno znanje, a u okviru izrade teorijskog i praktičnog dijela rada koristiti će se slijedeće metode znanstveno – istraživačkog rada, prilagođene prema teorijskom okviru:

Korištene metode:

- metoda dedukcije je donošenje pojedinačnih zaključaka na temelju općeg suda;
- metoda analize je proces raščlanjivanja složenih misaonih cjelina na jednostavnije sastavne dijelove;
- metoda sinteze predstavlja proces objašnjavanja složenih misaonih cjelina pomoću jednostavnih misaonih tvorevina;
- metoda deskripcije odnosno postupak opisivanja činjenica, te empirijsko potvrđivanje njihovih odnosa;
- metoda komparacije je način uspoređivanja istih ili srodnih činjenica, tj. utvrđivanje njihove sličnosti, odnosno različitosti.
- Metoda dokazivanja i opovrgavanja koje za svrhu ima utvrditi istinitost pojedinih spoznaja inkorporiranjem gotovo svih metoda, ali i suprotno

Empirijsko istraživanje provedeno je pomoću metode anketiranja kao postupka kojim se temeljem anketnog upitnika prikupljaju podaci, informacije, stavovi i mišljenja ispitanika o predmetu istraživanja. Sastavljen je anketni upitnik namijenjen ispitivanju lokalnog stanovništva Cetinske krajine. Anketom se nastoji zaključiti kako lokalno stanovništvo percipira destinaciju i kako daljnji razvoj turizma utječe na to područje. Sadrži pitanja s ponuđenim odgovorima, a raspoloživ je za ispunjavanje od 01. lipnja do 20. kolovoza 2018. godine. Za obradu rezultata dobivenih anketnim upitnikom biti će korištene statističke metode. Rezultati provedene ankete biti će prikazani tabelarno i grafičkim prikazima.

1.6. Doprinos istraživanja

Dok su vrste turizma definirane određenim kriterijem npr. prema trajanju boravka turista, specifični oblici turizma obilježeni su specifičnim turističkim motivom koji posjetitelje privlači u točno određene destinacije. Specifični oblici turizma orijentirani su na manje definirane segmente turističke potražnje, a nastali su kao suprotnost masovnom turizmu. Trendovi u turizmu se iz godine u godinu mijenjanju, danas je više turistička ponuda prilagođena potražnji, tj. turistima, nego je bilo prije nekoliko godina. Provedena su brojna istraživanja da se otkriju motivi i preferencije gostiju. Gosti sve više biraju alternativne oblike turizma te traže otuđene i neistražene destinacije.

Ovaj rad doprinijet će razvoju turizma u cjelini na području Cetinske krajine, potpomognut smjernicama za unaprjeđenje i razvoj selektivnog turizma. Kako Cetinska krajina obiluje iznimnom prirodnim ljepotama, bogatoj kulturnoj povijesti i neistraženim područjem za turiste pretpostavka je da postojanje selektivnih oblika turizma može potaknuti i gospodarski razvoj i blagostanje na cijelom području.

Da bi mogli doći do zaključaka objašnjeni su ključni pojmovi, te je izrađen anketni upitnik koji je proveden među lokalnim stanovništvom, istraženi su njihovi stavovi o važnosti razvoja turizma za gospodarski razvoj.

1.7. Struktura rada

Rad je podijeljen na šest međusobno povezanih cjelina, zajedno s uvodom i zaključkom.

U uvodnom dijeli definirani su problem, predmet, te ciljevi istraživanja. Zatim su predstavljene hipoteze, metode istraživanja, znanstveni doprinos, te struktura rada.

U drugom dijelu na temelju stručne literature objašnjeni su osnovni pojmovi kako bi se olakšalo i praćenje same tematike rada. Definiran je pojam turizam i njegov povijesni razvoj, zatim selektivni turizam, njegovi oblici i značaj u suvremenom društvu. Također definirani su pojmovi kao što je turistička ponuda, turistička potražnja, turistička usluga, turistička destinacija i turist.

Treći i četvrti dio obuhvaća teorijsku obradu pojmova selektivnih oblika turizma, te selektivnih oblika koji se pojavljuju u Cetinskoj krajini, potencijal za razvoj kroz analizu prirodnih uvjeta, prometne infrastrukture, strukture smještaja, te nositelja turističke ponude ovog područja. Razvoj već postojeće ponude i mogućnosti budućeg razvoja i unaprjeđenja.

U petom dijelu riječ je o dobrim primjerima iz prakse kako iz stranih država tako i dobri primjeri iz Republike Hrvatske.

Šesti dio sadrži opis glavnih ciljeva i metoda istraživanja, analizu podataka i interpretaciju rezultata, te testiranje hipoteza. Rezultati su obrađeni opisno kao i statistički. Na temelju obrađenih podataka izvedeni su zaključci, te prihvaćane ili odbijane postavljene hipoteze. Potom su navedena ograničenja istraživanja.

Posljednje se poglavlje odnosi na zaključke rada i samog istraživanja. Nakon zaključka slijedi sažetak na hrvatskom i engleskom jeziku, uvid u korištenu literaturu, te pregled tablica, grafikona i fotografija koji su u radu korišteni.

2. TURIZAM

2.1. Pojam i povijesni razvoj turizma

Analiziranje bilo koje pojave, pa tako i turizma nemoguće je bez utvrđivanja vremena početka nastanka same pojave, što implicira određeno vrijeme, prošlost. Čovjek je već od samih početaka svoje povijesti putovao, selio iz raznih razloga i pobuda. Stoga se u teoriji često provlači teza da je i turizam, koji je nezamisliv bez putovanja, pojava stara koliko i čovječanstvo, odnosno da je započeo s prvim putovanjima i migracijama. Međutim, takav je stav teško prihvatljiv kada se zna da su ta prva putovanja uglavnom bila povezana s pitanjima egzistencije, kao što je potraga za boljim uvjetima za prehranjivanje ili pak iz ratničkih pobuda. Neki teoretičari zastupaju tezu da se turizam počeo razvijati u trenutku kada je čovječanstvo doseglo određeni stupanj civilizacije i razvoja, odnosno kada je čovjek počeo živjeti u organiziranim zajednicama što se poklapa s pojavom novca i razvojem trgovine oko 4000 g. p.n. e. za što su zaslužni Sumerani (Babilon). U tom razdoblju su se, naime počela javljati i prva putovanja motivirana trgovinom, stjecanjem novih znanja, kulturnim potrebama ili zdravstvenim razlozima. Već u trećem tisućljeću p.n.e. ljudi iz dotad poznatog svijeta posjećivali su Egipat u želji da vide piramide i druge spomenike, no pisani tragovi o putovanjima u tom razdoblju vezani su uz Babilon, Asiriju, pa tako doznajemo da je već tada postojala prva popločana cesta u Babilonu. Međutim, i u Kini i Japanu jednako se razvijaju putovanja iz zadovoljstva, ali se često spominju i ona vezana uz trgovinu. Zahvaljujući trgovini razvili su se prometni putevi poput "puta svile" od Kine do Crnog mora, "Jantarskog puta" od Baltika do Sredozemlja te "Puta soli" od Hadramauta do Arabije i Male Azije. Osim trgovaca putovali su i putopisci, državni činovnici, liječnici i zabavljači. [11]

Govoreći o razvoju turizma potrebno je naglasiti da postoji mnogo stavova. Periodizacija koju je ponudila Svjetska turistička organizacija, a odnosi se na razvoj turizma u cijelom svijetu, sasvim je jednostavna i temelji se na samo jednom kriteriju, svjetskom ratu kao povijesnoj prekretnici u razvoju čovječanstva. Tako smo dobili dva osnovna razdoblja, prije i poslije Drugog svjetskog rata. Njemački autor W. Freyer turizam dijeli na tri faze: početna faza od 1850.-1914.god , razvojna faza 1914.-1945.god i visoka faza od 1945.god. Christopher

[11] Petrić, L. (2006): Osnove turizma, Sveučilište u Splitu, Split, str. 5

Holloway svoju periodizaciju počinje prvim razvojnim oblicima putovanja, mnogo stoljeća prije početka pojave koju danas nazivamo turizam. Dijeli na 5 razdoblja:[12]

1. Rano doba – prve civilizacije, Grčka, Rim, Azija
2. Srednje doba – od V. do XIV. stoljeća: hodočašća, istraživačka putovanja
3. Doba renesanse – od XIV. do XVII. stoljeća: edukativna putovanja, Grand Tour
4. Industrijska revolucija – od 1750. do 1850.: razvitak gradova, parni stroj
5. Moderni turizam – razvoj prometa, osobna potrošnja, masovni turizam

Turistička epoha jest razdoblje koje počinje sredinom 19. st., a može ga se uvjetno podijeliti i na nekoliko razdoblja: [13]

- od 1845-1875. godine (u turističkim putovanjima prevladava aristokracija; posjeti banjama, lječilištima i kulturnim centrima)
- od 1875-1910. g. u turističkim putovanjima sudjeluje i buržoazija (javljaju se prva turistička mjesta i kapital se počinje interesirati za rastući fenomen turizma)
- nakon 1910. g. jačanjem borbe za prava radnika (skraćenje radnog vremena, godišnji odmori, veće plaće itd.) u turistička putovanja se uključuju i obični slojevi građana,
- nakon drugog svjetskog rata dolazi do nagle i burne ekspanzije turističkih putovanja i turizam postaje predmetom interesa brojnih znanstvenih disciplina, a nadasve ekonomske teorije i prakse.

Ono po čemu je ovo razdoblje moglo dobiti epitet "turističko" jesu sljedeće karakteristike: [14]

1. putovanja dobivaju na masovnosti; putuju sve više i predstavnici ostalih slojeva društva, a ne samo aristokrati,
2. između turista i ambijenta sve više dolazi do aktivnog međuodnosa,
3. svi se osnovni faktori turizma snažno razvijaju i djeluju stvarajući masovnu, društvenu potrebu za turističkom rekreacijom,
4. sezona postaje pretežito ljetna, kupališna,
5. uloga države je aktivna,
6. turizam postaje snažan ekonomski faktor i djeluje kao posljedica i faktor privrednog razvoja.

Nakon što je definiran početak i razvoj turizma kroz povijest, definirati će se pojam turizma. Turistička aktivnost je relativno novijeg datuma. Mnogo je definicija turizma, a jednu od najprihvatljivijih dali su švicarski autori Hunziker i Krapf. Ona glasi: ”Turizam je skup

[12] Vukonić, Boris Povijest hrvatskog turizma, Prometej, Zagreb, 2005.god., 15-24..str
[13] Petrić, L. (2006): Osnove turizma, Sveučilište u Splitu, Split, str. 9-10.
[14] Cicvarić, A.; Ekonomika turizma, izd. pod. "Zagreb", Čakovec, 1990., str. 28-29.

odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako sa takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost.“[15]

Svjetska turistička organizacija (UNWTO) zbog statističkih potreba za sustavnim praćenjem turističkog prometa i stvarnih učinaka turizma, 1994. godine, zajedno sa UNSTAT-om (United Nation Statistical Division) daje novu precizniju definiciju turizma: „Turizam obuhvaća sve aktivnosti osoba na putovanju i prilikom boravka u mjestima izvan njihova uobičajenog prebivališta u razdoblju ne duljem od jedne godine, a u svrhu odmora, poslovnih i ostalih razloga.“ Turizam je, dakle definiran s jedne strane putovanjem, te s druge privremenim boravkom u nekom turističkom mjestu. To mjesto privremenog boravka je turističko odredište ili destinacija. Pojam turist obuhvaća osobe koje u nekom mjestu izvan svog prebivališta provode najmanje jednu noć u ugostiteljskom, ili nekom drugom objektu za smještaj gostiju, a razlozi boravka su odmor ili rekreacija, zdravlje, učenje (studije), sport, religija, obitelj, poslovi, javne misije, skupovi.[16]

Osnovne karakteristike turizma mogu se ukratko sagledati:[17]

- turizma nema bez putovanja i kretanja ljudi te njihova boravka u turističkim odredištima
- putovanje i boravak mora se odvijati izvan uobičajene sredine u kojoj se osoba inače kreće, živi i radi,
- privremeni boravak u turističkom odredištu znači da se turizam zasniva na dvosmjernom, odnosno kružnom putovanju koje ima definiran vremenski interval u kojem se odvija,
- svrha turističkog putovanja nikad se ne veže uz stalni boravak u destinaciji i/ili uz zapošljavanje,
- u turističkom odredištu turisti troše, ali ne privređuju.

[15] Petrić, L., Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, 2006., str.21
[16] Marković Z. i S., Osnove turizma, Školska knjiga, Zagreb, 1987., str. 34.
[17] Vukonić, B., Keča, K., Turizam i razvoj, pojam, načela, postupci, Mikrorad, 2001, str. 52.

2.2. Turistička ponuda i potražnja

Turizam je složena aktivnost, koja dodiruje mnoge živote i mnoge različite ekonomske aktivnosti. Ne iznenađuje da se turizam zbog toga teško definira. Na definicije turizma može se gledati sa strane potražnje i sa strane ponude.

Turističko tržište djeluje interakcijom ponude i potražnje na određenom prostoru i u određenom vremenu, a međusobno se tržišta razlikuju po resursima na kojima temelje vlastitu ponudu, sezonskim obilježjima, motivima potražnje, itd. Turistička potražnja je određena količina roba i usluga koju su turisti spremni kupiti u određenom vremenu i pod određenim uvjetima. Ukupan broj osoba koje sudjeluju u turističkim kretanjima ili žele uključiti se u turistička kretanja kako bi se koristile različitim turističkim uslugama u mjestima izvan svoje uobičajene sredine u kojoj žive i/ili rade. U teoriji turizma razlikujemo idealnu, potencijalnu, realnu i efektivnu turističku potražnju, ali treba naglasiti da postoje i apsolutni nepotrošači ili apstinenti od turističkih putovanja. Turističku potražnju karakteriziraju: dislociranost od turističke ponude, heterogenost (kompleksnost), elastičnost (primarna i sekundarna), dinamičnost i sezonski karakter.[18]

Turistička potražnja se može definirati s različitih aspekata, i to najčešće: [19]

- s aspekta ekonomije: potražnja se definira kao ukupna količina roba i usluga koje su kupci spremni kupiti na tržištu u određenom vremenu i po određenim cijenama; gleda se njena elastičnost tj. ovisnost o promjeni cijena i dohotka
- s aspekta psihologije: potražnja se promatra kroz motivaciju i ponašanje kupaca
- s aspekta geografije: potražnja se promatra kroz ukupan broj osoba koje putuju, ili žele putovati radi korištenja turističkih sadržaja i usluga na mjestima udaljenim od njihova mjesta boravka i rada.

Turistička ponuda dio je turističkoga tržišta na kojem se turistima nude i prodaju robe i usluge, kojima oni zadovoljavaju svoje turističke potrebe; uključuje sve gospodarske i društvene sudionike jedne zemlje, koji na izravan i neizravan način pridonose širenju i različitosti ukupne ponude i time mogućem povećanju turističke potrošnje, kao ekonomske rezultate privremenog boravka domaćih i inozemnih turista. Obilježja turističke ponude su: heterogenost (kompleksnost), statičnost (vezanost uz određeni prostor), sezonski karakter,

[18] Leksikografski Zavod Miroslav Krleža, Hrvatska enciklopedija, [Internet], raspoloživo na: http://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763 , [1.7. 2018.]
[19] Petrić, L. (2006): Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 116

neelastičnost i diverzificiranost. Obuhvaća tri osnovne skupine elemenata: privlačne ili atraktivne, prometne ili komunikacijske i prihvatne ili receptivne elemente. Turistička ponuda može biti: osnovna (smještajni objekti, objekti za prehranu i točenje pića, objekti za zabavu i rekreaciju), komplementarna (dio ponude kojom se nadopunjuje osnovna turistička ponuda – jeftiniji oblici smještajnih kapaciteta – kampovi, odmarališta, privatna kućanstva) i kompleksna (sveukupna turistička ponuda nekog odredišta).[20]

2.3. Turistička destinacija

Razvoj turizma u najužem smislu riječi vezan je za konkretan prostor čija obilježja i resursi imaju određenu privlačnost za turiste. Na takvim prostorima su se isprofilirala određena mjesta koja su zbog svoje privlačnosti počela ostvarivati intenzivniji promet posjetitelja kao i turističku potrošnju. To je dovelo do veće orijentacije lokalnog stanovništva na bavljenje turizmom. Takva mjesta nazvana su "turističkim mjestima". Turistička mjesta u užem smislu jesu naselja, bez obzira na veličinu, koja u sezoni imaju osjetan priliv turista koji čine značajan dio stanovništva tog mjesta. U širem smislu turističko mjesto obuhvaća svaki uređeni prostor ako taj privlači veći dio posjetitelja. Upravo iz tog nešto šireg koncepta turističkog mjesta nastao je i pojam turističke destinacije. [21]

Domaći i strani autori definirali su pojam destinacije:[22]

- Pod turističkom destinacijom podrazumijevamo užu i širu prostorno cjelovito obuhvaćenu jedinicu čiji turistički proizvod kao rezultat izvorne i izvodne turističke ponude ima potencijalnu ili stvarnu turističku utrživost (Meler, 1998.:212)
- Turistička destinacija moderni je izraz cjelokupne turističke ponude na određenom lokalitetu (Žuvela, 1988.:387)
- …radi se o turistički organiziranom i prepoznatljivom prostoru, o prodajnoj turističkoj jedinici, u kojoj turisti nalaze sve ponudbene kapacitete i sadržaje koji će ih najprije privući, a onda i zadržati na duljem boravku. S druge strane, takva prostrana jedinica će pak kroz objektivno više mogućih i raznovrsnijih sadržaja omogućiti takvu

[20] Leksikografski Zavod Miroslav Krleža, Hrvatska enciklopedija, [Internet], raspoloživo na: http://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763 , [1.7. 2018.]
[21] Petrić, L. (2006): Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 47
[22] Križman Pavković, D.:Marketing turističke destinacije, OET Mijo Mirković Pula, Mikorad d.o.o., 2008. str 57-58.

potrošnju turista, koja će osigurati odgovarajuće prihode lokalnom stanovništvu (Vukonić, 1988.:367)

- Turistička destinacija se može promatrati kao turistički proizvod koji na određenim tržištima konkurira ostalim proizvodima. Turističke destinacije su područja koja se sastoje od svih usluga i omogućuju turistu potrošnju za vrijeme njegova boravka (Bieger, 1998.:7)
- Turistički organizirana i tržišno prepoznatljiva prostorna jedinica, koja skupom svojih turističkih proizvoda potrošačima nudi cjelovito zadovoljavanje turističke potrebe (Križman Pavlović, 2008.:58).

Riječ destinacija (od latinskog pojma destinatio, onis, f.) u izvornom značenju sinonim je za odredište, cilj. U turističku terminologiju ulazi posredstvom zračnog prometa gdje označava krajnju, terminalnu točku putovanja, te predstavlja kombinaciju raznih fiksnih i varijabilnih čimbenika. U turizmu destinacija označava lokalitet, mjesto, regiju, zemlju, skupinu zemalja, pa čak i kontinent kao odredište turističkog putovanja. Turistička destinacija je sustav koji sadrži raznovrsne elemente. Destinacija predstavlja fleksibilan, dinamičan prostor čije granice određuje samo tržište (turistička potražnja), neovisno o administrativnim granicama.[23]

Prema službenoj statističkoj klasifikaciji turistička se mjesta u Hrvatskoj razvrstavaju u sljedeće vrste[24]:

- Zagreb je mjesto koje posjetitelje privlači prvenstveno kao administrativno-politički centar, a zatim i svojim povijesnim, etničkim, gospodarskim, urbanističko-administrativnim i drugim osobitostima.
- Kupališna mjesta jesu mjesta kod kojih je ljekovitost termalnih ili mineralnih voda i ostalih geološko-mineraloških sastojaka znanstveno-medicinski ili empirijski utvrđena i koja imaju odgovarajuće objekte s uređajima za liječenje i oporavak posjetitelja.
- Primorska mjesta jesu mjesta duž morske obale i na otocima.
- Planinska mjesta najčešće su mjesta koja se nalaze iznad 500 metara nadmorske visine ili leže u teritorijalnom okviru neke planine.
- Ostala turistička mjesta jesu mjesta koja imaju atraktivne faktore (npr. klimatske, zatim kulturno-povijesne spomenike i sl.), riječna i jezerska mjesta i dr., a koja se ne mogu razvrstati u naprijed navedena mjesta.

[23] Petrić, L. (2006): Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 50
[24] Državni zavod za statistiku, Statistički ljetopis Hrvatske 2002.

- Neturistička mjesta jesu sva ostala mjesta koja se ne mogu razvrstati ni u jednu od prethodnih vrsta, a raspolažu ugostiteljskim objektima za smještaj.

Svaka turistička destinacija predstavlja jedan element turističkog sustava te je karakteristična zbog svojih raznovrsnih obilježja koji je određuje. To može biti geografski položaj, povijest, kultura, gastronomija, klima i slično. Međutim da bi bila dio tog sustava mora se sastojati od sljedećih komponenti. Tzv. 6A:[25]

- atrakcije – prirodne i društvene atraktivnosti, značajne a motivaciju turista za dolazak u destinaciju;
- receptivni sadržaj - objekti za smještaj, trgovine, zabavni sadržaj i ostale usluge;
- mogućnost pristupa – razvoj i održavanje efikasnih prometnih veza s emitivnim tržištima (međunarodni prometni terminali i lokalni transport);
- paket aranžmani – to su paket aranžmani koje su složili posrednici u prodaji i organizatori putovanja;
- aktivnosti – odnosi se na sve aktivnosti u destinaciji i ono čime će se turist baviti tijekom boravka u destinaciji;
- pomoćne usluge – jesu usluge koje izvršava organizacija koja je nadležna za upravljanje turističkom destinacijom te uključuju marketinške, razvojne i koordinacijske aktivnosti.

Kombiniranjem komponenti turističke destinacije formira se turistički proizvod. Zbog složenosti turističkog proizvoda treba se posvetiti pažnju međuzavisnosti svih elemenata unutar turističke destinacije kao sustava.

U pravilu se može govoriti o nekoliko vrsta turističkih destinacija:

- udaljena (najudaljenije mjesto u odnosu na domicil)
- glavna (mjesto gdje je provedeno najviše vremena)
- motivirajuća (tj. mjesto koje posjetitelj smatra primarnim ciljem posjete).

S time je povezana i tipologija destinacija koja obuhvaća pet prostornih modela:

- putovanja u jednu destinaciju (A1);

[25] C.Cooper, J.Fletcher, A.Fyall, D.Gilbert, S.Wanhill. Ekonomija turizma, načela i praksa. Harlow, Longman, 1998. str. 103.

- "lančano putovanje"; tipični itinerer s posjetom nizu destinacija bez žarišnog odredišta (A2).
- osnovna destinacija (u kojoj se boravi) te služi za posjet drugima u radijusu osnovne destinacije (A3);
- kružno putovanje s jednom žarišnom destinacijom (A4);
- regionalno kružno putovanje; posjet nizu destinacija u regiji (A5).

Suvremeno shvaćanje destinacije razvilo je koncept takozvanog životnog ciklusa prema kojem i ona kao svojevrstan živi organizam proživljava svoj vijek, slijedeći neke uzastopne faze.[26]

Istraživanje podrazumijeva nova područja sa čistom i nedirnutom prirodom i malim brojem turista u destinaciji zbog siromašne ponude, loših prometnih veza itd. Međutim, upravo zbog prirodnog stanja destinacije i mogućnosti neposrednih kontakata s lokalnim stanovništvom potencijalna destinacija se čini privlačnom.

Angažiranjem započinju inicijative da se osigura ponuda za posjetitelja, a kasnije i za promociju destinacije. To rezultira povećanim i stalnim brojem posjetitelja. Nastaju turističke sezone, kao i pritisak na javnu upravu da osigura infrastrukturu.

Razvojna faza podrazumijeva dolazak velikog broja turista; javljaju se i prvi problemi vezani uz pretjerano korištenje i smanjenje kvalitete usluga; nužno je planiranje i kontrola razvoja.

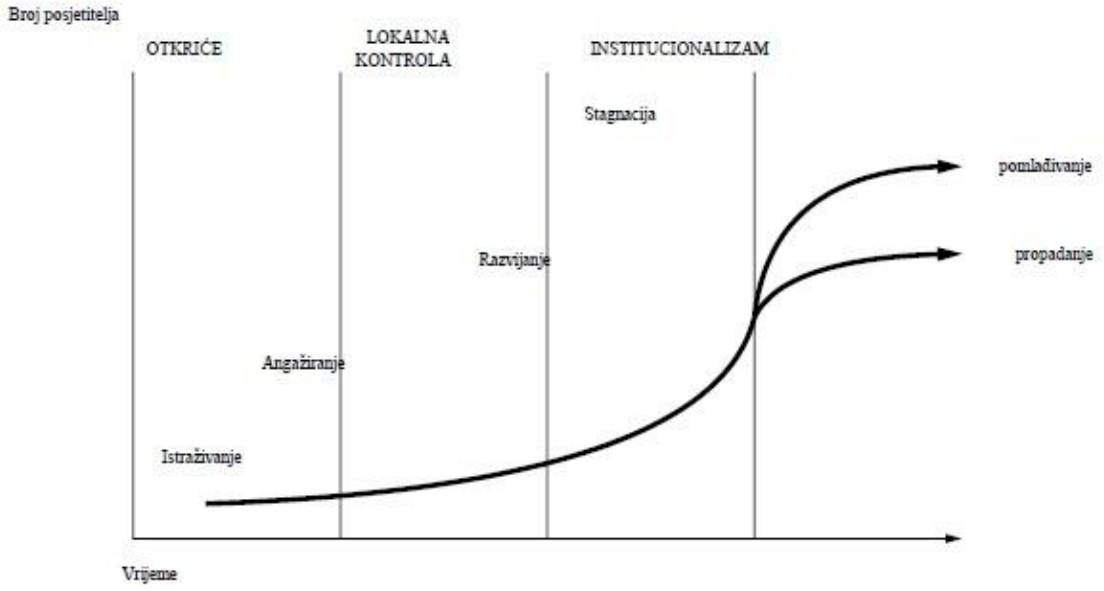
Faza konsolidacije podrazumijeva smanjenje broja posjetitelja, iako je njihov broj još uvijek veći od broja lokalnog stanovništva.

Stagnacijom je postignuta maksimalna aglomeracija. Destinacija više nije u modi i ima ozbiljne ekološke, ekonomske i socijalne probleme.

Propadanje je faza kada su posjetitelji zauvijek izgubljeni i destinacija postaje ovisna o manjim lokalitetima, dnevnim izletima i vikend posjetiteljima. Često nastaju vlasničke promjene, a kapaciteti se namjenjuju za druge svrhe. Alternativa je da mjerodavna tijela prepoznaju ovu fazu i odluče se na pomlađivanje.

[26] Butler, R. W. (1980): The concept of a tourist area cycle of evolution; Implications for the menagement of resources, Canadian Geographer, Vol 24, str 5-12.

Pomlađivanje uključuje nove aktivnosti, novu kvalitetu, nova tržišta i nove distribucijske kanale. Najčešće se pomlađivanje vrši uvođenjem novih, alternativnih oblika turizma i sl.[27]



Grafički prikaz 1: Životni ciklus destinacije

Izvor: Butler, R.W., (1980), The concept of a tourism area cycle of evolution; Implications for management of resources, Canadian Geographer Vol. XXIV (1), pp. 5-12.

[27] Petrić, L. (2006): Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 53

Tablica 1: Kriteriji podjele destinacije

Autor(i)	Kriteriji	Vrste destinacija / destinacije
Kotler, Bowen, Makens (1999)	Površina	• Makro destinacije • Mikro destinacije
Vukonić (1995)	Struktura resursa	• Homogene destinacije (1 resurs) • Heterogene destinacije (mnoštvo resursa)
Buhalis (2000)	Osnovna atrakcija/veza s geografskom lokacijom	• Urbane • Primorske • Planinske • Ruralne • Autentične destinacije • Jedinstvene / egzotične / ekskluzivne
Keller (1998)	Broj integriranih proizvoda	• Tradicionalne • Lokacijski utemeljene
Bieger (2000)	Područje ovisno o struktuti resursa i udaljenosti od mjesta stanovanja	• Homogene – udaljene • Homogene – bliske domicilu • Heterogene – udaljene • Heterogene - bliske
Sinclair, Stabler (1997)	Percepcija turista	• Komplementarne • Substitutivne (zamjenske)
Lue, Crompton, Fesenmeier (1993); Hitrec (1995)	Prostorni obuhvat	• Putovanja u jednu destinaciju • Kružno putovanje s jednom žarišnom destinacijom • Osnovna destinacija (u kojoj se boravi) te služi za posjet drugima u radijusu osnovne destinacije • Regionalno kružno putovanje; posjet nizu destinacija u regiji • Lančano putovanje; tipični itinerer s posjetom nizu destinacija bez žarišnog odredišta

Izvor: Konečnik, M., Customer – Based Brand Equity for Tourism Destination: Conceptual Model and its Empirical Verification, doctoral dissertation, Faculty of Economics Ljubljana, 2005., str. 45.

2.4. Motivi turističkog kretanja

Termin potrošač percipira se kao jedinstven koncept potražnje, realnost je drugačija i postoji širok raspon raznolikih varijacija u ponašanju potrošača, u kojem se odluke donose iz niza raznolikih razloga. Potrebno je proučiti turističko ponašanje potrošača kako bismo bili svjesni pojedinačnih razlika u potrebama, kupovnim motivima i procesu odlučivanja vezano uz potrošnju turista, razliku u utjecaju i efektu različitih promotivnih strategija i taktika, mogućim razlikama u shvaćanju turističkog kupca sve do uključivanja utjecaja terorističkih incidenata i kako menadžeri mogu popraviti svoju šansu za uspjeh na turističkom tržištu. Mnoge varijable će utjecati na način kako se formiraju potrošački uzorci.[28]

Turističke potrebe su sadržane u sustavu općih čovjekovih potreba i promatraju se kao posebnost. One su raznolikog sadržaja i strukture, a sinonimi su im potrebe za putovanjem, promjenama, rekreacijom itd. Klasifikacija potreba se vrši prema određenim kriterijima. Mnoge potrebe zadovoljavaju se tijekom raznih aktivnosti čovjeka, a ne samo turističkih. Stoga je njihovo porijeklo, sadržaj i suština ista, a razlikuju se samo situacije u kojima se zadovoljavaju. Turističke potrebe ne mogu se izjednačiti s turističkom potražnjom i potrošnjom. Naime, u korijenu svih aktivnosti stoji potreba koja se ponajprije manifestira u potražnji, a potom u činu potrošnje. Potražnja se pak, izražava kao spremnost turista da kupi određenu količinu dobara i usluga koje će zadovoljiti njegovu potrebu. Ta spremnost ovisi ne samo o njegovim potrebama već i o cijelom nizu drugih elemenata kao npr. dohotku, cijenama, deviznom tečaju, kvaliteti promocije itd.[29]

Razumijevanje motivacije je ključ za razumijevanje turističkog ponašanja i odgovora na pitanje zašto ljudi putuju. Turistički motivi su unutrašnji poticaji čovjeku da se uključi u turističke tokove iz čega slijedi da je turistička motivacija ponašanje čovjeka koji je potaknut tim unutrašnjim pobudama za uključenjem u turističku aktivnost s konačnim ciljem, da se zadovolji neka turistička potreba. Različitost motiva će odrediti i specifične oblike turizma, ali u turizmu nikada ne prevladava samo jedna vrsta motiva.

[28] C.Cooper, J.Fletcher, A.Fyall, D.Gilbert, S.Wanhill. Ekonomija turizma, načela i praksa. 3rd ed. Ekokon, Split,2008., str 40.
[29] Petrić, L. (2006): Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 56-57.

Tablica 2. Motivacija dolazaka

RANG	Motivi dolaska	%
1.	Pasivni odmor, opuštanje	62
2.	Zabava	43
3.	Prirodne ljepote	26
4.	Nova iskustva i doživljaji	26
5.	Gastronomija	20
6.	Povoljne cijene	11
7.	Sport, rekreacija	10
8.	Kulturne znamenitosti	10
9.	Blizina mjesta	9
10.	Ostali	8

Izvor: Institut za turizam-Istraživanje TOMAS (2007) www.iztzg.hr

Maslowljeva hijerarhija potreba je vjerojatno najpoznatija teorija koja objašnjenja motivacije. On dijeli potrebe u pet osnovnih skupina kojim je kasnije dodana i šesta. One nisu poredane po redoslijedu važnosti budući da su u njegovom sustavu sve potrebe istovremeno prisutne, a njihovu hijerarhiju određuje intenzitet pojedine potrebe, a ne vrsta.[30]

- Fiziološke potrebe (hrana, voda, seks); u turizmu se ove potrebe zadovoljavaju na sve većem hijerarhijskom nivou (bogati gurmanski sadržaji, veći stupanj slobode seksualnog ponašanja itd.), Fiziološke potrebe su egzistencijalne potrebe i dok se one ne zadovolje čovjek ne pomišlja na ostale.
- Potrebe za sigurnošću; ove su potrebe preduvjet odvijanja turizma (ratovi i političke nestabilnosti ili elementarne nepogode su inkompatibilne sa turizmom).
- Potrebe za pripadanjem i ljubavlju; obiteljski turizam, etnički turizam.
- Potrebe za samopoštovanjem; svaki pojedinac nastoji postići društveni ugled u svemu što radi, pa tako i kroz turizam. Ova potreba se često iskazuje kroz poznatu rečenicu "gost je uvijek u pravu"; problem leži u tome, što priznavanjem legitimnosti ove

[30] Petrić, L. (2006): Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 59.

potrebe turistu, dovodi se u pitanje njena legitimnost kod domicilnog stanovništva koje nudi usluge tom gostu.

- Potrebe za samouvažavanjem i samoaktualizacijom u neposrednoj je vezi s prethodnom grupom potreba; što se više zadovoljava, to se više želi.
- Spoznajne potrebe, potrebe za novim spoznajama, intelektualnim, duhovnim i estetskim što je izuzetno snažno zastupljeno upravo u turizmu.

Potrebe utječu na odlučivanje pojedinaca i njegov izbor ili, drugim riječima, na njegovu motivaciju za putovanje. Motivacija znači korak dalje; ona obuhvaća i namjeru da se provede neka akcija, ali ne objašnjava način donošenja odluke o odlasku na turističko putovanje. Ponašanje turističkog potrošača se bitno razlikuje od ostalih potrošača i to zbog sljedećih značajki:[31]

- neopipljiva i nemjerljiva kupnja
- neimpulsivna kupnja
- obuhvatno planiranje kupnje
- kupovanje unaprijed.

Proces donošenja odluke o kupnji turističkog proizvoda teče kroz tri osnovne faze; fazu prije donošenja odluke, fazu odluke, fazu evaluacije poslije kupnje, zajedno s ciljevima i ograničenjima koji reguliraju optimalno ponašanje pri izboru mogućnosti.

2.5. Turist

Osnovna jedinica za proučavanje turizma jest turist, odnosno svaka osoba koja na putovanju izvan svojega mjesta stalnoga boravka (domicila) provede najmanje 24 sata ali ne dulje od jedne godine, a putovanje, koje ima obilježja privremenoga boravka i na koje je krenuo dragovoljno poduzima radi odmora, razonode, rekreacije i relaksacije, obiteljskih, zdravstvenih, poslovnih, profesionalno-stručnih i sličnih razloga. UNWTO definira turista kao posjetitelja, tj. osobu koja putuje izvan svoje sredine kraće od 12 mjeseci i glavna svrha njezina putovanja nije vezana za obavljanje neke lukrativne aktivnosti u mjestu koje posjećuje.

