STRATEGIJA RAZVOJA OPĆINE ZEMUNIK KAO TURISTIČKE DESTINACIJE

Paleka, Maja

Master's thesis / Diplomski rad

2017

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:124:676424

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

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

STRATEGIJA RAZVOJA OPĆINE ZEMUNIK KAO TURISTIČKE DESTINACIJE

Mentor: **Student:**

Prof. dr. sc. Želimir Dulčić **Maja Paleka, 2142546**

Split, kolovoz, 2017.

SADRŽAJ:

1. UVOD 4

1.1. Problem istraživanja 4

1.2. Predmet istraživanja 5

1.3. Ciljevi istraživanja 6

1.4. Istraživačke hipoteze 7

1.5. Metode istraživanja 8

1.6. Doprinos istraživanja 9

1.7. Struktura diplomskog rada 9

2. RURALNI TURIZAM 11

2.1. Definicija ruralnog turizma 11

2.1.1. Oblici ruralnog turizma 13

2.1.2. Ruralni turizam u Hrvatskoj 15

2.2. Okvirni uvjeti razvoja ruralnog turizma 19

2.2.1. Pretpostavke razvoja ruralnog turizma 20

2.2.2. Poljoprivreda i industrija 21

2.2.3. Promet i infrastruktura 23

2.2.4. Ostali uvjeti 25

2.3. Menadžment i marketing u turizmu 25

2.4. Uloga lokalnog stanovništva u razvoju ruralnog turizma 29

2.5. Politike i organizacije ruralnog turizma 31

3. ANALIZA OPĆINE ZEMUNIK 35

3.1. Opći podaci o području 35

3.2. Prometna povezanost i infrastruktura 38

3.3. Postojeće stanje turističke ponude na području općine Zemunik 41

3.4. SWOT analiza 43

3.5. Planirane aktivnosti za razvoj strategije 45

4. REZULTATI PROVEDENOG ISTRAŽIVANJA 50

4.1. Definiranje uzorka i prikupljanje primarnih podataka 50

4.2. Metodologija istraživanja 50

4.3. Rezultati i analiza provedenog istraživanja 51

4.3.1. Interpretacija rezultata dobivenih anketnim upitnikom 51

4.3.2. Interpretacija rezultata dobivenih metodom intervjua 61
4.4. Testiranje hipoteza 62
5. ZAKLJUČAK 67
LITERATURA 68
POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA 71
PRILOG 73
SAŽETAK 78
SUMMARY 79

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Turizam je sigurno veoma važna gospodarska grana Republike Hrvatske koja se svakodnevno uspješno razvija. Iako je mlada pojava u povijesti čovječanstva, turizam u svojoj realizaciji doprinosi ekonomskom, socijalnom i kulturnom razvoju područja. Turističko tržište danas je dinamično i izrazito konkurento. Opstanak na tržištu uvjetovan je praćenjem suvremenih trendova kroz koje se identificiraju tendencije kretanja potražnje, nove tržišne prilike, područja mogućih ulaganja i infrastrukturne potrebe.[1]

Turistička destinacija se razvija na određenom prostoru, te utječe na oblikovanje tog prostora na način da utječe na infrastrukturu i različite objekte, ali i na svijest lokalnog stanovništva o turizmu. Da bi neko područje postalo turistička destinacija, odnosno da bi se na nekom prostoru mogao razviti turizam, potrebno je osigurati ceste, infrastrukturu, struju, zbrinjavanje otpada itd. Da bi se strategija razvoja uspješno realizirala, potrebno je imati i prijedlog poticajnih mjera.

Općina Zemunik pripada ruralnom području, pa će se u radu najviše spominjati ruralni turizam i njegov razvoj. Potražnja na ruralnom turističkom tržištu Hrvatske je mala, ali u stalnom porastu. Prema ostvarenoj posjeti turista na ruralnom području u Hrvatskoj, procjenjuje se da je potražnja danas na razini 838.000 posjetitelja, koji posjećuju agroturizme, lječilišta, planinska mjesta, te prirodne i kulturne znamenitosti ruralne Hrvatske. Prema ostvarenoj posjeti domaćih i stranih turista na ruralnom području u Hrvatskoj može se pretpostaviti da se od ukupne potražnje ruralnog turističkog proizvoda Hrvatske, 42% odnosi na domaće turiste, a 58% na strane.[2] Razvoj ruralnog turizma zahtijeva normativne pretpostavke u obliku raznih propisa i pravnih normi, te organizacijske, razvojne, financijske i promidžbene pretpostavke.

Ruralno područje u Hrvatskoj može zadovoljiti složenost zahtjeva suvremenog turista i ima šanse za razvoj posebnih (ili specijalnih) oblika turizma za ciljne skupine (tzv. Tržišne niše ruralnog turizma) kao što su: cikloturizam, enološki turizam i vinske ceste, agroturizam i

[1] http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija%20hrvatskog%20turizma%20-%20finalna%20verzija.pdf [preuzeto 09.06. 2016]
[2] Demonja, D., Ružić, P. (2010): Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, MERIDIJANI, Zagreb.str.72.

seoski turizam, kulturni, vjerski, tranzitni, pustolovni i eko turizam, ribolovni, lovački, i drugi oblici turizma. Uključivanjem prirodnih resursa u suživot s kulturnom baštinom, ruralnom tradicijskom kulturom, tradicijskim zanatima, gastronomijom, enologijom, običajima, tradicijskom i ekološkom poljoprivredom, i ostalim, oblikuju se brojni poduzetnički projekti u ruralnom turizmu u Hrvatskoj.[3]

Problem ovog rada podrazumijeva razmišljanje o tome kako najbolje iskoristiti turističke kapacitete koje općina Zemunik posjeduje kako bi razvili strategiju razvoja.

Za razvoj strategije nekog područja kao turističke destinacije, potrebno je razmotriti odnos ponude i potražnje. Veliku ulogu u razvoju ima lokalno stanovništvo, jer se turizam oslanja na dobru volju i suradnju lokalnog stanovništva. Mogući su pozitivni stavovi stanovnika o sudjelovanju razvoja općine, kao što su poticanje malog poduzetništva i oživljavanje starih obrta i zanata, povećanje prihoda od obiteljskih gospodarstava, izgradnja komunalne infrastrukture itd. No mogući su i negativni stavovi kao što su uništavanje autohtonosti, buka, uništavanje prirodnih resursa i slično. Stoga se u planiranju strategije razvoja trebaju uzeti u obzir želje i prijedlozi lokalnog stanovništva. Potrebno je prepoznati potencijal i poduzetničke aktivnosti kako bi se neko područje razvilo kao turistička destinacija. Državni programi, poticaji i ulaganje kapitalnih investicija u infrastrukturu, omogućit će razvoj ruralnih područja.Jednom generirana strategija nije dugovječna, te je u njenu realizaciju potrebno uložiti dosta truda i napora.

1.2. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja predstavlja osmišljavanje strategije razvoja turizma općine Zemunik. Zemunik je udaljen 12 km od grada Zadra te ima dugu povijest, dugu tradiciju stočarstva, vinogradarstva i poljoprivrede. Zračna luka Zemunik je smještena na ovom području, što daje veliku prednost za razvoj turizma.

Glavna tema ovog rada je istražiti pozitivne pretpostavke za razvoj ruralnog turizma općine Zemunik, a pri tome će se analizirati infrastruktura i okoliš, razvijenost obrta, spremnost lokalnog stanovništva na promjene, te prednosti koje Zemunik ima budući da se u blizini nalazi poznata turistička destinacija Zadar. Nastojat će se rješiti problemi koji bi mogli

[3]Demonja, D., Ružić, P., op. cit., str. 245.

biti prijetnja da se Zemunik razvije u turističku destinaciju. U Zemuniku postoje samo dva kućanstva koji se bave seoskim turizmom. Gradnjom brze ceste, zatvorila se glavna cesta koja je direktno povezivala Zemunik sa zračnom lukom. Lokalne vlasti nisu sredile problem kao što je odlaganje otpada i javne kanalizacijske infrastrukture .

U tom pogledu, sagledat će se i opisat svi turistički resursi koje općina Zemunik posjeduje, istražit će se koji su to uvjeti razvoja ruralnog turizma, kao i koji su to programi poticaja koje država može omogućiti. Prikazat će se planovi kako potencijalne turističke resurse oblikovati u turističku ponudu. Bitno je da se lokalno stanovništvo educira i upozna sa prednostima koje turizam donosi, te motivira na otvaranje vlastitih obrta, oživljavanjem postojećih seoskih gospodarstava, obnavljanjem starih kuća u turističke svrhe, prezentaciji tradicije i gastronomije itd.

1.3. Ciljevi istraživanja

Planiranje razvoja mora započeti kvalitetno postavljenim ciljevima koji proizlaze iz problema i predmeta istraživanja. Glavni cilj je analizirati postojeće turističke resurse i ukazati na mogućnosti razvoja turizma te pozicioniranje općine Zemunik kao turističke destinacije, uz potporu razvojnih politika. Iz ovog slijede pomoćni ciljevi:

- Teorijski će se objasniti ruralni turizam te pretpostavke njegovog razvoja
- Na temelju uspješnih primjera ruralnog turizma u Hrvatskoj, izvući će se najbitnije odrednice potrebne za razvoj
- Istražit će se financijski doprinosi za razvoj ruralnog turizma (politike, poticaji i programi)
- Analizirat će se trenutno stanje turističke ponude općine Zemunik
- Istražit će se razvijenost infrastrukture na području Zadarske županije
- Anketom će se nastojati dobiti motivi lokalnog stanovništva za otvaranje obrta, poboljšanje poljoprivrede i spremnosti bavljenja seoskim turizmom

Krajnji rezultat bi trebala biti kvalitetno osmišljena strategija koja će doprinijeti razvoju ruralnog područja, a samim time povećati kvalitetu života lokalnog stanovništva, osigurati zaštitu okoliša, razviti turističku infrastrukturu te promovirati općinu kao turističku destinaciju.

1.4. Istraživačke hipoteze

Na temelju definiranih problema, predmeta i ciljeva istraživanja, u radu se postavlja sljedeća nulta hipoteza:

H0: Postoje pozitivne pretpostavke za razvoj ruralnog turizma na području općine Zemunik

Pomoćne hipoteze su:

H1: Blizina Zadra kao turističke destinacije doprinosi razvoju ruralnog turizma

Zadar je jedan od najposjećenijih gradova u Hrvatskoj, a dobio je i titulu najbolje europske destinacije. Prisutnost gostiju u Zadru je vidljiva kroz gotovo cijelu godinu. Pojedini gosti dolaze radi razgledavanja kulturne i povijesne baštine grada Zadra, neki zbog zabave i održavanja različitih manifestacija, neki dolaze samo zbog mora i sunca, itd. Pojedini gosti koji posjete Zadar se ne zadržavaju isključivo samo u Zadru, već prolaze i kroz okolna mjesta Zadarske županije. Budući da je posjećenost Zadra svake godine sve veća, pretpostavlja se da se povećava i broj turista koji se usput zaustavljaju u ruralnim područjima.

H2: Postojeći OPG-ovi postaju buduće jezgre razvoja ruralnog turizma u Zemuniku

Obiteljska poljoprivredna gospodarstva uključuju poljoprivredne aktivnosti te su direktno povezane s ruralnim razvojem. Njihova svrha je proizvodnja i čuvanje prehrambenih proizvoda, a usko su povezani sa kulturnim identitetom i tradicijom. U današnje vrijeme kada se u trgovinama uglavnom nalaze GMO proizvodi, dosta ljudi je spremno kupovati prehrambene proizvode uzgojene u obiteljskim gospodarstvima. Zbog toga se obiteljska poljoprivredna gospodarstva nastoje sve više promovirati u svrhu povećanja potražnje za prirodno uzgojenim proizvodima. Njihov cilj je osigurati sigurnost i nutritivnu vrijednost hrane, gospodariti prirodnim resursima te čuvati poljoprivrednu tradiciju i kulturu.

H3: Otvaranje uljara i kušaonica doprinosi razvoju ruralnog turizma

Uljare i kušaonice se otvaraju na gospodarstvima na kojima je razvijena poljoprivredna proizvodnja, a mogu biti organizirane i uz vinsku cestu, cestu maslinovog ulja itd. Kušaonice su oblik turističkog seoskog gospodarstva gdje se tradicionalni proizvodi (vina, ulje, med) mogu direktno nabaviti od proizvođača. Na taj način se prezentira gastro ponuda nekog

mjesta, a posjetitelje se upoznaje sa tradicijom uzgoja proizvoda i njihovoj obradi. Domaćinstva koja otvaraju kušaonice i uljare, često organiziraju izlete u maslenike i vinograde.

H4: Graditeljsko naslijeđe postaje osnova razvoja

Graditeljsko naslijeđe čini jezgru svake nacionalne kulture. Ono stvara identitet mjesta, što postaje i temeljna sastavnica turističkog imidža mjesta. Stare građevine i bogata povijest omogućuju prepoznatljivost nekog mjesta. Graditeljska baština je važna u formiranju turističke ponude ruralnog područja.

1.5. Metode istraživanja

Kako bi se što bolje izvukli zaključci potrebni za postavljanje hipoteza, u radu će se analizirati znanstveni i stručni članci, internet izvori te dostupne knjige. Prilikom prikupljanja i analiziranja literature, koristit će se metode istraživanja kojima će se dolaziti do bitnih spoznaja potrebnih za donošenje zaključka. Neke od osnovnih metoda kojima ćemo vršiti obradu su: metoda apstrakcije (kojom ćemo odvajati nebitne, a istaknuti bitne elemente), metoda komparacije (kojom ćemo uspoređivati primjere razvoja hrvatskih ruralnihpodručja) , induktivna metoda (kojom ćemo na temelju pojedinačnih činjenica dolaziti do spoznaja novih), deduktivna metoda (kojom ćemo na temelju sekundarnih podataka izvući opće stavove), deskriptivna metoda (kojom ćemo opisati činjenice ali bez znanstvenog tumačenja), te statističke metode (koje ćemo koristiti za testiranje hipoteza).

Empirijski dio rada odnosit će se na prikupljanje i statističku obradu podataka. Prikupljanje će se vršiti metodom anketiranja i metodom intervjua. Anketiranje će biti dodijeljeno namjernom uzorku kojeg će činit 100 ispitanika (studenti, obrtnici, nezaposleni stariji od 25 godina, te jedno kućanstvo koje se bavi seoskim turizmom). Pitanja u anketi će se odnositi na osobne stavove o trenutnom stanju turizma na području općine Zemunik, te motive o sudjelovanju u razvoju. Intervju će se provesti sa načelnikom općine, koji će iznijeti svoje stavove o budućem razvoju općine Zemunik kao turističke destinacije.

Napravit će se i SWOT analiza pomoću koje će se valorizirati snage, slabosti, prilike i prijetnje budućeg razvoja općine Zemunik.

1.6. Doprinos istraživanja

Rezultati istraživanja koje će se provesti u radu, uvelike doprinose planiranju budućeg razvoja općine Zemunik. Kako bi se osmislila kvalitetna strategija, potrebno je uočiti pretpostavke za razvoj ruralnog turizma općine Zemunik. U ovom slučaju neke od pozitivnih pretpostavki za razvoj su blizina Zadra kao turističke destinacije, postojanje vinske ceste, poljoprivredna djelatnost, povijesni lokalitet, itd.

Strategija razvoja se treba koncipirati na čitav niz pitanja, a neka od njih su: Koja su ulaganja potrebna u realizaciji strategije? Na koji način u turističke programe uključiti i širu okolinu? Koja je strategija rasta i razvoja?

U svrhu razvoja općine Zemunik kao turističke destinacije, nastojat će se uključiti sljedeće strategije: Odgovorno društveno ponašanje u destinaciji (lokalno stanovništvo, priroda), Bogata destinacijska ponuda (prilagođena različitim tipovima posjetitelja), Destinacija turističkog razvoja (smještaj, poljoprivreda).

Dobro osmišljena i provedena strategija bi ruralnom području omogućila gospodarski razvoj, što bi poboljšalo kvalitetu života lokalnom stanovništvu. Ovo istraživanje bi bilo dobar primjer ostalim ruralnim područjima Zadarske županije jer bi se poticalo mlade da se više bave poljoprivredom i uključuju u poduzetništvo.

1.7. Struktura diplomskog rada

Rad će se sastojati od šest povezanih cjelina. U prvom dijelu će se opisati problem i predmet istraživanja, iz kojih će se definirati ciljevi istraživanja, a potom će se postaviti hipoteze na temelju kojih će se provesti istraživanje. Navest će se metode istraživanja, te objasniti koji dorinos možemo imati od istraživanja.

Budući da analiziramo razvoj ruralnog područja kao turističke destinacije, u drugom dijelu će se teorijski objasniti ruralni turizam i njegov utjecaj na povećanje gospodarstva ruralnih područja. Navest će se što je sve potrebno za razvoj ruralnog područja, počevši od infrastrukture, promocije, isorištavanja turističkih resursa, pa sve do financiranja.

U trećem dijelu će se analizirati područje općine Zemunik. Navest će se osnovni demografski podaci, geografski smještaj, postojeća infrastruktura, povijest i gospodarstvo. S obzirom da će se u drugom dijelu detaljno objasniti razvoj ruralnog turizma, u trećem dijelu će se primijenit na ovo područje. Analizirat će se postojeća turistička ponuda, te navesti kako općina Zemunik može iskoristi nesređene dijelove u turističke svrhe.

Četvrti dio se odnosi na empirijsko istraživanje. U ovom dijelu će se objasniti provedeno istraživanje lokalnog stanovništva putem anketiranja, te intervju sa načelnikom. U SPSS-u će se obradit podaci koji se odnose na testiranje hipoteze, te će dobiveni podatacipokazati može li se općina Zemunik razvijati kao turistička destinacija.