[31] Burkart, A.J., Medlik, S., Tourism; Past, Present and Future, Heinemann and Butterworth London, 1981.

Pojam "turist" prema Ogilvi-u datira još iz 1800. kad je Pegge u svojim “Anecdotes of the English Language” rekao: "A traveler is nowadays called a Tour-ist." (Putnika u današnje vrijeme nazivamo turist). Nakon toga susrećemo ga u Francuskoj oko 1830. godine; prvi put ga je upotrijebio Victor Jacquemont, a zatim usvojila Georges Sand, da bi ga konačno lansirao Sthendal 1838. godine u svojim "Memoires d'un touriste". Godine 1841. Maurice Alhoy u svojoj "Philosophie de Voyaguer" daje već i prva objašnjenja razlike između pojmova "voyaguer" i "touriste".[32]

U statističke svrhe, pojam posjetitelja podrazumijeva osobu koja posjećuje zemlju van uobičajenog mjesta boravka, radi razloga za koje nisu plaćeni u mjestu koje posjećuju.[33]

Ova definicija uključuje turiste, tj. osobe na privremenom boravku u stranoj državi u trajanju od najmanje 24 sata s motivima: odmora (rekreacija, zdravlje, studiranje, religija, sport) ili poslovnih sastanaka, obiteljskih razloga, sudjelovanja na kongresima i ekskurziste, privremene posjetitelje koji borave kraće od 24 h (uključujući i putnike na kružnim putovanjima). Problem je što ova definicija ne spominje domaće turiste, što je ispravljeno 1980. g. u tzv. Manilla Declaration. Deklaracija iz definicije turista isključuje vojsku, diplomate, pogranične radnike i tranzitne putnike.[34]

[32] Petrić, L. (2006): Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 18.
[33] Vanhove, N. The Economics of Tourism Destinations, Butterworth–Heinemann, Oxford . 2005., str. 3.

[34] Ibidem str.20

Tablica 3. Definicije osnovnih pojmova

Termin	Međunarodni turizam	Domaći turizam
Rezident	Osoba koja obitava u određenoj državi u razdoblju ne kraćem od12 uzastopnih mjeseci prije posjeta drugoj državi, gdje se ne zadržava dulje od godine dana.	Osoba koja boravi u konkretnoj državi najmanje 6 mjeseci prije odlaska u drugo mjesto u granicama iste države.
Posjetitelj	Osoba koja putuje u drugu državu, van svoga uobičajenog okruženja i zadržava se u razdoblju ne duljem od godine dana sa svrhom posjeta koja nema za cilj ostvarenje bilo kakve plaćene aktivnosti.	Osoba, rezident konkretne države, koja putuje u drugo mjesto unutar granica svoje države, ali van svoga uobičajenog okruženja u razdoblju ne duljem od 6 mjeseci sa svrhom posjeta koja nema za cilj ostvarenje bilo kakve plaćene aktivnosti.
Turist	Posjetitelj koji putuje u drugu državu, van svoga uobičajenog okruženja u razdoblju od najmanje 1 noćenja do najviše 12 mjeseci, sa svrhom posjeta koja nema za cilj ostvarenje bilo kakve plaćene aktivnosti.	Posjetitelj, rezident konkretne države, koji putuje u drugo mjesto unutar granica svoje države, ali van svoga uobičajenog okruženja u razdoblju od najmanje 1 noćenja do najviše 6 mjeseci sa svrhom posjeta koja nema za cilj ostvarenje bilo kakve plaćene aktivnosti.
Dnevni posjetitelj/ ekskurzist	Posjetitelj koji putuje u drugu državu, van svoga uobičajenog okruženja u razdoblju kraćem od 24 h i bez ostvarenja noćenja u zemlji koju je posjetio, a čija svrha posjeta nema za cilj ostvarenje bilo kakve plaćene aktivnosti.	Posjetitelj, rezident konkretne države koji putuje u drugo mjesto unutar granica svoje države, ali van svoga uobičajenog okruženja u razdoblju kraćem od 24 h i ne ostvaruje noćenje u konkretnom mjestu, a čija svrha posjeta nema za cilj ostvarenje bilo kakve plaćene aktivnosti.

Izvor: Smith, S.L.J., Tourism Analysis, Longman, Essex, UK, 1995., str. 24.

3. SELEKTIVNI OBLICI TURIZAMA

3.1. Pojam i sadržaj selektivnih oblika turizma

Među prvim odlascima čovjeka izvan domicila bili su povezani s robnom razmjenom proizvoda i usluga u vrijeme najranije povijesti. Kao začetci razvoja turizma u nekom priprostom obliku možemo govoriti o kretanju i putovanju iz vjerskih i hodočasničkih razloga izvan stalnog mjesta boravka.

Povijest turizma pokazuje konzistentan slijed putovanja do masovnih migracija uz logičnu diversifikaciju i disperziju na posebne i pojedinačne oblike, vrste i podvrste turizma od kojih svaka može slijedom vremena i društvenog razvitka imati identičan slijed. To je rezultat intenzivnih promjena u tehnološkom, gospodarskom i društvenom okruženju, koje iniciraju potpuno novu situaciju na međunarodnom turističkom tržištu. Mnogo je promjena na tržištu potražnje uz pojavu sve kompleksnijih paketa motiva za putovanje. Uz glavne motive (kupanje, skijanje, odmor), pojavljuju se novi motivi za odlazak na putovanje u koje spadaju kultura, sport, ekologija, emocije, zdravlje, rekreacija, naglašena potreba za doživljajima, te intenzivni užitak aktivnosti u prirodi. [35]

Kao posljedica toga javlja se više posebnih oblika turizma koji odražavaju zahtjeve turističkih potrošača, njihovih preferencija, sa specifičnim uslugama i potrebama koje žele zadovoljiti na nekom putovanju. Navedenim potrošačima nastoji se prilagoditi turistička ponuda i turistički proizvod, tvoreći tako različite oblike turizma kako bi se uspješno konkuriralo na turističkom tržištu. Demografski i društveni trendovi promijenili su prirodu turističkog tržišta. Tradicionalni pasivni godišnji odmor zamijenjen je putovanjima i nizom kreativnih i inovativnih iskustava na putovanju. Sazrijevanje turističkog tržišta formiralo je novog turista, kojeg se može okarakterizirati kao iskusnog, sofisticiranog i zahtjevnog. Novi potrošač u turizmu je obrazovan, traži kvalitetu i sudjelovanje. Motivi za putovanje se odmiču od pasivnog uživanja na suncu prema motivima učenja i znatiželje. Putovanje ne predstavlja samo boravak u destinaciji nego iskustvo boravka. Više računa vodi o kvaliteti usluge nego o cijeni, zbog činjenice da potrošač raspolaže s ograničenim vremenom te očekuje kvalitetan i pouzdan proizvod. Sve veća očekivanja turista potpomognuta su medijima i naprednim telekomunikacijama. Izraženije su promjene rastom životnog standarda pri čemu turisti raspolažu s više novčanih sredstava. Sve su češće u potrazi za nezagađenom atraktivnom

[35] Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, str. 210 -211.

prirodom koja nudi relaksaciju, zadovoljstvo, rekreaciju, zdravstvenu rehabilitaciju, umjetnost i tradiciju, kroz bijeg od zamorne svakodnevice ili pak putuju zbog različitih iracionalnih motiva. Tržište se sve više raščlanjuje na podskupine koje su definirane životnim stilom, osobnim sklonostima, potrebama i životnim prilikama. Sve ovo potiče interes za različite oblike i vidove turizma na svim razinama turističke potražnje. To logično prati i sektor turističke ponude kroz brojne inovacije.

Prema analizama T. Pančić-Kombol (2000,86) sukladno turističkoj literaturi devedesetih godina 20-og stoljeća, alternativni turizam može se razumijevati kao generički pojam kojim se obuhvaćaju svi oblici turizma što se u novije vrijeme sve više razvijaju te sve jasnije pokazuju obilježja po kojima se razlikuju od masovnog turizma. [36]

Selektivni turizam se definira kao organizacija različitih oblika turizma usklađenih s prirodnim i društvenim vrijednostima lokalne zajednice koji omogućavaju gostima i gostoprimcima uživanje u pozitivnim i vrijednim interakcijama uzajamnog iskustva (Pančić Kombol, T., 2000,86).[37]

Prema V. Jadrešiću (1998) selektivni turizam je sintetički i generički pojam koji označava novu kvalitetu suvremenog i budućeg turizma, utemeljen na selekciji programa, odgovornom ponašanju sudionika, ekološkom i ekonomskom načelu uravnoteženog razvoja, kvalitetnoj razini usluge, izvornom identitetu i humanitetu usluge, uz poželjan i zakonomjeran te uravnotežen odnos broja turista i broja lokalnih stanovnika na određenom području. [38]

3.2. Selektivni oblici turizma

Postoje brojne klasifikacije i podjele turizma među kojima je najprihvaćenija ona C. Kaspara (1975, 14-15) prema motivaciji, te prema vanjskim učincima.

Podjela prema motivaciji:

- rekreativni turizam (u njega spada i zdravstveni)
- kulturni turizam (kulturni svjetovni i vjerski turizam)
- socijalni turizam (roditeljski turizam, turizam udruženja i saveza)
- sportski turizam (aktivni i pasivni sportski turizam)
- komercijalni turizam (poslovni i kongresni, turizam sajmova i izložbi

[36]Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, str 223.
[37] Ibidem
[38] Ibidem

- politički turizam (diplomatski turizam, turizam političkih manifestacija).

Podjela prema uzrocima i vanjskim učincima prema:

- podrijetlu (nacionalni i međunarodni turizam)
- trajanju boravka (turizam kratkog boravka, turizam tranzita ili graničnih prijelaza, rekreativni turizam na bližim odredištima, turizam dužeg trajanja boravka, turizam godišnjih odmora)
- sezonama (ljetni turizam, zimski turizam)
- broju sudionika (individualni turizam, kolektivni turizam, turizam skupina ili društava, klupski turizam, masovni turizam, obiteljski turizam)
- dobu sudionika (turizam mladih, turizam treće dobi)
- vrstama prijevoza (željeznički, automobilski, avionski, pomorski, riječni i jezerski turizam)
- vrsti smještaja (hotelski turizam, para-hotelski turizam, "chalet" turizam, turizam sekundarnog domicila, kamping turizam)
- učincima na platnu bilancu (aktivni turizam-receptivni turizam, pasivni turizam-emitivni turizam)
- načinu plaćanja (socijalni turizam, turizam iz štednje i kredita)
- sociološkim kategorijama (ekskluzivni i luksuzni turizam, tradicionalni turizam, turizam mladih, socijalni turizam)[39]

V. Jadrešić ističe da je svim selektivnim oblicima turizma zajedničko da su oni orijentirani na zadovoljavanje usluga vezanih za izvanpansionsku potrošnju unutar kojih posebice naglašava one vezane za zabavne, kulturne i športsko-rekreacijske usluge te sadržaje u području atrakcija, manifestacija, festivala i sl. Turistička znanost se još nije usuglasila u pogledu podjela vrsta i oblika turizma, pa stoga i sistematiziranje selektivnih vrsta turizma može biti u okviru pokušaja koji tek u dugom roku trebaju dobiti konačnu verifikaciju u teoriji i praksi. V. Jadrešić daje podjelu selektivnih vrsta turizma kroz 6 osnovnih grupa i to:

1. ekološke vrste turizma: ambijentalni, naturizam, individualni, obiteljski, eko-edukativni, robinzonski, ruralni, zdravstveni, sportsko-rekreacijski, konjički, pješački, te planinski turizam
2. alternativne vrste turizma: safari turizam, vinske i gastro ture, istraživačka putovanja turista pojedinca, putovanja u ekološki nedirnute krajeve, putovanja u neotkrivena mjesta,

[39] Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, str. 225

jezerski, riječni, kontinentalni, shopping turizam, umirovljenički, etnički turizam, grief turizam...

3. kulturno-edukativne i komunikacijske vrste turizma: dječji, đački, studentski, omladinski, edukativni, ekskurzionizam, ferijalni i esperanto turizam, hobi programi, kongresni, kulturno-umjetnički i kulturni, manifestacijski, memorijalni, patriotski, politički, poslovni, turizam susreta, doživljaja, druženja i sl.
4. ekskluzivne vrste turizma: avanturistički, elitni, gastronomski, hedonistički, jahting turizam, kulturni i kulturno-umjetnički turizam, karnevalski, lovni, mondenski, nautički, safari, seksualni turizam...
5. zdravstveno-rekreativne i zabavne vrste turizma: klimatski, konjički, lječilišno-klimatski, izletnički i pješački, rekreacijski, seksualni, športski, športsko-rekreacijski, hedonistički, hobi programi...
6. ostale vrste turizma podijeljene su u dvije podgrupe nastale kao rezultat organizacijskoga i sadržajnoga, statističkog i vremenskog, te prostornog obuhvata, koji se mogu pronaći u praktičnoj terminologiji:
    a) gradski ili urbani turizam, incentive i inclusive programi, grupni, individualni, jezerski, riječni, kolonijalni, komercijalni, komplementarni, nautički i mješoviti turizam, turizam u kućnoj radinosti, turizam srednjeg sloja, radnički turizam, umirovljenički turizam, zdravstveni turizam.
    b) aktivni turizam, receptivni turizam, domaći, inozemni, međunarodni, interkontinentalni, interregionalni, otočni, obalni, zagorski, ljetni, zimski, proljetni, jesenski, narodni ili nacionalni, posezonski, predsezonski, regionalni, lokalni, sezonski, izvansezonski i sl[40]

Kako je jedan od najznačajnijih ciljeva turističkog gospodarstva, proširenje turističke sezone, što jamči zadovoljavajući financijski rezultat i ostale gospodarske te društvene učinke turizma, to omogućava upravo razvoj selektivnih oblika turizma koji nisu strogo vezani za sezonske sadržaje. Unatoč brojnim novim određenjima i klasifikacijama selektivnog turizma u turističkoj literaturi te brojnih vrsta i podvrstama u neposrednoj turističkoj praksi, slijedom sve sofisticiranije turističke potražnje i diversificirane turističke ponude, za potrebe ovoga rada koristiti ćemo još uvijek vrlo aktualnu podjelu koju je publicirao D. Alfier. Po njemu selektivne vrste turizma pridonose ekološkoj sanaciji i readaptaciji postojećih elemenata ponude te kompletiranju novim sadržajima ponude uniformiranih vrsta i oblika suvremenog masovnog turizma. Pri tome se najznačajniji oblici manifestiraju kroz:

[40] Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, str. 227-228.

- zdravstveni turizam
- sportski i rekreacijski turizam na moru, vodama i planinama
- ruralni ili rustikalni turizam u manjim mirnim primorskim i kontinentalnim naseljima,
- kulturni turizam s najrazličitijim sadržajima i oblicima.[41]

3.3. Selektivni oblici turizma u Hrvatskoj

Sustavi razvoj turizma u Hrvatskoj započeo je u 19. stoljeću kada je Hrvatska bila u sastavu Austro-Ugarske, 1844. godine napravljena je prva vila u Opatiji, a već 1847. godine u Opatiji otvoreno je i prvo lječilište. Godine 1848. na Hvaru je otvoren prvi mali hotel. Opatija je bila predvodnik turizma u Hrvatskoj, tako je 1882. godine Vila Angiolina je pretvorena u hotel, samo dvije godine kasnije, 1884. gradi se i drugi hotel. Značajnije se turizam počinje razvijati 50-tih godina 20. stoljeća, a 60-tih godina Hrvatska već postaje jedna o značajnijih konkurentskih destinacija u zemljama Sredozemlja. Tadašnja Jugoslavija, u čijem sastavu je bila Hrvatska do početka 90-tih godina 20. stoljeća, imala je važno mjesto u razvoju međunarodnog turizma. "Tako je u 1988. godini ostvarila ukupni turistički promet od oko 20 milijuna turista s 100,3 milijuna noćenja. Od ukupnog turističkog prometa inozemni je ostvario 42,2%, s ostvarenih 49% noćenja. Devizni je priliv od turizma, u 1989. godini iznosio 2.230 milijuna dolara, ne računajući privatni kliring. Prema svim osnovama prihod je u 1989. godini bio preko 2,5 milijarde dolara. Sa takvim rezultatima tadašnja Jugoslavija svrstavala se među 25 vodećih turističkih zemalja u svijetu, od čega je najznačajniju ulogu imala Hrvatska."[42]

Među mnogim vrstama selektivnog turizma teško je izdvojiti one koje su značajnije od drugih, ali zbog postojanja odgovarajućih resursa u Hrvatskoj moguće je pojedine izdvojiti. Mogu se navesti ove vrste selektivnog turizma koje su u Hrvatskoj razvijene ekoturizam, nautički turizam, vjerski turizam, seoski ili ruralni turizam, kongresni turizam, izletnički turizam, auto-moto turizam, urbani turizam, sportski turizam, zdravstveni turizam.

Ekoturizam je onaj turizam koji se odvija na području koje čovjek relativno malo posjećuje i gdje čovjek mora sudjelovati u zaštiti prirode i dobrobiti ljudi koji tamo žive. Definira se kao "putovanje u relativno neporemećena i nezagađena područja s posebnim ciljevima poučavanja

[41] Ibidem str. 232.
[42] Vukonić, B.: Povijest hrvatskog turizma, Prometej & HAZU, Zagreb. 2005., str.33.

i uživanja u prizorima u prirodi te u životinjama i bilju divljina, kao i u svakom postojećem kulturnom događaju koji se nudi u tom području".[43] Ekoturizam je turizam temeljen na ljepoti i očuvanosti prirode, uključuje edukaciju i interpretaciju prirodnog okoliša, a upravljan je i provođen da bi bio ekološki održiv. Takav turizam mnogo je prihvatljiviji i za čovjeka i za njegov okoliš. Posebno se razvija na hrvatskim otocima, u zaleđu, te Slavoniji. Pri tome posebnu ulogu ima revitalizacija sela gdje se od same ponude eko proizvoda dodaje komponenta etno, koja prikazuje i način života na tom području.

Nautički turizam podrazumijeva plovidbu i boravak turista – nautičara u i na plovnim objektima, kao i boravak u lukama nautičkog turizma radi odmora i rekreacije. Za razvoj ovog tipa turizma nisu dovoljne samo iznimne prirodne karakteristike, već je isto tako potrebna odgovarajuća infrastruktura te dobra organizacija različitih aktivnosti za zadovoljenje potreba nautičara. Nautički turizam je posebno u Hrvatskoj razvijen. Mnogi turisti dolaze u Hrvatsku sa svojim jedrilicama i borave u nekim od mnogobrojnih luka i marina. Pri tome treba napomenuti i kruzing turizam koji ima sve veći značaj. Dubrovnik, Split, Zadar,Vis i Hvar samo su neki od važnih odredišta kruzing turizma koji dovode veliki broj turista.

Vjerski turizam je oblik turizma u kojem ljudi poduzimaju putovanja na kraće, duže i velike udaljenosti da bi zadovoljili svoje religiozne potrebe i osjećaje. Svrha putovanja kojeg se zove hodočašće je da vjernici slijede, zadovoljavaju svoju vjersku potrebu ili religijski čin. Vjerski turizam se javlja u tri oblika: hodočašće, masovno okupljanje u povodu značajnih religijskih datuma i obljetnica i obilazak i posjet značajnim religijskim mjestima i objektima u okviru turističkog itinerera. [44] Promatrajući vjerski turizam u Hrvatskoj poznata su hodočašća Gospi Sinjskoj, Mariji Bistričkoj i sl. Tada se veliki broj vjernika slijeva u određena mjesta, koja poprimaju veliki turistički i religijski značaj.

Kongresni turizam je skup odnosa i pojava što proizlaze iz putovanja i boravka osoba, radi izmjene pretežno znanstvenih i stručnih informacija izvan mjesta svog boravka.[45] Ovaj oblik turizma treba snažnu promidžbu, ima visoke troškove organizacije ali i obimnu potrošnju, jer se radi o osobama više platežne moći, koji slobodno vrijeme provode kao turisti. Najčešće se odvija u predsezoni i posezoni. Mnogi hoteli u Hrvatskoj su prepoznali važnost ovog oblika turizma, te u sklopu hotela razvijaju sale koje se mogu uvelike iskorištavati za kongresne svrhe čime obogaćuju svoju turističku ponudu.

[43] Pančić-Kombol T.: Selektivni turizam, TMCP Sagena, Matulji, 2000., str.25.
[44] Ibidem
[45] Geić, S. , 2011. „Menadžment selektivnih oblika turizma“, Sveučilište u Splitu, Split., str. 35

Za gradski turizam često se koristi pojam urbani turizam, a kako sva urbana naselja nisu gradovi, potrebno je posebno definirati ta dva pojma. Postoji mišljenje kako urbani turizam označava turizam velikih gradova, dok gradski turizam označava turizam manjih gradova. Gradski turizam je turističko boravljenje u nekom gradu i cjelokupno, cjelogodišnje, turističko događanje u gradskom, vrlo složenom i dinamičnom, socioekonomskom sustavu u kojem je turizam uvijek samo jedan, često manji dio. Brojni gradovi, posebno na obali razvijaju ovaj oblik turizma. Teško je pronaći neki od manjih mjesta, a ne gradova na obali koji neki od oblika urbanog turizma ne njeguje. Upravo je ovo početni stadij turizma koji pojedini grad na obali koristi. Treba napomenuti kako se urbani turizam sve više razvija i na kontinentu zbog razvoja cjelovite kontinentalne turističke ponude.

Sport i turizam su međusobno usko povezani. Srodnost tih pojava kao i bliskost njihovih funkcija proizlazi iz činjenice kako su nositelji tih pojava u pravilu isti subjekti. Sport u turizmu osim perceptivne uloge ujedno predstavlja i važan sadržaj boravka u kojem turisti sve više postaju aktivni sudionici različitih sportova. U Hrvatskoj sport ima veliku važnost te privlači mnoge turiste. Sport se pri tome može promatrati kao organiziranje sportskih manifestacija (rukometno, košarkaško prvenstvo i sl.), ali i kroz ponudu sportskih aktivnosti turističkih agencija (biciklizam, planinarenje, kajaking, rafting, i sl.). Kako Hrvatska posjeduje prirodne i ostale resurse za organiziranje kvalitetne turističke ponude na ovom području, sportski turizam kao oblik selektivnog turizma se sve više razvija.

Zdravstveni turizam je turizam oporavljanja u kojem se ostvaruju boravci u mjestima i područjima gdje postoje uvjeti i aktivnosti za oporavak i održavanje čovjekovih duševnih i tjelesnih sposobnosti.[46] Najbolji uvjeti za takav oporavak su toplice, mjesta uz more te klimatski povoljna mjesta, a oporavak i održavanje sposobnosti provodi se tretmanima koje određuju i provode specijalisti i stručnjaci za fizičku i psihičku rekreaciju, koji se, uz druge turističke usluge, za tržište oblikuju kao turistički proizvod. Zdravstveni turizam je posebno razvijen u kontinentalnoj Hrvatskoj (posebno u Hrvatskom zagorju) gdje postoji veliki broj različiti toplica. Ipak, početci Hrvatskog turizma su vezani za topličkI turizam. Vidljivo je kako Hrvatski turizam nije samo "sunce i more".

Naravno Hrvatska posjeduje prirodne ljepote, ali one same za sebe ne mogu stvoriti turistički identitet i ponudu kakvu želi suvremeni turist. Takva ponuda nastoji zadovoljiti različite želje mnogobrojnih turista. Pri tome se nastoje iskoristiti razni potencijali i resursi koje Hrvatska

[46] Pančić-Kombol T.: Selektivni turizam, TMCP Sagena, Matulji, 2000., str.37.

itekako posjeduje. Turistička sezona se uglavnom svodi na vrijeme od kraja svibnja do kraja rujna-listopada. Turistički resursi koje posjeduje Hrvatska svakako se mogu kvalitetnije i preciznije koristiti, a tako možemo prijeći iz isključivo sezonsku na cjelogodišnju turističku ponudu čime bi se poboljšala zaposlenost stanovništva, ostvarili još značajniji turistički prihodi, ali i poboljšala konkurentska pozicija Hrvatske kao turističke destinacije. Ono najvažnije, turističke resurse Hrvatska svakako posjeduje, samo ih se treba kvalitetno, te u skladu sa zaštitom prirode, stavljati u funkciju koja će se neprestano prilagođavati potrebama i željama turista.

4. OPĆI UVJETI RAZVOJA CETINSKE KRAJINE

4.1. Prirodni preduvjet razvoja selektivnih oblika turizma na području Cetinske krajine

Cetinska krajina je regija smještena u Splitsko dalmatinskoj županiji. Naziv Cetina ili Cetinska krajina zemljopisno označava regiju koja obuhvaća gornji i srednji tok rijeke Cetine, od njenih izvora podno Dinare (najznačajniji izvori Cetine su Milaševo, Vukovića vrelo i Četnikovo vrelo), pa do ulaska u kanjon ispod Trilja s ukupnom površinom od preko 1500km/2.[47] Ime Cetinske krajine ne potječe izravno od imena rijeke Cetine, već od hrvatske srednjovjekovne županije, odnosno knežije Cetine koju još u 10.st. bilježi bizantski car – pisac Konstantin Porfirogenet. Navedeno ime, dakle, ravnopravno nose i rijeka i kraj.[48] Stoga se može reći da je Cetinska ili Sinjska krajina jedna od najstarijih hrvatskih povijesnih regija i cjelovit prostor koji stoljećima nije mijenjao svoje granice. Danas se na njenom područje nalaze slijedeće upravne jedinice: Gradovi Sinj, Trilj i Vrlika, te Općine Hrvace, Otok i Dicmo. Povijesno središte Cetinske krajine je grad Sinj.



Slika 1: Karta Cetinske krajine

Izvor: Strategija razvoja turizma u SDŽ

[47] http://www.casopis-gradjevinar.hr/assets/Uploads/JCE-60-2008-05-06.pdf (11.06.2018)
[48] https://hr.wikipedia.org/wiki/Cetinska_krajina (11.06.2018)

Cetinska je krajina položena u pravcu sjeverozapad-jugoistok i prati planine koje je okružuju, Dinaru i Kamešnicu sa sjeveroistočne strane, a s jugozapadne lanac planina i brdskih visova Svilaje. Cetinska je krajina stoga oduvijek prometno povezivala dalmatinsko priobalne gradove sa središnjom Hrvatskom i Bosnom na sjeveru, dijelovima Dalmacije na zapadu te na istoku s Hercegovinom i južnim dijelovima Dalmacije. Geografski položaj grada Sinja i Cetinske krajine jest značajan faktor u razvoju Cetinske krajine i postupku pretvorbe u jednu od atraktivnijih destinacija u Republici Hrvatskoj.

Cetinska krajina se nalazi između dva planinska lanca Svilaje i Dinare (masiv sastavljen od Ilice ,Dinare, Troglava i Kamešnice), s Cetinom koja protječe kroz dugačku kotlinu čije dno čine Sinjsko, Vrličko, Hrvatačko i Cetinsko polje. Zbog specifičnosti geografskog položaja Sinja koji se nalazi u kotlini, a tek tridesetak kilometara od mora, klimatski se isprepleću umjereno kontinentalna i submediteranska klima.[49]

Za Cetinsku krajinu karakteristična je kontinentalna klima s značajkama vrućeg ljeta, čestim lokalnim pljuskovima, te oštre i hladne zime. Sinj je jedan od najhladnijih, a ljeti najtoplijih gradova u županiji zbog toga što se grad nalazi u kotlini. Olakšanje u vrućim i sušnim ljetnim danima donose svježe noći kojima pridonosi blizina planinskih masiva. Oborine su znatnije u zimskom dijelu godine, kad se temperatura može spustiti vrlo nisko. Glavno obilježje klime nekog područja predstavljaju temperatura i oborine.

Najtopliji mjesec u godini na ovom području je srpanj sa srednjom temperaturom zraka od 22,4°C, dok je najhladniji mjesec u godini na tom području je siječanj sa srednjom temperaturom zraka od 3,9°C. Najviša maksimalna temperatura zraka izmjerena je u mjesecu srpnju (38,4°C), dok je najniža vrijednost apsolutne minimalne temperature zraka od -24,2°C zabilježena u veljači. Razdoblje u kojem je vrijednost srednje temperature zraka veće od 10°C nastupa 5. travnja i traje do 3. studenog (ukupno 213 dana). Najveće količine padalina su u posljednja četiri mjeseca u godini, a najviše u prosincu. Jesen i zima su najobilniji oborinama, dok je ljeto s najmanje oborina. Na području Cetinske krajine prevladavaju vjetrove sjevernog i sjeveroistočnog smjera te južnog i jugoistočnog smjera.

Najveći broj sati sijanja sunca je u mjesecima srpnju i kolovozu, a najmanji u prosincu. U srpnju sunce sija prosječno 327 sati ili 10,5 sati dnevno, dok je broj sati sijanja sunca u prosincu samo 72, što znači da dnevno sija samo 2,3 sata. Godišnji broj sati sijanja sunca

[49] Turistička zajednica grada Sinja http://www.visitsinj.com/hr/Sinj/17/klima) (11.06.2018)

iznosi 2268, a dnevni je prosjek 6,2 sata. Broj sati sijanja sunca u vegetacijskom razdoblju iznosi 1544. [50]

4.2. Prometna infrastruktura

Cestovni promet je glavna poveznica cijele krajine sa ostatkom županije i drugih regija zemlje. Mnogo veću važnost je cestovna infrastruktura imala prije izgradnje autoceste „Dalmatina“ jer su upravo prije gradnje tog velikog i za turizam RH važnog projekta, kroz ovaj grad prolazili glavni turistički i gospodarski prijevozнички tokovi prema Jadranu. Kroz Sinj prolazi državna cesta D1 koja je spajala sjeverne dijelove zemlje sa Dalmacijom, srednjom i južnom. Danas, nakon izgradnje autoceste koja je zaobišla ovaj dio, cestovni promet je uglavnom u funkciji transporta robe, a manje u funkciji turizma. Cestovni promet u ovom području je na nezadovoljavajućoj razini. Iako prometna infrastruktura Cetinske krajine nije više u funkciji turizma kao što je nekad bila to je značajno olakšalo prometovanje na ovom dijelu no i dalje je ostao problem prometovanja. Razlog tog problema je što se cijeli promet odvija ovom važnom prometnicom, sve lokalne i županijske ceste su povezane i usmjerene prema D1. Danas, nakon izgradnje autoceste je stanje promijenjeno, uz veći osjet prometa u sezoni (ljeti) te kroz jutro kada mnogi transportni prometnici zbog izbjegavanja troškova cestarine za autocestu prolaze kroz grad. Prostor Cetinske krajine predstavlja kontaktno područje metropolitanskog prostora Splita te je položen na važnoj transverzalnoj okosnici razvoja koja spaja unutrašnjost s morem, što uvjetuje otvorenost i povezanost područja. Gradovi na ovom području također imaju problema s prometom u mirovanju. Nedostatak parkirališnih mjesta stvara probleme kako stanovništvu i objektima koji posluju na tom području, tako i turistima.

Ostale vrste prometa nisu razvijene i većina se prometa odvija cestama. Može se navesti zračno pristanište Sinj pod nazivom „Hipodrom Sinj” koji uglavnom danas služi za prihvat manjih zrakoplova. Ovo zračno pristanište nije u mogućnosti za primanje putničkih zrakoplova. Iako se područje nalazi uz rijeku Cetinu, zbog brzog toka rijeke nije moguć riječni promet. U ljetnim mjesecima može se vidjeti tek rekreacijska vožnja kanuima i kajacima.

[50] Službene stranice grada Sinja, Prostorni plan http://www.sinj.hr/Portals/12/Prostorni%20plan/Plan.pdf (11.06.2018)

4.3. Stanovništvo

Prema popisu stanovnika iz 2011. godine na području Cetinske krajine živjelo je ukupno 48.349 stanovnika što je 3.083 manje nego 2001. godine, što predstavlja pad od 6 posto. U središtu Cetinske krajine, gradu Sinju, prema popisu stanovnika iz 2011. godine živjelo je 24.832 stanovnika, što je 2,1 posto ili 541 manje u odnosu na popis stanovništva iz 2001 godine kad je iznosio 25.723 stanovnika. Broj stanovnika drugog po veličini naselja u Cetinskoj krajini, Grada Trilja, smanjio se za čak 12,8 posto. Triljana je 2001. bilo 10.799, a 2011 godine je 9.417 ili 1.382 manje. Kada je riječ o Cetinskoj krajini, najveću stopu pada stanovnika u proteklom desetljeću bilježi Vrlika, 2011 godine ima 2.159 stanovnika što je u odnosu na 2.705 iz posljednjeg popisa, 564 stanovnika manje. Broj Vrličana smanjio se za 20,1 posto, odnosno za više od petine. Veliki pad, po stopi od 11,2 posto, bilježi i Općina Hrvace. U toj općini 2011. godine živi 3.653 stanovnik, 463 manje u odnosu na 4.116 koliko ih je zabilježeno u popisu iz 2001. Općina Otok je 2001. brojila 5.782 stanovnika, a prema novom popisu Otočana je 5.468. Smanjenjem za 314 stanovnika, odnosno stopom od 5,4 posto, Otok se uklopio u trend smanjenja broja stanovnika Cetinske krajine. U Cetinskom kraju postoji i općina koja je u posljednjem desetljeću zabilježila porast stanovnika. Općina Dicmo po popisu stanovništva iz 2011. godine bilježi stopu rasta stanovništva od 6,1 posto. Tako Dicmanjana 2011. godine ima 2.820 ili za 163 više nego prije deset godina.[51]

Tablica 4: Broj stanovnika u Cetinskoj krajini

Broj stanovnika u Cetinskoj krajini			
Općina	**1991. godina**	**2001. godina**	**2011. godina**
Sinj	**25.985**	**25.723**	**24.832**
Trilj	**13.894**	**10.799**	**9.417**
Vrlika	**5.621**	**2.705**	**2.159**
Dicmo	**2.840**	**2.657**	**2.820**
Hrvace	**5.296**	**4.116**	**3.653**
Otok	**6.574**	**5.782**	**5.468**
UKUPNO	**60.210**	**51.782**	**48.349**

Izvor: Državni zavod za statistiku

[51] http://www.ferata.hr/arhiva/teme/3036-cetinska-krajina-ispod-50-tisua (11.06.2018)

Kao što možemo vidjeti u tablici 4. broj stanovnika se mijenjao u posljednja tri popisa stanovništva. Prema popisu stanovništva iz 1991. godine najveći je broj stanovnika u cijeloj Cetinskoj krajini, te iznosi 60.210, te je i broj stanovnika u gradovima i općinama najveći. Zbog ratnih zbivanja devedesetih godina broj stanovnika u 2001. godine se smanjio u odnosu na prethodni popis iz 1991. godine. Najveću promjenu u broju stanovnika bilježi Vrlika, koja bilježi najveće posljedice rata u Cetinskoj krajini, broj se prepolovio, a u cijelosti broj stanovnika u Cetinskoj krajini je smanjen za 8, 428 stanovnika, odnosno 14 posto. Nadalje, prema popisu stanovnika iz 2011. godine, vidljiv je nastavljen trend demografskog pada, rast bilježi samo općina Dicmo.