Peti dio je ostavljen za zaključna razmatranja, a nakon donešenog zaključka će se navesti korištena literatura, popis slika,tablica i grafova, anketna pitanja i pitanja s intervjua.

2. RURALNI TURIZAM

2.1. Definicija ruralnog turizma

Turizam predstavlja veliki dio naše svakodnevnice, pa se stoga istražuje i razmatra na raznim razinama društvene zajednice. Čovjekova želja za putovanjem, upoznavanjem nepoznatih krajolika, gradova, običaja i kulture, dovode do toga da turističko tržište postaje dinamično i konkurentno. Tijekom prošlog stoljeća razvili su se razni selektivni oblici turizma, a među njima i ruralni turizam.

Ruralna područja su privlačila ljude još iz doba antičke Grčke. U Europi se sve do polovice 19.stoljeća za odmor odabire ruralno područje kao mjesto uživanja u prirodi i seoskom prostoru. Glavno je odredište putovanja u to vrijeme bila Švicarska, gdje je ruralni turizam bio u porastu, a temeljio se na alpskom penjanju, pješačenju i zdravstvenim tretmanima. Otkrivanjem morskih obala turizam se usmjerava prema novim mjestima koja postaju moderna ljetovališta u brdskim predjelima i zimovalištima uz more.[4]

Ruralni turizam skupni je naziv za različite aktivnosti i oblike turizma koji se javljaju izvan gradova i onih područja na kojima se razvio masovni turizam. On je uvjetovan turističkim atrakcijama koje se nalaze u ruralnim područjima. Važnost ruralnog turizma ogleda se, prije svega, u vrlo važnoj interakciji poljoprivredne proizvodnje, one tradicionalnih proizvoda, prezentiranja tradicije, tradicijske gastronomije i turističkih usluga, te korištenju već postojećih resursa.[5] Razvojem ruralnog turizma receptivna turistička zemlja ili receptivna regija ne razvija ruralni turizam samo na svom području, već dodatno razvija i susjedna geografska područja omogućivši na taj način i njihovu turističku valorizaciju. [6]

Ruralni turizam se odnosi na dva gospodarska sektora, a to su turizam i poljoprivreda, koji se povezuju te zajedno oblikuju turističku ponudu. Razvija se u prirodi, na selu, te turistima omogućuje kontakt sa ruralnim aktivnostima i životnom stilu lokalnih ljudi. Sve je veća

[4] Ružić, P., (2012). Analiza posebnosti i percepcije ruralnog turizma Istre. *Ekonomska misao i praksa,* No.1, str. 218-219.
[5] Demonja, D., Ružić, P., op. cit., str.12.
[6] Krajnović, A., Čičin-Šain, D., Predovan, M. (2011): Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma- problemi i smjernice. *Oeconomica Jadertina*. Vol. 1 No. 1. Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/68201 [10.travnja 2017]

potražnja za ruralnim turizmom iz razloga što brojni turisti žele boraviti u prirodi i pobjeći od buke, gradova i smoga. Iz toga proizlazi da su najvažnija obilježja ruralnog turizma odsutnost buke, očuvani okoliš, čist zrak i domaća hrana.

Općenito, izbor turističke destinacije ima veliku simboličku vrijednost. Ruralna turistička destinacija posjeduje prirodne ljepote i klimu, kulturna obilježja, kapacitete za rekreaciju i sport, resurse za poboljšanje zdravlja, odmor itd. Ruralni turizam pokreće niz gospodarskih i negospodarskih aktivnosti, kao što su oživljavanje poljoprivredne djelatnosti, uzgoj i proizvodnja domaće hrane, boravak gradskog stanovništva u selima, oživljavanje tradicije i običaja pojedinih sela, itd.

Mnogi poistovjećuju pojam seoski turizam sa ruralnim turizmom, međutim seoski turizam je uži pojam i odnosi se na ambijent sela i njegovu užu okolicu te sve njegove aktivnosti (primjerice poljoprivreda, gastronomija, manifestacije itd.). Turizam na seoskom gospodarstvu se odnosi na oblik turističke usluge na gospodarstvu koje uključuje poljoprivrednu djelatnost, a u sklopu kojeg se nude proizvodi proizvedeni na tom gospodarstvu.



Slika 1 Shematski prikaz međuodnosa ruralnog turizma, seoskog turizma i turizma na turističkom seoskom obiteljskom gospodarstvu (TSOG)

Izvor: Priručnik za bavljenje seoskim turizmom, http://www.mint.hr/UserDocsImages/Prirucnik_Seoski_turizam.pdf [preuzeto 10.travnja 2017]

2.1.1. Oblici ruralnog turizma

Što se tiče podjele turizma, postoje različita gledišta. S gledišta lokacije, ruralni turizam dijelimo na primorski i kontinentalni. Kontinentalni se još dijeli na gradski, ruralni i turizam turističkih centara.

Prema dužini boravka, postoji podjela na izletnički i boravišni. Izletnički oblik se odnosi na turiste koji dođu u ruralna područja radi razgledavanja, degustiranja hrane i vina, te zabave ali bez noćenja. Boravišni oblik se odnosi na duži boravak sa noćenjem.

S gledišta turističke ponude ili proizvoda, turizam se može dijeliti na brojne oblike kao što su: sportsko-rekreacijski, kulturni, nautički, lovni, ribolovni, gastronomski, zdravstveni, eko-turizam, i brojni drugi. Ruralni turizam, definiran temeljem naprijed spomenutih kriterija, sadrži veliki broj pojavnih oblika: seljački (agroturizam), rezidencijalni, zavičajni, sportsko-rekreacijski, avanturistički, zdravstveni, edukacijski, tranzitni, kamping, nautički i kontinentalni turizam, kulturni, vjerski, lovni, ribolovni, vinski, gastronomski, prirodi bliski turizam, ekoturizam, i drugi. Prema definiciji, ruralni turizam ostvaruje se u različitim oblicima među kojima se posebno prepoznaje seljački turizam (agroturizam) na seljačkim gospodarstvima, te ostali oblici turizma koji se realiziraju na ruralnom prostoru izvan seljačkih gospodarstava.[7]

Kada se govori o seljačkom turizmu (agroturizmu) potrebno je istaknuti da je na seljačkim gospodarstvima najvažnija djelatnost poljoprivreda, odnosno voćarstvo, vinogradarstvo, pčelarstvo, povrtlarstvo itd. Takva gospodarstva mogu turistima ponuditi samo usluge prehrane, samo usluge smještaja ili usluge i smještaja i prehrane. Turisti koji posjećuju seljačka gospodarstva dolaze uglavnom radi opuštanja i odmora koje ruralna područja pružaju, ali i radi rekreacije, kulturnih i vjerskih manifestacija itd. Takva gospodarstva nude domaća jela i pića koja su tipična za taj kraj.

Turisti koji se odluče za odmor izvan seljačkih gospodarstava, ali i dalje obitavaju u seljačkih sredinama i selima, čine brojne oblike ruralnog turizma. U ruralnim područjima postoje razne aktivnosti, te na tržištu postoji potražnja za određenim aktivnostima.

[7] Demonja, D., Ružić, P., op. cit., str.25.

Prema popisu načinjenom pri Vijeću Europe te aktivnosti bi bile sljedeće[8]:

Ture:

- pješačenje (pješačke staze, prirodni parkovi, fitness staze)
- jahanje (konji, magarci)
- ture u kamp-kućici
- motorizirane ture (sva terenska vozila, motocikli)
- fitness trening
- zdravstvene pogodnosti

Aktivnosti na vodi:

- ribolov
- plivanje
- boravak na rijekama (kućice na vodi, čamci, teglenice)
- kanu i rafting
- windsurfing
- utrkivanje brzim čamcima
- jedrenje

Aktivnosti u zraku:

- malim zrakoplovima
- jedrilicama, hang-gliding
- balonima na topli zrak

Sportske aktivnosti:

- tenis
- golf
- spuštanje i penjanje po stijenama

Aktivnosti otkrivanja zanimljivosti, radnih procesa:

- lokalna proizvodnja, poljoprivredna poduzeća

[8] Ružić, P. (2009): Ruralni turizam, Pula, Institut za poljoprivredu i turizam, Poreč, str. 14.