Što se tiče spolne strukture, prema popisu iz 2001. godine na prostoru Cetinske krajine registrirano je ukupno 25.665 osoba ženskog spola, odnosno 25.767 osoba muškog spola što govori o relativno ujednačenoj spolnoj strukturi. Prema popisu iz 2011. godine registrirano je 23.929 osoba ženskog spola, odnosno 24.076 osoba muškog spola, gdje je također riječ o ujednačenoj spolnoj strukturi.

Nacionalna struktura stanovništva u Cetinskoj krajini varira po općinama.

Tablica 5: Nacionalna struktura stanovništva općina Cetinske krajine po popisu 2001.godine

Općine	UKUPNO	HRVATI	SRBI	ALBANICI	BOŠNJACI	OSTALI
Sinj	25.373	24.970	174	33	1	229
Trilj	10.799	10.659	45	0	8	95
Vrlika	2.705	2.487	110	2	0	108
Dicmo	2.657	2.537	64	0	0	56
Hrvace	4.116	3.997	83	0	0	36
Otok	5.782	5.761	-	0	0	21
UKUPNO	**51.432**	**50.411**	**476**	**35**	**9**	**545**

Izvor: Državni zavod za statistiku

Tablica 6: Nacionalna struktura stanovništva općina Cetinske krajine po popisu 2011.godine

Općine	UKUPNO	HRVATI	SRBI	ALBANCI	BOŠNJACI	OSTALI
Sinj	24.826	24.548	140	31	7	138
Trilj	9.109	9.036	24	0	5	49
Vrlika	2.177	2.030	115	0	0	32
Dicmo	2.802	2.737	57	0	2	8
Hrvace	3.617	3.553	53	0	0	11
Otok	5.474	5.453	3	1	1	18
UKUPNO	48.005	47.357	392	32	15	256

Izvor: Državni zavod za statistiku

U tablicama je prikazana nacionalna struktura stanovništva u općinama Cetinske krajine. Nacionalnosti navedene u tablici su najzastupljenije u podacima državnog zavoda za statistiku. Vidljivo je kako je srpsko stanovništvo zastupljenije u zapadnom dijelu Cetinske krajine, ponajviše u Vrlici. Međutim, hrvatsko stanovništvo dominira na cijelom prostoru. Svakako moramo primijetiti da se ukupan broj Srba smanjio u 2011. godini u odnosu na 2001. godinu a broj ostali narodnosti povećao.

4.4. Gospodarstvo

Cetinska krajina je u posljednjih 40 godina imala relativno jaku industriju u kojoj su nositelji bili „Dalmatinka“ - Sinj i „Cetinka“ - Trilj uz niz manjih proizvodnih jedinica: „Konfekcija“, „Naprijed“, „Sadra“, „Autoprijevoz“, „Trnovača“, „Čilaš“, „Ciglana“, „IGP Sinj“... te jaku proizvodnju električne energije „Peruča“ i „Orlovac“. Danas posluje samo „Naprijed“ i proizvodnja električne energije. Nakon Domovinskog rata industrija na području Cetinske krajine se gasila, jasno da su tome pridonijela ratna razaranja koja su potresla to područje, no također privatizacija je znatno pridonijela kraju jake industrije na području Cetinske krajine.
Dalmatinka je nekada činila osnovu gospodarskog života Sinja i bila je jedan od temelja modernizacije Cetinske krajine. Dalmatinka je osnovana 1951.godine i bila je jedan od najvećih proizvođača visoko kvalitetnih prediva i konca u ovom dijelu Europe i zapošljavala je preko 2 000 radnika koji su većinom bili cetinjani. Raspadom Jugoslavije izgubila je veliki dio tržišta, te je nakon tranzicijskih procesa, privatizacije i stečaja, smanjenjem broja

zaposlenih i povećavanjem gubitaka, 2009. godine zatvorena. Dalmatinka je na svom vrhuncu zapošljavala oko 3 000 ljudi zbog čega su je u žargonu nazivali hraniteljicom.[52]

U prijeratnom razdoblju popriličan broj stanovnika radio je u tvornici Cetinka koja se nalazi u Trilju koja se bavila proizvodnjom plastičnih proizvoda, a tijekom rata je proizvodila ručne bombe. No nedugo poslije rata je zatvorena. Ista sudbina zadesila je i druge tvornice. Poljoprivreda na poljima Cetinske krajine odvija za zadovoljavanje vlastitih potreba premda je veći dio posjeda neiskorišten i neobrađen. Danas gospodarstvo u Cetinskoj krajini se znatno udaljilo od onog iz prošlosti. Usmjereno je sve više na ugostiteljstvo i turizam. Grad Sinj je poznat po mnogobrojnim kafićima, radi se o 100 kafića što je veliki broj obzirom na broj stanovnika i samu površinu grada. Turizam svoj vrhunac doživljava u Danima Alke i Velike Gospe. Značajno je spomenuti da je „Naprijed" tvornica koja i dalje uspješno radi i u pogonu broji 80-ak radnika. Od slavonskih vrhunskih trupaca radi namještaj za kojim vlada veliki interes.

Gospodarska zona Kukuzovac je projekt grada Sinja. Gospodarska zona Kukuzovac je poduzetnička zona uglavnom proizvodnog karaktera s primarnim ciljem ostvarenja gospodarskog razvoja Grada Sinja i Splitsko-dalmatinske županije u cjelini, a sve u svrhu otvaranja novih radnih mjesta. Ukupne površine 156 ha u vlasništvu Grada Sinja. Zona udaljena oko 10 km od čvora Dugopolje na autocesti Zagreb – Split i to u pravcu Sinja.[53] U rujnu 2003. god je osnovan „Poduzetnički centar Sinj" koji uz programe potpore Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodnog gospodarstva potiče male gospodarstvenike, a glavna namjena je poticanje ruralnog razvitka.

Na području grada Trilja i triljske općine također je usmjereno na razvoj ugostiteljstva i turizma. U samom centru grada Trilja nalazi se više desetaka kafića, nekoliko restorana te hotel Sv. Mihovil. No gospodarska zona Čaporice glavni pokretač gospodarstva na tom području, proizvodno-poslovna zona Čaporice nadomak Trilja ukupne površine 25,65 hektara. Na području Vrlike značajna je punionica vode Cetina i naravno HE Peruća.

Hrvace uz razvijenu mesno prerađivačku industriju, razvoj baziraju na građevinarstvu te poljoprivredi za vlastite potrebe. Seosko gospodarstvo „Panj" u novije vrijeme privlači sve više posjetitelja kojima uz domaće delicije nudi i jahanje konja.

[52] http://www.h-alter.org/vijesti/dalmatinka-sinj (15.06.2018)
[53] http://www.gzk.hr/Onama/tabid/1859/language/hr-HR/Default.aspx (15.06.2018)

U općini Dicmo najvažnija investicija u posljednje vrijeme je uspostava gospodarske zone Sičane. Od postrojenja značajno je istaknuti kamenolom.

U općini Otok gospodarski najznačajniji je HE Orlovac. Cetinska krajina je jedno od najbogatijih izvora najkvalitetnije pitke vode. Napokon je u pripremi i jedna punionica u Rudi.

4.5. Turističko kretanje na području Cetinske krajine

Turistička potražnja određene destinacije se upravo promatra kroz ukupan broj dolazaka i noćenja, ali i kroz spremnost turista na potrošnju u određenom vremenskom trenutku. Kako bismo mogli uvidjeti kretanja u turističkoj potražnji gradova i općina Cetinske krajine, analizirat će se statistički podaci iz posljednje 3 godine. Pri tome se promatraju broj dolazaka i broj noćenja ostvaren u razdoblju od 2015. do 2017. godine.

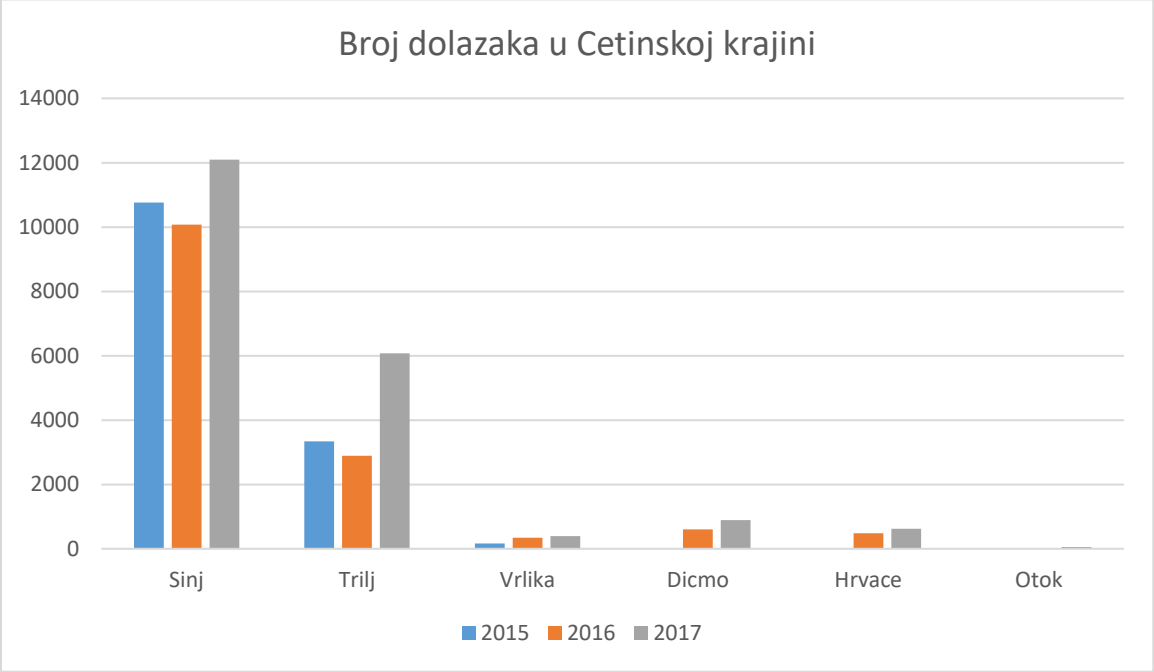
Tablica 7. Dolasci u Cetinskoj krajini u razdoblju od 2015-2017. god

Destinacija	Dolasci 2015			Dolasci 2016			Dolasci 2017		
	Domaći	STRANI	UKUPNO	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
Sinj	4768	5995	10763	4436	5638	10074	4765	7329	12094
Trilj	2045	1292	3337	1384	1509	2893	2030	4050	6080
Vrlika	44	116	160	123	225	348	160	229	389
Dicmo	-	-	-	192	409	601	172	720	892
Hrvace	-	-	-	170	312	482	283	342	625
Otok	-	-	-	0	23	23	0	52	52
Ukupno	6857	7447	14260	6305	8116	14421	7410	12722	20132

Izvor : eVisitor

Iz tablice 7. je vidljiv kretanje dolazaka turista kako stranih tako i domaćih. Za 2015. godinu nema podataka za općine Dicmo, Hrvace i Otok, evidencija je počela 2016. godine. Kao što možemo vidjeti broj dolazaka je rastao u odnosu na 2015. godinu u svim mjestima u Cetinskoj krajini. Sinj kao središte Cetinske krajine ima najviše dolazaka. 2017. godine ima najviše dolazaka što ukazuje na tendenciju rasta iako se broj smanjio 2016. u odnosu na 2015. godinu za 689 dolazaka odnosno 6,4 %, a u odnosu na 2017. godinu porastao za 2020 dolazaka odnosno za 20,05 %. Ista situacija i za grad Trilj broj dolazaka se smanjio 2016. u odnosu na 2015. godinu smanjio za 13,3% ali je porastao u 2017. u odnosu na 2016. godinu za % za 110,16 %. Grad Vrlika je ostvarila porast dolazaka za 11,78% u 2017. u odnosu na

2016. godinu. Općina Hrvace, Dicmo i Otok također bilježe rast dolazaka u 2017. u odnosu na 2016. godinu, Općina Hrvace 29,67 %, općina Dicmo za 126.09 % i općina Hrvace . Broj dolazaka je rastao iz godine u godinu. Udio stranih dolazaka je također rastao. 2015. godine udio domaćih posjetitelja je bio 48 %, a stranih 52 %, 2016. godine domaćih 43,72 % a stranih 56,28 % dok je 2017.god 36,81% domaćih posjetitelja i 63,19 % stranih posjetitelja.



Grafički prikaz 2. Broj dolazaka u Cetinsku krajinu u razdoblju od 2015. – 2017. god

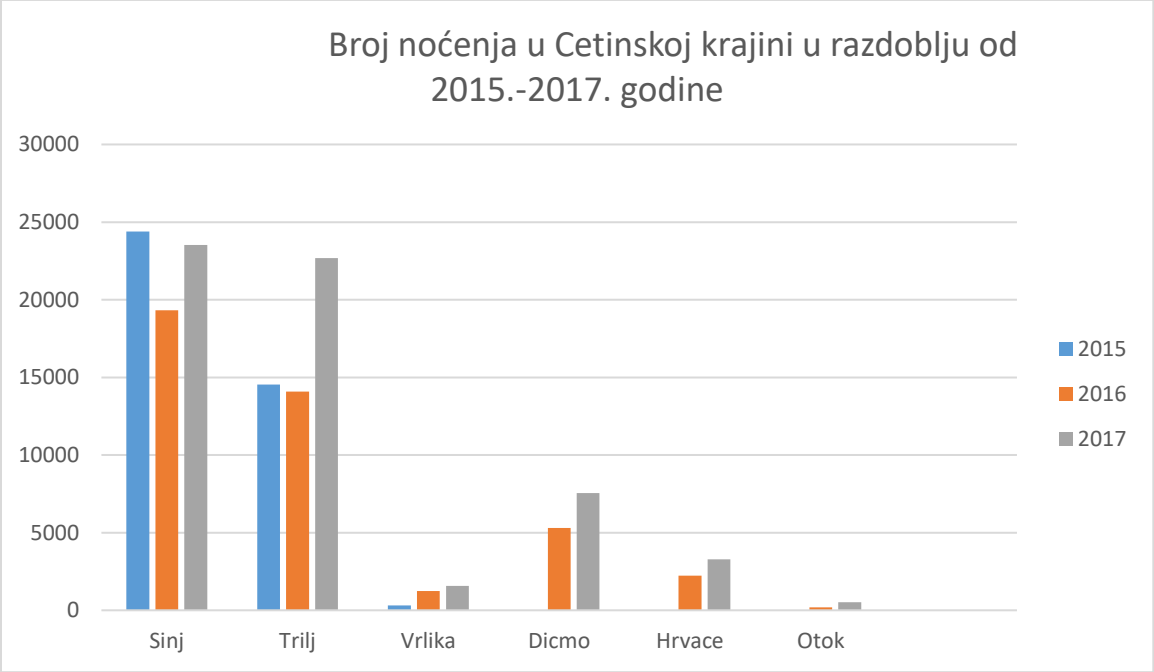
Izvor: eVisitor

Tablica 8. Noćenja u Cetinskoj krajini u razdoblju od 2015-2017. god

Destinacija	Noćenja 2015			Noćenja 2016			Noćenja 2017		
	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
Sinj	11922	12465	24387	10272	9058	19330	12630	10898	23528
Trilj	7084	7449	14533	3573	10509	14082	7002	15672	22674
Vrlika	78	244	322	342	908	1250	596	976	1572
Dicmo				1373	3922	5295	1054	6497	7551
Hrvace				415	1814	2229	880	2406	3286
Otok				0	191	191	0	510	510
Ukupno	19084	20158	39242	15975	26402	42377	22162	36959	59121

Izvor : eVisitor

Kao što smo vidjeli u tablici broja dolazaka i broj noćenja je rastao u svim krajevima osim u Sinju i Trilju 2016. godinu u odnosu na 2015. godinu. Broj noćenja u Sinju 2016. godine se smanjio za 20,74 % a porastao u 2017. godini za 21, 72 %. U Trilju broj noćenja u 2016. u odnosu na 2015. godinu se smanjio za 3,1 % a u 2017. godini za 61 %. U Vrlici broj noćenja raste iz godine u godinu, 2016. godine u odnosu na 2015. godinu bilježi porast od 288.2% i 25,85% u 2017. godini u odnosu na 2016. godinu. Sve tri općine su ostvarile porast, Dicmo za 42,61 %, Hrvace za 47,42 % i Otok porast od 167 %.



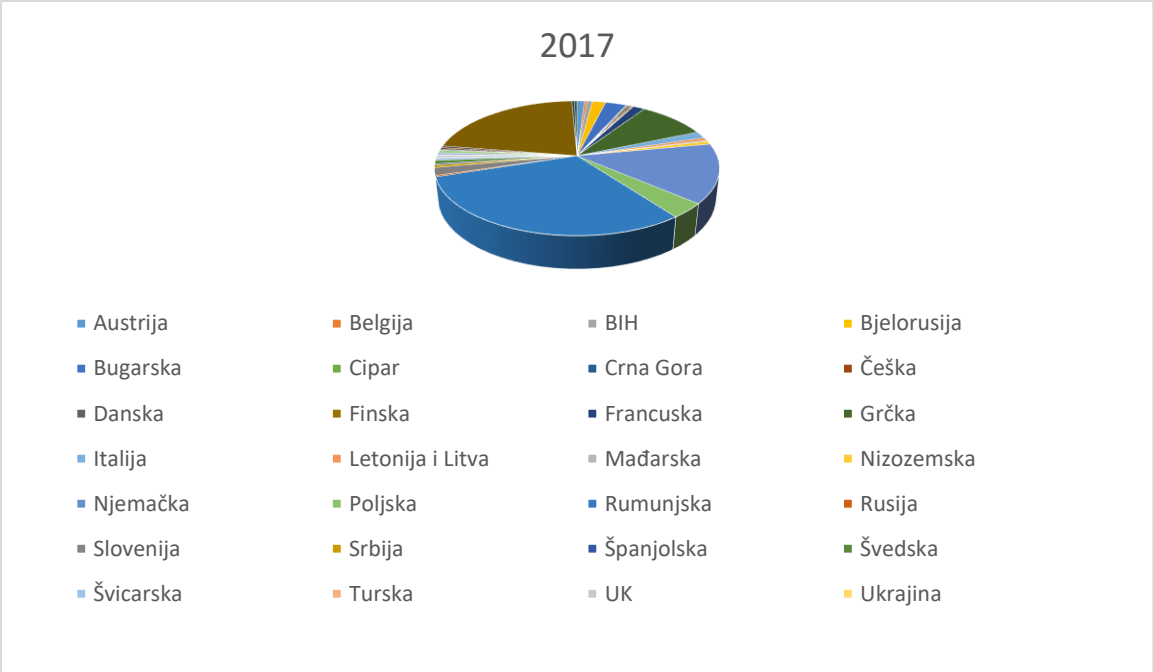
Grafički prikaz 3. Broj noćenja u Cetinsku krajinu u razdoblju od 2015. – 2017. god

Izvor: eVisitor

Tablica 9: Turisti i noćenja po zemljama iz kojih dolaze

Grad SINJ	2017		2016	
	Turisti	Noćenja	Turisti	Noćenja
	12094	**23528**	**10074**	**19330**
Hrvatska	4765	12630	4436	10272
Strane zemlje	7329	10898	5638	9058
Austrija	74	155	63	345
Belgija	25	67	11	23
BIH	55	69	42	58
Bjelorusija	131	131	198	198
Bugarska	207	421	55	802
Cipar	12	12		
Crna Gora	15	17	5	11
Češka	22	34	60	83
Danska	18	69	7	39
Finska	10	16	10	71
Francuska	116	211	91	229
Grčka	679	679	556	610
Italija	121	339	91	169
Letonija i Litva	51	71		
Mađarska	21	50	9	9
Nizozemska	56	319	13	106
Njemačka	1040	2803	976	2420
Poljska	259	300	288	288
Rumunjska	2217	2292	1804	1889
Rusija	23	29	2	2
Slovenija	135	286	49	77
Srbija	42	52	21	24
Španjolska	23	23	2	2
Švedska	58	241	17	67
Švicarska	41	96	31	51
Turska	10	14	34	34
UK	40	114	42	147
Ukrajina	10	28	2	2
Ostale europske zemlje	33	52	19	23
Sjeverna Amerika	53	79	66	144
Južna i srednja Amerika	17	26	14	14
Izrael	28	30	4	4
Kina	33	35	121	121
Koreja	1598	1603	813	813
Ostale azijske zemlje	25	33	62	63
Australija i Novi Zeland	25	83	23	73

Izvor: Statistička analiza turističkog prometa 2017., TZ Splitsko Dalmatinske županije



Grafički prilaz 4. Turisti po zemljama iz kojih dolaze

Izvor: Statistička analiza turističkog prometa 2017., TZ Splitsko Dalmatinske županije

Kao što je vidljivo iz tablice i na grafičkom prikazu 4., najviše dolazaka u Cetinsku krajinu ostvarili su gosti iz Rumunjske s 2217 dolazaka i 2292 noćenja, 22,9 % više dolazaka i 21,33 % dolazaka, slijede ih gosti iz Koreje, čak 1598 dolazaka i 1603 noćenja u 2017. godini što je porast od 96.5 % u dolascima u odnosu na 2016. godinu i 97,17 % u ostvarenim noćenjima. Najviše noćenja su ostvarili gosti iz Njemačke, 2803 dolaska u 2017. odnosno 2420 u 2016. godini. Najveći pomak je vidljiv u dolascima gostiju iz Baltičkih država, u 2016. nije ostvaren ni jedan dolazak dok je u 2017. godini ostvaren 51 dolazak i 71 noćenje, također broj dolazaka gostiju iz Rusije i Španjolske je porastao s 2 na 23. Iako je trend dolazaka i noćenja u rastu neke države su ostvarile pad u dolasku. Najznačajniji pad je vidljiv u dolasku gostiju iz Kine s 121 na 33 dolaska, Bjelorusije 198 na 131 te dolasci gostiju iz Češke s 60 na 22 i Turske s 34 na 10. U noćenjima najveći pad bilježi Kina a slijede je Ujedinjeno Kraljevstvo.

Tablica 10. Turisti i noćenja po zemljama iz kojih dolaze

Grad TRILJ	2017		2016	
	Turisti	**Noćenja**	**Turisti**	**Noćenja**
	6080	**22674**	**2893**	**14082**
Hrvatska	2030	7002	1384	3573
Strane zemlje	4050	15672	1509	10509
Austrija	80	390	57	648
Belgija	40	305	44	298
BIH	43	411	46	286
Bugarska	9	101		
Crna Gora	7	13	6	6
Češka	26	98	13	20
Danska	71	659	47	460
Finska	25	159		
Francuska	124	875	84	250
Grčka	45	62	2	2
Irska	11	49	5	11
Italija	92	258	58	205
Kosovo	8	17	13	62
Letonija i Litva	3	33	11	46
Mađarska	51	119	11	17
Nizozemska	111	801	30	256
Norveška	28	213	14	146
Njemačka	504	4541	340	3080
Poljska	526	2872	110	1235
Portugal	15	107	10	209
Rumunjska	6	102	147	1030
Slovenija	44	76	60	79
Srbija	30	70	20	23
Španjolska	7	35	9	18
Švedska	75	634	26	177
Švicarska	12	12	28	254
Turska	12	94	4	28
UK	71	465	254	1775
Ostale europske zemlje	6	10	27	76
Sjeverna Amerika	43	93	10	52
Južna i srednja Amerika	9	16	2	9
Koreja	1898	1899		
Ostale azijske zemlje	8	10	10	10
Australija i Novi Zeland	10	73	9	39

Izvor: Statistička analiza turističkog prometa 2017., TZ Splitsko Dalmatinske županije

Kao i u Sinju i u Trilju je ostvaren porast noćenja i dolazaka. Možemo reći da je najveći porast ostvaren od gostiju iz Koreje koji nisu posjetili ovaj grad u 2016. godini dok je njih 1898 posjetilo i noćilo u ovom gradu. Najviše noćenja su 2017. godini bilo je od turista iz Njemačke, čak 4541 i od strane 504 gosta što je 47, 44 % posto više noćenja nego u 2016. godini. Slijede ih Poljaci s 2872 noćenja i 526 dolazaka, što je 132,55 % posto više noćenja i 358, 18 % dolazaka nego 2016. godine. Osim posjetitelja iz Koreje koji nisu posjetili ovaj grad u 2016. godini u 2017. godini po prvi put su posjetili gosti iz Bugarske, njih 9 te boravili 101 noć, 25 iz Finske te 159 noćenja. Očigledan pad je vidljiv kod posjetitelja iz Ujedinjenog Kraljevstva koji su u 2016. godini imali 1775 noćenja i 254 dolaska dok u 2017. godini 465 noćenja i 71 dolazaka, što je u postotcima pad u noćenju od velikih 73,8 % i pad od 72 % u broju dolazaka. Također velik pad je dolazaka gostiju iz Rumunjske, čak 90 % manje noćenja, odnosno s 1030 na samo 102 noćenja.

S obzirom na receptivnu ponudu Cetinske krajine svakako možemo reći da su ovo dobri rezultati i da imaju tendenciju rasta kako u dolascima tako i u noćenjima. Problem se javlja u ograničenom smještaju koji ne može prihvatiti sve potencijalne goste. Ponuda se svakako povećala u posljednjih nekoliko godina, i dalje su samo dva hotela u Cetinskoj krajini te je jedan u izgradnji, otvaranje se očekuje u 2019. godini. Broj ležajeva se povećao zahvaljujući privatnom smještaju. Unatrag nekoliko godina nije postojala ponuda privatnog smještaja.

Na području grada Cetinske krajine u 2017. godini boravilo je 20132 gostiju u 2 hotela i 90 privatnih smještajnih objekata: apartmani, sobe i kuće za odmor, koji su ostvarili 59121 noćenje. Prema strukturi gostiju najveći broj noćenja ostvarili su strani gosti. Najviše noćenja ostvarili su Nijemci, slijede Rumunji, zatim Korejci, Grci, Poljaci te Francuzi, Belgijanci, Austrijanci, Nizozemci, Norvežani. Iz navedenih podataka razvidno je da gosti na području grada borave u prosjeku dva dana, dok u kućama za odmor na području grada Sinja, općina Dicmo, Hrvace i Otok u destinaciji ostaju u prosjeku šest dana. Ovi podatci govore o razvoju ruralnog turizma, ali i mijenjanju navika gostiju koji sve više žele istražiti destinaciju u koju dolaze, upoznati se s njenom tradicijom i svime što ona može pružiti.

4.6. Selektivni oblici turizma na području Cetinske krajine

Položaj, geografsko-morfološka konfiguracija, odlični klimatološki uvjeti, biološka raznolikost te bogata kulturna baština Cetinske krajine odličan su preduvjet za razvoj

selektivnih oblika turizma. Dalmacija je iz godine u godinu jedna od najposjećenijih regija u Hrvatskoj. U skladu sa suvremenim trendovima prilagođava se tržište, udaljavanje od kupališnog turizma i usmjeravanje na unutrašnjost i aktivni odmor. Selektivni oblici turizma razvijaju se u svim krajevima Hrvatska pa tako i na području Cetinske krajine. Prirodni i kulturni resursi Cetinske krajine nemjerljiv su potencijal za ovaj dio Dalmacije, posebno iz razloga jer nisu ovisni o moru i suncu. Taj potencijal prepoznat je i na nacionalnoj razini. Hrvatska turistička zajednica u strategiji razvoja turizma RH 2014.-2020.god odlučila je podupirati razvoj ponude destinacija u razdoblju pred i posezone (PPS) . Upravo iz ranije navedenih kvaliteta Cetinske krajine, uz potporu Turističke zajednice Splitsko – dalmatinske županije, pod zajedničkim nazivom "Dalmatinska zagora – splitsko zaleđe", postale su jedna od PPS destinacija u pilot projektu HTZ-a za posezonu 2014. godine. Stoga zbog atraktivnosti destinacije u kontekstu kulturno-povijesnih, vjerskih, sportsko-rekreacijskih i ruralnih potencijala, turizam Cetinske krajine vrijedi sagledati iz svih njegovih dimenzija.

4.6.1. Kulturni turizam

Pojam kulturnog turizma sjedinjuje u sebi pojmove kulture i turizma. Ako se ta dva pojma pokušaju zamisliti u nekom kontekstu, na prvi se pogled čini da su vrlo blisko vezani i da se vrlo dobro upotpunjuju. Ne postoji jedinstvena, specifična definicija kulturnog turizma jer stručnjaci koji se njime bave uzimaju u obzir ono što se zasniva na njihovu vlastitom proizvodu i resursima s kojima rade. Jedna od čestih definicija kulturnog turizma koje nalazimo u literaturi jest sljedeća: 'Kulturni turizam označava kretanje ljudi uzrokovano kulturnim atrakcijama izvan njihova mjesta stanovanja s namjerom prikupljanja novih informacija i iskustava kako bi zadovoljili svoje kulturne potrebe'.[54]

Kad smo definirali kulturni turizam i motive kretanja posjetitelja, obratiti ćemo pažnju na kulturne resurse Cetinske krajine. Proučavajući povijest Cetinske krajine, može se uočiti kako su kroz različita povijesna razdoblja na ovim prostorima obitavale različite kulturne, društvene zajednice i narodi. Kultura je jedan od glavnih motiva turista za posjet neke destinacije, pa tako i područje Cetinske krajine.

Od materijalne kulturne baštine postoje brojni ostatci na ovim prostorima za koje se mož reći da su motivi dolaska turista.

[54]Richards, G. (1999): European Cultural Tourism: Patterns and Prospects, Boekman Foundation/Ministry of Education, Culture and Science, Amsterdam, str. 17

Za vrijeme antike, Rimskog gospodarenja Cetinskim krajem, Rimljani su osnovali nekoliko naselja (vjerojatno na ilirskim temeljima) i povezali ih cestama. Za sobom su ostavili obilje arheoloških nalaza na svima naseljenim lokalitetima, a to se posebno odnosi na Trilj i Gardu s mnoštvom epigrafičkih spomenika, nadgrobnih stela, ostacima antičkog vodovoda, tornja za dizanje vode itd.; te Čitluk (Aequum) gdje su otkopani ostaci gradskog bedema, kanalizacije, trga, kula, gradske nekropole i izvađene skulpture božica Rome, Fortune, Hekate (Dijane) i Heraklova glava.[55]

Rimski legijski logor Tilurij (Tilurium) smješten na području današnjeg sela Garduna ističe se kao vrijedno arheološko nalazište. Tilurij ima izuzetno povoljan položaj koji je rimska vojska iskoristila za izgradnju svojeg logora. U Tiluriju je boravila VII legija do sredine 1. st. a kao važno strateško uporište logor je služio za manje vojne postrojbe do kraja 4. st. U kamene kuće Garduna još uvijek su uzidani spomenici iz rimskog vremena.[56]



Slika 2. Tilurij (Izvor : http://apoliticni.hr/dva-desetljeca-arheoloskih-istrazivanja-tilurija/)

Nutjak, povijesni grad kod Trilja. Stanovnici Trilja i Garduna je jednostavno zovu "Kuletina". Smješten je na litici iznad desne obale rijeke, na povijesnoj međi između starohrvatske županije Cetine i Poljica. Izgradio ga je krajem 15. stoljeća poljički knez Žarko Dražojević (1438. -1508.) radi zaštite krajeva zapadno od rijeke Cetine pred turskim prodorima. Djelomično je arheološki istražen, a njegovi ostaci su konzervirani.

[55] Milošević, A.,Arheološka topografija Cetine, Muzej hrvatskih arheoloških spomenika, Split, 1998.,str.56.
[56] http://www.premijerturist.hr/pages.asp?id=215



Slika 3. Utvrda Nutjak (Izvor : https://crovista.com/)

Čačvina je starohrvatska utvrda i jedan od važnijih utvrđenih punktova u unutrašnjosti Dalmacije u vremenu od kasne antike do 18.stoljeća. Smještena je na prirodnoj uzvisini-litici iznad istoimenog naselja u triljskom kraju. Među prikupljenim nalazima ističu se kasnoantički mramorni kapitel, kamene i metalne topničke kugle, ulomci kasno srednjovjekovnog keramičkog i staklenog posuđa, metalne alatke, vršci strijela, te koštani dijelovi samostrela.

Od srednjovjekovnih nalaza najvažnije su starohrvatske crkve i nekropole od kojih se posebno stiče crkva Sv. Spasa. Crkva Sv.Spasa jedna je od najstarijih i najbolje očuvanih spomenika ranosrednjovjekovnog sakralnog graditeljstva, a sagrađena je u 9.stoljeću. Vanjske zidove karakterizira raščlanjenje oblim potpornjacima tzv. Kontraforima. Takvi kontrafori nisu poznati u Europi onog vremena, što ovoj građevini daje izuzetnu spomeničku vrijednost. U crkvu se ulazilo ispod zvonika na pročelju koji je, nesumnjivo, najranije podignuti zvonik u razdoblju starohrvatske arhitekture. Crkva Sv. Spasa je 1965. Upisana u „Registar nepokretnih spomenika kulture“ pri Konzervatorskom zavodu za Dalmaciju u Splitu. Osim crkve istražena su 1 162 groba i tako je otkrivena jedna od najvećih nekropola u Hrvatskoj. Nalaza nije mnogo, tek u 198 grobova, manje negoli u drugim nekropolama. Najviše je pronađeno naušnica, i to raznih tipova. Nađeni su raznovrsni prstenovi, puceta, samo dvije željezne strijele i par ostruga s garniturom za zakopčavanje. Prilikom istraživanja crkve pronađeno je više arhitektonskih ulomaka i dijelova kamenog namještaja, urešenog pleterom.

Najvažniji je među njima ulomak grede s natpisom iz kojeg se doznaje da je crkva posvećena Kristu.[57]



Slika 4. Crkva Sv. Spasa (Izvor: https://visitvrlika.com/hr/)

Osim sakralnih građevina brojne su gradine, kule i razne utvrde na uzvišenim predjelima. Jedna od njih je i Glavaš-Dinarić. Glavaš je srednjovjekovna ruševna utvrda sjeveroistočno od Vrlike. Sagrađena je u 15. stoljeću kad se nazirala opasnost od turskih prodora, a mletačke karte iz 18. stoljeća bilježe ga pod nazivom Dinarić.