Kulturne aktivnosti:

- arheologija
- područja pod restauracijom
- tečajevi ručnog rada
- umjetničke radionice
- folklorne skupine
- kulturni, gastronomski i drugi izvori i podrijetla

Aktivnosti zdravstvenog karaktera:

- fitness trening
- zdravstvene pogodnosti

2.1.2. Ruralni turizam u Hrvatskoj

Ruralna područja Hrvatske čine oko 90% kopnenog dijela Hrvatske (ili 61% naseljenog dijela Hrvatske) i u njima živi oko 47% ukupnog dijela stanovništva Hrvatske.[9] Čak 77% ruralnih područja Hrvatske ima danas karakteristiku izrazitog nazadovanja u razvitku, što označava izrazitu negativnost svih demografskih, socio-kulturnih i prostorno-planskih pokazatelja. Često prometno izolirana, s velikom starošću stanovništva i pretežitim udjelom staračkog i ženskog stanovništva, ta su područja duboko u procesu izumiranja. Samo 11 % ruralnih područja nalazi se u stagnaciji - prosječnom tipu razvoja koji karakterizira niz povoljnih pretpostavki za brže, lakše i racionalnije usmjeravanje procesa i odnosa. Ipak, konkretnim se mjerama mora djelovati na daljnji razvitak ovih područja jer bez intervencija ona teže zaostajanju u razvoju. 8 % ruralnih područja nalazi se u okvirima uravnoteženog razvoja, a 4 % bilježi ekspanziju. Upravo tih 12 % ruralnih područja trebala bi biti poticajna žarišta u oživljavanju ruralnog prostora, a to je nezaobilazan zadatak jer je "potpuno razoren

[9] Lukić, A., Turizam na seljačkim gopodarstvima u Hrvatskoj, znanstveni članak, str. 3. Dostupno na: http://revije.ff.uni-lj.si/Dela/article/viewFile/1343/1147 [preuzeto 10.travnja 2017]

nekadašnji prostorni, ekonomski, socio-kulturni i ekološki sklad između ruralnog stanovništva i prirodnog okoliša".[10]

Prvotno se skrb za razvoj ruralnih područja i obnovu sela isticala kroz interes za razvoj turizma na seljačkim gospodarstvima. Akciju razvoja turističkih seljačkih gospodarstava započeo je 1991. Savez seljaka Hrvatske, da bi se ona 1992.počela seliti u agenciju „Hrvatski farmer". Od kraja 1994. godine te se akcije realiziraju pod okriljem Ministarstva turizma Republike Hrvatske.[11] Ruralni prostori su oduvijek privlačili rekreativce, planinare, hodočasnike itd, međutim pojam ruralnog turizma u Hrvatskoj se prvi put počinje ozbiljnije shvaćati 1996.godine kad je tadašnji ministar turizma donio *Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu* te tako utvrdio pravni okvir za ovaj oblik turizma. U Hrvatskoj je najveća pažnja usmjerena na priobalni turizam, zbog čega drugi oblici, a među njima i ruralni turizam, i dalje nisu dovoljno razvijeni s obzirom na postojeće resurse.

Ruralna turistička ponuda u Republici Hrvatskoj ima kratku povijest i to od 1998. kada su se registrirali prvi nosioci/vlasnici "turističkih seljačkih obiteljskih gospodarstava", njih 32, i trenutno je na neopravdano niskoj razini sa svega 447 registriranih seljačkih domaćinstva koja su vrlo neravnomjerno raspoređenih po županijama. S obzirom na nizak nivo iskorištenja raspoložive radne snage i raspoložive resurse koji mogu povećati uposlenost i dohodak obiteljskih gospodarstava, neophodan je veći angažman na području turizma u ruralnom prostoru. Osnova razvoja ruralnog turizma su turistička seljačka obiteljska gospodarstva, no u posljednjih 10- tak godina sve je veći interes države, lokalne samouprave, pojedinih institucija i poduzetnika u ruralnom prostoru za razvojem nekih novih oblika turističke ponude na ruralnom prostoru, čime se stvaraju preduvjeti za razvitak i brendiranje ruralnih destinacija.[12] Najnovija statistika pokazuje da ruralni turizam sudjeluje u ukupnim međunarodnim putovanjima sa udjelom od oko 3%. No i dalje je najveći problem što se hrvatska ponuda ruralnog turizma razvija izrazito sporo (iznimka je jedino Istra).

[10] Lukić, A., op. cit., str. 4.
[11] Kušen, E. (2009): Uređenje, razvoj i obnova hrvatskog ruralnog prostora. Sociologija i prostor [online], Vol. 41 No.1. Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/35522 [preuzeto 15. travnja 2016]
[12] Program ruralnog razvoja u razdoblju od 2014.-2020.godine. Dostupno na: http://europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Program%20ruralnog%20razvoja%202014.-2020..pdf [preuzeto 10.travnja 2017]

Kada se govori o ruralnom turizmu u Hrvatskoj, najveći naglasak se stavlja na turistička seljačka obiteljska gospodarstva (TSOG), koja su u prošlom desetljeću zaživjela u novi turistički proizvod.

Tablica 1 Prikaz broja registriranih turističkih seljačkih gospodarstava po županijama

ŽUPANIJA	**TSOG**	**Broj kreveta**	**Usluge prehrane**	**Kušaonice vina/rakije**
Bjelovarsko-bilogorska	2	16	2	2
Brodsko-posavska	0	0	0	0
Dubrovačko-neretvanska	70	23	70	70
Istarska	64	253	47	35
Karlovačka	0	0	0	0
Koprivničko-križevačka	6	22	5	3
Krapinsko-zagorska	7	20	6	6
Ličko-senjska	0	0	0	0
Međimurska	8	10	8	8
Osječko-baranjska	56	192	47	3
Požeško-slavonska	0	0	0	0
Primorsko-goranska	0	0	0	0
Sisačko-moslavačka	8	27	7	3
Splitsko- dalmatinska	31	12	31	16
Šibensko-kninska	21	16	21	21
Varaždinska	6	6	3	5
Virovitičko-podravska	0	0	0	0
Vukovarsko-srijemska	2	0	2	2
Zadarska	41	248	11	10
Zagrebačka	30	41	28	23
SVEUKUPNO	**352**	**886**	**288**	**207**

Izvor: Miškin, L., Mađer, B. (2008): Aktualno stanje turizma na ruralnom prostoru Hrvatske 2008, Sektor za turizam, HGK, Zagreb, http://www.hgk.hr , [preuzeto 21. travnja 2017]

Tablica 1. prikazuje broj registriranih turističkih seljačkih gospodarstava po županijama u 2007. godini. Najveći broj registriranih TSOG je bio u Dubrovačko-neretvanskoj županiji, zatim slijedi Istarska županija, pa Osječko-baranjska, dok je Zadarska županija na četvrtom mjestu. Ono što je zabrinjavajuće je činjenica da u šest županija nije zabilježen nijedan registirani TSOG. Pretpostavlja se da je do danas registrirano do 500 TSOG. Daljnjom analizom podataka iz tablice 1., može se vidjeti da Istarska županija prednjači u broju registriranih kreveta, što je i za očekivati jer se ruralni turizam u Istarskoj županiji razvija brže u odnosu na druge županije. Od registriranih TSOG, njih 81,81% nudi usluge prehrane, a 58,9% usluge kušaonice.

Osim seljačkih obiteljskih gospodarstava, ruralni turizam u Hrvatskoj se razvija i u svojim ostalim oblicima. Tu spada rezidencijalni turizam, koji se odnosi na vikendice smještene u blizini gradova, a u kojima borave njihovi vlasnici. U turističke svrhe se koriste jedino na Jadranu. Najviše rezidencija se nalazi u blizini Zagreba (Medvednica, Plješivica), zatim okolica Samobora, Velike Gorice, itd. Zavičajni turizam se odnosi na odmor u obnovjenim zavičajnim kućama. Pri tome se najviše misli na putovanje na selo kao posjet rodbini/ prijateljima, pa se primjerice obilaze vjerske i kulturne manifestacije, kupuje se u suvenirnicama itd. Sportsko-rekreacijski turizam u Hrvatskoj je najviše razvijen na lokacijama u prirodi kao što su rijeke, šume, jezera. Avanturistički turizam se odnosi na prirodu i čisti okoliš. Primjeri avanturističkog turizma je rafting na Dobri, Zrmanji, Cetini, zatim penjanje na Paklenicu, pješačenje i vožnja biciklom, paragliding, skakanje padobranom itd. Zdravstveni turizam je najviše razvijen u planinskim područjima, te područjima gdje su izvori ljekovitog blata, termalnim lječilištima. Kulturni turizam se temelji na materijalnom i nematerijalnom bogatstvu, kao što su dvorci, arheološka nalazišta, sakralni spomenici. Ovaj oblik turizma je najviše razvijen u Hrvatskom zagorju. Vjerski turizam se odnosi na svetišta, od kojih su najpoznatija Marija Bistrica, Sinj, Đakovo. Lovni turizam je najrasprostranjeniji u Lici i Podravini. Ribolovni turizam može biti na mirnim vodama kao što su primjerice jezero i ribnjaci, a može i na brzim rijekama kao što je Kupa. Gastronomski turizam u Hrvatskoj je vrlo razvijen u gotovo svim dijelovima Hrvatske. Svako područje ima svoja regionalna jela, a održavaju se razne manifestacije na temu pripreme raznih jela. Vinski turizam je također popularan u ruralnoj Hrvatskoj, jer postoji raznolika ponuda vina. Organiziraju se natjecanja i izložbe vina, grade se kušaonice vina, vinske ceste, itd. Ovaj oblik turizma je najviše karakterističan za Istru i Dalmaciju. Ekoturizam je razvijen u nacionalnim parkovima i parkovima prirode. Edukacijski turizam pomaže djeci, ali i odraslima upoznavanje sa seoskim

životom, sudjelovanjem u raznim aktivnostima kao što su šišanje ovaca i skupljanje ljekovitog bilja, upoznavanjem sa tradicijom ruralnog područja, poljoprivrednim aktivnostima, starim običajima,itd. Kamping turizam je i dalje nedovoljno razvijen, a neki od primjera u Hrvatskoj su Mladost kod Osijeka, Plitvice u Lučkom, Sv. Ivan Zelin u Istri itd. Nautički turizam je usko povezan sa sportsko-rekreacijskim turizmom. Može se razvijati na rijekama Savi, Dravi i Dunavu.