Gradine su uvijek ostaci nekadašnjih utvrda i nijemi svjedoci naše povijesti. Takva je i gradina - Vrlički Prozor. Tvrđava je sagrađena na prijelazu 14. u 15. stoljeće na teritoriju cetinskog kneza Ivaniša Nelipića. Prozor se spominje 1406. godine u darovnici Ladislava Napuljskog kojom taj hrvatsko-ugarski kralj daruje tvrđavu, vrličku župu te vlast nad plemićkim obiteljima Čubranića i Mišljenovića, bosanskom vojvodi i hercegu Hrvoju Vukčiću Hrvatiniću. Vrlička tvrđava se smjestila na strmoj stijeni odvojenoj od brda Kozjak. S nje pogled seže od podnožja Dinare i cetinskog izvora s jedne, do visova Kamešnice i Peručkog jezera s druge strane.[58]

Travnik je utvrda koja se nalazi 15 kilometara sjeverozapadno od Sinja, sagrađena je u 14. stoljeću, a prvi pisani spomen zabilježen je 1372. godine. Turci su je napali 1522. godine, ali su je uspjeli osvojiti tek kad su uspjeli zaustaviti dotok vode braniteljima.[59]

Jedan od najslikovitijih i najupečatljivijih simbola Sinja, smješten je u samoj gradskoj jezgri, nasuprot crkvi Čudotvorne Gospe Sinjske. Kamičak je utvrda, sagrađena 1712. godine na

[57] Petricioli, I., Crkva Sv. Spasa na vrelu Cetine, Starohrvatska prosvjeta, 1995., str.19-28
[58] https://visitvrlika.com/hr/sto-vidjeti/tvrdava-prozor (15.07.2018)
[59] http://www.visitsinj.com/hr/ (17.07.2018)

istoimenom brežuljku. Povezana je s pripadajućim kvartirom (vojarnom za konjicu) na jugozapadnoj strani, današnjim Alkarskim dvorima. Sadašnji izgled Kamičak je dobio 1890. godine kada je obzidan i pošumljen borovima. Na utvrdi se nalazi kula koja je služila kao promatračnica, a na njoj sat koji zvoni tri minute prije punoga sata i na puni sat otkucava točno vrijeme. Na vrhu kule je brončano zvono ukrašeno bogatim cvjetnim ornamentima, a ističu se četiri reljefa u krugu- Gospa sa djetetom u naručju, Mojsije, Raspeće i sv. Jure ubija zmaja. Na vrhu zvona je natpis „Od groma i zla vremena oslobodi nas Gospodine“. Naziv vjerojatno potječe od staroga narodnoga vjerovanja da zvonjava zvona ili pucanje mužara rastjeruju oblake i tuču.[60]



Slika 5. Utvrda Kamičak i Stari grad (Izvor : http://www.visitsinj.com/hr)

Stari Grad je bio utočište puku i vojnicima kod turskih najezdi. U središtu se nalazila crkva sv. Mihovila u koju su, na oltar sv. Barbare, franjevci iz Rame položili dragocjenu i čudotvornu sliku Gospe od Milosti koja je pomogla u čudesnoj obrani grada 1715. godine. Simbolizira zavjet, čvrsti savez i odanost koji Cetinjane stoljećima veže uz Majku Božju. U čast svojoj vječnoj nebeskoj zaštitnici, 2008. godine Sinjani na Gradu podižu brončani kip Gospe Sinjske, djelo akademskoga kipara Josipa Marinovića. Putem koji vodi od podnožja do crkve na tvrđavi smješteno je 14 postaja Križnoga puta. Svaka postaja rad je nekog od najpoznatijih hrvatskih umjetnika. Pod zaštitom je Ministarstva kulture Republike Hrvatske.

[60] http://www.visitsinj.com/hr/Vodic/42/kamicak (17.07.2018)

Alkarski dvori (Kvartiri) – sagrađeni su 1760. godine kao utvrda u obliku četverokuta s dva sklopa zgrada sa po dvije četverokutne kule te dva unutrašnja dvorišta odijeljena štalama. U kompleksu su se mogle smjestiti četiri satnije konjanika s konjima. Kroz povijest koristile su ih sve vojske koje su boravile na području Sinja, osobito francuska, početkom 19. stoljeća, te austrijska, kad su Kvartiri nadograđeni dvokatnom vojarnom za domobranstvo. Danas su Kvartiri potpuno arheološki istraženi i obnovljeni u okviru Alkarskih dvora.

Što se tiče spomenika značajno je spomenuti spomenik balunu. Nadgrobni spomenik sedmogodišnjeg rimskog dječaka Gaja Laberija koji u ruci drži kuglu ukrašenu mrežasto povezanim šesterokutima, simbol je prave kožnate lopte. Smatra se čvrstim dokazom da se prvi nogomet u Europi igrao baš u Cetinskoj krajini. Pronađen je na nalazištu Tilirium, na lokalitetu Gardun. Datira iz 2. stoljeća. Spomenik balunu se nalazi na pročelju kuće u Vrličkoj ulici u Sinju.



Slika 6. Gaj Liberije (Izvor: http://www.visitsinj.com/hr)

Fra Pavao Vučković – spomenik poznatom franjevcu rad je akademskog kipara Kuzme Kovačića. Povijest pamti fra Pavla kao predvoditelja ramskog puka i franjevca, koji su 1687. godine, bježeći pred Osmanlijama, praćeni zagovorom slike Gospe od Milosti, novi dom pronašli u Sinju i Cetinskoj krajini. Utemeljitelj je samostana i svetišta Čudotvorne Gospe Sinjske. [61]

Skulptura „Tri generacije“ predstavlja trojicu Sinjana, obučenih u sinjsku narodnu nošnju, koji na podignutim rukama drže alku. Smještena je u središte Gradskog parka.

[61] http://www.visitsinj.com/hr/ (17.07.2018)

U Cetinskoj krajini se vrijedni povijesni nalasci čuvaju u Muzeju Cetinske krajine i Arheološkoj zbirci franjevačkog samostana koja je jedna on najstarijih i najbogatijih u Hrvatskoj te u muzeju triljskog kraja te u novootvorenom Muzeju Sinjske Alke.
Muzej Cetinske Krajine utemeljen 1956. godine, središnje je mjesto istraživanja i prezentiranja bogate kulturno – povijesne baštine Cetinske krajine. Muzej obuhvaća arheološku, numizmatičku, kulturno – povijesnu, etnografsku i prirodoslovnu zbirku te zbirke oružja, fotografija i fotografskoga pribora, dokumenata, razglednica, plakata te umjetničku zbirku u kojoj su najzastupljeniji umjetnici iz Cetinske krajine. Arheološki izlošci predstavljeni su kronološkim slijedom od prapovijesti preko antike do srednjega vijeka i popraćeni su preglednim tekstovima, legendama, kartama, crtežima i fotografijama. Na otvorenom i u prizemlju muzeja izloženi su kameni spomenici različitih stilskih razdoblja. Osobito su značajni antički spomenici bogate arhitektonske dekoracije, žrtvenici posvećeni rimskim božanstvima te nadgrobne stele iz Raduše koje potječu iz 1. Smješten je u podnožju utvrde Kamičak.[62]

U Arheološkoj zbirci franjevačkog samostana se čuvaju i izlažu arheološka, numizmatička i etnografska zbirka te zbirka crkvenih predmeta. Sadašnji postav potječe iz 1982. g. Arheološka zbirka jedna je od najstarijih i najvrjednijih u Hrvatskoj. Predmeti koje sadržava uglavnom su slučajni nalazi iz okolice Sinja, posebno s lokaliteta Aequum, blizu sela Čitluk, koje su prikupili samostanski fratri. Začetnik zbirke je fra Ante Kostantin Matas. Najpoznatije djelo zbirke i ujedno djelo koje je potaklo osnivanje ove zbirke je Heraklova glava. Osim nje, vrijedni su rimski spomenici kip božice Hekate; donja polovica kipa imperatora, vjerojatno cara Klaudija I. Zbirka čuva i prapovijesne predmete kao što su brončani predmeti iz Kaljica te ulomci keramičkih posuda, kamenih noževa i strjelica. Osim navedenog, zbirka sadrži i veliki broj predmeta, nadgrobnih ploča, kipova s područja Garduna. S druge strane etnografska zbirka sadržava predmete vezane za narodni životi običaje sinjskoga kraja.[63]

Muzej Sinjske Alke Muzej je reprezentativni muzejski okvir koji svojim posjetiteljima, 365 dana u godini, predstavlja tradiciju i običaj koji se njeguje već 3 stoljeća. Svečano je otvoren 7. kolovoza 2015. godine u sam osvit proslave velike obljetnice. Muzej Sinjske alke svojim stalnim postavom doseže najviše muzejske standarde, prezentacijske i tehnološke, te tako staje uz bok ostalih vrhunskih muzeja u Republici Hrvatskoj pa i svijetu. Muzejski postav

[62] http://www.visitsinj.com/hr/Vodic/43/muzej-cetinske-krajine (17.07.2018)
[63] http://www.visitsinj.com/hr/Vodic/44/arheoloska-zbirka-franjevackog-samostana (17.07.2018)

uključuje mnoštvo odora, opremu i oružje sinjskih alkara te alkarske statute i pravilnike koje donosi u suvremenoj digitalnoj formi. Posebnu atrakciju postava predstavlja prikaz alkarske povorke načinjen od drveta u prirodnoj veličini. Posjetitelji prije ulaska u muzej mogu vidjeti rekonstrukcija bitke pod Sinjem iz 1715. Nikad dosad nije bilo moguće sve o Sinjskoj alci doživjeti u jednome prostoru, a upravo je to ono što Muzej Alke nudi. Muzej je nominiran za nagradu za najbolji europski muzej 2017.godine (European Museum of the year EMYA), a nagrada će se dodjeljivati u svibnju. U 2018. godini dobio je nagradu Europa Nostra, odnosno nagradu Europske Unije za kulturnu baštinu.



Slika 7. Povorka u muzeju Sinjske Alke (Izvor: http://www.visitsinj.com/hr)

Muzej triljskog kraja jedan je od najmlađih hrvatskih muzeja osnovan 1996. godine. Muzej je smješten u nekadašnjoj župnoj kući, koja je zahvaljujući nastojanjima Grada Trilja i Ministarstva kulture RH adaptirana za muzejske potrebe te od svibnja 2006. g. otvorena javnosti putem tematskih izložbi, radionica, predavanja i sličnih događanja. Svrha muzeja jest poticati lokalnu zajednicu u prepoznavanju, zaštiti i očuvanju kulturne i prirodne baštine, osvijestiti ulogu muzejske institucije u kreiranju kulturnog identiteta triljskoga kraja te prezentirati baštinu Trilja u zemlji i inozemstvu. U rujnu 2009. godine otvorena je tematska izložba Tilurij – rimski vojni logor koja čini integralni dio budućeg arheološkog postava. Izloţba prezentira rezultate dosadašnjih arheoloških istraživanja rimskog vojnog logora Tilurija u mjestu Gardun, koja sustavno od 1997. godine provodi Odsjek za arheologiju FF Sveučilišta u Zagrebu. Muzej razvija i edukativnu djelatnost kroz projekte muzejske pedagogije. U tom procesu iznimno je važna upravo sakupljačka uloga muzeja kroz koju je aktivirana i lokalna zajednica Trilja, konkretno u projektu prikupljanja etnografske građe s

konačnim ciljem formiranja etnografskog postava Muzeja. Od lokalnih stanovnika je prikupljeno oko 200 predmeta za budući etno postav.[64]

Osim muzeja, u Sinju postoje dvije galerije Sikirica i Galiotović.

Galerija Stipe Sikirice smjestila se u prostorima Alkarskih dvora. Nosi ime po akademskom kiparu Stipi Sikirici koji je svoj cjelokupni opus donirao gradu Sinju. Galerija u svom fundusu ima preko 500 umjetnikovih radova. Osim prezentiranja i valoriziranja umjetnikovog rada u galeriji se odvijaju razni projekti: koncerti, predavanja, promocije, tribine, projekcije filmova, edukativne radionice.

Galerija Galiotović smještena je u trokatnoj zgradi na Alkarskom trkalištu posebno adaptiranoj u tu svrhu. Na oko 400 m2 površine smještena su dva izložbena prostora i prostori opremljeni za razne radionice. Ime nosi po donatorici objekta gospođi Ivi Galiotović koja je svoju uštođevinu darovala za potrebe izgradnje. U prostorijama Galerije do sada je bilo preko pedeset izložbi, a izlagala su velika imena hrvatske likovne umjetnosti. Osim izložbi u Galeriji Galiotović održavaju se i koncerti klasične glazbe, organiziraju promocije, predavanja i drugi slični programi.

Osim materijalne kulturne baštine Cetinska krajina ima prepoznatljivu nematerijalnu kulturu i manifestacije. Svakako možemo reći da je najvažnija manifestacija ovog kraja Sinjska Alka o kojoj će se nešto više reći u nastavku.

Cetinska krajina, osim svoje bogate povijesti, kulture, tradicije i gastronomije, obiluje i jedinstvenim i vrijednim primjercima rada vještih zanatlija. Vrijednost takvih zanata, koji danas nažalost sve više padaju u zaborav, nije samo u izradi predmeta za svakodnevnu upotrebu. Važnije je što su se sva vrijedna znanja, prikupljana generacijama, prenosila s koljena na koljeno, obogaćivala i dorađivala i rasla među potomcima, stvarajući tako i obiteljsku i lokalnu tradiciju. Jedan od najpoznatijih zanata (i u europskim okvirima) svakako je izrada lula u Zelovu, koje se i danas izrađuju tehnikom i kalupima najstarijih majstora. Osim po izradi lula, majstori sa Zelova pokazuju zavidno znanje pri izradi drvenih svirala, a već početkom 20. stoljeća posvetili su i izradi dječjih igračaka. Drvene igračke izrađivali su muškarci, ručno, a gotovo svaki primjerak je unikatan. Posljednja obitelj koja se bavila izradom igračaka je obitelj Jakova Delaša. Njegovu tradiciju su nastavili sinovi, no nažalost, zbog nedostatka interesa, ostaju sačuvani samo muzejski primjerci.

[64] https://www.visittrilj.com/hr/ (18.07.2018)

Nekada je korisne glinene predmete u Potravlju proizvodilo gotovo svako kućanstvo, a riječ je, dakle, o bakrama, pekama, loncima, lončićima za držanje hrane, ćupovima za mast i med, posudama za vino i ulje, vazama za cvijeće, dječjim štedionicama. Takvi proizvodi, izrađeni temeljito i pomno, poznati su po svojoj kvaliteti i izdržljivosti. Izrađeni predmeti uglavnom su se prodavali na sajmovima u Sinju, Trilju, Splitu, Trogiru, Kaštelima, Solinu, Omišu, Imotskom, Makarskoj te na našim otocima – najviše za vrijeme turističke sezone.
Između ostalih, u Cetinskoj krajini cvala je izrada različitih predmeta neophodnih za svakodnevnu upotrebu u kućanstvu, poljoprivredi i ostalim životnim sferama. Tako su se na Gljevu i u Glavicama izrađivali opanci oputari. Kako je bilo mnogo više magaraca nego danas, gotovo svako selo je imalo svog meštra za samare (drveno sedlo za tovarne životinje). Na Biteliću su bili poznati majstori kovači. U Čaporicama su se izrađivale drvene bačve. U Otoku kod Sinja poznata je izrada cetinske lađe, koja je i nezaštićeno materijalno dobro Ministarstva kulture Republike Hrvatske. Lađe su izrađivane i u Bajagiću, no tehnika izrade se razlikuje od otočke. [65]

Ojkavica je najstarija vrsta pjevanja u Hrvatskoj. Prema riječima stručnjaka, ojkanje je ostatak predslavenskog balkanskog pjevanja s područja antičke Dalmacije (današnja Dalmacija, BiH i Crna Gora), kojega su Hrvati usvojili i sačuvali. UNESCO-ov Odbor za nematerijalnu kulturnu baštinu svijeta 2010. Godine. Za ojkanje je karakteristično potresanje glasom, posebnim načinom pjevanja „iz grla“. Ojkavicu izvodi jedan pjevač sam ili uz pratnju drugog glasa koji u trenutku potresanja leži na duljem pratećem tonu. Dvoglasno ojkanje, ojkavica pjeva se na prostoru između rijeke Krke i Cetine, u Vrlici, Kijevu, drniškom i šibenskom zaleđu. Ovaj način pjevanja donedavno je služio ljudima kao način svakodnevne komunikacije prilikom obavljanja raznih poslova ili putovanja konjskim karavanima, zabavama u dugim noćima uz komin (ognjište) te kao razbibriga čobana prilikom čuvanja blaga, tj. stoke. Ojkanje je opstalo zahvaljujući organiziranim skupinama lokalnih narodnih pjevača koji su tradiciju ojkanja prenosili pjevajući na seoskim svečanostima u Hrvatskoj, ali i diljem svijeta. Danas se ojkanje prenosi i naučava oralno u organiziranim folklornim društvima, ali i modernim audio i video medijima.[66]

[65] http://www.visitsinj.com/hr/Etno/7/narodni-obicaji (18.07.2018)
[66] https://visitvrlika.com/hr/o-nama/etno-kutak (17.07.2018)

Vrlička narodna nošnja spada u sam vrh nacionalnog etnografskog blaga u Hrvata. Ona nije samo najprepoznatljiviji segment cjelokupne etnografske baštine, već je ona dio povijesti. Prva tkalja je osnovni ornament preuzela iz starohrvatske kamene plastike koji je vještim prstima pretočila u ukras i tradiciji. I tako to traje stoljećima. Nižu se niti, slažu se boje, dugo u noć se tka i veze da bi se sve zajedno stopilo u neponovljivu nošnju muškarca i žene, djevojke i djece koja je neizostavni dio svih obreda i važnijih događanja kako crkvenih tako i svjetovnih. Vrlička je narodna nošnja uspjela izuzetno kvalitetno i dosljedno sačuvati stilske odlike srednjovjekovnog kulturnog inventara i tradicije. Po njenim mirnim, statičnim formama polikromni vez ispisuje gusti ornament vrlo sličan onom na kamenoj starohrvatskoj plastici, a omiljeni nakitni oblici gotovo su isti onima pronađenim u starom naselju Vrh Rike, pa se uistinu može potvrditi da je vrlička nošnja iznijela temeljne osobine starohrvatske kulturne baštine u novovjeku pučku tradiciju, očuvavši ih vitalnima sve do pred sam kraj drugog tisućljeća. [67]

Od davnine sve do današnjih dana u Vrlici se njeguje običaj da u Velikom tjednu grupa muškaraca pripadnika Bratovštine čuvara Kristova groba sudjeluje u obredima i ophodima Velikog petka, čuvajući Kristov grob, zbog čega se zovu grobari. Ovaj je običaj postao ne samo crkvena manifestacija već i povijesna i kulturna baština hrvatskog katoličkog puka vrličkog kraja. Ovdje je riječ o dubokom vjerskom osjećaju i predanosti čuvanja presvetog tijela Isusova u razdoblju od polaganja u grob do uskrsnuća. Čitav postupak čuvanja Kristova groba odvija se u strogom i ozbiljnom ozračju, u tradicionalnim narodnim nošnjama vrličkog kraja, s tradicionalnim oružjem kojim su Vrličani stoljećima branili svoj dom i svetu katoličku vjeru i njena načela. Kršni momci i snažni muževi uljepšavaju otajstvo muke i smrti, Uskrsa i pobjede. Svoju službu završavaju iza uskršnje mise kada pred crkvom plešu narodno kolo u znak pobjede uskrsloga Krista nad zlom i grijehom.[68]

[67] https://visitvrlika.com/hr/o-nama/etno-kutak (17.07.2018)
[68] Ibidem



Slika 8. Vrličko kolo u Vrličkim narodnim nošnjama (Izvor: https://visitvrlika.com/hr/)

Od nematerijalne baštine valja spomenuti Vrličko kolo koje je u studenom 2011. UNESCO uvrstio u svoj popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva. Izvodi se bez glazbe, iako mu vokalne ili instrumentalne izvedbe mogu prethoditi ili ga slijediti. Danas se najčešće izvodi prije crkvenih svetkovina ili na festivalima. U opernom djelu Ero s onoga svijeta je implementiran dio vrličkog kola, uglazbljen, prilagođen glazbenom djelu kojeg je dio.

Najvažnija i središnja kulturna manifestacija je Alka. Sinjska alka je vjekovno tradicionalno viteško konjaničko natjecanje u kojem jahači (alkari) na konju, u punom galopu, oko 3 metra dugačkim kopljem gađaju željeznu alku obješenu na konopu preko trkališta. Alka (od arap. halqua = kolut) ima dva koncentrična prstena spojena sa tri prečke: pogodak u srednji kolut nosi 3 punta (boda), u gornji pregradak 2, a u dva pregratka sa strana po 1. Pogodak u sridu oglašava se s glazbom i mačkulama, topovskim salvama s Kamička. Pobjednik je onaj koji skupi najviše bodova iz tri trke. Svake godine privuče sve veći broj posjetitelja. Dva dana prije Alke je Bara, a dan prije Čoja koje privuku ponajviše lokalno stanovništvo. Organizirana po uzoru na srednjovjekovne viteške turnire u slavu Gospe koja je, prema legendi, spasila grad i u spomen pobjede 700 sinjskih vitezova nad mnogobrojnijom turskom vojskom (60.000) koja je opsjedala Sinj 1715. godine svake prve nedjelje u kolovozu. Alkar mora biti Cetinjanin, imati oko sokolovo i čvrstu desnic. Koliko alkarsko nadmetanje toliko je impresivna i svečana povorka u kojoj su alkarski vojvoda s pobočnicima, harambaša i četa alkarskih momaka, buzdovandžija, vodiči Edeka (konj bez jahača s trofejnom opremom što je pripadala turskom vojskovođi serasker Mehmed-paši Čeliću), barjaktar s pobočnicima, i na

kraju alkarski alajčauš (zapovjednik alkarske čete koji i sam trči trku) – svi u autentičnim raskošnim viteškim odorama.[69]

Alka je nastala u vrijeme kad su u Europi postojale mnoge slične viteške igre. Sve su danas prepuštene zaboravu, samo je Sinjska alka 2010.godine, u osvit svoje tristote godišnjice, upisana na UNESCO Reprezentativnu listu nematerijalne baštine čovječanstva. Alka je simbol svake borbe za slobodu, za mir i ognjište, za vjeru i nadu. Ujedinjuje prošlost i budućnost, slavi čast i poštenje, običaje naših pradjedova, junaštvo i hrabrost.



Slika 9. Alkarski momci (Izvor: http://www.visitsinj.com/hr/)



Slika 10. Alkar kopljanik (Izvor: http://www.visitsinj.com/hr/)

Predstava Opsada Sinja se odvija na autentičnim lokacijama Staroga grada i sinjske varoši koje postaju otvorena pozornica. Prikazuju se događaji koji su prethodili slavnoj pobjedi nad

[69] http://www.visitsinj.com/hr (20.07.2018)

Osmanlijama 1715. Godine. Predstava se odvija, prema scenarijskom predlošku prof. Velimira Borkovića, u dva čina od kojih se prvi izvodi na Pijaci a drugi na Starom Gradu. Sam spektakl broji više od stotinu sudionika iz Sinjskoga pučkog kazališta, Udruge za očuvanje kulturne baštine, KUD-a Sinj, Kulturne udruge Marko Marulić, Baletnog studija HNK iz Splita te konjanika iz Viteškoga alkarskog društva. Događaj privlači lokalno stanovništvo i njihove goste koji dolaze iz okolnih gradova. Do sada je izvedena osam puta.[70]

Revijalna utakmica između Delmata i Rimljana osmišljena je oslanjanjem na povijesne činjenice povezane s nadgrobnim spomenikom Gaja Laberija. Utakmica je zapravo kazališna predstava komičnog karaktera, s pravilima igre koja su izmišljena i u duhu antičkog vremena. Glavni glumci su car Dioklecijan i carica Priska sa svojim savjetnicima, okruženi stražarima i vojnicima u loži. Na terenu su glazbari, sudac, deset delmatskih igrača i deset rimskih igrača, svi odjeveni u izvorne kostime. Nakon utakmice povorka kreće u grad gdje se na Trgu dr. Franje Tuđmana nastavlja predstava te žongleri i trbušne plesačice zabavljaju cara Dioklecijana.

Cetinski kraj zaista nudi za svakog po nešto pa se tako pod kraj mjeseca odvija Vučkovića dječja Alka u istoimenom naselju. U spomen na svoje pretke koji se istaknuli junaštvom i odvažnošću u presudnoj bitci s Osmanlijama 1715., Vučkovići su, po uzoru na slavnu Sinjsku alku, 1955. godine osnovali svoju, dječju. Alku trče na nogama dječaci do 10 godina, alkarski momci su im stariji mještani zaseoka Vučkovići, a alkarski sud i vojvoda su najstariji mještani. U alkarskoj povorci barjaktar jaše konja, magarac simbolizira edeka, a vojvodin ađutant nosi sablju junaka Bože Vučkovića. Jedinstvena i zanimljiva, Vučkovića dječja alka prerasla je okvire lokalne fešte i danas je dragocjeno i neponovljivo iskustvo svakom posjetitelju, baš kao i prava Sinjska alka.
U Vrlici se svake godine izvodi komična opera „Ero s onoga svijeta“ koja uz popratni vrlički ples privlači brojne posjetitelje od kojih je većina domaće stanovništvo. Uz poznatu vrličku nošnju i kolo, opera je postala značajna kultura baština i tradicija.

Ostala događanja se odvijaju u osmom mjesecu kada je i najživlje u gradu i okolici. Početkom mjeseca se održava festival „Klape Gospi Sinjskoj“. Festival je humanitarnog karaktera i sav prihod od ulaznica i prodaje nosača zvuka ide Fondu Gospe Sinjske koji stipendira studente

[70] http://www.visitsinj.com/hr/ (17.07.2018)

slabijeg materijalnog stanja. Ovaj događaj privlači mnogo posjetitelja i uvijek se traži karta više. Sinj se sve više ističe kao jedno od najvećih marijanskih svetišta što dokazuje i broj hodočasnika koji dolaze slaviti Gospu Sinjsku.

4.6.2. Vjerski turizam

Vjerski turizam je jedan od najstarijih oblika turizma koji se kao posebni oblik turizma javlja u najranijoj povijesti kada su ljudi posjećivali svetišta, i pritom prelazili veće udaljenosti. Vjerski turizam obuhvaća sve vrste putovanja koji su motivirani religijom i gdje je odredište vjerska destinacija.

Povijest grada Sinja usko je povezana sa štovanjem Blažene Djevice Marije. Naime, grad Sinj jedan je od najvećih hrvatskih marijanskih svetišta u koji hodočaste vjernici tijekom cijele godine, a posebno 15. kolovoza kada se slavi blagdan Uznesenja Blažene Djevice Marije što je ujedno i Dan grada Sinja. Povezanost Sinja i katoličke crkve razvidna je i u povijesnoj arhitekturi te drugoj ostavštini grada. Naime, centrom grada dominiraju sakralne građevine: crkva Gospe Sinjske građena od 1699. do 1712. godine te Franjevački samostan. Uz samostan, kulturno djeluje prva gimnazija na hrvatskom jeziku u Dalmaciji, dok su u prostorima postavljene vrijedne zbirke arheoloških, paleontoloških i etnografskih sadržaja. Stoga pored iznimne arhitekture, posjetitelji imaju mogućnost razgledavanja vrijedne franjevačke muzejske zbirke te statusno i duhovno posebno važnu sliku Čudotvorne Gospe Sinjske. Također, dio ponude u sklopu vjerskog turizma u gradu Sinju predstavlja i Festival marijansko-duhovne klapske pjesme u čast Gospi Sinjskoj te mnoge druge crkvene manifestacije i vjerski skupovi. Daljnji razvoj ove grane turizma planiran je i putem realizaciju EU projekta „The Our Lady of Sinj Route - Staza Gospi Sinjskoj“. U sklopu dokumenta izrađena je zajednička strategija dviju država Republike Hrvatske te Bosne i Hercegovine, u kojim se definira način [71]

Dani Alke i Velike Gospe su najznačajniji događaji na ovom području. U tom periodu Sinj i Cetinsku krajinu posjeti preko 100000 hodočasnika svake godine, i taj broj iz godine u godinu raste. Velika Gospa i Alka se slave u čast velike pobjede nad Turcima krajem srpnja 1715.g. kada se turski zapovjednik Bosne Mehmed-paša Čelić uputio prema sinjskoj krajini sa 60 000 vojnika. Cilj mu je bio osvojiti grad i tvrđavu. Otac Pavao Vučković je, sa šestoricom franjevaca i nešto preostalog naroda što se nije razbježao, uzeo Gospinu sliku iz crkve, te su

[71] https://www.sinj.hr/clanak/velika-gospa/ (20.07.2018)

se sklonili u tvrđavu gdje je bilo oko sedam stotina branitelja. Dana 8. kolovoza započeo je juriš na Sinj. Grad su brzo razorili i spalili, ali tvrđavu nisu osvojili, jer su se branitelji junački branili, a svi ostali su dan i noć u crkvi molili. Uoči Velike Gospe Turci su počeli sveopći juriš koji je trajao tri sata. Tada se dogodilo nešto neočekivano. U Turskoj vojsci zavladala je sveopća zbrka. Počeli su bježati. Spustila se noć. Kad je jutro osvanulo na Veliku Gospu oko tvrđave više nije bilo turske vojske. Noću su pobjegli. Nagađalo se više razloga. Neki kažu da je u turskoj vojsci nastala pobuna. Neki misle, da je u turskoj vojsci zavladala neka kužna bolest, jer je po sinjskom polju nađeno veliko mnoštvo turskih vojnika. A suvremeni povjesničar fra Petar Filipović je zapisao da su poslije sami Turci pričali kako bi noću, za vrijeme opsade grada, viđali da po zidovima tvrđave hoda neka gospođa, Turci su pobjegli, jednostavno ih je nestalo. Svanuo je 15. kolovoza, blagdan Velike Gospe. Pod Sinjem nije bilo ni jednog živog Turčina, sve je otišlo prema Bosni i u Bosnu. Pod gradom je ostalo 10.000 mrtvih Turaka. Od kršćana su poginuli: 3 časnika, 35 vojnika i vojni kapelan fra Stjepan. Još je u 18.stoljeću Filipović zabilježio da se počeo širiti kult Gospe Sinjske jer su mnogi hodočasnici javljali da su ozdravili zahvaljujući molitvama Majci Božjoj. Tako je Gospa Sinjska opjevana u mnogim pjesama i opisana u knjigama.[72]



Slika 11. Slika Gospe Sinjske (Izvor: http://www.visitsinj.com/hr/)

Slika Majke Božje, ali i istina o njoj koja se uvijek prenosi s naraštaja na naraštaj, pravi je biser Sinja i cetinskog kraja. Slika se može ubrojiti među najljepša ostvarenja što ih je stvorila

[72] Borković, Cetina između Svilaje i Kamešnice, Ogranak Matice Hrvatske, Sinj, 1995.,str.31.

kršćanska umjetnost. Sliku su donijeli franjevci iz Rame 1687.g. Naslikana je na platnu: 58 cm je duga, 44 cm široka, a ne prikazuje cijeli lik Majke Božje nego samo poprsje. Glava je blago nagnuta prema lijevom ramenu. Blago rumenilo prelijeva joj desni obraz, a vidi se i malo vrata. Oko glave je velika svijetla, nenametljiva aureola nagnuta prema položaju glave. 32 Naslikao ju je nepoznati mletački slikar, ali se ne zna točno kada. Godine 1748. pozlaćeni drveni okvir, jednostavan i skroman, zamijenjen je novim srebrnim, izrađenim u Mlecima. Crkva Gospe Sinjske s njenom čudotvornom slikom ubrzo se pretvorila u najslavnije Gospino svetište i hodočasničko mjesto u Dalmaciji i u čitavoj južnoj Hrvatskoj. Pojedini hodočasnici dolaze Gospi Sinjskoj svaki dan u godini, baš kao i u Mariji Bistrici, ali glavni hodočasnički dan, kad se održavaju najveća slavlja, jest blagdan Velike Gospe.[73]

Projekt Staza Gospi Sinjskoj hodočasnički je put kojim se, iz nekoliko pravaca, stoljećima pješači k najvećem marijanskom svetištu na južnohrvatskim prostorima. Svake godine, uoči blagdana Velike Gospe, u noćima između 8. i 15. kolovoza, na hodočašće prema gradu Sinju kreću tisuće hodočasnika, osobito mladih, a 15. kolovoza se održava središnja vjerska svečanost. Hodočasnici pristižu iz nekoliko pravaca, a najviše iz pravca juga iz Solina, te iz pravca sjevera iz Bosne i Hercegovine. [74]

Projekt je trajao ukupno 24 mjeseca, a proveli su ga partneri s hrvatske i bosanske strane. Staza Gospi Sinjskoj je postigla odlične rezultate. Izrađena i definirana, markirana staza ukupne duljine 157 km: 78,5 km u BIH; 78,5 km u HR. Staza je opremljena s 26 informativnih tabli, 444 putokaza, 30 klupa, 9 nadstrešnica s odmorištem. Unaprijeđena razina znanja pružatelja turističkih usluga i predstavnike civilnog sektora (30) sa HR i BIH područja s ciljem unaprjeđenja pružatelja usluga u turizmu te promocije turističkog identiteta i imidža cjelokupnog prekograničnog područja. [75]

Grad Trilj svoje središnje slavlje ima 29.rujna kada se slavi Dan grada i blagdan zaštitnika, svetoga Mihovila arkanđela. Ulicom grada se odvija procesija koja svake godine broji sve više sudionika. Osim religijskih svečanosti, u Mihovilskim danima se održava tradicionalni robno-stočni sajam gdje se može vidjeti i kupiti gotovo sve: od rukotvorina do životinja. Održava se i kulturno zabavni program.

[73] Ibidem str.25
[74] Gašpar A.(2015): Staza Gospi Sinjskoj,The our Lady of sinj route (Turistički vodič) str.3
[75] www.stazagospisinjskoj.eu (20.07.2018)

4.6.3. Sportsko rekreacijski turizam

Značajan potencijal za razvoj sportsko rekreacijskog turizma za razliku od drugih destinacija s velikim mogućnostima, pristup nije problem, uz tri glavne zračne luke u blizini, dok nova autocesta prolazi kroz regiju. Sve što nedostaje je bolja edukacija i učinkovitija promocija područja koje je tako blizu mora, a ipak s toliko potencijala, uz pomoć kojeg bi Cetinska krajina mogla postati cjelogodišnja destinacija kakva bi i trebala biti.

S obzirom na geomorfološku raznolikost na području Cetinske krajine moguć je razvoj gotovo svih oblika sportsko rekreacijskog turizma. Cetinska krajina se nalazi u kotlini okružena brojnim planinama kroz koju protječe rijeka Cetina i brojne manje rijeke. Uvjeti za razvoj sportsko rekreacijskog turizma su idealni. Cetinska krajina obiluje prirodnim resursima potrebnim za razvoj širokog spektra pustolovnih aktivnosti, neke su već prepoznate, a neke još uvijek nisu.

Letjeti poput ptice je od davnina bio ljudski san. Aktivnosti u zraku na području Cetinske krajine već duži niz godina imaju značajnu ulogu. Klubovi koji djeluju na tom području su Aeroklub Sinj, Centar za izobrazbu pilota parajedrilice, Klub slobodnog letenja Pegez, klubovi djeluju zasebno ali i zajedno organiziraju brojna natjecanja, te pružaju mogućnost turista amatera da se upuste u zračnu avanturu. Od zračnih aktivnosti prisutne su padobranstvo, paragliding ili padobransko jedrenje, pilotiranje avionom i pilotiranje jedrilicom.

Zrakoplovna baza u Sinju izgrađena je još davne 1931. godine. Sinjski aerodrom, popularni Piket, nosio je službeno ime Zrakoplovna baza Sinj – Aerodrom Split i povezivao je Split i Zagreb te Split i Dubrovnik. Zračni promet se prestao odvijati 1964.godine nakon otvaranja aerodroma Resnik. Danas se aerodrom koristi za adrenalinske zračne aktivnosti. Jedna od tih aktivnosti je skakanje padobranom. Na aerodromu je najživlje početkom kolovoza kada se održava Alkarski padobranski kup. Padobranci iz svih krajeva svijeta s raznih visina i koristeći razne oblike padobrana pokušavaju pogoditi padobransku metu, tj. mjesto doskoka koje je iscrtano u obliku alke. Nakon prestanka rada aerodroma napravljeni su hangari za avione i jedrilice. U Aeroklubu Sinj postoje tečajevi za pilote. Ova adrenalinska aktivnost zahtjeva obuku i iskustvo, te se ne preporuča amaterima, no moguće je letjeti kao kopilot. Razlika između aviona i jedrilica je ta što jedrilice nemaju motorni pogon nego lete samo uz pomoć vjetra.

Od aktivnosti na vodi i pod vodom su aktivnosti na rijeci Cetini i izvorima rijeka Cetine, Rude i Graba. Ronjenje na izvorima je više u istraživačku svrhu nego adrenalinsku. Rafting i kayaking na Cetini su jako popularne aktivnosti što privlače brojne turiste no nažalost one su na donjem toku Cetine koje se nalazi izvan granica Cetinske krajine. Osim poznatijih ruta na donjem toku Cetine (Čikotine lađe - Blato na Cetini, Blato na Cetini -Zadvarje), postoji više ruta za kanu-safari i u gornjem toku Cetine. Jedne od takvih je ruta s polaznom točkom od mjesta Panj u općini Hrvace do Otoka Dalmatinskog ili do grada Trilja. Kanu safari organizira i kao jednodnevni izlet na Peručkom jezeru, koje je najduže jezero u Hrvatskoj.[76] Kanu safari na Cetini organiziraju brojne turističke agencije i obrti poput Dalmatia rafting, Active Holidays d.o.o, Avantura Adventures, Adventure Dalmatia,Avanturist club dmc, itd.

Dalmatinska zagora u svojoj turističkoj ponudi nudi ribolov na 3 krške rijeke: Cetini, Rudi i Grabu. Ribičima se nudi mogućnost ulova pastrve, šarana, lipljana i klena u malom umjetnom jezeru, te južnom i sjevernom dijelu rijeke Cetine i njenih pritoka Rude i Graba. Ako se ribiči odluče za donji tok Cetine, očarati će ih ljepota kanjona i bogatstvo ribljeg fonda. Ovdje se mogu naći kapitalni primjerci potočne pastrve i klena.[77] Športsko ribolovno društvo Cetina udruga je koja se brine o poribljavanju i očuvanju ljepote i čistoće rijeke Cetine. Okuplja preko 450 članova.

Gotovo sve aktivnosti na zemlji i pod zemljom su moguće na području Cetinske krajine. Brojene planine i netaknuta priroda su idealni za pustolovne i istraživanje pustolovnih turista.

Organizirana pješačka tura uz pratnju vodiča Triljska zelena brda ide 10 km dugačkom stazom zelenim brežuljcima iznad Trilja. Start ispred hotela Sv. Mihovil, stazom zelenih proplanaka i vinograda čiju svježinu upotpunjuju brojni izvori i potočići. Turisti se mogu napiti čiste izvorske vode, pročistiti pluća svježim zagorskim zrakom, upoznati mala seoska domaćinstva u kojima se hrana još uvijek proizvodi samo na prirodan način. Tura obuhvaća posjet antičkom arheološkom nalazištu Tilurij - Vojni logor VII rimske legije , konjušnici Galop i kušanje s domaćeg sira i kruha na seoskom domaćinstvu. [78]

Grad Sinj i Cetinska krajina od davnina su vezani uz uzgoj i treniranje konja. Sinjska alka se održava već gotovo tri stoljeća, a grad Sinj je tradicionalno domaćin mnogim domaćim i međunarodnim galopskim i preponskim turnirima. Na širem području Sinja danas postoje četiri konjička kluba (Mustang, Alamo, Alkar i Sokol), dok u Trilju djeluju Konjički klub

[76] http://adventurezagora.com/hr/dogadjanja/57-sezona-kanu-safarija-na-rijeci-cetini.html (17.08.2018)
[77] http://www.svmihovil.com/package.asp?id=15 (17.06.2018)
[78] http://www.svmihovil.com/package.asp?id=14 (17.06.2018)

Sveti Mihovil i konjušnica Galop koji, osim škole jahanja, nude i programe avanturističkog turizma na konjima kroz jednodnevne i dvodnevne izlete uz pratnju vodiča organiziraju rekreativno jahanje u prirodi (trekking konjima). Svi klubovi u svojoj ponudi, osim škole jahanja za polaznike i napredne, nude i usluge terapijskog jahanja koje je pokazalo izniman učinak kod osoba s invaliditetom ili razvojnim smetnjama. Uređuju se i posebne staze koje bi u budućnosti trebale privući veći broj zaljubljenika u prirodu, konje i svojevrsni avanturistički turizam. [79]

Vožnja biciklom je jedan od najboljih načina razgledavanja i istraživanja prirodnih ljepota, krajolika, te kulturno-povijesne baštine Cetinske krajine. U Cetinskoj krajini popularne su biciklističke rute "Do izvora Cetine", „Tri izvora", i „Planina Kamešnica". Biciklistička udruga Vlaji-Sinj organizira cjelodnevnu biciklijadu "Do izvora Cetine". .[80]

Airsoft je timska igra i hobi u kojoj se simuliraju vojno-policijski okršaji uz upotrebu airsoft replika vojnog oružja i ostale vojne opreme (odjeća, obuća, prsluci, radio-veze, kamuflažne tehnike). Na poligonu Patriot, istoimene braniteljske zadruge za avanturistički turizam, moguće je organizirati airsoft misije za tvrtke ili društva željna pustolovine. Poligon se nalazi na lijevoj obali Peručkog jezera, u mjestu Dabar, tek petnaestak kilometara od Sinja. Na poligonu površine 10 hektara izrađeno je 30-ak maskirnih kućica za simulaciju gradske borbe, 56 rovova, 170 zaklona i tri nadzorna tornja, a uz to postoje prirodne prepreke poput suhozida i šume.[81] Paintball je vojna igra koja se odvija se u prirodnom okruženju, a baziran na timskom radu i adrenalinu. Paintball klub Carpe Diem se nalazi u park šumi Olovac skretanjem u Hrvacama. Poligon se nalazi u staroj borovoj šumi i širine i dužine je 100x70m. Igrati se može i cijelom površinom šume a sve ovisno o dogovoru grupe.

Ljubitelji boravka u prirodi na području Cetinske krajine imaju brojna mjesta za kampiranje. Premda je registrirano kampiralište samo Despotuša. Kamp Despotuša je maleni otok oko 50,000 m^2 na rijeci Cetini pokraj Sinja. U kamp se može doći čamcem koji je uvijek na raspolaganju.

Planine Dalmatinske Zagore su vapnenačke građe, visoke, strme, surove, većinom sa siromašnom vegetacijom. Usponi na Dinaru su vrlo zahtjevni jer su dugi, strmi i naporni, te zahtijevaju iskustvo i kondiciju. Poseban izazov za planinare je uspon na Veliku Duvjakušu, najviši je vrh Troglava na hrvatskom teritoriju. Uspon dug 14,5 km započinje kod

[79] http://www.visitsinj.com/hr/StoRaditi/64/jahanje (17.06.2018)
[80] http://www.visitsinj.com/hr/StoRaditi/70/biciklisticke-staze (17.08.2015)
[81] http://www.bz-patriot.hr/ (17.08.2015)

planinarskog doma „Sveti Jakov“ na visoravni Vrdovo, te vodi polako uzbrdo po krškoj goleti, ugaženim planinarskim putem do odredišta. Najviši vrh Kamešnice „Konj“ je nerijetko cilj pustolovnih turista. Budući da je sjeverni dio bio zona razgraničenja te postoji opasnost od je minskih naprava, jedini sigurni put na najviši vrh Svilaju (1508 m) vodi iz sela Zelovo (smjer PD Orlove Stine-Šumski Put-Vrh Svilaja). Planinarski dom „Orlove stine“ nalazi se na planini Svilaji na 1065 metara nadmorske visine. Dom je novoizgrađena zgrada koja pruža mogućnost boravka za pedesetak osoba. S vrha Svilaje pruža prekrasna pogled na Perućko jezero i cijelu Sinjsku krajinu, kao i na sve Dinarske vrhove, Čvrsnicu, Vran, masiv Biokova, Mosor, Prominu i Velebit.[82]

Jeep safari te Quad i Buggy off-road avantura nudi turistima adrenalinski doživljaj prilikom istraživanja nedirnute prirode do koje je moguće doći samo terenskim vozilima. Quad i Buggy turu organizira klub Patriot. Off-road avantura Dalmatinskom zagorom uključuje izlete bagijima makadamskim stazama uz Peručko jezero do izvora Cetine te planinskim putevima bespućima Vrdova i Dinare.

Cetina Adventure organizira pustolovnu utrku koja se zove "Cetina adventure race" u duljini od nekih 100 do 150 kilometara u četiri discipline, a to su trekking (brdsko trčanje sa orjentacijom 26 km), MTB (mountain biking ili vožnja brdskih bicikla 50 km), canyoning (trčanje kroz duboki kanjon rijeke sa savladavanjem njenih prirodnih prepreka 6 km) i kayaking (veslanje čamaca tipa kajak na jezeru ili rijeci 18 km). Isto tako organiziraju i urbanu pustolovnu utrku koj se zove "Gradski izazov Cetina adventure" u kojem je zadatak natjecatelja da pomoću karte i kompasa pronadu zadane točke po gradu Sinju i obave po jedan zadatak (fizički, matematički, adrenalinski i sl) na svakoj od tih kontrolnih točaka. U sklopu utrke u sinjskom gradskom parku se organizira Sajam pustolovnih sportova[83]

Aktinosti na snijegu kao što su skijanje i snowboarding nisu službeno razvijene iako na području Cetinske krajine ima planina koje su veći dio godine prekrivene snijegom. Planine su uglavnom nepristupačne, nema označenih staza, te je jako opasno upuštati se svojevoljno u te aktivnosti.

[82] http://planinarenje.hr/kt/gorja/hrvatsko/dalmatinska-zagora-dinara/svilaja-vrh/zelovo-svilaja/ (17.06.2018)
[83] http://www.visitsinj.com/hr/StoRaditi/78/atv-quad-avantura-vrdovo (17.06.2018)

4.6.4. Izletnički turizam

Izletnički turizam se razvija na osnovi kraćih putovanja turista i njihovog obilaska prirodnih atraktivnosti i kulturno-povijesnih vrijednosti. Izletnički program je kombinacija od najmanje dvije ponuđene usluge koje traju manje od 24 sata i ne uključuju noćenje/smještaj.
Cetinska krajina ima velike potencijale za razvoj izletničkog turizma, posebno one prirodne i kulturne resurse, dok ostali elementi ponude nisu dovoljno razvijeni, pri tom se misli na društvene i receptivne elemente ponude. Elementi koji su značajni za daljnji razvoj turizma su: prirodno-geografski položaj, prirodni krajolici, spomenička baština i arheološka nalazišta, te kulturna i duhovna baština. To su sve resursi s kojima raspolaže ovo područje.

Cetinska krajina se nalazi između dva planinska lanca Svilaje i Dinare te Cetinom koja protječe kroz dugačku kotlinu. Prirodne ljepote oduvijek su bile motiv putovanja a najviše motivi jednodnevnih putovanja.
Dinara je veličanstvenog oblika s raznovrsnim podzemnim i nadzemnim formama krša. Najveća je planina na Balkanskom poluotoku te zid između mediteranskog i kontinentalnog svijeta. Kamešnica je dio Dinare, granica Hrvatske i BiH. Stanište je raznih biljnih i životinjskih vrsta, kao što je endemična biljka Žuta sirištara. Za lijepog vremena sa Kamešnice se vide i otoci Jadranskog mora. Svilaja se, poput velikog zemljanog nabora proteže od Sinjskog polja do Petrova polja kod Drniša. Svilaja je bogata riznica raznih morfoloških, speleoloških, klimatskih i prirodoslovnih pojava koje izletnici otkrivaju na svakom koraku.
Vrdovo je visoravan u dinarskom masivu na 1000 metara nadmorske visine do kojeg vodi asfaltni put iz Hrvaca preko sela Bitelića.. Visoravan obiluje starim zaseocima koji su najveći potencijal za seoski turizam.
Visoka se ističe po velikom kamenom križu koji je podignut davne 1900.godine Svake godine u rujnu hodočasnici obilaze vrh Visoke povodom blagdana Uzvišenja svetog križa. Iako nosi takvo ime zapravo i nije visoka, svega 893 m, pa ipak Sinjanima brani pogled na more. Omiljeno je izletište građana zbog prekrasne prirode.

Peručko jezero je ujedno i najveće umjetno jezero u Hrvatskoj. Na njemu se nalazi velika brana. Izgradnjom brane regulirana je sezona poplava za okolna polja, te rad hidroelektrana Peruča, Đale i Zakučac (najveća hidroelektrana u RH). Peručko jezero obuhvaća 15 km^2, sadrži 541 milijun m^3 vode, dugo je 20 km, a duboko 64 m.

U Cetinskoj krajini sa stajališta krajobrazne valorizacije sve počinje i završava rijekom Cetinom. Najzanimljiviji dijelovi toka Cetine svakako su njezini brojni izvori i pritoci. Velik broj izvora Cetine može se promatrati kao prirodni fenomen. Izvori se nalaze uz rub Cetinskog polja, te uz krajnje rubove Dinare. Glavni izvor Cetine – izvor Glavaš koji je i najpoznatiji izvor Cetine, a zbog izgleda i geomorfoloških osobina bio je predmetom speleoloških istraživanja koja su pokazala da je izvor potopljena jama dubine više od 100 metara. Izvor Cetine je u istoimenom selu, 7 km sjeverno od Vrlike. Zbog svoje iznimne ljepote i specifičnog, prepoznatljivog izgleda, tkz. tirkizno oko, omiljena je lokacija brojnih posjetitelja.



Slika 12. Izvor Cetine (Izvor: http://prirodahrvatske.com/jezerski-izvori/)

Iznad izvora, svega stotinjak metara, nalazi se otvor duge spilje zvane Gospodska pećina, koja je služila kao stanište ljudima u raznim epohama, a malo dalje i Ćulumove koja je po obilju i raznolikosti okapina i bogatstvom stalaktita najljepša spilja srednje Dalmacije.

S lijeve strane toka Cetine, oko 1 km udaljenosti od izvora Glavaš nalaze se dva izvora u razmaku od par stotina metara. I jedan i drugi su stalni, imaju vode i u sušnom razdoblju. Izvori se nalaze u naselju Preočko. Jedan se izvor zove Jalža, a drugi Preočko vrilo. Oko Jalža vrila nalazi se lijepo uređen prostor pogodan za izlete i odmor, dok Preočko vrilo ima izgled močvarnog staništa, u kojem je razvijena bujna vodena i močvarna vegetacija. Ova dva izvora tipična su za lijevu stranu toka. Naime, na toj strani tok Cetine je uglavnom uz rubove Dinare i Kamešnice, te su pritoci vrlo kratki ili se nalaze neposredno uz korito. Vjerojatno neki od izvora završavaju i podvodno u toku Cetine. [84]

[84]Pelivan, A.,Zrmanja,Krka,Cetina i njihovi pritoci,Ekološki glasnik,Donja Lomnica,2004.,str.206.

Pri kraju Cetinskog polja Cetina prima pritok Česmu s desne strane toka. Česma izvire nedaleko od Vrlike. Vrlika je slikovito i živopisno mjesto s brojnim turističkim sadržajima. Nalazi se na 410 m nadmorske visine, hvali se zdravim zrakom i ljekovitom vodom zbog čega je bila poznata kao klimatsko lječilište za astmatičare, bubrežne i srčane bolesnike. Kod samog grada nalazi se i Gospin gaj koji ima estetsku funkciju kao lijep šumski kompleks u kraju inače siromašnom šumom, kojeg je u sastavnom dijelu i Vrlička česma – spomenik kulture (na kojoj je skladan libreto „Ero s onoga svijeta“ kojeg je napisao Milan Begović). Crvene Grede su strme, okomite litice na obroncima Dinare. One su potencijalno gnjezdilište rijetkih vrsta ptica grabljivica, koje bi tu trebale biti zaštićene od uznemiravanja. Predio iznad Crvenih Greda je planinski, kamenjarski pašnjak i jedini lokalitet u Hrvatskoj gdje je zabilježeno gniježđenje planinske ševe (Eremophilla alpestris). [85]

Dalje po lijevoj strani toka cesta vodi do naselja Rumin, gdje se nalazi istoimena rječica i pritok Cetine. Vrlo je kratka toka. Izvor Rumina je tipično kraško vrelo, jer voda izbija iz podzemne pukotine u vapnenačkoj podlozi. Proglašen je zaštićenim 2000. godine zbog svoje ljepote i krajobrazne vrijednosti izvorišnog dijela. Kod ovog lokaliteta vrijednost prirodnog predjela dopunjena je starom mlinicom, koja se uklapa u krajobraz, kao tipičan primjer lokalne pučke arhitekture.



Slika 13. Izvor Rumina (Izvor: autorica)

Lokalitet Sutine, kao značajni krajobraz, proglašen je zaštićenim 2000. godine, i to kanjon i okolno područje u gornjem toku potoka Sutina. Cijelo područje je pod bjelogoričnom šumom. Sutina je u kanjonu izdubila više bistrih bazenčića (Bili vir, Zeleno, Pojilo, Bubalo...) u kojima se ljeti rado kupaju sinjski izletnici.

[85] Web stranica grada Vrlike, http://www.vrlika.hr (20.07.2018)

Izvor Kosinac je u nizu pritoka rijeke Cetine. Ima posebno mjesto, ne samo zbog iznimne vode, nego i zbog ljepote samog izvora. Glavni izvor Kosinca obrastao je uređenom vegetacijom s nekoliko otočića. Uz sam izvor je vodocrpilište za grad Sinj i druga naselja. Uz glavni izvor ima i manji, sporedni, koji nimalo ne zaostaje po kvaliteti vode i ljepoti. Cijelo područje izvora ima elemente hortikulturnog i povijesnog značenja.

Izvor rječice Ovrlje je hidrogeološki fenomen izvor na najvišoj koti u okolnom prostoru, na vrhu brda.. Uz sami izvor nalazi se niski slap i mlinica. Ovrlja se ulijeva u Rudu, pritok Cetine.





Slika 14. i 15. Izvor Ovrlje (Izvor : http://www.ferata.hr/)

Rijeka Ruda je najduža i vodom najbogatiji pritok Cetine. Izvire u blizini istoimenog naselja, ispod kamene litice, kao pravo kraško vrelo. Nešto niže nalazi se napuštena mlinica, a u neposrednoj blizini je i ribogojilište pastrve. Lokalitet je zaštićen 2000. godine. Slikoviti riječni kanjon, te stara mlinica, najkarakterističnija su obilježja zaštićenog izvorišnog dijela rijeke.



Slika 16. Izvor i mlinica na Rudi (Izvor : http://www.ferata.hr/)

U naselju Grab izvire istoimena rječica. „I ovdje je morfonim odredio toponim. Tektonska graba je rasjekla trup Kamešnice sve do podzemnih spomenika, gdje se rađa Grab ispod kamene litice.“[86] Grab ima vrlo kratak tok i ulijeva se u Rudu. Jedna od zanimljivosti rječice je ne samo njezina bistra i hladna voda nego i brojne mlinice, podignute nešto niže od izvora, na početku naselja. Na ostalim našim kraškim tekućicama mlinice su uglavnom napuštene i služe samo kao etnografski objekti, a ovdje, na rječici Grab, još su dio gospodarstva i rade punom snagom.



Slika 17. Mlinica u Grabu (Izvor: http://www.ferata.hr/)

Spomeničke atrakcije smo obradili u prethodnom dijelu ali svakako se smatraju uz prirodne atrakcije jedan od najvažnije motiva dolaska i glavnih resursa Cetinske krajine.

4.6.5. Gastronomski turizam

Sinj i Cetinska krajina su pravi raj za gurmane, poznati po vrlo ukusnim i jedinstvenim jelima. Osim sinjskih arambaša, u ponudi su i razne delicije poput žaba, riječnih rakova, cetinske pastrve, sinjskih rafiola te mnogi specijaliteti karakteristični za dalmatinsku Zagoru. Bogata povijest Cetinske krajine uspjela je sjediniti duh mediterana, orijenta i kontinentalne kuhinje u jednu doista posebnu i cijenjenu gastronomsku sredinu.

S druge strane, na obiteljskim se stolovima može pronaći šiša, pašticada, divljač na lovački način, uštipci, kotonjada itd. Specifičnost pripreme hrane odnosi se na uporabu isključio svježeg voća i povrća, ali i začina. Često se zbog toga kaže da vino teče žilama dalmatinskog težaka. Vinovu lozu su u Dalmaciji počeli uzgajati grčki doseljenici, Rimljani i ilirska plemena Delmati još prije Kristova rođenja. Jedan od dokaza vinogradarstva i vinarstva u

[86] Borković, V.:op.cit.,str.28.

Dalmaciji, posebno u Cetinskom kraju, svjedoče nalazi ostataka vinove loze zajedno s kalupom za lijevanje brončanih predmeta i glinenih kipova na arheološkim nalazištima iz brončanog doba ilirskih sojeničkih nastamba u okolici Zadra i Sinja (Otok).

Glavna vinogradarska, pa tako i vinska područja cetinskog kraja, nalaze se na pripoljskim obroncima s lijeve i desne strane polja, u mjestima Radošić, Lučane, Suhač, Hrvace, Garjak, Gala, Potravlje, Čaporice. Na cijelom području u starim vinogradima prevladavale su uglavnom crne sorte kao npr. ninčuša, glavinka, plavina, babić, dok su bijele sorte bile vrlo malo zastupljene: maraština, debit, vugava, domaća bijela, a našlo se i nešto malo crljenka. Osnovna karakteristika tradicionalne prerade grožđa u vino očitovala se u tome da su se miješale crne i bijele sorte grožđa. Rezultat takvog načina prerade spomenutog sortimenta u specifičnim proizvodno-klimatskim uvjetima bilo je vino svijetlo crvene boje, umjereno trpko i za dalmatinska vina s visokim sadržajem kiselina. Takva vina su svježa i vrlo pitka, a poznata su pod nazivom hrvaština (rvašćina, hrvašćina). Po svojoj svježini, sadržaju tanina i boji ova vina predstavljaju prijelaz između teških dalmatinskih i laganih kontinentalnih vina. [87]

4.6.6. Ruralni turizam

Ruralni turizam obuhvaća seoski, etno, eko, eno-gastronomski i agroturizam te druge vrste turizma povezane sa seoskim okruženjem i načinom života. Iako ruralna područja čine oko 90% ukupne površine naše zemlje, ovom vrstom turizma još uvijek se bavi tek mali broj poduzetnika. Područje Dalmatinske zagore identificirano je kao pogodno za razvoj ruralnog turizma kao važne dimenzije cjelovite turističke ponude županije. S obzirom na potencijal Sinjskog polja i činjenicu da se više od 60% svih kućanstava u širem području Sinja bavi nekim oblikom poljoprivredne djelatnosti, ruralni turizam ovog kraja danas je u najvećoj mjeri neiskorišten. Naime, sinjski kraj posjeduje prirodne resurse i pretpostavke za razvoj ruralnog turizma, a postoji i rastući interes posjetitelja za ovu vrstu povratka k izvornoj prirodi, međutim još uvijek na postoji kvalitetno razrađena ponuda i adekvatni kapaciteti.

U Sinju i okolici postoji tek manji broj seoskih gospodarstava i obiteljskih izletišta, poput seoskog gospodarstva Panj, obiteljskog izletišta Mustang i seoskog domaćinstva Vukasović, u kojima se nude različite rekreacijske aktivnosti. U Sinju se već sedmu godinu održava Sajam proizvoda sela. Mala i srednja poljoprivredna gospodarstva s ruralnog prostora Sinja i okolice

[87] https://www.sinj.hr/Portals/12/Inicijalni%20nacrt%20Strategije%20razvoja%20grada%20Sinja-1.pdf (25.07.2018)

dobivaju dragocjenu priliku predstaviti svoje tradicijske domaće proizvode koji teško dolaze do potrošača. Posjetitelji mogu degustirati i kupiti razne prehrambene proizvode visoke kvalitete: domaće sireve, med i ostale pčelinje proizvode, domaće suhomesnate proizvode, vina, rakije, likere, ulja, eko proizvode itd. Predstavljaju se i različite vrste tradicijskih suvenira, ručnog veza, uporabnih i dekorativnih predmeta te nakita od prirodnog materijala.[88]

Razvoj ovog oblika turizma počiva na gastronomiji, nematerijalnoj baštini kao što su rera, zanati, običaji. Ekološka poljoprivreda i uz nju vezana gastronomija su ključne snage u definiranju ponude budući da postoje tradicionalna jela vezana baš uz ovaj prostor. Bitno je uklopiti sve resurse i usluge u jedinstven proizvod koji će se kao takav nuditi na tržištu.

Sajam pršuta koji se u Sinju, u mjesecu travnju, održava već dvanaest godina. Sajam se održava u hotelu Alkar pod pokroviteljstvom predsjednice RH, Ministarstva poljoprivrede, Ministarstva poduzetništva i obrta, Ministarstva regionalnog razvoja i fondova EU, LAG-Cetinska krajina i TZ Grada Sinja i ostalih. Proizvođači imaju mogućnost izlaganja svojih proizvoda na adekvatnim štandovima gdje ih posjetitelji mogu razgledati, kušati i kupiti te predstavljanja sebe i svojih proizvoda putem Sajma, marketinških materijala, kao i sudjelovanja u medijima koji su pratili manifestaciju.

Projektom "Eko-etno stara sela" (u sklopu IPA programa) je obnovljeno i uređeno više od 30 etno eko sela među kojima je Gornje Voštane i Grubišići u blizini Trilja. Projekt je obuhvaćao izradu Plana upravljanja destinacijom, uređenje javnih površina i arheološko istraživanje prapovijesne gradine.

[88] http://www.visitsinj.com/hr

5. DOBRI PRIMJERI IZ PRAKSE

5.1. Selektivni oblici turizma u svijetu

Selektivni oblici turizma se razvijaju već godinama i turizam brojnih svjetskih destinacija počiva upravo na alternativnim oblicima turizma. Napuštaju masovnost i usmjeravaju se prema potrebama krajnjih potrošača i kreiraju ponudu po mjeri turista. U ovom radu za primjer ćemo uzeti Štajersku. Savezna republika u Austriji, nalazi se u jugoistočnom dijelu Austrije, na granici sa Slovenijom na jugu, te saveznim državama na istoku, sjeveru i zapadu (Koruška, Salzburg, Oberosterreich, Niederosterreich i Burgenland). Štajerska se sastoji od 12 okruga i glavnog grada (Graz). Površinom iznosi 16.401,04 km2 i 1.2 milijuna stanovnika. Klimatski uvjeti su kao i u većem dijelu Austrije, zime su sunčane, hladne i snježne dok su ljeta suha i relativno topla. Prosječna maksimalna siječanjska temperatura iznosi 1 stupanj, a minimalna -5 stupnjeva. Prosječna maksimalna temperatura u kolovozu iznosi 23 stupnja a minimalna 13 stupnjeva.

Pozicionirala se ka zeleno srce Austrije jer je oko 61% površine prekriveno šumama. Spoj zimske sezone u visokim planinama te termama i uživanja al fresco tijekom ljetne sezone. Ključni elementi diferencijacije uključuju: vrhunska skijališta, atraktivne terme i signature zdravstveni tretmani, konkurentne hotele i autentičan privatni smještaj, zdrava i ukusna gastronomija, eko i organska poljoprivredna proizvodnja. Selektivni oblici koji su najistaknutiji u ovom području svakako su aktivni odmor, odnosno sportsko- rekreacijski oblik turizma. Razvijaju aktivni turizam 365 dana u godini , skijanje, planinarenje, golf, biciklizam hodanje. Jedna od glavnih atrakcija Štajerske su 77 skijališta s preko 740 km staza (Schladming, Dachstein glečer, Lachtal, Hohetauern, itd.)

Njeguju i gastronomski turizam, organska i eko proizvodnja najviše kvalitete uz suvremenu gastronomsku prezentaciju. Svakako je bitno i spomenuti vinske ceste južne Štajerske. Austrijski krajobraz poznat je u cijelom svijetu te brojni gosti iz obližnjih država dolaze na jednodnevne izlete ili se pak odlučuju za obiteljski odmor. Ovo područje je bogato obiteljskim sadržajem, siguran kraj i prepun aktivnosti za najmlađe. Uz prirodne ljepote može spomenuti i kulturu. festivali, moderna arhitektura, advent, Graz europski grad kulture te svetišta osnovna su okosnica ovog proizvoda.

Wellness i zdravstveni turizam je jedan od najstarijih motiva dolaska. Brojne terme svakako imaju svoje posjetitelje. Signature i inovativni tretmani bazirani na lokalnim sastojcima i

globalno prepoznatim tehnikama liječenja i samoliječenja (Traditional Styrian Medicine ®). 10 termi (Bad Blumau, Loipersdorf Thermal Spa, H2O Thermal Spa, Bad Waltersdorf, itd.), 19 beauty i wellness hotela i 6 zdravstvenih hotela je ponuda koju Štajerska može ponuditi svojim gostima kad je riječ o ovom obliku turizma. Po procjeni pokrajinske vlade Štajerske za 2008. godinu u vremenu od svibnja do listopada 2008. godine, Štajersku je posjetilo 1.648.509 gostiju, od toga 68% domaćih, austrijskih gostiju, a 32 % stranih. Najviše stranih gostiju dolazi iz Njemačke i Italije. [89]

5.2. Selektivni oblici turizma u Istri

Istra je turistički najrazvijenije područje Republike Hrvatske. Vrlo rano je razvila svoje turističke karakteristike te se nastavila razvijati. Prednost je u tome što ima veliki dio obalnih područja na kojima su smješteni gradovi i područja u unutrašnjosti koji se pomalo razvijaju. Sva ta područja nude razne vrste turizma. Ukratko ćemo prezentirati turističku ponudu Istre s obzirom na razvoj turizma u ovom području imamo dovoljno materijala za napisati rad na tu temu. Bogatom prirodnom raznolikošću Istra ima potencijala razvoja mnogih vrsta turizma pa su selektivni oblici turizma vrlo pogodni za istarski poluotok. Turistička sezona se produžuje upravo zbog povoljne klime koja omogućuje veći dio godine boravka na otvorenom, novim specifičnim oblicima turizma koji su vezani za prirodu i aktivnosti na otvorenom.

Istra kao što je već navedeno obiluje raznim prirodnim bogatstvima, koji su dobro poznati zapadnom profilu potrošača koji imaju turističkog iskustva i kulturom. Dizanje kvalitete smještaja svih vrsta objekata, ulaganje u dodatne sadržaje, bogata eno i gastro ponuda, razvoj ruralnog, sportskog, nautičkog, lovnog i drugih vrsta turizma koji privlače turiste više kategorije platežne moći. Dodatnu vrijednost imaju kulturne i prirodne atrakcije pažljivo uređenje prostora kao kulturne kategorije te zaštita obalnih i kontinentalnih vrijednosti. Mnoge manifestacije pogotovo u ljetnim mjesecima, ali i sve veći broj događanja u predsezoni i posezoni u cilju produljenja turističke sezone.

Tendencija razvoja turizma u Istri je povećati i poboljšati kvalitetu smještaja, kvalitetu atrakcija, obogatiti i usavršiti infrastrukturu, oplemeniti okoliš, obnoviti i privatizirati hotele, apartmanska naselja i poboljšati usluge u kampovima. [90]

[89] https://hr.wikipedia.org/wiki/%C5%A0tajerska_(austrijska_savezna_dr%C5%BEava)#Turizam (10.08.2018)
[90] Master plan Turizma Istarske županije

6. REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA

6.1. Definiranje uzorka i metode istraživanja

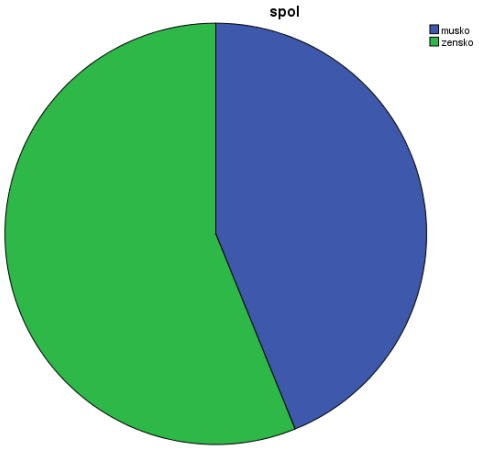
U svrhu prikupljanja mišljenja i stavova lokalnog stanovništva o utjecaju selektivnih oblika turizma za razvoj Cetinske krajine provedeno je anketno istraživanje na uzorku N=57 ispitanika, anketni upitnik bio je raspoloživ za ispunjavanje od 1. lipnja do 20. kolovoza 2018. godine.

Ciljevi istraživanja određeni su problemom i predmetom istraživanja, te hipotezama rada. Cilj je bio istražiti koliki je utjecaj selektivnih oblika turizma na razvoj i je li taj utjecaj negativan ili pozitivan. Taj cilj sa sobom povlači brojna pitanja, na koja su dobiveni odgovori u radu definirali stavove lokalnog stanovništva o postojanju turističkih resursa i imaju li selektivni oblici utjecaj na razvoj ovog područja.

Da bi se odgovorilo na postavljene ciljeve, sastavljen je anketni upitnik. Upitnik se sastoji od 2 skupina pitanja. Prva skupina pitanja odnosi se na podatke o ispitaniku i upoznatosti ispitanika s turističkim resursima , a druga skupina na mišljenje ispitanika o utjecaju svakog od promatranih oblika selektivnog turizma posebno na razvoj.

6.2. Analiza i interpretacija podataka

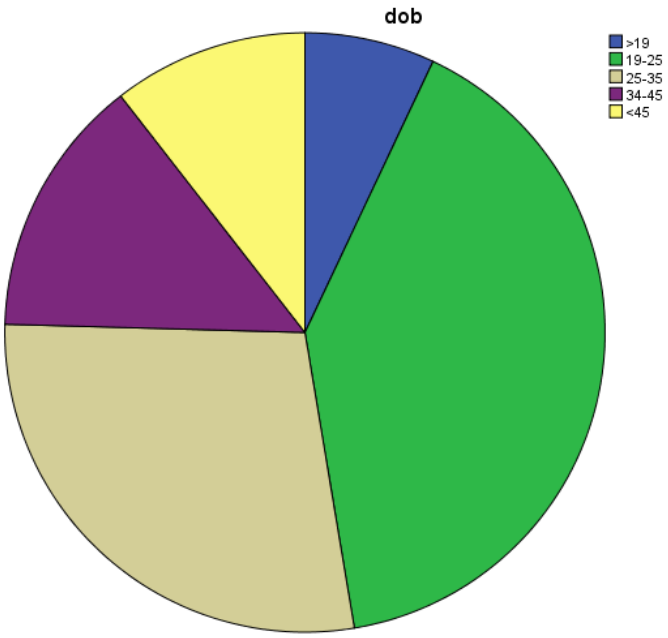
U istraživanju je sudjelovalo 57 ispitanika, od čega ih je 32 ili 56,1 % ženskog spola, dok je muškog spola 25 ili 43,9 % ispitanika. Omjer ispitanika prema spolu vidljiv je na grafičkom prikazu 5.



Grafički prikaz 5. Ispitanici prema spolu

Izvor: Izrada autorice

Na grafičkom prikazu 6. je vidljivo da je najviše ispitanika u dobi od 19 do 25 godina, ukupno 23 ili 40,4 %, slijedi ih dobna skupina od 25 do 35 godina, njih 16 odnosno 28,1 %. Ispitanika u dobi od 35 do 45 godina ima 8 ili 14 %, nešto malo manje ima ispitanika starijih od 45 godina 6 ili 11 % i najmanje ispitanika je mlađe od 19 godina, njih 4 ili 7 %. U tablici 12. vidimo da 38,6 % ili 22 ispitanika ima srednju strukovnu spremu, višu stručnu spremu ima 19 ili 33,3 % ispitanika i najmanje ispitanika ima visoku stručnu spremu, njih 16 ili 28,1 %.