U Hrvatskoj nema posebne evidencije turističkih dolazaka koji se odnose na ruralni turizam, međutim mogu se sagledati ostvareni dolasci u ruralna mjesta te dobiti ukupan broj dolazaka posjetitelja na ruralnom prostoru. Tijekom 2008.godine, u ruralnim područjima je ostvareno 838.000 dolazaka i 1,218.000 noćenja. Statistika se odnosila na posjetitelje i noćenja u planinskim mjestima te 12 županija ruralne Hrvatske. Ruralno turističko tržište Hrvatske i dalje nije razvijeno s obzirom na resurse i kapacitete koje posjeduje. Potražnja na tržištu je mala, ali je zabilježen rast posjetitelja koji su zainteresirani za lječilišta, planinska mjesta, seljačka gospodarstva, itd.

2.2. Okvirni uvjeti razvoja ruralnog turizma

Da bi se na ruralnom području razvio ruralni turizam, potrebno je istražiti i proučiti uvjete njegovog razvoja. Osim pretpostavki razvoja koje će kasnije biti navedene, potrebno se orijentirati na činitelje ponude i potražnje. Ukratko rečeno, da bi se ruralni turizam uspješno ostvario na ruralnom području, mora postojati potražnja i ponuda za ruralnim turizmom. Činitelji potražnje mogu biti objektivni i subjektivni.

Objektivni činitelji se odnose na radnu sredinu (urbanizacija je dovela do toga da ljudi sve više žele pobjeći od buke, te rado bira ruralne destinacije za odmor), slobodno vrijeme (više slobodnog vremena i godišnji odmori omogućavaju razvoj različitih oblika turizma), slobodna sredstva (nakon podmirenja osnovnih životnih troškova, ostaju sredstva za turističke potrebe) te organizacije koje potiču čovjeka na boravak u prirodi (primjerice društva ljubitelja prirode, izviđači). Subjektivni činitelji postoje ako djeluju objektivni (primjerice ako čovjek ima slobodno vrijeme i novac, o njemu ovisi hoće li to iskoristiti za posjet ruralnim destinacijama). Turistička potražnja potiče rast, odnosno rastom potražnje za ruralnim

turizmom povećavaju se kapaciteti infrastrukture i turističkih naselja, raste zainteresiranost lokalnog stanovništva za bavljenjem ruralnim turizmom, a time se koriste mjere i poticaji koje država nudi, povećavaju radna mjesta itd. Činitelji ponude se odnose na elemente i resurse kojima ruralna područja raspolažu. Tu ubrajamo klimu, rijeke, jezera, more, biljni i životinjski svijet, kulturu i običaje ruralnog područja, poljoprivredu, spomenike.

2.2.1. Pretpostavke razvoja ruralnog turizma

Valja navesti da je pretpostavki razvoja ruralnog turizma mnogo, relevantni autori poput Ružić, P., ističu značajnije poput[13]:

a) **atraktivnosti lokacije:**

Neki od značajnijih elemenata koji ukazuju na atraktivnost kraja su primjerice čisti zrak, čista voda, zdrava klima, očuvana okolina (prirodno i kulturno nasljeđe). Također je važna sloboda kretanja u prirodi radi rekreacije i razgledavanja znamenitosti i/ili zanimljivosti. Vode i planine također su važan element atraktivnosti prostora. Rijeke i jezera pa čak i mora u slučajevima zabačenih primorskih sela, zatim planinski predjeli, omogućuju, šetnje, ribolov, penjanje, vožnju biciklom i sl. Dodatna je atraktivnost prostora prisutna ukoliko postoje dvorci, crkve, muzeji itd. Održavanje različitih manifestacija utječe pozitivno na atraktivnost seljačkog gospodarstva. Upoznavanje sa starim obrtima (lončarstvo, tkanje, pletenje, slikanje) interesantno je za turiste. Turisti uz netaknutu prirodu i ruralnu arhitekturu traže i minimum komfora poput: opskrbe vodom, strujom, telefonom, blizinu trgovine, liječnika i sl.

b) **Uređenost seljačkog turističkog gospodarstva i objekta za ostale oblike ruralnog turizma:**

Pri uređenju seljačkog gospodarstva mora se voditi brigu o nizu detalja tako primjerice treba osigurati adekvatan prilaz, treba osigurati dovoljno mjesta za parkiranje u hladu i to na mjestu u kojem se ne remeti mir ostalih gostiju. Kod uređenje treba voditi računa o djeci, osiguravši im dovoljno prostora i sadržaja za igru. Svakako je poželjno da seljačko gospodarstvo sadrži i druge sadržaje poput: mjesta za sjedenje u prirodi na

[13] Ustanova za razvoj grada Senja: Ruralni turizam. Dostupno na: http://www.ras.hr/media/ruralni_turizam.pdf [preuzeto 21.travnja 2017]

otvorenom, livade za odmaranje, mjesto za roštilj, klupa sa stolom pod krošnjom itd. Važno je također održavanje reda, osvjetljenje i izbjegavanje držanja opasnih životinja.

c) **Atraktivnost ponude seljačkog i ostalih oblika ruralnog turizma:**
Pored usluga poput spavanja (noćenja), prehrane i pića te kupnje poljoprivrednih proizvoda i prerađevina te suvenira i njihovih kombinacija turisti traže i druge usluge. Turisti traže i mogućnost uključivanja u poljoprivredne poslove gospodarstva (berba maslina, grožđa i sl.), korištenje dvorišta ili imanja za sportske i druge aktivnosti i slično. Turistima treba omogućiti bolji kontakt sa prirodom, domaćini se trebaju osobno i adekvatno brinuti o gostima. U ponudi trebaju biti zastupljeni domaći specijaliteti, na svakom se koraku mora osjetiti seoski ugođaj a djeca trebaju također imati mogućnost upoznavanja i razvijanja prijateljstva prema životinjama.

d) **Zakonska osnova poslovanja seljačkog i ostalih oblika ruralnog turizma:**
Pružanje ugostiteljskih usluga na seljačkom turističkom gospodarstvu regulirano je zakonskom osnovom. U Republici Hrvatskoj pružanje ugostiteljskih i turističkih usluga regulirano je Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 48/95.), Zakonom o turističkoj djelatnosti (NN 8/96.), Pravilnikom o obliku, sadržaju i načinu vođenja knjige gostiju i popisa gostiju (NN 14/96.), Pravilnikom o postupku prijave i odjave turista i načinu vođenja popisa turista (NN 45/94.), Pravilnikom o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata (NN 57/95.), te Pravilnikom o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu.

2.2.2. Poljoprivreda i industrija

Poljoprivreda i industrija su važne pretpostavke za razvoj ruralnog turizma. Obiteljska seljačka gospodarstva koja se bave poljoprivredom su čuvari ruralnog kraja. Za razvoj poljoprivrede na nekom prostoru potrebni su povoljni klimatski uvjeti te poljoprivredna zemljišta. Za turizam veliku ulogu ima ekološka poljoprivreda. Obiteljska seljačka gospodarstva obrađujući svoja poljoprivredna zemljišta, nude turistima prehrambene i druge proizvode. Budući da se gostima nude domaći specijaliteti uzgojeni na poljoprivrednim zemljištima, ostvaruju se ekonomsko-financijski učinci, a time se povećava i razvoj ruralnog turizma.

Ekološka poljoprivreda je povezana sa proizvodnjom hrane s minimalno umjetnih gnojiva, pesticida itd. Na prostoru Hrvatske ispunjeni su temeljni uvjeti za razvoj ekološke poljoprivrede, a njezino područje obilježavaju izuzetne agroekološke različitosti, odnosno mogućnosti različite poljoprivredne proizvodnje i prerade u koje se mogu uključiti ribarstvo, marikultura, poljoprivreda i prerada poljoprivrednih proizvoda. Ekološka poljoprivreda ima veliko tržište u kojem dominira turizam koji je u Hrvatskoj razvijen. To će potencirati ekološki turizam, koji se može razvijati u ruralnom području Hrvatske.[14] Prehrambeno-prerađivačka industrija na ruralnim područjima potiče razvoj obrta i trgovine te malog i srednjeg poduzetništva.