Grafički prikaz 6. Ispitanici prema dobi

Izvor: Izrada autorice

Tablica 11. Ispitanici prema dobi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>19	4	7,0	7,0	7,0
	19-25	23	40,4	40,4	47,4
	25-35	16	28,1	28,1	75,4
	34-45	8	14,0	14,0	89,5
	<45	6	10,5	10,5	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

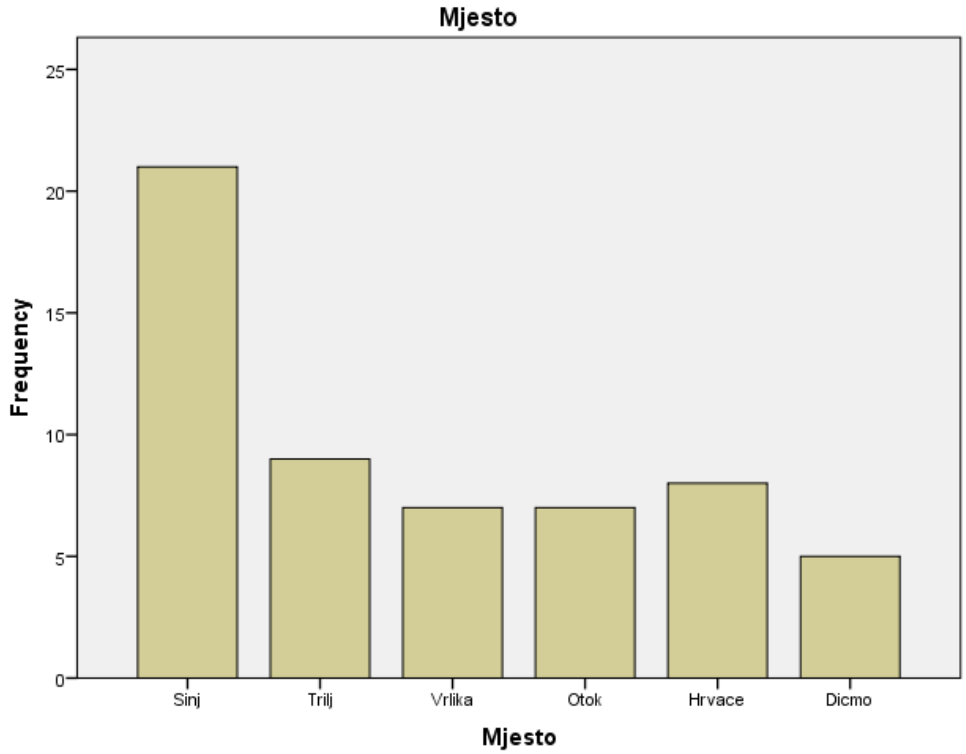
Izvor: Izrada autorice

Tablica 12. Ispitanici prema razini obrazovanja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SSS	22	38,6	38,6	38,6
	VŠS	19	33,3	33,3	71,9
	VSS	16	28,1	28,1	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autorice

S obzirom da je Sinj najveći grad u Cetinskoj krajini i ujedno središte tog područja očekivano je da je najviše ispitanika upravo iz tog grada, njih 21 odnosno 36,8 % ukupnog uzorka. Slijede ih ispitanici iz grada Trilja njih 9, odnosno 15,8 %. Iz općine Hrvace 8 ili 14 % ispitanika. 7 ili 12,3 % ispitanika dolaze iz općine Otok i grada Vrlike i najmanje ispitanika, njih 5 ili 8,8 % je iz općine Dicmo.



Grafički prikaz 7. Mjesto boravka ispitanika

Izvor: Izrada autorice

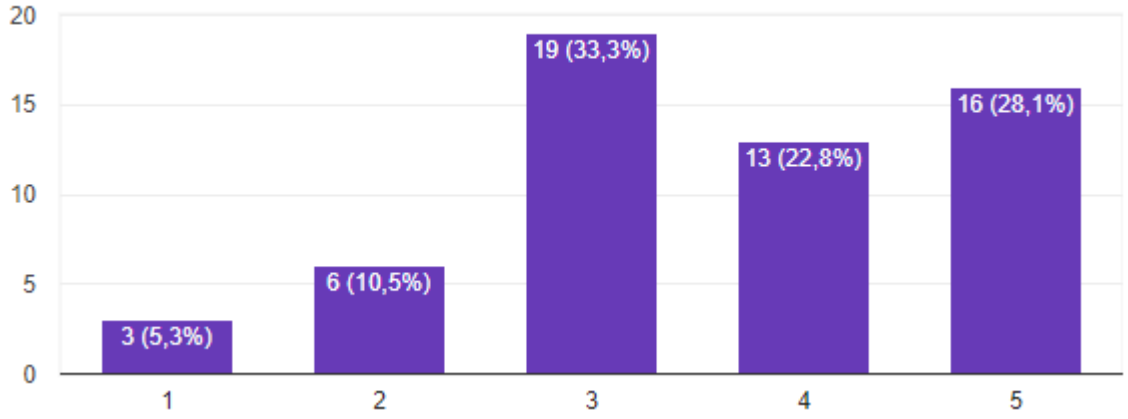
Tablica 13. Ispitanici po mjestu boravka

Mjesto

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sinj	21	36,8	36,8	36,8
	Trilj	9	15,8	15,8	52,6
	Vrlika	7	12,3	12,3	64,9
	Otok	7	12,3	12,3	77,2
	Hrvace	8	14,0	14,0	91,2
	Dicmo	5	8,8	8,8	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autorice

Nakon što smo definirali obilježja ispitanika, analizirati će se njihovi stavovi o turističkim resursima i koji su oblici turizma po njima najrazvijeniji te tko je po njihovom mišljenju odgovoran razvoj turizma u Cetinskoj krajini.

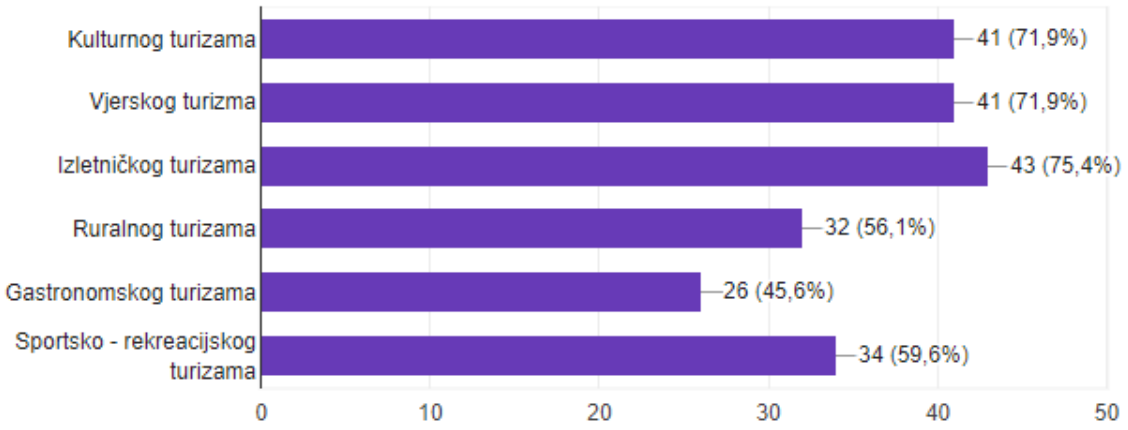


Grafički prikaz 8. Stav o nerazvijenosti turizma u Cetinskoj krajini

Izvor: Izrada autorice

U grafičkom prikazu 8. je vidljivo da lokalno stanovništvo ne vidi Cetinsku krajinu kao turistički razvijenu destinaciju. Najviše ispitanika 33,3% odnosno njih 19 ne mogu procijeniti je li Cetinska krajina turistički razvijena ili nerazvijena destinacija. 16 ili 28,1 % ispitanika se u potpunosti slaže da Cetinska krajina nije turistički razvijena destinacija, 22,8 % ili 13 ispitanika se uglavnom slaže da nije razvijena. No neki ispitanici imaju pozitivno mišljenje te smatraju da je destinacija ipak turistički razvijena, njih 6 ili 10,5 % se uglavnom slaže da je razvijena a 3 ili 5,3 % se uopće ne slaže da je Cetinska krajina turistički nerazvijena

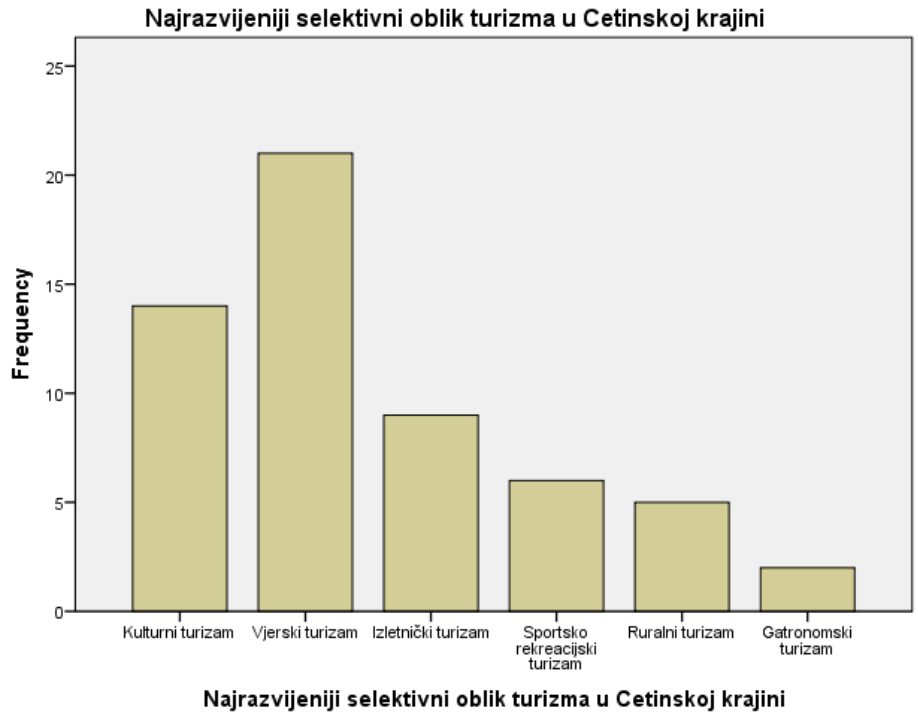
destinacija. Iako većina ispitanika ne smatra destinaciju razvijenom ali smatraju da ima resurse za selektivne oblike turizma. Kao što je vidljivo u grafičkom prikazu 9. 75,4 % ili 43 ispitanika smatra da postoje resursi za izletnički turizam. Podijeljenog su mišljenja za resurse kulturnog i vjerskog turizma te njih 71,9 % ili 41 ispitanik smatra da postoje resursi za razvoj tih selektivnih oblika. Nešto manje ispitanika, 34 ili 59,6 % smatra da postoje resursi za razvoj sportsko rekreacijskog turizma, njih 32 ili 56,1 % smatra da postoji potencijal za ruralnim turizmom i najmanje ispitanika 26 ili 45,6 % vidi resurse za gastronomski turizam. Iako većina smatra da destinacija nije turistički razvijena, Cetinsku krajini doživljavaju kao atraktivnu destinaciju i sa resursima za razvoj nekolicine selektivnih oblika turizma. Najviše ispitanika se u potpunosti slažu da je Cetinska krajina atraktivna destinacija, 42,1 % ili 24 ispitanika a 15 ili 26,3 % se uglavnom slažu s tom izjavom. 24,6 ili 14 ispitanika se ne može odlučiti smatra li svoju destinaciju atraktivno i 4 ispitanika se ne slažu s izjavom da je atraktivna, njih 2 ili 3,5 % se uopće ne slaže i isto toliko ih se uglavnom ne slaže.



Grafički prikaz 9. Stav o turističkim resursima

Izvor: Izrada autorice

Dalje je ispitano koji je po njihovom mišljenju najrazvijeniji selektivni oblik u Cetinskoj krajini. U grafičkom prikazu 10. može se vidjeti kako je odgovorilo lokalno stanovništvo. Po mišljenju većine, odnosno 36,8 % ili 21 ispitanika vjerski turizam je najrazvijeniji, slijedi ga kulturni turizam sa 24,6 % ili 14. Njih 15,8 % ili 9 smatra da je izletnički oblik najrazvijeniji. 6 ispitanika, odnosno 10,5 % smatra da je sportsko rekreacijski turizam najrazvijeniji. 5 ispitanika vide ruralni turizam kao najrazvijeniji samo 2 gastronomski turizam



Grafički prikaz 10. Najrazvijeniji selektivni oblik turizma u Cetinskoj krajini

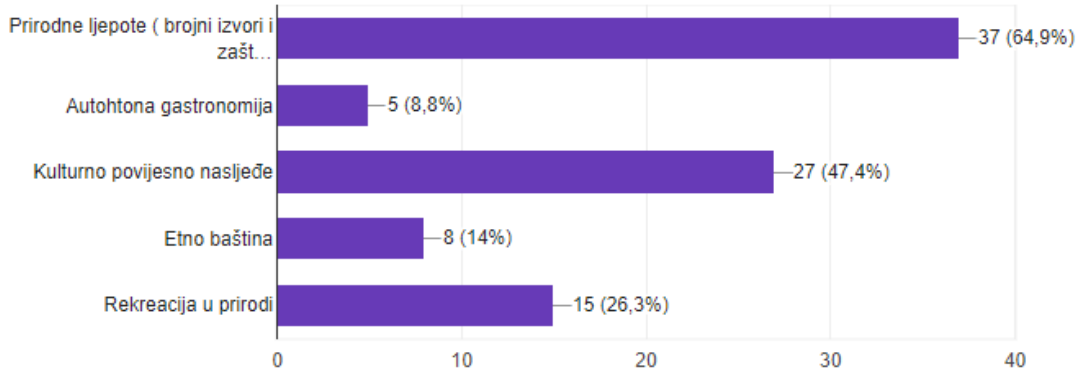
Izvor: Izrada autorice

Tablica 14. Najrazvijeniji selektivni oblik turizma u Cetinskoj krajini

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kulturni turizam	14	24,6	24,6	24,6
	Vjerski turizam	21	36,8	36,8	61,4
	Izletnički turizam	9	15,8	15,8	77,2
	Sportsko rekreacijski turizam	6	10,5	10,5	87,7
	Ruralni turizam	5	8,8	8,8	96,5
	Gatronomski turizam	2	3,5	3,5	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autorice

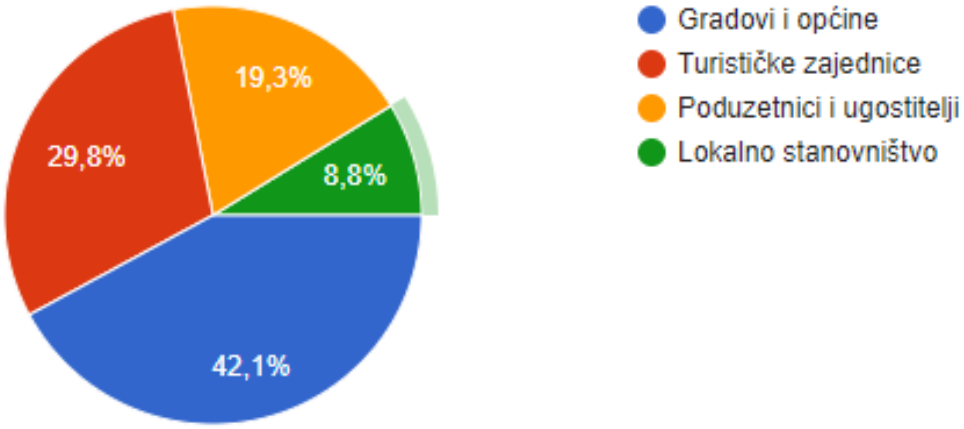
Poznato je da je Alka i Velika Gospa najvažniji resurs ovog područja. Zato smo provjerili stav lokalnog stanovništva što još može biti motiv za dolazak u destinaciju. Većina smatra da su to prirodne ljepote, 37 odgovora potvrđuje tu tvrdnju, slijedi kulturno povijesno nasljeđe sa 27 odgovora ispitanika i rekreacija u prirodi sa 15 odgovora. Nešto manje, 8 odgovora ide u korist etno baštine i najmanje 5 smatra da je autohtona gastronomija najatraktivniji resurs.



Grafički prikaz 11. Atraktivni resursi osim Alke i Velike Gospe

Izvor: Izrada autorice

Također smo pitali ispitanike, tko je po njihovom mišljenju glavni pokretač razvoja turizma u Cetinskoj krajini. Na grafičkom prikazu 12. vidimo da 42,1 % ili 24 ispitanika smatra da su to gradovi i općine, 17 ili 29,8 % misli da su turističke zajednice glavni nositelji turizma, 19,3 % vide poduzetnike i ugostitelje kao glavne nositelje i najmanje ispitanika, samo 5 smatra da su baš oni, odnosno lokalno stanovništvo glavni pokretači turističkog razvoja.



Grafički prikaz 12. Glavni pokretač razvoja turizma u Cetinskoj krajini

Izvor: Izrada autorice

6.3. Dokazivanje hipoteza

Drugi odjeljak se odnosi na pitanja o stanju razvijenosti selektivnih oblika turizma i kako po njihovom mišljenju razvoj posebnih oblika turizma utječe na razvoj Cetinske krajine.

Polazna hipoteza

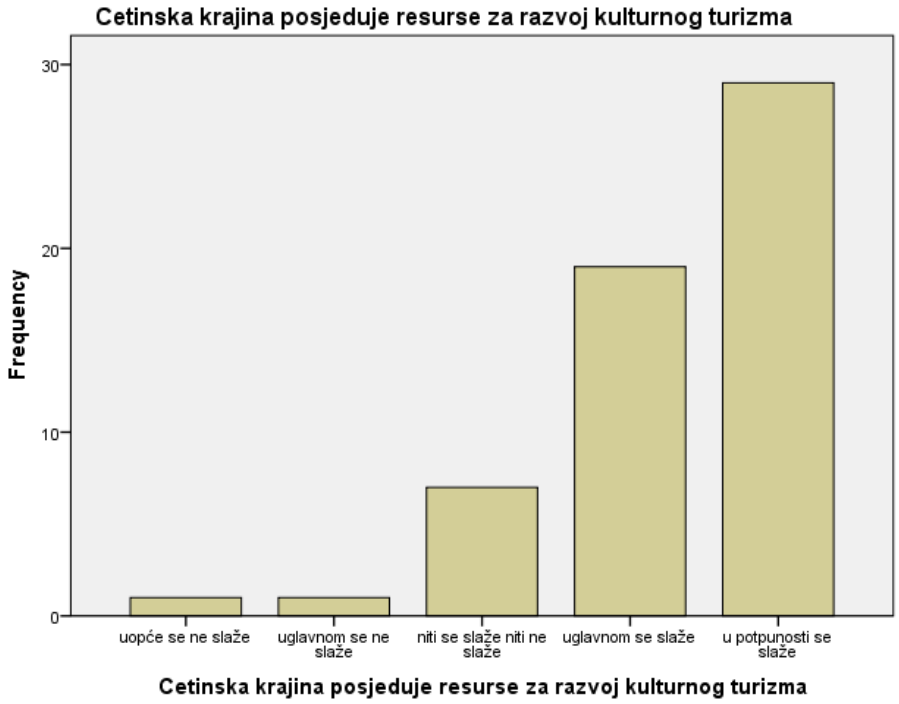
H0: Selektivni oblici turizma pozitivno utječe na Cetinske krajine

Na temelju ove hipoteze, izvedene su pomoćne hipoteze pomoću kojih će se donijeti odluka o polaznoj.

Pomoćne hipoteze:

H1: Kulturni turizam pozitivno utječe na razvoj Cetinske krajine

Već u prethodnom dijelu smo vidjeli da lokalno stanovništvo kulturni turizam vidi kao jedan od najrazvijeniji oblika turizma u krajini i prepoznaju njegovu važnost. Očekivano je da se većina ispitanika čak njih 50,9 % u potpunosti slaže da ima resursa za kulturni turizam, njih 33,3 % ili 19 ispitanika se uglavnom slaže da posjeduje resurse, njih 7 niti se slaže niti ne slaže sa tom izjavom. A po 1 ispitanik se ne slaže s tom tvrdnjom.



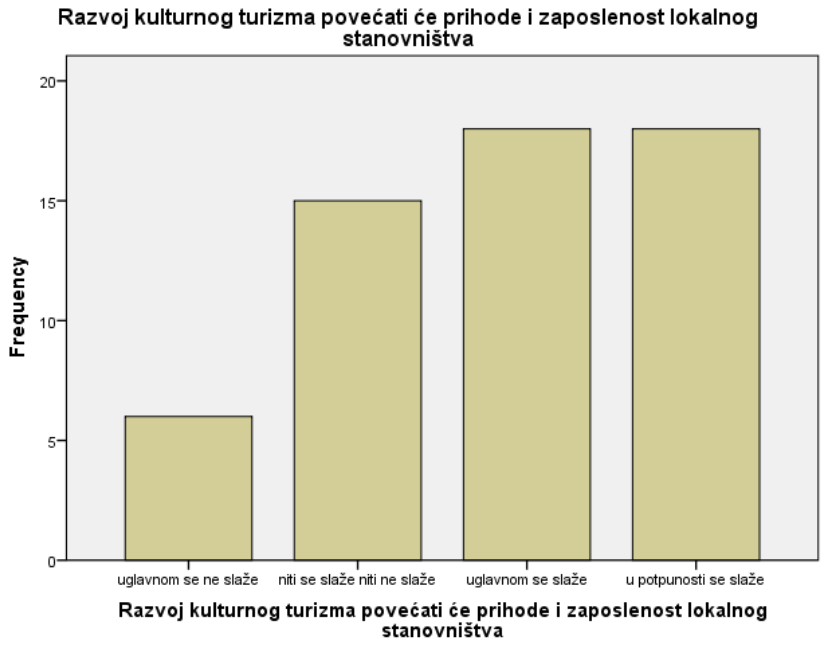
Grafički prikaz 13. Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj kulturnog turizma

Izvor: Izrada autorice

Tablica 15. Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj kulturnog turizma

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	uopće se ne slaže	1	1,8	1,8	1,8
	uglavnom se ne slaže	1	1,8	1,8	3,5
	niti se slaže niti ne slaže	7	12,3	12,3	15,8
	uglavnom se slaže	19	33,3	33,3	49,1
	u potpunosti se slaže	29	50,9	50,9	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autorice

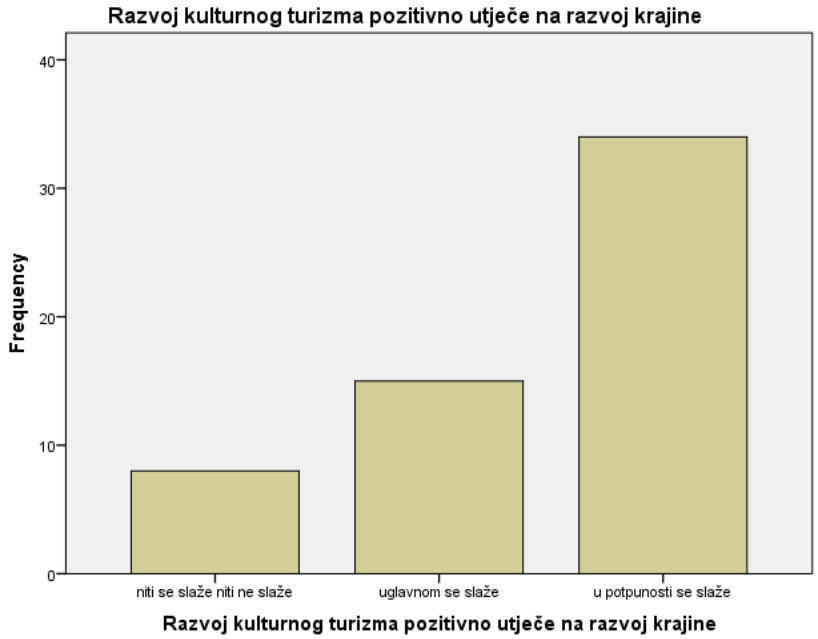


Grafički prikaz 14. Utjecaj kulturnog turizma na prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva

Izvor: Izrada autorice

63, 2 % ili 36 ispitanika se slaže s tvrdnjom da će razvoj kulturnog turizma u Cetinskoj krajini povećati prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva. Njih 15 ili 26,3 % niti se slaže niti ne slaže s tom izjavom. A samo se 6 ispitanika uglavnom ne slaže s tom izjavom a nijedan ispitanik se u potpunosti se slaže s tom izjavom. Iz ovog grafičkog prikaza 14. možemo zaključiti da ispitanici uglavnom slažu s izjavom da razvoj kulturnog turizma donosi pozitivne

gospodarske pokazatelje. Dalje pitano je utječe li razvoj kulturnog turizma na kulturni identitet lokalne zajednice. Svakako se može reći da su odgovori pozitivni, 43,9 % ili 25 ispitanika se u potpunosti slaže s tom tvrdnjom. 23 ili 40,4 % se uglavnom slaže s tom tvrdnjom. U ovom slučaju nešto manje je suzdržanih ispitanika, njih 8 ili 14 %, a samo 1 ispitanik se uglavnom ne slaže.



Grafički prikaz 15. Kulturni turizam pozitivno utječe na razvoj

Izvor: Izrada autorice

Tablica 16. Razvoj kulturnog turizma pozitivno utječe na razvoj krajine

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	niti se slaže niti ne slaže	8	14,0	14,0	14,0
	uglavnom se slaže	15	26,3	26,3	40,4
	u potpunosti se slaže	34	59,6	59,6	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Izvor : Izrada autorice

Početno pitanje ili postavljena hipoteza koju je potrebno dokazati je da razvoj kulturnog turizma pozitivno utječe na razvoj turizma, to pitanje postavljeno je ispitanicima, koji je njihov stav o toj pretpostavci. Odgovori su svakako pozitivni i ohrabrujući. Prvo svakako treba spomenuti da ni jedan ispitanik nije odgovorio da se ne slaže s tom izjavom dok s druge

strane njih čak 34 ili 59,6 % se u potpunosti slaže da postoji pozitivna korelacija između kulturnog turizma i razvoja krajine. 15 ispitanika se uglavnom slaže s izjavom i 8 ili 14% niti se slaže niti ne slaže.

Tablica 17. Prosječne ocjene varijabli utjecaja kulturnog turizma na razvoj Cetinske krajine

		Razvoj kulturnog turizma pozitivno utječe na razvoj krajine	Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj kulturnog turizma	Razvoj kulturnog turizma povećati će prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva	Razvoj kulturnog turizma pojačati će kulturni identitet lokalne zajednice
N	Valid	57	57	57	57
	Missing	0	0	0	0
Mean		4,46	4,30	3,84	4,26
Median		5,00	5,00	4,00	4,00
Mode		5	5	4[a]	5

Izvor: Izrada autorice

U tablici 17. prikazane su prosječne ocjene (aritmetička sredina, medijan i mod) ispitanika po varijablama utjecaja kulturnog turizma na razvoj Cetinske krajine. Aritmetička sredina po svim varijablama ima iznad prosječnu vrijednost, samo kod varijable razvoj kulturnog turizma povećati će prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva aritmetička sredina iznosi manje od 4, odnosno 3,84. Medijan i mod također po svim varijablama imaju iznad prosječnu vrijednost. Da bi se donio zaključak o prihvaćanju pomoćne hipoteze nužno je provesti t-test značajnosti aritmetičkih sredina.

Tablica 18. T-test značajnosti aritmetičke sredine

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Resursi	11,066	56	,000	1,298	1,06	1,53
Prihodi i zaposlenost	6,382	56	,000	,842	,58	1,11
Kulturni identitet	12,413	56	,000	1,263	1,06	1,47
Pozitivni utjecaj	14,985	56	,000	1,456	1,26	1,65

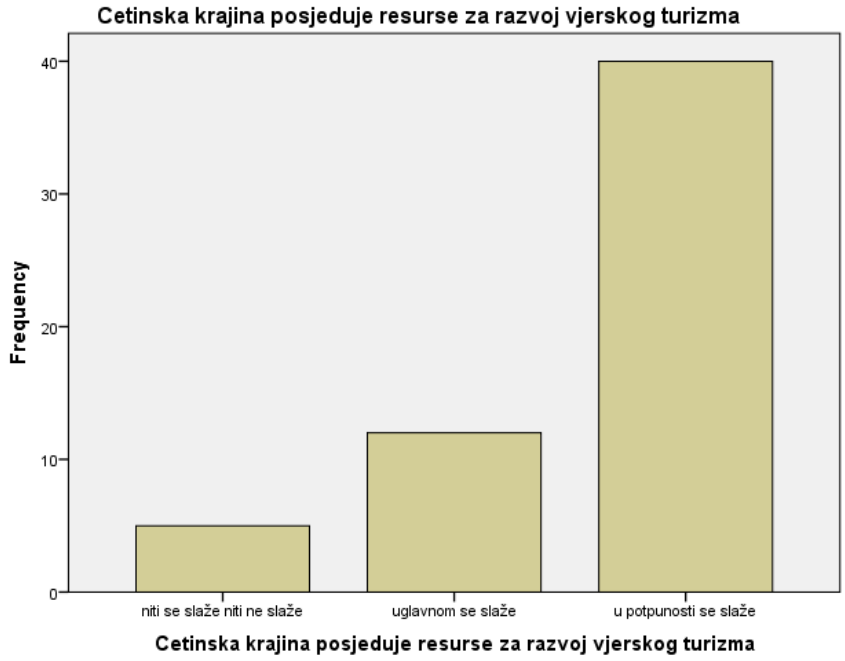
Izvor: Izrada autorice

Tablica 18. prikazuje rezultate značajnosti aritmetičkih sredina varijabli utjecaja kulturnog turizma na razvoj Cetinske krajine. Zaključak se donosi na temelju empirijske razine signifikantnosti. Empirijska razine signifikantnosti se uspoređuje s tabličnom koja iznosi 5%. Iz tablice 18. je vidljivo kako po svim varijablama empirijska razina signifikantnosti $\alpha^* \approx 0\% < 5\%$ što upućuje na zaključak da su promatrane ocjene statistički značajne.

Budući da je po svim tvrdnjama dokazano slaganje, pomoćna hipoteza H1 da kulturni turizam pozitivno utječe na razvoj Cetinske krajine se prihvaća.

H2. Vjerski turizam pozitivno utječe na razvoj Cetinske krajine

Sljedeći selektivni oblik je vjerski turizam. U prethodnim pitanjima ispitanici su odgovorili da smatraju ovaj oblika turizma najrazvijenijim. To mišljenje svako možemo potkrijepiti sa trenutnim turističkim stanjem i činjenicom da više od 100000 hodočasnika posjeti Sinj na blagdan Velike Gospe i taj broj raste iz godine u godinu. Svetište Gospi Sinjskoj je jedno od najvećih marjanskih svetišta u Republici Hrvatskoj. Iz grafičkog prikaza 16. jasno je da ispitanici, čak 69,9 % ili 40 ispitanika se u potpunosti slaže da postoje resursi za razvoj vjerskog turizma i 12 ili 21,4 % se uglavnom slaže. 5 ispitanika niti se slaže niti ne slaže s tom izjavom. Nitko od ispitanike nema negativno mišljenje.



Grafički prikaz 16. Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj vjerskog turizma

Izvor: Izrada autorice

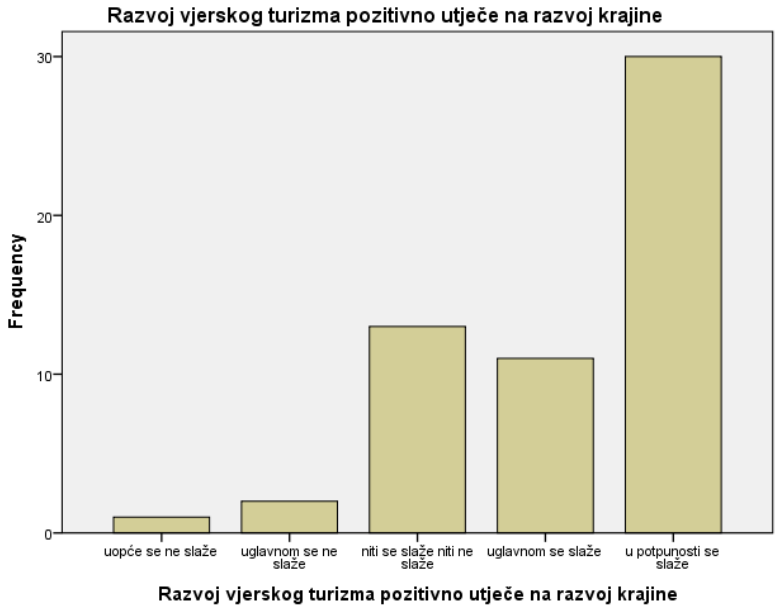
Sljedeća tvrdnja je da će razvoj vjerskog turizma povećati prihode i zaposlenost lokalnog turizma. Budući da vjerski turizam već dugi niz godina ima korijene u ovom području lokalno stanovništvo može govoriti iz iskustva i prethodnih događaja. Poznato je da na taj dan broj gostiju je na najvećoj razini u godini. Većina dolazaka se ne može evidentirati jer samo manji broj se zadrži u gradu Sinju i okolici više dana te nema evidencije o noćenjima jer tih noćenja uglavnom i nema, više je riječ o dnevnim posjetima. Svakako možemo tvrditi da su prihodi maksimizirani u to vrijeme, svi ugostiteljski objekti su popunjeni. Bilo da je riječ o smještajima, restoranima ili kafićima koji su najbrojniji u ovoj destinaciji. Isto tako i zaposlenost poraste jer svim subjektima ponude potrebna je dodatna radna snaga. Problem koji se tu javlja je kratkoročnost. Uglavnom dolasci motivirani vjerskim turizmom su vremenski definirani. Riječ je o prvih petnaest dana kolovoza. U tablici 19. može se vidjeti kako su odgovorili ispitanici na tvrdnju da će razvoj vjerskog turizma povećati prihode i zaposlenost. 20 ispitanika ili 35,1% se u potpunosti slaže, 22,8 % se uglavnom slaže. 15 ili 26,3 % niti se slaže niti ne slaže. 9 ispitanika se ne slaže s tom tvrdnjom, od toga se njih 6 ili 10,5 % uglavnom ne slaže a 3 ispitanika se uopće ne slaže.

Tablica 19. Utjecaj vjerskog turizma na prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	uopće se ne slaže	3	5,3	5,3	5,3
	uglavnom se ne slaže	6	10,5	10,5	15,8
	niti se slaže niti ne slaže	15	26,3	26,3	42,1
	uglavnom se slaže	13	22,8	22,8	64,9
	u potpunosti se slaže	20	35,1	35,1	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autorice

Svi odgovori na temu vjerskog turizma su uglavnom pozitivno odgovoreni. Nešto više ispitanika se u potpunosti slaže s tvrdnjom da vjerski turizam pozitivno utječe na razvoj nego na prihode i zaposlenost, njih 30 ili 52,6 %. 11 ispitanika se uglavnom slaže s tom tvrdnjom. Nešto više ispitanika je neodlučno pa su odgovorili da niti se slažu niti ne slažu, a 2 ispitanika ili 3,5 % se uglavnom ne slaže, odnosno 1 koji je u potpunosti ne slaže.



Grafički prikaz 17. Vjerski turizam pozitivno utječe na razvoj

Izvor: Izrada autorice

Tablica 20. Prosječne ocjene varijabli utjecaja vjerskog turizma na razvoj Cetinske krajine

		Razvoj vjerskog turizma pozitivno utječe na razvoj krajine	Razvoj vjerskog turizma povećati će prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva	Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj vjerskog turizma
N	Valid	57	57	57
	Missing	0	0	0
Mean		4,18	3,72	4,61
Median		5,00	4,00	5,00
Mode		5	5	5

Izvor: Izrada autorice

U tablici 20. prikazane su prosječne ocjene ispitanika po varijablama utjecaja vjerskog turizma na razvoj Cetinske krajine. Aritmetička sredina, mod i medijan po svim varijablama ima iznad prosječnu vrijednost, samo kod varijable razvoj vjerskog turizma povećati će prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva aritmetička sredina iznosi manje od 4, odnosno 3,72. Da bi se donio zaključak o prihvaćanju pomoćne hipoteze nužno je provesti t-test značajnosti aritmetičkih sredina.

Tablica 21. T-test značajnosti aritmetičke sredine

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Resursi	18,807	56	,000	1,614	1,14	1,79
Prihode i zaposlenost	4,501	56	,000	,719	,40	1,04
Pozitivni utjecaj	8,702	56	,000	1,175	,90	1,45

Izvor: Izrada autorice

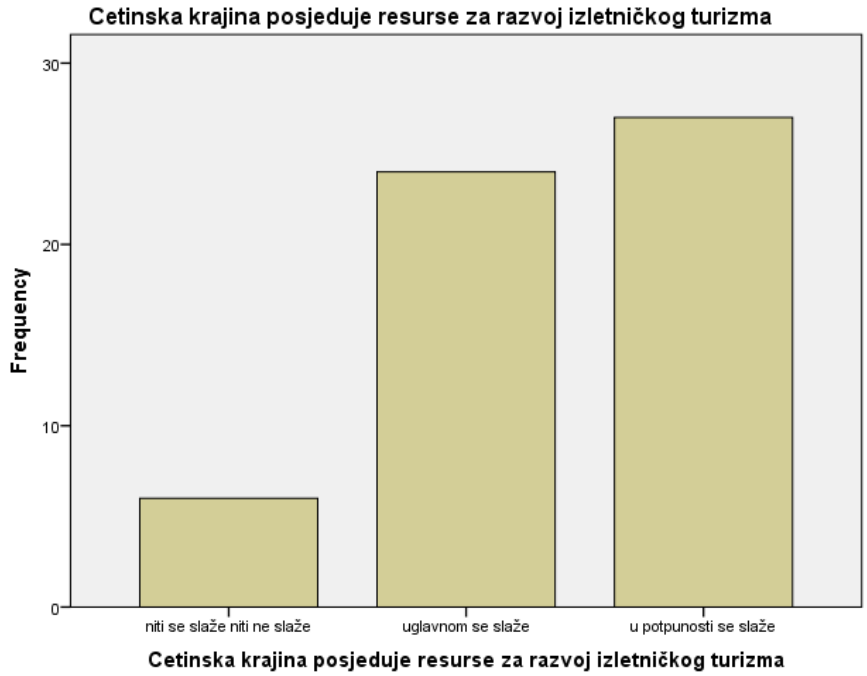
Kao i kod prethodne tablice t-testa, zaključak se donosi na temelju usporedbe empirijske razine signifikantnosti s tabličnom od 5%. Po svim varijablama utjecaja kulturnog turizma na razvoj vjerskog, empirijska razina signifikantnosti $\alpha^* \approx 0\% < 5\%$ što upućuje na zaključak da su promatrane ocjene statistički značajne.

Budući da je po svim tvrdnjama dokazano slaganje, pomoćna hipoteza H2 da vjerski turizam pozitivno utječe na razvoj Cetinske krajine se prihvaća.

H3: Izletnički turizam pozitivno utječe na razvoj Cetinske krajine

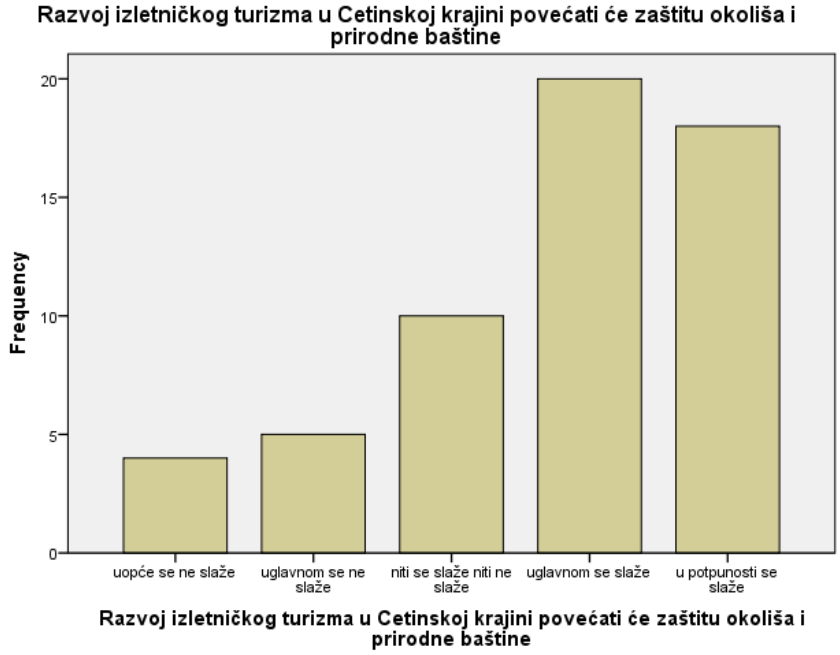
Po mišljenju lokalnog stanovništva osim najpoznatijih atrakcija Alke i Velike Gospe najatraktivniji sadržaj ove destinacije su prirodne ljepote, brojni izvori i zaštićeni lokaliteti svakako su privlačni i gostima. Izletnički turizam počiva na prirodnim ljepotama.

Prvo će se definirati smatra li lokalno stanovništvo da Cetinska krajina ima resurse za razvoj ovog selektivnog oblika. Iz grafičkog prikaza 18. može se vidjeti da se 47,4 % ili 27 ispitanika u potpunosti slaže s tom tvrdnjom a njih 24 ili 42,1 % uglavnom slaže s tvrdnjom. Samo 6 ispitanika ne može odlučiti slaže li se sa tvrdnjom ili ne. U ovom slučaju može se reći da većina ispitanika smatra da postoje resursi, isto tako vide ovaj oblik turizma potencijalnim. Osim posjedovanja resursa 21 ispitanik smatra da će razvoj izletničkog turizma donijeti za sobom veće prihode i zaposlenost. 20 ili 35,1 % se uglavnom slaže. Nekolicina je neodlučna, točnije 9 ispitanika ili 15,8 % ukupnog uzorka. Nešto manje ispitanika se uglavnom ne slaže s tom tvrdnjom, tj. 6 ispitanika i 1 se u potpunosti ne slaže.



Grafički prikaz 18. Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj izletničkog turizma

Izvor: Izrada autorice



Grafički prikaz 19. Izletničkog turizma u Cetinskoj krajini povećati će zaštitu okoliša i prirodne baštine

Izvor: Izrada autorice

Izletnički turizam je usko vezan uz prirodnu baštinu i okoliš. Poznato je da povećani broj dolazaka ukoliko nije pravilno vođen negativno utječe na prirodnu baštinu a svakako na okoliš. Budući da su prirodne ljepote motiv dolaska za očekivati bi bilo da se nastoji održavati na trenutnom nivou ili čak pokušati nekako unaprijediti. Postavljeno je pitanje lokalnom stanovništvu što misle hoće li razvoj izletničkog turizma povećati zaštitu okoliša i prirodne baštine. Odgovori se mogu vidjeti u grafičkom prikazu 19. 18 ispitanika se u potpunosti slaže s tvrdnjom a 20 se uglavnom slaže s tom tvrdnjom. 10 ispitanika ili 17,5 % je neodlučno. 8,8 % se uglavnom ne slaže s tvrdnjom a 7 % ili 4 ispitanika se uopće ne slažu s tvrdnjom. Iako većina misli da će se povećati zaštita ipak ima ispitanika koji su zabrinuti da bi razvoj ovog oblika moglo narušiti prirodnu baštinu i onečistiti okoliš kako se događalo destinacijama koje počivaju na prirodnim ljepotama a upravo su posjetitelji ti koji su ugrozili destinaciju.

Tablica 22. Razvoj izletničkog turizma u Cetinskoj krajini pozitivno utječe na razvoj krajine.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	niti se slaže niti ne slaže	8	14,0	14,0	14,0
	uglavnom se slaže	22	38,6	38,6	52,6
	u potpunosti se slaže	27	47,4	47,4	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autorice

Stav lokalnog stanovništva je pozitivan. 47,4 % ispitanika se u potpunosti slaže da bi izletnički turizam pozitivno utjecao na razvoj, 38,6 % ili 22 se uglavnom slaže a 8 ispitanika je neodlučno. Zanimljivo je primijetiti da ni jedan ispitanik ne misli da ovaj selektivni oblik neće utjecati pozitivno nego možda čak negativno.

U tablici 23. prikazane su prosječne ocjene ispitanika po varijablama utjecaja izletničkog turizma na razvoj Cetinske krajine. Aritmetička sredina po dvije varijable imaju iznad prosječnu vrijednost, a dvije nešto manje, varijable razvoj izletničkog turizma povećati će prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva aritmetička sredina iznosi manje od 4, odnosno 3,95 i razvoj izletničkog turizma u Cetinskoj krajini povećati će zaštitu okoliša i prirodne baštine koji iznosi 3,75. Medijan i mod također po svim varijablama imaju iznad prosječnu

vrijednost. Da bi se donio zaključak o prihvaćanju pomoćne hipoteze nužno je provesti t-test značajnosti aritmetičkih sredina.

Tablica 23. Prosječne ocjene varijabli utjecaja izletničkog turizma na razvoj Cetinske krajine

		Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj izletničkog turizma	Razvoj izletničkog turizma povećati će prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva	Razvoj izletničkog turizma u Cetinskoj krajini povećati će zaštitu okoliša i prirodne baštine	Razvoj izletničkog turizma u Cetinskoj krajini pozitivno utječe na razvoj krajine.
N	Valid	57	57	57	57
	Missing	0	0	0	0
Mean		4,37	3,95	3,75	4,33
Median		4,00	4,00	4,00	4,00
Mode		5	5	4	5

Izvor: Izrada autorice

Tablica 24. T-test značajnosti aritmetičke sredine

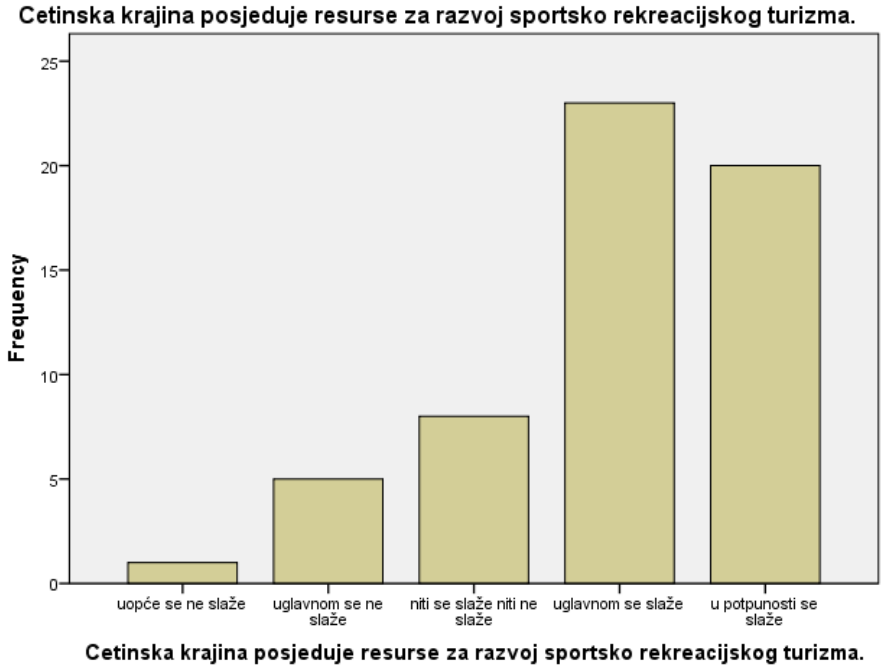
	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Resursi	15,382	56	,000	1,368	1,19	1,55
Prihodi i zaposlenost	6,752	56	,000	0,947	,67	1,23
Okoliš i prirodna baština	4,749	56	,000	,754	,44	1,07
Pozitivni utjecaj	14,070	56	,000	1,333	1,14	1,52

Izvor: Izrada autorice

Tablica 24. prikazuje rezultate značajnosti aritmetičkih sredina varijabli utjecaja izletničkog turizma na razvoj Cetinske krajine. Vidljivo je kako po svim varijablama empirijska razina signifikantnosti $\alpha^* \approx 0\% < 5\%$ što upućuje na zaključak da su promatrane ocjene statistički značajne.

Budući da je po svim tvrdnjama dokazano slaganje, pomoćna hipoteza H3 da izletnički turizam pozitivno utječe na razvoj Cetinske krajine se prihvaća.

H4: Sportsko-rekreacijski turizam pozitivno utječe na razvoj Cetinske krajine



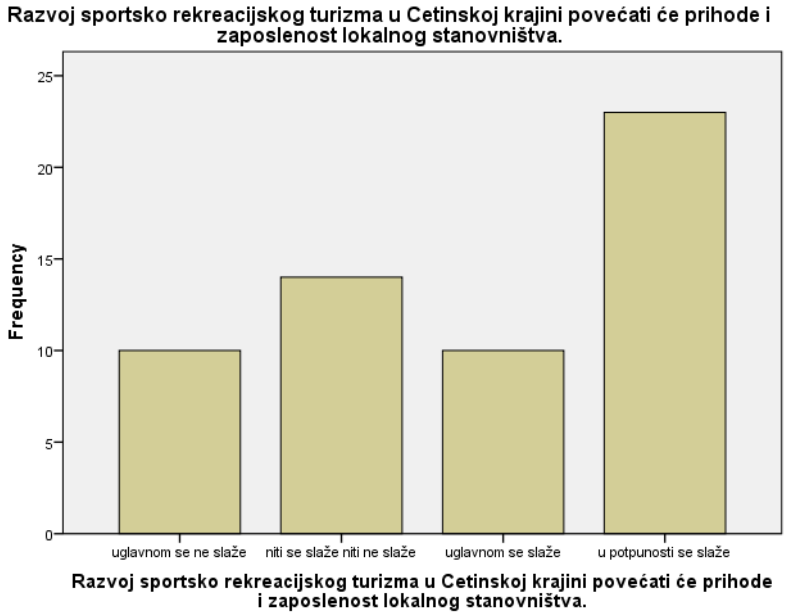
Grafički prikaz 20. Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj sportsko rekreacijskog turizma

Izvor: Izrada autorice

Sljedeći selektivni oblik je sportsko rekreacijskog turizma. Kako je objašnjeno u teorijskom dijelu rada, novi turisti traže aktivan odmor, razonodu, izazove i čak ekstremna iskustva. Geografski položaj i geomorfološka obilježja postavila su preduvjet za brojna sportsko rekreacijska iskustva. Lokalno stanovništvo je prepoznalo taj resurs te 35, 1 % se u potpunosti slaže da Cetinska krajina ima resurse potrebne za razvoj ovog oblika turizma, 40,4 % ili 23 ispitanika se uglavnom slaže s tom tvrdnjom. 8 ispitanika niti se slaže niti ne slaže. 5 ili 8,8 % ispitanika se uglavnom ne slaže da postaje takvi resursi a samo 1 ispitanik se uopće ne slaže da postoje resursi koji bi mogli biti preduvjet za razvoj sportsko rekreacijskog turizma.

Kada je riječ o sportsko rekreacijskom turizmu, potrebno je uzeti u obzir da je riječ o turistima koji su spremni na nešto novo i aktivnije žive svoj život. Uglavnom to nije riječ o sportašima nego rekreativcima koji žele nova iskustva. Iako sportske aktivnosti nužno ne koštaju svakako se na njima može i zaraditi. U svakom slučaju ispitanici smatraju da razvoj ovog selektivnog oblika može donijeti veće prihode i zaposlenost lokalnoj zajednici. Na grafikonu 21. može se vidjeti da se njih 40, 4 % s tim u potpunosti slaže a 10 % se uglavnom slaže. 14 ili 24,6 % niti

se slaže niti ne slaže a 10 ispitanika ili 17,5 % se uglavnom ne slaže sa tvrdnjom da bi moglo povećati prihode i zaposlenost.



Grafički prikaz 21. Utjecaj sportsko rekreacijskog turizma na prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva

Izvor: Izrada autorice

Iako su mišljenja o prihodima i zaposlenosti podijeljeni stav o pozitivnom utjecaju na razvoj je prihvaćen od strane lokalnog stanovništva. 48 ispitanika se slaže, odnosno po 24 uglavnom se slaže ili u potpunosti slaže s tom tvrdnjom što je ukupno 84, 2 %, a ostalih 15, 8 % je neodlučno.

Tablica 25. Razvoj sportsko rekreacijskog turizma u Cetinskoj krajini pozitivno utječe na razvoj krajine

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	niti se slaže niti ne slaže	9	15,8	15,8	15,8
	uglavnom se slaže	24	42,1	42,1	57,9
	u potpunosti se slaže	24	42,1	42,1	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autorice

Tablica 26. Prosječne ocjene varijabli utjecaja sportsko rekreacijskog turizma na razvoj Cetinske krajine

		Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj sportsko rekreacijskog turizma.	Razvoj sportsko rekreacijskog turizma u Cetinskoj krajini povećati će prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva.	Razvoj sportsko rekreacijskog turizma u Cetinskoj krajini pozitivno utječe na razvoj krajine.
N	Valid	57	57	57
	Missing	0	0	0
Mean		3,98	3,81	4,26
Median		4,00	4,00	4,00
Mode		4	5	4[a]

Izvor: Izrada autorice

U tablici 26. prikazane su prosječne ocjene ispitanika po varijablama utjecaja sportsko rekreacijskog turizma na razvoj Cetinske krajine. Za razliku od prethodnih tablica prosječnih ocjena varijabli vrijednosti aritmetičke sredine dvije varijable je ispod prosječne vrijednosti, a varijable razvoj sportsko rekreacijskog turizma pozitivno utječe na razvoj je veća od prosjeka, odnosno 4,26 Medijan i mod po svim varijablama imaju iznad prosječnu vrijednost. Da bi se donio zaključak o prihvaćanju pomoćne hipoteze nužno je provesti t-test značajnosti aritmetičkih sredina.

Tablica 27. T- test aritmetičke sredine

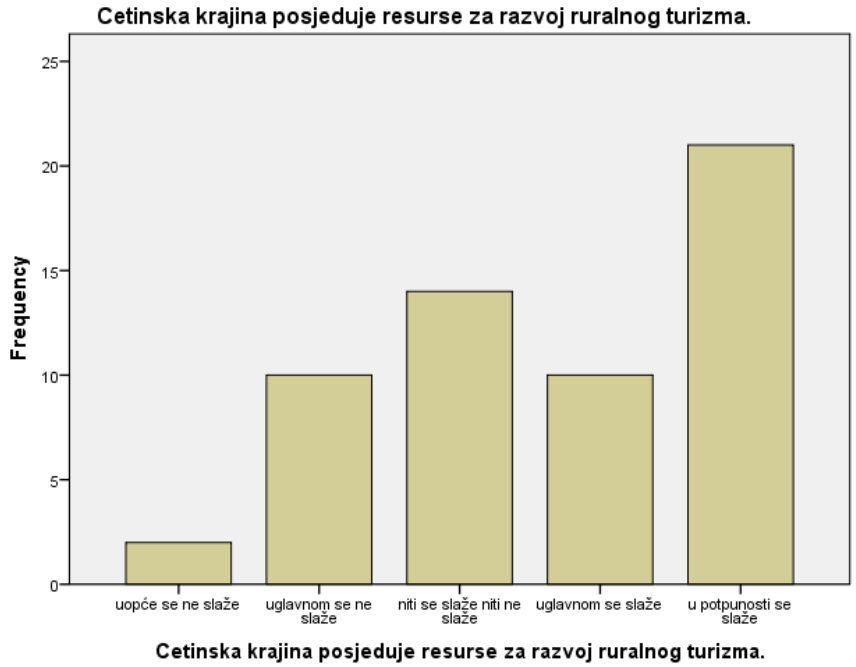
	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Resursi	7,353	56	,000	,982	,71	1,25
Prihodi i zaposlenost	5,269	56	,000	,807	,50	1,11
Pozitivni utjecaj	13,240	56	,000	1,263	1,07	1,45

Izvor: Izrada autorice

Tablica 27. prikazuje rezultate značajnosti aritmetičkih sredina varijabli utjecaja sportsko rekreacijskog turizma na razvoj Cetinske krajine. Zaključak se donosi na temelju empirijske razine signifikantnosti. Empirijska razine signifikantnosti se uspoređuje s tabličnom koja iznosi 5%. Vidljivo kako po svim varijablama empirijska razina signifikantnosti $\alpha^* \approx 0\% < 5\%$ što upućuje na zaključak da su promatrane ocjene statistički značajne.

Budući da je po svim tvrdnjama dokazano slaganje, pomoćna hipoteza H4 da sportsko rekreacijski turizam pozitivno utječe na razvoj Cetinske krajine se prihvaća.

H4: Ruralni turizam pozitivno utječe na razvoj Cetinske krajine



Grafički prikaz 22. Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj ruralnog turizma

Izvor: Izrada autorice

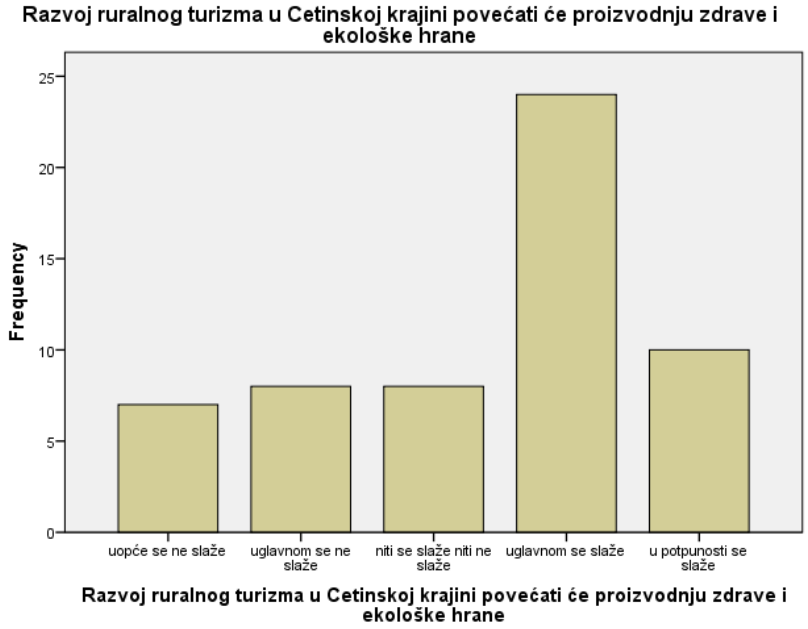
Cetinska krajina je ruralno područje, s toga je i većina ispitanika odgovorila da posjeduje resurse za razvoj ruralnog turizma, kao što se može vidjeti u grafičkom prikazu 22. 36,8 % ili 21. 10 ili 17,5 % se uglavnom slaže s tom tvrdnjom a 14 ili 24,6 % ne može odlučiti slaže li se s tom tvrdnjom. A 10 ispitanika ili 17,5 % uzorka se uglavnom ne slaže da takav resurs postoji i 2 ili 3, % se uopće ne slaže.

Tablica 28. Razvoj ruralnog turizma u Cetinskoj krajini povećati će prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	uopće se ne slaže	2	3,5	3,5	3,5
	uglavnom se ne slaže	10	17,5	17,5	21,1
	niti se slaže niti ne slaže	19	33,3	33,3	54,4
	uglavnom se slaže	15	26,3	26,3	80,7
	u potpunosti se slaže	11	19,3	19,3	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autorice

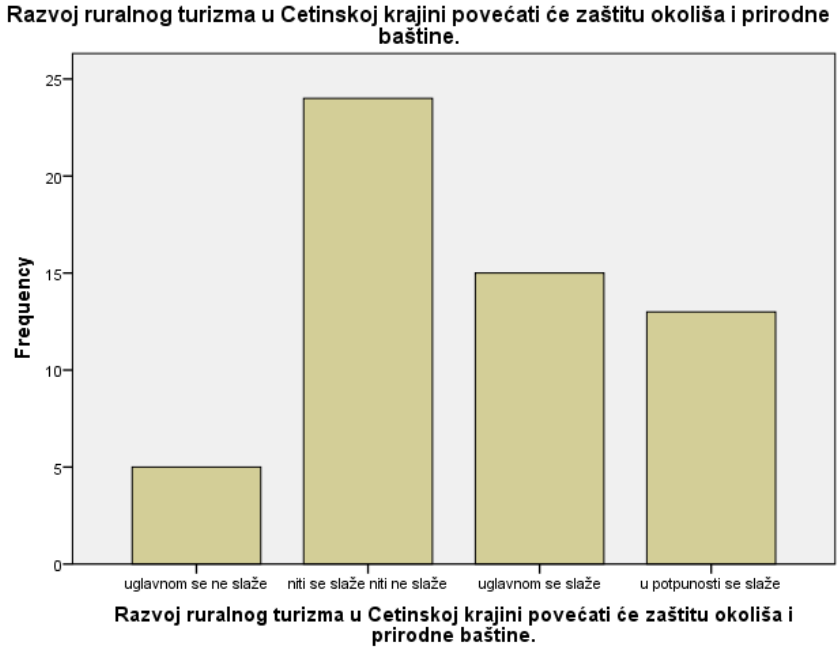
Kao i za sve selektivne oblike koji su predmet ovog istraživanja, ispitanici su odgovorili na tvrdnju da će razvoj ruralnog turizma povećati prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva. 2 ispitanika se u potpunosti ne slaže s tom tvrdnjom i 10 ispitanika se uglavnom ne slaže s tom tvrdnjom. 19 ispitanik ili 33,3 %, najviše ispitanika se niti slaže niti ne slaže. S obzirom da ovaj oblik do sada jako slabo razvijen očekivano je da lokalno stanovništvo ne zna što može očekivati. No isto tako se i 15 ili 26,3 % ispitanika uglavnom slaže s tvrdnjom i 11 ili 19,3 % ispitanika se u potpunosti slaže s tom tvrdnjom.



Grafički prikaz 23. Utjecaj ruralnog turizma povećati će proizvodnju zdrave i ekološke hrane

Izvor: Izrada autorice

Vidljivo je da je lokalno stanovništvo mišljenja da postoje resursi za razvoj, da će ovaj oblik donijeti i veće prihode i zaposlenost lokalnom stanovništvu. Kako je ruralni turizam usko vezan s poljoprivredom i proizvodnjom hrane i konzumacijom te hrane provjereno je kako bi to moglo utjecati na proizvodnju zdrave i ekološke hrane. Na grafičkom prikazu 23. može se vidjeti da se 34 ili 59,6 % ispitanika slaže s tvrdnjom da će razvoj ruralnog turizma povećati proizvodnju zdrave i ekološke hrane. Budući da je i proizvodnja i ruralni turizma na niskoj razini trenutno može se očekivati da bi korelacija te dvije varijable bila pozitivna. Većina se uglavnom slaže 24 ispitanika ili 42,1 %, 10 ispitanika se u potpunosti slaže. 8 je neodlučno i 8 se uglavnom ne slaže, te 7 ispitanika uopće ne slaže.



Grafički prikaz 24. Razvoj ruralnog turizma povećati će zaštitu okoliša i prirodne baštine

Izvor : Izrada autorice

Ruralni turizam je također i vezan za prirodne ljepote i okoliš. 49,1 % ukupnog uzorka se slaže s tvrdnjom da će ruralni turizam povećati zaštitu okoliša i prirodne baštine. Ne slažu se svi ispitanici u potpunosti, njih 22,8 % se slaže u potpunosti a 26,3 % se uglavnom slaže. 24 ili 42,1 % niti se slaže niti ne slaže a 5 ispitanika ili 8,8 % ukupnog uzorka se uglavnom ne slaže. Provjerena je tvrdnja da razvoj ruralnog turizma pozitivno utječe na razvoj. U prethodnim pitanja prezentirano je da ispitanici ruralni turizam vide kao najnerazvijeniji selektivni oblik zajedno s gastronomskim, ipak su mišljenja da bi mogao pozitivno utjecati na razvoj Cetinske krajine kao destinacije. Vidljivo u tablici 29. 29, 8 % ili 17 ispitanika se u

potpunosti slaže, 18 ili 31,6 % se uglavnom slaže, 10 ispitanika ili 17, 5% niti se slaže niti ne slaže te 12 ili 21,1 % se uglavnom ne slaže. Iz ovog možemo zaključiti da bilo kakav napredak u razvoju bi pozitivno utjecao.

Tablica 29. Razvoj ruralnog turizma u Cetinskoj krajini pozitivno utječe na razvoj krajine

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	uglavnom se ne slaže	12	21,1	21,1	21,1
	niti se slaže niti ne slaže	10	17,5	17,5	38,6
	uglavnom se slaže	18	31,6	31,6	70,2
	u potpunosti se slaže	17	29,8	29,8	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autorice

Tablica 30. Prosječne ocjene varijabli utjecaja ruralnog turizma na razvoj Cetinske krajine

		Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj ruralnog turizma.	Razvoj ruralnog turizma u Cetinskoj krajini povećati će prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva.	Razvoj ruralnog turizma u Cetinskoj krajini povećati će proizvodnju zdrave i ekološke hrane	Razvoj ruralnog turizma u Cetinskoj krajini povećati će zaštitu okoliša i prirodne baštine.	Razvoj ruralnog turizma u Cetinskoj krajini pozitivno utječe na razvoj krajine
N	Valid	57	57	57	57	57
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,67	3,40	3,39	3,63	3,70
Median		4,00	3,00	4,00	3,00	4,00
Mode		5	3	4	3	4

Izvor: Izrada autorice

U ovom slučaju aritmetičke sredine svih varijabli ima prosječne vrijednosti. Medijan i mod za tri varijable ima iznad prosječne vrijednosti a za dvije prosječne vrijednosti. Da bi se donio zaključak o prihvaćanju pomoćne hipoteze nužno je provesti t-test značajnosti aritmetičkih sredina.

Tablica 31. T- test aritmetičke sredine

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Resursi	4,758	56	,000	,667	,39	,95
Prihodi i zaposlenost	2,217	56	,031	,404	,04	,77
Zdrava i ekološka hrana	2,780	56	,007	,386	,11	,66
Okoliš i prirodna baština	4,169	56	,000	,632	,33	,94
Pozitivni utjecaj	5,502	56	,000	,702	,45	,96

Izvor: Izrada autorice

Tablica 31. prikazuje rezultate značajnosti aritmetičkih sredina varijabli utjecaja ruralnog turizma na razvoj Cetinske krajine. Zaključak se donosi na temelju empirijske razine signifikantnosti. Empirijska razine signifikantnosti se uspoređuje s tabličnom koja iznosi 5%. Iz tablice 31. je vidljivo kako po svim varijablama empirijska razina signifikantnosti $\alpha^* \approx 0\% < 5\%$ što upućuje na zaključak da su promatrane ocjene statistički značajne.

Budući da je po svim tvrdnjama dokazano slaganje, pomoćna hipoteza H5 da ruralni turizam pozitivno utječe na razvoj Cetinske krajine se prihvaća.

H4: Gastronomski turizam pozitivno utječe na razvoj Cetinske krajine

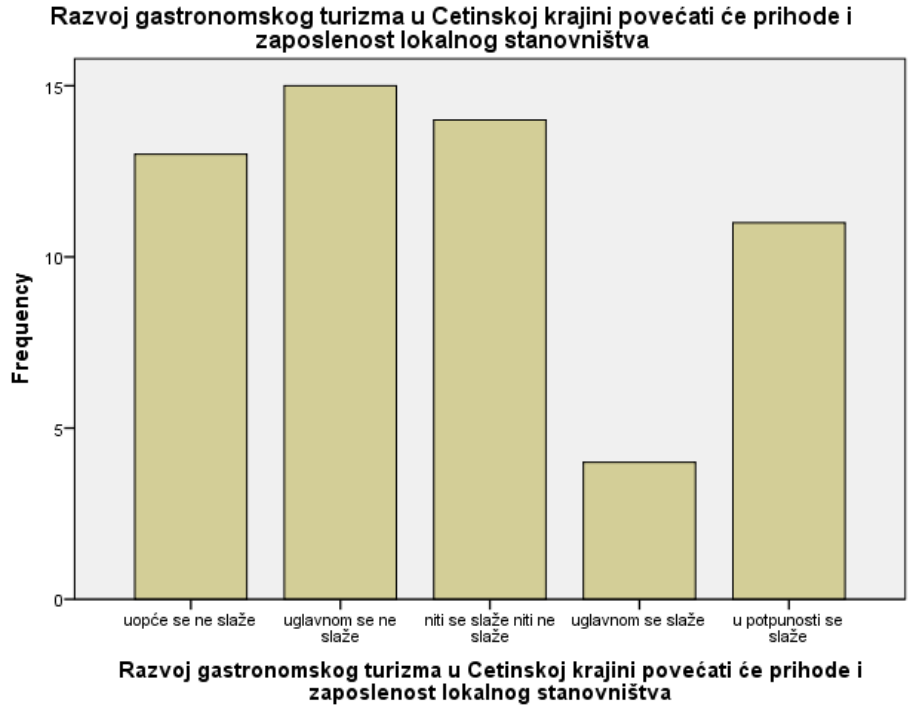
Gastronomski turizam je relativno nov selektivni oblik i tek odnedavno se hrana i piće smatra kao izvorni motiv putovanja. Malo ga je teško odvojiti od ostalih oblika turizma jer svi turisti konzumiraju u svom boravku i druge oblike ponude. Cetinska krajina ima resurs za razvoj ovog oblika turizma jer postoje brojna autohtona jela koja se njeguju na ovom području. Što se tiče mišljenja lokalnog stanovništva, 12,3 % ispitanika se u potpunosti slaže da postoje resursi, 29,8 % ili 17 se uglavnom slaže. 12 ili 21,1 % je neodlučno. 19 ili 33,3 % se uglavnom ne slaže i 2 ili 3,5 % se uopće ne slaže.

Tablica 32. Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj gastronomskog turizma

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	uopće se ne slaže	2	3,5	3,5	3,5
	uglavnom se ne slaže	19	33,3	33,3	36,8
	niti se slaže niti ne slaže	12	21,1	21,1	57,9
	uglavnom se slaže	17	29,8	29,8	87,7
	u potpunosti se slaže	7	12,3	12,3	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autorice

Slična su mišljenja i kad riječ o tvrdnji da će razvoj povećati prihode i zaposlenost. Kako vidimo u grafičkom prikazu 25. 11 ispitanik ili 19,3 % se u potpunosti slaže, 4 se uglavnom slaže, 14 je neodlučno. 28 ispitanika se ne slaže, od toga se uglavnom ne slaže 15 ili 26,3 % a 13 ili 22,8 % uopće ne slaže s tom tvrdnjom.