Tablica 2 Moguća ekološka poljoprivredna proizvodnja i prerada u Hrvatskoj

VRSTA PROIZVODNJE
Proizvodi i proizvodnja koja se može odmah zaštititi zelenim znakom
Smokva i proizvodi od smokve (sušena, marmelada, slatko)
Rogač, šipak, žižula, oskoruša, njihove prerađevine, i drugo
Argumi koji uspjevaju u jadranskom pojasu: mandarina, gorka i slatka naranča, limun, grejp
Maslina i proizvodi od masline (konzervirane masline, maslinovo ulje, kozmetički proizvodi od maslinovog ulja)
Ljekovito bilje (lavanda, vrijesak, kadulja, i slično) i proizvodi (svježe, sušeno, ulja, ekstrakti, bonifikatori, poboljšivači-ekstrakti za proizvodnju sokova, alkoholnih pića, likera, konjaka, travarica i drugo)
Ribarstvo, marikultura (uzgoj ribe i školjaka), plava riba i proizvodi (usoljena, usoljena u ulju, marinade, i slično)
Ovčarstvo i kozarstvo i proizvodi (meso, sir, skuta)
Pčelarstvo (med i proizvodi na bazi meda)
Poljoprivredni proizvodi koji bi se u budućnosti mogli zaštititi kao ekološki
Razno povrće (konzervirano i prerađeno na razne načine)
Razno voće (konzervirano i prerađeno na razne načine)
Grožđe za vino i stolno, te proizvodi (vino, sok, pjenušci)

Izvor: Demonja, D., Ružić, P. (2010). Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, str. 155.

[14] Demonja, D., Ružić, P.: op. cit., str.154.

Tablica 2. prikazuje poljoprivredne proizvode koji bi se mogli zaštiti kao ekološki, čime bi se osigurao razvoj ekološke poljoprivrede, prehrambene industrije, a samim time i razvoj ruralnih područja i ruralnog turizma.

Nazadovanje poljoprivrede turizmu bi donijelo barem četiri posljedice:

- Manje poljoprivrede znači manje održavanja/njegovanja krajolika
- Manje poljoprivrede znači gubitak atraktivnosti koju za goste iz grada ima seosko gospodarstvo: barem za vrijeme godišnjeg odmora može se iz blizine vidjeti kravu
- Manje poljoprivrede znači daljnje nestajanje starih uvriježenih običaja i kulturnog nasljeđa
- Manje poljoprivrede znači, napokon, da u općinama mjesta za odmor nestaje seljački konzervativizam. Seljačka promišljenost u mnogim je mjestima za odmor bila nešto poput prirodnog otpora protiv euforije turističkog rasta, protiv toga da se prodaje krava umjesto mlijeka[15]

2.2.3. Promet i infrastruktura

Promet i infrastruktura imaju veliku važnost za razvoj ruralnog turizma. Promet uključuje prijevoz do turističke destinacije, prijevoz unutar turističke destinacije i prijevoz na povratku iz turističke destinacije. Za prijevoz do ruralne turističke destinacije, turisti mogu koristiti usluge kopnenog, vodenog i zračnog prijevoza. Izrazito je važno osigurati dobru prometnu infrastrukturu do ruralnog područja, jer prijevoz također utječe na konkurentnost turističke destinacije. Sređena prometna infrastruktura ima veliku ulogu u odabiru mjesta za odmor jer se promet provodi između mjesta, naselja te ugostiteljskih objekata. Prijevozne usluge u turizmu moraju biti dobro sagledane i organizirane od strane nadležnih osoba, jer je turistima izrazito važna ekonomičnost prijevoza, redovitost prijevoza, točnost i brzina prijevoza, sigurnost prometa te udobnost prijevoza.

Da bi se ruralno područje razvilo u turističku destinaciju, osim osiguranja kvalitetne prometne infrastrukture glavnih prometnica (blizina autoputa, kvaliteta glavne ceste koja vodi do ruralne destinacije, blizina zračne luke itd) , potrebno je osigurati i pješačku infrastrukturu kao i uređenje biciklističkih staza, različitih putova, poučnih staza itd. Ruralna područja

[15] Muller, H. (2004): Turizam i ekologija, MASMEDIA, Zagreb, str. 79.

uglavnom obilježavaju razni poljski putovi koji su često zanemareni od strane lokalnog stanovništva. Uređenje poljskih putova, primjerice kao poučnu stazu, je još jedan uvjet razvoja ruralnog turizma.

Da bi se turizam na ruralnom području razvijao, osim prometne infrastrukture, i ostali oblici komunalne infrastrukture moraju biti zadovoljeni. Komunalnim djelatnostima se, osim izgradnje i održavanja cestovne mreže, još smatraju: opskrba vodom, zbrinjavanje otpada, odvodnja otpadnih voda, opskrba električnom energijom uređivanje prostora za parking, javna rasvjeta, održavanje zelenih površina, itd.

Kako je izgradnja objekata i uređaja komunalne infrastrukture od interesa za Republiku Hrvatsku, o njoj brigu treba voditi javna vlast. Tako prema članku 30. stavak 4. Zakona o komunalnom gospodarstvu predstavničko tijelo jedinice lokalne samouprave na temelju Programa mjera za unaprjeđenje stanja u prostoru i potrebe uređenja zemljišta u skladu s postavkama dokumenata prostornog uređenja, kao i u skladu s Planom razvojnih programa koji se donose na temelju posebnih propisa, donosi Program gradnje objekata i uređaja komunalne infrastrukture za svaku kalendarsku godinu. Ovaj Program obvezatno sadrži opis poslova s procjenom troškova za gradnju objekata i uređaja te za nabavu opreme, kao i iskaz financijskih sredstava potrebnih za ostvarivanje Programa s naznakom izvora financiranja djelatnosti. Međutim, iako o izgradnji objekata i uređaja komunalne infrastrukture brigu vodi jedinica lokalne samouprave, to ne znači da je ona ujedno i vlasnik navedenih objekata i uređaja. Štoviše, u praksi su mnogo češći slučajevi da su vlasnici objekata i uređaja komunalne infrastrukture trgovačka društva koja obavljaju određene komunalne djelatnosti, a postoje i stajališta da su određeni objekti i uređaji komunalne infrastrukture javno dobro.[16]

Kako bi se poboljšala infrastruktura u ruralnim područjima preko **IPARD programa mjera 301 Poboljšanje i razvoj ruralne infrastrukture**, jedinice lokalne samouprave do 10.000 stanovnika mogu aplicirati svoje programe za ulaganje u sustav kanalizacije i pročišćavanje otpadnih voda, lokalne nerazvrstane ceste, toplane, protupožarne prosjeke s elementima šumskih cesta. Dozvoljena su ulaganja u izgradnju ili rekonstrukciju.[17]

[16] Đerđa, D. (2009): Problematika vlasništva objekata i uređenja komunalne infrastrukture u Republici Hrvatskoj, *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu*, Vol.46 No.1. Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=56877 [preuzeto 22. travnja 2017]
[17] Program ruralnog razvoja Zadarske županije 2012-2014. Dostupno na: http://www.zadra.hr/wp-content/uploads/2013/05/razvojna_agencija_a4_final_sime.pdf [preuzeto 22. travnja 2017]

2.2.4. Ostali uvjeti

Od ostalih uvjeta koje se mogu izdvojiti treba naglasiti da lokalno stanovništvo ima bitnu ulogu u razvoju ruralnog turizma (kasnije u radu će biti detaljnije objašnjeno). Država treba poticati lokalno stanovništvo da se bavi seoskim turizmom, a jedan od uvjeta je davanje poticaja i potpora, što će također biti detaljnije objašnjeno u radu.

Uređenje ruralnog prostora bitno utječe na motiviranost dolazaka gostiju. Pojam seoskog turizma označava mir, odsutnost buke, očuvan okoliš, očuvano graditeljsko naslijeđe, uvjeti za rekreaciju, zabavu, sport itd. Stoga će se ruralni turizam razvijati u područjima gdje su ti temelji zadovoljeni. Razvojni programi i strategije moraju obuhvaćati ruralni razvitak temeljen na prirodnim i ekološkim uvjetima. Osim već spomenute prometne i komunalne infrastrukture, potrebno je osigurati i elemente društvene infrastrukture kao što su trgovine, pošta i ambulanta. Osim navedenih činitelja, za razvoj ruralnog turizma potrebni su nositelji, izvršitelji, ciljevi i sredstva. Osim dosad navedenih pretpostavki, potrebno je osigurati i organizacijske, normativne, edukacijske, financijske i promidžbene pretpostavke.

Gosti trebaju biti upoznati sa ruralnim područjem, što znači da je potrebno postaviti tabele, naročito ispred kulturne baštine. Kadrovi zaposleni u planiranju strategije razvoja ruralnog turizma, trebaju poznavati lokalne specijalitete i pića, tradiciju, obrte te kulturne sadržaje područja. Seoska gospodarstva osim već spomenutih stavki trebaju paziti da gostima osiguraju prilaz seljačkom gospodarstvu, omoguće parking, urede prostor za djecu, osvjetle putove, i slično. Za kvalitetno osmišljavanje strategije razvoja ruralnog područja kao turističke destinacije, treba osmisliti razvojne potrebe, te mjere za ostvarivanje tih potreba. Primjerice, jedan od uvjeta razvoja ruralnog turizma je također diverzifikacija turističkih proizvoda i usluga, produđenje turističke sezone (primjerice organizacijom manifestacija), i slično.