Grafički prikaz 25. Utjecaj gastronomskog turizma povećati će prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva

Izvor: Izrada autorice

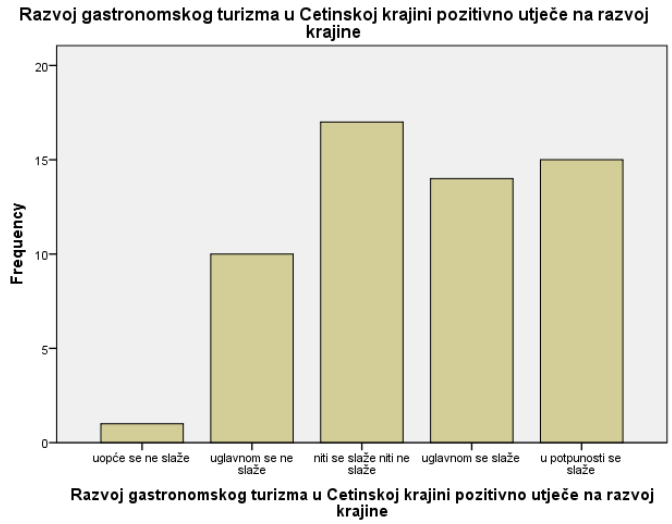
Tvrdnja razvoj gastronomskog turizma povećati će proizvodnju zdrave i ekološke hrane naišla je na odobrenje lokalnog stanovništva. Hrana je upravo resurs gastronomskog turizma i ispitanici se slažu da bi razvoj povećao proizvodnju. 21,1 % ispitanika se u potpunosti slaže, 36,8 % se uglavnom slaže, 26,3 % je neodlučno a 15,8 % se uglavnom ne slaže s tom tvrdnjom.

Tablica 33. Razvoj gastronomskog turizma u Cetinskoj krajini povećati će proizvodnju zdrave i ekološke hrane

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	uglavnom se ne slaže	9	15,8	15,8	15,8
	niti se slaže niti ne slaže	15	26,3	26,3	42,1
	uglavnom se slaže	21	36,8	36,8	78,9
	u potpunosti se slaže	12	21,1	21,1	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autorice

I posljednja tvrdnja da gastronomski turizam pozitivno utječe na razvoj krajine vidljiv je na grafičkom prikazu 26. 45,6 % ispitanika se u potpunosti slaže. 6,3 % se uglavnom slaže. 21,1 % niti se slaže niti ne slaže sa tom tvrdnjom. Nešto manje 5,3 % ili 3 ispitanika se uglavnom ne slaže i 1 ispitanik koji je ujedno i 1,8 % ukupnog uzorka se uopće ne slaže s tvrdnjom da pozitivno utječe na razvoj Cetinske krajine.



Grafički prikaz 26. Razvoj gastronomskog turizma pozitivno utječe na razvoj krajine

Izvor: Izrada autorice

Tablica 34. Prosječne ocjene varijabli utjecaja ruralnog turizma na razvoj Cetinske krajine

		Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj gastronomskog turizma	Razvoj gastronomskog turizma u Cetinskoj krajini povećati će prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva	Razvoj gastronomskog turizma u Cetinskoj krajini povećati će proizvodnju zdrave i ekološke hrane	Razvoj gastronomskog turizma u Cetinskoj krajini pozitivno utječe na razvoj krajine
N	Valid	57	57	57	57
	Missing	0	0	0	0
Mean		3,14	2,74	3,63	3,56
Median		3,00	3,00	4,00	4,00
Mode		2	2	4	3

Izvor: Izrada autorice

U tablici 34. prikazane su prosječne ocjene ispitanika po varijablama utjecaja gastronomskog turizma na razvoj Cetinske krajine. Aritmetička sredina tri varijable imaju prosječnu vrijednost, a varijabla razvoj gastronomskog turizma u Cetinskoj krajini povećati će prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva ima ispod prosječnu vrijednost, odnosno 2,74. Mod po dvije varijablama ima ispod prosječnu vrijednost, jedan prosječnu i jedan iznadprosječnu. Medijan su po dvije prosječne dvije iznad prosječne vrijednosti. Da bi se donio zaključak o prihvaćanju pomoćne hipoteze nužno je provesti t-test značajnosti aritmetičkih sredina.

Tablica 35. T-test značajnosti aritmetičke sredine

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Resursi	,861	56	,393	,140	-,19	,47
Prihodi i lokalno	-1,411	56	,164	-,263	-,64	,11
Zdrava i ekološka hrana	3,618	56	,001	,632	,28	,98
Pozitivni utjecaj	3,110	56	,003	,561	,20	,92

Izvor: Izrada autorice

Posljednja tablica t-značajnosti prikazuje rezultate značajnosti aritmetičkih sredina varijabli utjecaja gastronomskog turizma na razvoj Cetinske krajine. Zaključak se donosi na temelju empirijske razine signifikantnosti. Iz tablice 37. je vidljivo kako po dvije varijable empirijska razina signifikantnosti $\alpha^* \approx 0\% < 5\%$ što upućuje na zaključak da su promatrane ocjene statistički značajne. Dok s druge strane dvije varijable, varijabla „Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj gastronomskom turizma“, empirijska razina signifikantnosti iznosi $\alpha^* \approx 39{,}3\% > 5\%$ i varijabla razvoj gastronomskog turizma u Cetinskoj krajini povećati će prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva iznosi $\alpha^* \approx 16{,}4\% > 5\%$.

Budući da je u dva slučaja $\alpha^* > 5\%$ donosimo zaključak da pomoćna hipoteza H6 gastronomski turizam pozitivno utječe na razvoj Cetinske krajine se ne prihvaća.

ZAKLJUČAK

Turizam je jedan od najbrže rastućih gospodarskih sektora, brzi rast, dinamične promjene i konkurencija nameće turističkim djelatnicima osmišljavanje novih turističkih proizvoda. Turizam 21. stoljeća sadrži posebnu mješavinu kulture, pustolovine i naturalizma. Različiti turistički potencijali utječu na stvaranje specifičnosti pojedinih destinacija, što utječe i na mogućnosti razvoja pojedinih oblika turizma u njima, a upravo selektivni oblici turizma javljaju se kao dio razvojnog zaokreta u turizmu. Suvremeni globalni turistički trendovi pogoduju afirmaciji i stalnoj ekspanziji selektivnih oblika turizma, koji nude široku lepezu turističkih doživljaja, te kroz individualan pristup turistu, kreativnost i raznovrsnost ponude u potpunosti prepoznaju potrebe suvremenog turista. Razvoj destinacija kao Cetinska krajina počiva na selektivnim oblicima turizma. Razvoj selektivnih oblika turizma važan je zbog obogaćivanja turističke ponude na novim raznolikim turističkim formama koji zadovoljavaju svjetske turističke trendove, proširenja turističke sezone, povećanja iskorištenosti smještajnih kapaciteta te povećanje prosječne potrošnje turista. Kao što se može vidjeti u teorijskom dijelu rada Cetinska krajina posjeduje bogatu i raznovrsnu resursnu osnovu za razvoj više oblika selektivnog turizma. Blizina mora i spoj planina, krških fenomena te nedovoljno iskorištenih turističkih potencijala.

Kada je riječ o turističkom značaju Cetinske krajine u startu je potrebno reći da je on malen, gotovo zanemariv. Turizam se na ovom području ne planira i ne prezentira gostima nego se događa svake godine u kolovozu kad je broj posjeta na ovom području na vrhuncu, dokaz je i struktura gostiju. Iako broj posjeta i noćenja raste u svim dijelovima Cetinske krajine, još uvijek ne može se govoriti o turističkom razvoju. Cetinska krajina se ne doživljava kao turistička destinacija ni sa strana lokalnog stanovništva ni okolnih turističkih zajednica. Plan razvoja Splitsko-dalmatinske županije predstavio je program razvoja Dalmatinske Zagore koje je Cetinska krajina dio. Započeo je proces udaljavanja od kupališnog turizma i usmjeravanje na unutrašnjost i selektivne oblike turizma. To je u prilika za turistički razvoj Cetinske krajine. Poznato je da je Alka UNESCO nematerijalna baštine, što čini Sinj gradom na kulturnoj karti svijeta. Uz konkretnu komunikaciju lokalnih zajednica i promotivnog sadržaja riječ je o projektu koji može imati izvanredne rezultate. Budući da je stopa nezaposlenosti još poprilično visoka u cijeloj Hrvatskoj a turizma glavni pokretač razvoja očekivano je da se i manje destinacije usmjeravaju na razvoj turizma. Izgradnja Muzeja Sinjske Alke je primjer kako ulaganje u kulturu donosi velike rezultate. Na račun muzeja

bilježe se posjeti i tokom cijele godine ne samo lokalnog stanovništva nego strani posjetitelji su pokazali interes za muzejom. Očuvanje izvornosti prilikom kreiranja turističke ponude te valorizacija sastavnica identiteta su ključni čimbenici u jačanju atraktivnosti i konkurentnosti ovoga prostora

U empirijskom dijelu rada ispitano je lokalno stanovništvo. Tema rada je utjecaj šest oblika selektivnog turizma za razvoje Cetinske krajine, kulturni, vjerski, izletnički, sportsko-rekreacijski, ruralni i gastronomski. Neki od oblika turizma su već prepoznati i u praksi, tu se može reći da je vjerski turizma najrazvijeniji jer već postoji određen broj turista kojima je to osnovni motiv dolaska. Problem koji se javlja kad je riječ o vjerskom turizmu je u evidenciji posjetitelja. Pretpostavka je da svi posjetitelji u razdoblju hodočašća Gospi Sinjskoj dolaze isključivo zbog toga, što se ne može dokazati jer nije provedeno istraživanje niti se gosti selektiraju po motivu dolaska. Drugi oblici turizma su u tragovima, usputna rekreacija u vrijeme boravka gostiju koji uglavnom biraju ovu destinaciju zbog mira, pristupačnijih cijena i blizine moru i Splitu kao drugom najvećem gradu u Hrvatskoj. Može se govoriti i o kulturnom turizmu na ovom području, ipak je Alka najpoznatiji proizvod ovog područja i medijska pokrivenost te promotivni sadržaj donosi rezultate iz godine za godinom jer je sve veći broj posjetitelja te kulturne manifestacije, i to ne samo lokalnog stanovništva nego posjetitelja iz drugih država. Izletnički turizma osnovu ima u resursima, nema noćenja te se više smatra kao popratni sadržaj boravka u nekoj od susjednih destinacija, no nikako se ne može reći da nije riječ o važnom selektivnom obliku koji može doprinijeti razvoju. Sportsko rekreacijski, ruralni i gastronomski turizam su manje razvijeni, gotovo da nemaju konkretnu ponudu u ovom trenutku ali to ne bi trebala biti prepreka da u budućnosti ne ostvare velike rezultate. Ključ istraživanja je prepoznati resurse koji bi se s vremenom mogli valorizirati i predstaviti kao dijelom bogate ponude Cetinske krajine. Lokalno stanovništvo doživljava Cetinsku krajinu kao atraktivnu destinaciju ali je ne doživljavaju kao razvijenu destinaciju. Također misle da postoje resursi za sve oblike turizma i da će razvoj selektivnih oblika turizma imati pozitivan utjecaj za razvoj ovog područja. Naišli smo na odobravanje lokalnog stanovništva koji su često prepreka u strateškim pitanjima vezanim za turizam i povećan broj posjetitelja. Postoje i nedostatci anketnog upitnika, s obzirom da je riječ o diplomskom radu potreban je malen uzorak koji ne može dati reprezentativne podatke za konkretnije zaključke koji mogu utjecati na daljnji razvoj i odluke, moguće je i da je druga skupina ispitanika odgovorila na pitanja da bi odgovori bili drugačiji. Također upoznatost ispitanika sa resursima i znanje o turizmu je nepoznato. Ispitivanje je provedeno pod pretpostavkom da lokalno

stanovništvo poznaje resurse i da oni, kao dionici na koje turizam direktno utječe mogu dati odgovore za donošenje zaključka o utjecaju selektivnih oblika na razvoj Cetinske krajine. Primjeri iz prakse su birani kao destinacije koje sa sličnim prirodnim resursima su se razvile do svjetske prepoznatljivosti, a Cetinska krajina još uvijek nije doživjela razvoj a ima sve predispozicije da bude kao Istra ili ako se komunicira na pravi način i bolje valorizirana. Poboljšanje turističke ponude Cetinske krajine podrazumijeva sinergiju svih sudionika destinacije, menadžmenta, lokalnoga stanovništva, različitih udruga, poduzetnika. Povezivanje među TZ lokalnih gradova je nužna zbog kreiranja cjelovitih turističkih proizvoda selektivnih oblika turizma. Turizam Cetinske krajine treba težiti ravnoteži društvenih i ekonomskih ciljeva te počivati na načelima održivog razvoja turizma. Obrazovanje kvalitetne radne snage ključno je za budućnost. Već se da zaključiti da resursi postoje, sad je potrebno donijeti odluku na koji način utržiti postojeće resurse, kako se pozicionirati na tržištu. Očekivano je da nemaju svaki od šest selektivnih oblika koji su razrađeni u ovom radu isti potencijal i da ne mogu donijeti iste rezultate ali se ne smiju zanemariti. Cetinska krajina za svoj razvoj treba odlučiti na koji segment se žele usmjeriti i kako u tom proizvodu ponuditi ono jedinstveno i najbolje što može. Financijski resursi su problem za razvoj na svim razinama turističkog razvoja, no uz kvalitetnu ideju realizacija je svakako dosežna. Raznolikost turističkih resursa koje posjeduje Cetinska krajine ne smiju ostati nezapaženi.

SAŽETAK

Glavni cilj ovog diplomskog rada bio je ispitati utjecaj selektivnih oblika turizma za razvoj Cetinske krajine.

Kako bi se empirijsko istraživanje provelo, trebalo je analizirati određene pojmove. Teorijski su analizirani pojmovi o turizmu, te povijest turizma, a zatim su posebno razrađeni selektivni oblici turizma, kulturni turizam, ruralni turizam, vjerski turizam, izletnički turizam i sportsko rekreacijski turizam i gastronomski turizam. Zatim je obavljena detaljna analiza dosadašnjeg razvoja turizma u destinaciji kao i potencijalnih resursa bitnih za budući rast i razvitak turizma.

Nakon završenog teorijskog dijela, sastavljen je anketni upitnik kojeg su ispunjavali lokalno stanovništvo Cetinske krajine. Rezultati istraživanja putem anketnog upitnika obrađeni su u statističkom programu SPSS. U skladu s rezultatima istraživanja prihvaćaju se sve hipoteze, što znači da razvoj selektivnih oblika turizma pozitivno utječe za razvoj Cetinske krajine.

Doprinos diplomskog rada se očituje u definiranju turističkih resursa u cilju jačanja diferencijacije i konkurentnosti destinacijske ponude.

Ključne riječi: selektivni oblici turizma, Cetinska krajina, razvoj

SUMMARY

The main objective of this study was to examine the influence of selective forms of tourism for the development of Cetina Krajina.

In order to carry out the empirical research, certain terms were to be analyzed. Theoretically, the concepts of tourism and the history of tourism have been analyzed, and then selective forms of tourism, cultural tourism, rural tourism, religious tourism, excursion tourism and sport recreational tourism and gastronomic tourism have been elaborated. Next, a detailed analysis of the current development of tourism in the destination as well as potential resources essential for future growth and development of tourism were conducted.

After completing the theoretical part, a questionnaire was compiled by the local population of Cetina Krajina. The results of the research through the questionnaire were processed in the SPSS statistical program. According to the results of the research all hypotheses are accepted, which means that the development of selective forms of tourism has a positive impact on the development of the Cetina Krajina.

The contribution of the graduate thesis is manifested in the definition of tourist resources in order to strengthen the differentiation and competitiveness of the destination offer.

Key words: Selective forms of tourism, Cetinska krajina, development.

LITERATURA

Popis knjiga i časopisa:

1. Alfier, D. (1994): Turizam: Izbor radova, Masmedia, Zagreb
2. Antunac, I. (1991): „Selektivne vrste turizma“, Turizam: međunarodni znanstvenostručni časopis, br.4.
3. Buckley, R. (2006): Adventure Tourism, CABI, Oxford
4. Bacac, R.(2004) : Rural Tourism: Traditional Values of Istra as a Tourism Attraction; Rural Tourism in Europe: Experiences, Development and Perspectives, World Tourism Organization
5. Beduerftig, F. (2012): Sveta mjesta svijeta: putevima hodočasnika, Zagreb
6. Blažević, I. (1984): Turizam Istre,Savez geografskih društva Hrvatske, Zagreb
7. Borković, (1995): Cetina između Svilaje i Kamešnice, Ogranak Matice Hrvatske, Sinj, 1995.,str.31.
8. Burkart, A.J., Medlik, S., Tourism (1981); Past, Present and Future, Heinemann and Butterworth London
9. Butler, R. W. (1980): The concept of a tourist area cycle of evolution; Implications for the menagement of resources, Canadian Geographer
10. Cicvarić, A.; Ekonomika turizma, izd. pod. "Zagreb", Čakovec, 1990.
11. Cooper, C. et. alt. (2005): Tourism: Principles and practice
12. Cooper.C, Fletcher. J, Fyall.A, Gilbert.D, Wanhill.S., (2008): Ekonomija turizma, načela i praksa. 3rd ed. Ekokon, Split
13. Čavlek N. i dr. (2011): Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb
14. Demonja D., Ruţić P.: Ruralni turizam u Hrvatskoj, 2010., MERDIJANI, Zagreb
15. Dulčić A.; Petrić L. (2001): Upravljanje razvojem turizma, MATE d.o.o., Zagreb
16. Gašpar A.(2015): Staza Gospi Sinjskoj,The our Lady of sinj route (Turistički vodič) str.3
17. Geić,S. (2002): Turizam i kulturno - civilizacijsko nasljeđe, Veleučilište u Splitu, Split
18. Geić, S. (2007): Organizacija i politika turizma, Sveučilište u Splitu, Split
19. Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split
20. Hitrec,T. (1995): Turistička destinacija, pojam, razvitak, koncept, Turizam
21. Hitrec, T. (2006):Hrvatski turizam, plavo, bijelo, zeleno, Institut za Turizam, Zagreb
22. Hitrec, T. (1990): Vjerski turizam: razvitak - obilježja – perspektive

23. Jadrešić, V. (1991): Selektivni turizam pouzdano sredstvo za revitalizaciju prostorno-ekološke i kulturne baštine Hrvatske, Turizam: znanstveno-stručni časopis, 39
24. Jelinčić, D. A. (2008): Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia Zagreb, Zagreb
25. Jelinčić, D. A. (2009): Kulturni i arheološki turizam, Institut za međunarodne odnose, Arheološki muzej u Zagrebu, Zagreb
26. Križman Pavković, D.(2008):Marketing turističke destinacije, OET Mijo Mirković Pula, Mikorad d.o.o.
27. Marković, S. I Z. (1987): Osnove turizma, Školska knjiga, Zagreb
28. Mikulić, D. (2012): Međuodnos kulture i turizma u procesima urbane regeneracije, Doktorska disertacija, Ekonomski fakultet, Split
29. Milošević, A.(1998): Arheološka topografija Cetine, Muzej hrvatskih arheoloških spomenika, Split,str.56.
30. Pančić Kombol, T. (2000), Selektivni turizam: Uvod u menadžment prirodnih I kulturnih resursa, TMPC Sagena, Zagreb
31. Pelivan, A. (2004): Zrmanja,Krka,Cetina i njihovi pritoci,Ekološki glasnik,Donja Lomnica,str.206.
32. Petricioli, I.(1995): Crkva Sv. Spasa na vrelu Cetine, Starohrvatska prosvjeta, str.19-28
33. Petrić, L. (2006): Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Split
34. Petrić, L. (2006) Destinacijski menadžment, Sveučilište u Splitu, Split
35. Petrić, L., Šimundić, B., Pivčević, S. (2011): Ekonomika turizma, Skripta/čitanka tekstova, Ekonomski fakultet Split
36. Petrić, L. (2011): Upravljanje turističkom destinacijom, Ekonomski fakultet Split, Split
37. Pivac, S. (2009): Materijali za kolegij "Statističke metode", Ekonomski fakultet u Splitu, Split
38. Richards, G. (1999): European Cultural Tourism: Patterns and Prospects, Boekman Foundation/Ministry of Education, Culture and Science, Amsterdam, str. 17
39. Rostuhar, D.(2008): Od Alke do Gospe, Sinj
40. Tomljenović, R., Kunst, I., Hendija, Z., Boranić, S. (2009): Plan razvoja Splitsko-dalmatinske županije: polazište za razvoj – analiza stanja, Institut za turizam, Zagreb
41. Pivčević, S. (2014): Upravljanje manifestacijama, Ekonomski fakultet, Split
42. Scheider, P. i dr. : Advenure tourism uniqueness study,Michigan State University,USA 2008

43. Šetka, J. Gospa Sinjska (1983): povijest svetišta Majke Božje u Sinju, Sinj
44. N. Vanhove, (2005) The Economics of Tourism Destinations, Butterworth–Heinemann, Oxford
45. Vrtiprah V, (2006): Kulturni resursi kao činitelj turističke ponude u 21.stoljeću, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik
46. Vukonić, B., Čavlek, N. (2001): Rječnik turizma, Masmedia, Zagreb
47. Vukonić, B., Keča, K. (2001): Turizam i razvoj, pojam, načela, postupci, Mikrorad,
48. Vukonić, B. (2005): Povijest hrvatskog turizma, Prometej, Zagreb
49. Vukonić, B. (1990): Turizam i religija : rasprava o njihovu suodnosu, Školska knjiga, Zagreb
50. Zelenika, R. (1998): Metodologija i Tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka

Internet izvori:

1. Gastronomija u funkciji stvaranju dodatne vrijednosti (2014) file:///C:/Users/78006212/Downloads/09%20Ante%20Gavranovic_Gastronomija%20u%20funkciji%20stvaranja%20dodatne%20vrijednosti.pdf
2. Časopis-građevinar (2008): Crkveno graditeljstvo http://www.casopis-gradjevinar.hr/assets/Uploads/JCE-60-2008-05-06.pdf
3. Državni zavod za statistiku, Statistički ljetopis Hrvatske 2002.
4. Hotspots.net (2014): Dalmatinska Zagora- regija iznimnog turističkog potencijala http://hotspots.net.hr/2014/02/dalmatinska-zagora-regija-iznimnog-turistickog-potencijala-3/
5. Leksikografski Zavod Miroslav Krleža, Hrvatska enciklopedija; http://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763
6. Master plan Turizma Istarske županije, http://www.istra.hr/.app/upl_files/Master_Plan_Turizma_Istarske_Zupanije_2015-2025.pdf
7. Poslovni.hr (2017): Gastroturizam je hit, ali kod nas tek u povojima http://www.poslovni.hr/hrvatska/gastroturizam-je-hit-ali-kod-nas-tek-u-povojima-326789

8. Portal http://planinarenje.hr/kt/gorja/hrvatsko/dalmatinska-zagora-dinara/svilaja-vrh/zelovo-svilaja/
9. Portal premijerturist http://www.premijerturist.hr/pages.asp?id=215
10. Portal h-alter.org http://www.h-alter.org/vijesti/dalmatinka-sinj
11. Sinjski portal Ferata, dostupno na http://www.ferata.hr/arhiva/teme/3036-cetinska-krajina-ispod-50-tisua
12. Službene stranice grada Sinja, Prostorni plan http://www.sinj.hr/Portals/12/Prostorni%20plan/Plan.pdf
13. Službene stranice hotela Sv. Mihovil http://www.svmihovil.com/package.asp?id=15
14. Službene stranice Croatia Hot Spot, dostupno na: http://hotspots.net.hr/2015/04/pjesacenje-novom-stazom-gospi-sinjskoj-jedinstveni-je-dozivljaj/
15. Službene stranice Pegez- Hrvace, klub slobodnog letenja http://pegaz-paragliding.com/
16. Službene stranice Patriota http://www.bz-patriot.hr/
17. Turistička zajednica grada Sinja http://www.visitsinj.com/hr/Sinj/17/klima)
18. Turistička zajednica grada Trilj https://www.visittrilj.com/hr/
19. Turistička zajednica grada Vrlike https://visitvrlika.com/hr/
20. Vlada RH: Prijedlog strategije razvoja turizma republike Hrvatske do 2020. godine (2013) http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategijaturizam-2020-editfinal.pdf
21. Wikipedia https://hr.wikipedia.org/wiki/Cetinska_krajina

POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIČKI PRIKAZI

SLIKE:

Slika 1: Karta Cetinske krajine
Slika 2. Tilurij
Slika 3. Utvrda Nutjak
Slika 4. Crkva Sv. Spasa
Slika 5. Utvrda Kamičak i Stari grad
Slika 6. Gaj Liberije
Slika 7. Povorka u muzeju Sinjske Alke
Slika 8. Vrličko kolo u Vrličkim narodnim nošnjama
Slika 9. Alkarski momci
Slika 10. Alkar kopljanik
Slika 11. Slika Gospe Sinjske
Slika 12. Izvor Cetine
Slika 13. Izvor Rumina
Slika 14. Izvor Ovrlje
Slika 15. Izvor Ovrlje
Slika 16. Izvor i mlinica na Rudi
Slika 17. Mlinica u Grabu

TABLICE:

Tablica 1: Kriteriji podjele destinacije
Tablica 2. Motivacija dolazaka
Tablica 3. Definicije osnovnih pojmova
Tablica 4: Broj stanovnika u Cetinskoj krajini
Tablica 5: Nacionalna struktura stanovništva općina Cetinske krajine po popisu 2001.godine
Tablica 6: Nacionalna struktura stanovništva općina Cetinske krajine po popisu 2011.godine
Tablica 7. Dolasci u Cetinskoj krajini u razdoblju od 2015-2017. god
Tablica 8. Noćenja u Cetinskoj krajini u razdoblju od 2015-2017. god
Tablica 9: Turisti i noćenja po zemljama iz kojih dolaze
Tablica 10. Turisti i noćenja po zemljama iz kojih dolaze
Tablica 11. Ispitanici prema spolu
Tablica 12. Ispitanici prema razini obrazovanja

Tablica 13. Ispitanici po mjestu boravka
Tablica 14. Najrazvijeniji selektivni oblik turizma u Cetinskoj krajini
Tablica 15. Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj kulturnog turizma
Tablica 16. Razvoj kulturnog turizma pozitivno utječe na razvoj krajine
Tablica 17. Prosječne ocjene varijabli utjecaja kulturnog turizma na razvoj Cetinske krajine
Tablica 18. T-test značajnosti aritmetičke sredine
Tablica 19. Utjecaj vjerskog turizma na prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva
Tablica 20. Prosječne ocjene varijabli utjecaja kulturnog turizma na razvoj Cetinske krajine
Tablica 21. T-test značajnosti aritmetičke sredine
Tablica 22. Razvoj izletničkog turizma u Cetinskoj krajini pozitivno utječe na razvoj krajine
Tablica 23. Prosječne ocjene varijabli utjecaja izletničkog turizma na razvoj Cetinske krajine
Tablica 24. T-test značajnosti aritmetičke sredine
Tablica 25. Razvoj sportsko rekreacijskog turizma u Cetinskoj krajini pozitivno utječe na razvoj krajine
Tablica 26. Prosječne ocjene varijabli utjecaja sportsko rekreacijskog turizma na razvoj Cetinske krajine
Tablica 27. T- test aritmetičke sredine
Tablica 28. Razvoj ruralnog turizma u Cetinskoj krajini povećati će prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva.
Tablica 29. Razvoj ruralnog turizma u Cetinskoj krajini pozitivno utječe na razvoj krajine
Tablica 30. Prosječne ocjene varijabli utjecaja ruralnog turizma na razvoj Cetinske krajine
Tablica 31. T- test aritmetičke sredine
Tablica 32. Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj gastronomskog turizma
Tablica 33. Razvoj gastronomskog turizma u Cetinskoj krajini povećati će proizvodnju zdrave i ekološke hrane
Tablica 34. Prosječne ocjene varijabli utjecaja ruralnog turizma na razvoj Cetinske krajine
Tablica 35. T-test značajnosti aritmetičke sredine

GRAFIČKI PRIKAZI:

Grafički prikaz 1: Životni ciklus destinacije
Grafički prikaz 2. Broj dolazaka u Cetinsku krajinu u razdoblju od 2015. – 2017. god
Grafički prikaz 3. Broj noćenja u Cetinsku krajinu u razdoblju od 2015. – 2017. god
Grafički prikaz 4. Turisti po zemljama iz kojih dolaze
Grafički prikaz 5. Ispitanici prema spolu

Grafički prikaz 6. Ispitanici prema dobi
Grafički prikaz 7. Mjesto boravka ispitanika
Grafički prikaz 8. Stav o nerazvijenosti turizma u Cetinskoj krajini
Grafički prikaz 9. Stav o turističkim resursima
Grafički prikaz 10. Najrazvijeniji selektivni oblik u Cetinskoj krajini
Grafički prikaz 11. Atraktivni resursi osim Alke i Velike Gospe
Grafički prikaz 12. Glavni pokretač razvoja turizma u Cetinskoj krajini
Grafički prikaz 13. Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj kulturnog turizma
Grafički prikaz 14. Utjecaj kulturnog turizma na prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva
Grafički prikaz 15. Kulturni turizam pozitivno utječe na razvoj
Grafički prikaz 16. Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj vjerskog turizma
Grafički prikaz 17. Vjerski turizam pozitivno utječe na razvoj
Grafički prikaz18. Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj izletničkog turizma
Grafički prikaz 19. Izletničkog turizma u Cetinskoj krajini povećati će zaštitu okoliša i prirodne baštine
Grafički prikaz 20. Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj sportsko rekreacijskog turizma
Grafički prikaz 21. Utjecaj sportsko rekreacijskog turizma na prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva
Grafički prikaz 22. Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj ruralnog turizma
Grafički prikaz 23. Utjecaj ruralnog turizma povećati će proizvodnju zdrave i ekološke hrane
Grafički prikaz 24. Razvoj ruralnog turizma povećati će proizvodnju zdrave i ekološke hrane
Grafički prikaz 25. Utjecaj gastronomskog turizma povećati će prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva
Grafički prikaz 26. Razvoj gastronomskog turizma pozitivno utječe na razvoj krajine

PRILOG 1: ANKETNI UPITNIK

Poštovani,

ispunjavanjem ovog anketnog upitnika doprinijet ćete istraživanju koje se provodi prilikom izrade diplomskog rada na temu "Utjecaj selektivnih oblika turizma za razvoj Cetinske krajine". Ljubazno Vas molim da odvojite dio vremena i iskreno odgovorite na pitanja. Anketni upitnik je potpuno anoniman.

Unaprijed hvala,

univ. bacc. oec. Božena Bitunjac

diplomski studij ''Turizam i hotelijerstvo''

Ekonomski fakultet Split, Hrvatska

1. Spol: *

- muško
- žensko

2. Dob *

- <18 godina
- 19 do 25 godina
- 25 do 35 godina
- 35 do 45 godina
- >45 godina

3. Razina obrazovanja *

- SSS
- VŠS
- VSS

4. Živite u: *

- Sinj
- Trilj
- Vrlika

- Općina Otok
- Općina Hrvace
- Općina Dicmo

6. Turizam u Cetinskoj krajini nedovoljno je razvijen.

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

7. Cetinsku krajinu doživljavam kao atraktivnu destinaciju.

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

8. Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj:

- Kulturnog turizama
- Vjerskog turizma
- Izletničkog turizama
- Ruralnog turizama
- Gastronomskog turizama
- Sportsko - rekreacijskog turizama

9. Po Vašem mišljenju koji oblik turizma je najrazvijeniji u Cetinskoj krajini?

- Kulturni turizam
- Vjerski turizam
- Izletnički turizam
- Sportsko rekreacijski turizam
- Gastronomski turizam
- Ruralni turizam

10. Po Vašem mišljenju što je najveća atrakcija Cetinske krajine osim Alke i Velike Gospe?

- Prirodne ljepote (brojni izvori i zaštićeni krajobrazi)
- Autohtona gastronomija
- Kulturno povijesno nasljeđe
- Etno baština

- Rekreacija u prirodi
- Ostalo:

11. Glavni pokretač razvoja turizma u Cetinskoj krajini trebaju biti

- Gradovi i općine
- Turističke zajednice
- Poduzetnici i ugostitelji
- Lokalno stanovništvo
- Selektivni oblici turizma

B) Utjecaj selektivnih oblika turizma na razvoj Cetinske krajine

1. Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj kulturnog turizma.

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

2. Razvoj kulturnog turizma u Cetinskoj krajini povećati će prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva. *

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

3. Razvoj kulturnog turizma u Cetinskoj krajini pojačati će kulturni identitet lokalne zajednice. *

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

4. Razvoj kulturnog turizma u Cetinskoj krajini pozitivno utječe na razvoj krajine. *

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

5. Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj vjerskog turizma.

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

6. Razvoj vjerskog turizma u Cetinskoj krajini povećati će prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva.

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

7. Razvoj vjerskog turizma u Cetinskoj krajini pozitivno utječe na razvoj krajine.

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

8. Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj izletničkog turizma.

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

9. Razvoj izletničkog turizma u Cetinskoj krajini povećati će prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva.

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

10. Razvoj izletničkog turizma u Cetinskoj krajini povećati će zaštitu okoliša i prirodne baštine.

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

11. Razvoj izletničkog turizma u Cetinskoj krajini pozitivno utječe na razvoj krajine.

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

12. Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj sportsko rekreacijskog turizma.

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

13. Razvoj sportsko rekreacijskog turizma u Cetinskoj krajini povećati će prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva.

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

14. Razvoj sportsko rekreacijskog turizma u Cetinskoj krajini pozitivno utječe na razvoj krajine.

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

15. Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj ruralnog turizma.

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

16. Razvoj ruralnog turizma u Cetinskoj krajini povećati će prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva.

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

17. Razvoj ruralnog turizma u Cetinskoj krajini povećati će će proizvodnju zdrave i ekološke hrane .

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

17. Razvoj ruralnog turizma u Cetinskoj krajini povećati će će zaštitu okoliša i prirodne baštine.

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

18. Razvoj ruralnog turizma u Cetinskoj krajini pozitivno utječe na razvoj krajine.

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

19. Cetinska krajina posjeduje resurse za razvoj gastronomskog turizma.

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

20. Razvoj gastronomskog turizma u Cetinskoj krajini povećati će prihode i zaposlenost lokalnog stanovništva.

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

21. Razvoj gastronomskog turizma u Cetinskoj krajini povećati će proizvodnju zdrave i ekološke hrane .

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

22. Razvoj gastronomskog turizma u Cetinskoj krajini pojačati će identitet lokalne zajednice.

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

23. Razvoj gastronomskog turizma u Cetinskoj krajini pozitivno utječe na razvoj krajine.

Molim ocijenite točnost tvrdnje ocjenom od 1 do 5 (1-najniža ocjena)

○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

Hvala na sudjelovanju!

* Originalni primjerak anketnog upitnika dostupan je putem internet poveznice:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfSIcZf10UbkftLtRZZnHmwHuzKIZ_3bLTGXFWY14VaToZY1A/viewform