2.3. Menadžment i marketing u turizmu

Menadžment i marketing su važni činitelji razvoja turizma. Osmišljavanje adekvatne strategije nužno je u definiranju ruralnog područja kao turističke destinacije. Postoji nekoliko definicija strateškog menadžmenta, a jednu od njih su naveli Certo i Peter, rekavši da je

strateški menadžment kontinuirani, iterativni proces usmjeren na održavanje organizacije kao cjeline primjereno oblikovane prema svojoj okolini. Planiranje i provedba strategije ovisit će o eksternoj i internoj okolini, no bitno je sagledati cjelokupno ruralno područje, proučiti kapacitete i maksimalno iskoristiti resurse koje ono pruža.

Procedura strateškog planiranja na ruralnom području obuhvaća sljedeće elemente[18]:

1. definiranje ciljeva planiranja – izvori, metodologija istraţivanja, definiranje razvojnih ciljeva,

2. analiza resursa – poljoprivredni resursi, prirodni resursi, kultur(al)ni resursi, ostali resursi, pogodnosti – "infraturističke spremnosti" za turističku valorizaciju (turistička infra- i suprastruktura, prometna povezanost, turistička signalizacija, biciklističke staze i sl.),

3. analiza zakonodavnih odredbi koje reguliraju ruralni turizam te ostale legislative koja izravno i neizravno tretira ovu problematiku (primjerice prostorni planovi),

4. analiza razvojnih potencijala–broj i struktura obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, karakteristike poljoprivrede ruralnog područja, iskazana želja i volja obiteljskih poljoprivrednih gospodarstva za učešćem u donošenju, implementaciji i realizaciji strateškog plana, procjena broja posjetitelja,

5. razvoj ruralnog turizma – relevantna razvojna pitanja, značajne kategorije, najznačajnija geografska područja za razvoj ruralnog turizma, prostorno planiranje.

6. definiranje "razvojnog i menadžerskog tijela" zaduženog za razvoj ruralnog turizma na nekoliko razina – državnoj (tijelo sastavljeno od predstavnika više ministarstava), županijskoj i lokalnoj razini,

7. ispravljanje postojeće zakonske regulative, donošenje novih zakona i podzakonskih akata,

8. detaljni razvojni planovi za najznačajnije projekte – definiranje projekata (proizvoda), planiranje dodatnih pogodnosti za turiste, planiranje menadžerskih aktivnosti (taktičkog i operativnog menadžmenta), pitanje menadžmenta zaštite okoliša, planiranje razvoja infrastrukture, transporta i sl.,

[18] Krajnović, A., Čičin-Šain, D., Predovan, M. (2011): Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma-problemi i smjernice. Oeconomica Jadertina. Vol. 1 No. 1. str. 36-37. Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/68201 [preuzeto 22.travnja 2017]

9. Cost-benefit analiza pojedinih projekata, operativno planiranje po pojedinim proizvodima i po pojedinim geografskim zonama, iznalaženje izvora financiranja,

10. zaključci, smjerovi akcije, planiranje follow-up aktivnosti, implementacija i monitoring.

Uspješnost turističke destinacije zavisit će o njenoj osjetljivosti u odnosu na intezitet tokova u okruženju. Ostvarivanje poslovanja turističke destinacije zavisi od njene sposobnosti da zadovolji potrebe i želje potrošača (turista) i to uz adekvatnu kombinaciju instrumenata tržišnog nastupa i kroz izbor strateških alternativa. Znači da se težište stavlja na način života, očekivanja, vrednovanja, navika i potreba za proizvodima i uslugama od strane određenih grupa potrošača. Naglasak se stavlja na izgradnji marketing mixa usmjerenog prema određenom segmentu tržišta tj. homogenoj grupi turista te na osnovu strateškog upravljanja (menadžmenta) čini marketing strategiju turističke destinacije. Tako marketing strategija određuje dugoročne ciljeve i smjernice i utvrđuje okvir i mogućnosti djelovanja koji omogućavaju njihovo ostvarenje.[19]

Organizaciju turizma čine tri osnovne skupine organizacija i tijela: neprofitne turističke organizacije (turističke zajednice, turistička društva i savezi), profitne turističke organizacije (ugostiteljska poduzeća i agencije) i vladine komorske i druge organizacije i tijela (ministarstva, uredi i službe). Turističke zajednice su pravne osobe s pravima, obvezama i odgovornostima određenima zakonom i njihovim statutima. Sustav turističkih zajednica ustrojen je kao piramidalni, od lokalne do državne razine. Turističke zajednice, bez obzira na kojoj razini se osnivaju imaju neka zajednička načela i ciljeve djelovanja. Zajednički ciljevi turističkih zajednica su[20]:

1. unaprjeđivanje općih uvjeta boravka turista, osobito podizanje kvalitete turističkih i drugih komplementarnih usluga očuvanjem i stvaranjem prepoznatljivog i privlačnog turističkog okruženja i osiguravanjem turističkog gostoprimstva za područje za koje su osnovane,

[19] Fakultet za mediteranske poslovne studije u Tivtu: Menadžment turističke destinacije. Dostupno na: http://www.fms-tivat.me/predavanja3god/MenTurDestinacija10.pdf [preuzeto 23. travnja 2017]
[20] Ružić, P.: op.cit.. str. 140.

2. promocija turističkog proizvoda područja za koje su osnovane, sukladno sustavu promicanja turizma i njegovim posebnim i općim zadaćama, od razine mjesta do razine Republike, radi uključivanja u europske i svjetske turističke tijekove, i
3. razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, te potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističkog proizvoda određenog područja, a osobito zaštite okoliša.

Segmentacija turističkog tržišta dijeli tržište na male homogene grupe, čime se omogućava bolje razumijevanje potrebe i želje potrošača te efikasnije pozicioniranje. Prilikom diferenciranja proizvoda, mora se sagledati što će se napraviti sa svakim proizvodom te kakav utjecaj i ulogu on ima na destinaciju. Konkretno, turistički proizvodi su usluge smještaja, prehrane, rekreacije, sporta, edukacije, rehabilitacije, itd. BCG matricom proizvodi se dijele na: zvijezde, upitnike, krave muzare i pse. Zvijezde imaju visok rast na tržištu, te su bitni potrošačima u destinaciji (primjerice sport, kultura). Upitnici su proizvodi u uvođenju koji imaju veliki potencijal. Krave muzare označavaju proizvode koji su do sada imali veliku ulogu u destinaciji, odnosno zrele proizvode (primjerice vinogradi). Psi su proizvodi koji su u opadanju i destinacija ih se želi što prije rješiti, oni generiraju najmanje gubitke, ali i najmanje prihode.

Što se tiče marketinga u turizmu, razlikuju se strateški i operativni ciljevi. Mogući strateški ciljevi marketinga u turizmu jesu:[21]

- povećanje broja noćenja turista
- povećanje iskorištenosti kapaciteta
- osvajanje novog segmenta turističkih korisnika
- povećanje potražnje u sklopu segmenta koji već pokazuje zanimanje za naš proizvod ili ga već konzumira
- povećanje turističke potrošnje po turistu, ili po vremenu trajanja boravka turista, ili po vrsti aranžmana i sl.
- povećanje prosječnog trajanja boravka turista
- zadržavanje stečene pozicije na turističkom tržištu (zadržati postignutu razinu iskorištenosti kapaciteta ili dostignuti broj turista ili turističkih noćenja i sl.)

[21] Senečić, J., Vukonić, B. (1997): Marketing u turizmu, Mikrorad, Zagreb. str.42.

- promjena strukture potražnje po nacionalnoj provinijenciji ili po nekoj drugoj karakteristici turista (dobnoj skupini, plantažnim mogućnostima, pripadnosti socio-profesionalnoj grupi i sl.)
- promjena predodžbe (imidža) našeg proizvoda ili usluge

U operacijske ciljeve marketinga u turizmu spada primjerice povećanje manifestacija u destinaciji, povećanje potrošnje mlađih potrošača i sl. U realizaciji marketinških ciljeva i strategije potrebno je kvalitetno promovirati ruralni turizam, na način da se koriste marketinški alati poput internet stranica, prospekta i brošura koji sadržavaju sve bitne informacije za turiste.

2.4. Uloga lokalnog stanovništva u razvoju ruralnog turizma

Lokalno stanovništvo ima veliku ulogu u razvoju ruralnog turizma. Dijelovi ruralnih područja su u većini slučajeva u vlasništvu lokalnog stanovništva koje se tamo bavi poljoprivredom, uzgojem domaćih životinja i slično. Za kvalitetniji razvoj ruralnog turizma potrebno je uvažavati stavove, želje, razvojne ciljeve i planove stanovništva.

Ruralni turizam mjenja okolinu u kojoj se razvija, što znači da i lokalno stanovništvo mora biti spremno na promjene. Narušavanjem kvalitete života u ruralnim područjima kao posljedicu ima gubitak domicilnog stanovništva koje bi trebalo biti jedno od nositelja gospodarskog razvoja. Često se događa da lokalno stanovništvo ima različita stajališta od turista koji žele upoznati ruralna područja (primjerice turisti imaju potrebu za odmorom, a lokalno stanovništvo u svemu tome vidi priliku za zaradu). Pa samim time većina lokalnog stanovništva pristaje na bavljenje seoskim turizmom isključivo radi profita i zarade, čime se gubi svrha ruralnog područja.

Odluka o razvoju ruralnog područja kao turističke destinacije će ovisiti o stavovima lokalnog stanovništva koji mogu biti pozitivni i negativni. Pozitivni stavovi su primjerice oživljavanje kulture, običaja i tradicije, poboljšanje infrastrukture, razvojna mogućnost malim poduzetnicima, zapošljavanje i popravljanje demografske slike, osjećaj samopouzdanja, stvaranje prepoznatljive turističke ponude itd. Negativni stavovi mogu biti prometna gužva, zagađenje okoliša, nedostatak privatnosti, buka, nezainteresiranost za turiste, predrasude

prema turistima, troškovi renoviranja građevina, narušavanje mira, uništavanje kulturnih građevina i baštine itd.

Jedan od većih problema s kojima se lokalno stanovništvo suočava kad je u pitanju ruralni turizam je nedostatak edukacije. Mnogo stanovnika nije upoznato sa seoskim turizmom i brojnim prilikama koje ono nosi, pa samim time državne vlasti ne uključuju lokalne zajednice u proces donošenja odluka i planiranja razvoja ruralnih područja kao turističke destinacije, što nije ispravno. Ruralni turizam se, kao i svaki drugi oblik turizma, treba razvijati uz potporu lokalnog stanovništva, a da bi oni što bolje bili upoznati sa cijelom situacijom potreban im je proces osposobljavanja (empowement).

Proces osposobljavanja omogućuje lokalnom stanovništvu razvijanje novih vještina, jačanje samopouzdanja, širenje znanja te upoznavanjem uvjeta potrebnih za sudjelovanje u procesu odlučivanja. Ruralni turizam se dosta oslanja na volju lokalnog stanovništva koji su zaslužni za proizvodnju i promociju turističkih proizvoda.

Osposobljavanje lokalnih zajednica je proces, čiji pozitivni rezultati postaju vidljivi na gospodarskom, psihološkom, društvenom i političkom području. Destinacijska menadžment organizacija može poticati pripadnike lokalne zajednice na sudjelovanje u procesu upravljanja na različite načine, i to kako slijedi:[22]

- ✓ Organizacijom edukativnih radionica, seminara i sl. za poduzetnike i lokalnu zajednicu, kako bi se osnažili za razvoj turizma i novih proizvoda
- ✓ Poticanjem lokalne svijesti o vlastitim vrijednostima i resursima za razvoj turizma
- ✓ Poticanjem razvoja mrežnih partnerstava (networka, klastera) kako bi lokalni stakeholderi bili maksimalno uključeni u razvoj turističke ponude
- ✓ Pokretanjem zajedničkih akcija, ideja i inicijativa za kretanje lokalnih proizvoda te davanje podrške u njihovu marketingu
- ✓ Poticanjem prodaje lokalnih proizvoda i suvenira u info centrima te poticanjem njihove distribucije kroz turistička poduzeća
- ✓ Poticanjem tour operatora da budu inovativni u stvaranju itinerera koji će uključivati lokalne atrakcije

[22] Petrić, L. (2012): Upravljanje razvojem turizma, Ekonomski fakultet u Splitu, Split. str. 124.

Država treba osigurati resurse i sredstva kako bi motivirala lokalno stanovništvo za sudjelovanje u razvoju ruralnog turizma. Edukacijom i davanjem podrške, lokalno stanovništvo uči o prednostima bavljenja seoskim gospodarstvom. Organiziranjem radionica okupljaju se svi stakeholdersi koji su povezani sa razvojem ruralnog turizma (lokalno stanovništvo, kulturne institucije, turističke zajednice, obrtnici itd).

2.5. Politike i organizacije ruralnog turizma

Financiranje razvoja ruralnog turizma i poduzetnika u ruralnom turizmu i ruralnim područjima provodi se potporama: državnim resornog Ministarstva turizma RH, odnosno Ministarstva poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja RH, potporama pojedinih županija i jedinica lokalne samouprave, kao i onim međunarodnih institucija koje su za ruralni turizam, za sada, sporadične, te kreditnim linijama Hrvatske banke za obnovu i razvoj (HBOR) za kreditiranje turizma – Turizam na selu.[23]

Jedan od najbržih i najboljih načina financiranja u pokretanje seljačkih gospodarstava je ulaganje vlastitih sredstava. Ovakav način financiranja nosi male rizike iz razloga što ne postoji obveza vraćanja novca banci, kao ni postojanje kamate i naknada. Ovakav način je najbolji za korisnike kojima prihodi nisu redoviti, jer ne postoji opterećenje povratka investicije u zadanom roku. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva, trgovačka društva i obrti imaju mogućnost iskoristiti i bespovratna sredstva za svoja ulaganja u ruralni turizam.

Republika Hrvatska je 1. srpnja 2013.godine postala članica Europske unije. Time se suočava sa brojnim izazovima, ali i prilikama koje Europska unija pruža. Zajednička poljoprivredna politika (ZPP) predstavlja jedno od najznačajnijih područja djelovanja institucija Europske unije. Ruralni razvoj, kao drugi stup ZPP financiran je sredstvima Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj (EPFRR). Ukupna alokacija za Program ruralnog razvoja 2014.-2020. iznosi 2.383 milijarde eura, od čega će se 2.026 milijardi eura financirati iz Europskog fonda za ruralni razvoj (EPFRR), a ostatak iz sredstava nacionalnog proračuna Republike Hrvatske.[24] U Hrvatskoj je tako aktivno mnogo programa za ruralni razvoj koji utječu i na razvoj ruralnog turizma. Najvažniji programi koje treba istaknuti su

[23] Demonja, D., Ružić, P.: op. cit., str.115.
[24] http://www.strukturnifondovi.hr/program-ruralnog-razvoja-2014-2020 [preuzeto 4.svibnja.2017]

LEADER i LIFE+. LEADER - „Links between actions for the development of the rural economy", predstavlja Inicijativu Europske Zajednice za mobiliziranje i provedbu ruralnog razvoja u ruralnim zajednicama kroz lokalna javno-privatna partnerstva („Lokalne akcijske grupe"). Namjera mu je pomoći ljudima, udrugama, poduzećima i ostalim potencijalnim čimbenicima u ruralnim područjima da razmotre potencijal svojeg područja te potaknu provedbu integriranih, kvalitetnih i originalnih strategija održivog razvoja.[25] LIFE+ se odnosi na davanje podrške i sufinanciranje projekata koji su vezani za očuvanje okoliša i zaštitu prirode (primjerice pilot i demonstracijski projekti).

U Europi postoje još i neformalne podrške razvoju ruralnog turizma kao što su: ECOVAST, Europska federacija agro i ruralnog turizma te OECD-ov Turistički odbor. ECOVAST (Europski savjet za sela i male gradove) osnovan je 1984.godine, a okuplja više od 600 članica(institucije, agencije itd...) iz više od 36 zemalja istočne i zapadne Europe (uključujući i Hrvatsku).[26] Posebnu pažnju pridaju razvoju ruralnog turizma kao očuvanju običaja i kulturnog nasljeđa, te oživljavanju ruralnih područja.

Ministarstvo poljoprivrede iznijelo je mogućnosti financiranja ruralnog turizma kroz program ruralnog razvoja republike Hrvatske za razdoblje 2014.-2020. Aktualni programi poticanja razvoja seoskog turizma RH detaljnije su objašnjeni u sljedećoj tablici:[27]

[25] http://www.hmrr.hr/media/13357/leader_program_europskom_praksom_do_vlastitih_prilika.pdf [preuzeto 5.svibnja 2017]
[26] Petrić, L. (2012): op. cit., str.105
[27] http://www.lag-gorskikotar.hr/dokumenti/AP%20RURALNI%20TURIZAM%20FAZNO%20IZVJESCE%2023_6%20%20docx.pdf [preuzeto 5. svibnja 2017]

Tablica 3 Programi poticanja razvoja seoskog turizma RH

Program ruralnog razvoja RH za razdoblje 2014. – 2020. **Mjera 6**: Razvoj poljoprivrednih gospodarstva i poslovanja Provedbeno tijelo: MP	**<u>Podmjera 6.2. Potpora ulaganju u pokretanje nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnom području</u>** **Korisnici:** - poljoprivredna gospodarstva upisana u Upisnik poljoprivrednika u rangu mikro i malih poslovnih subjekata, - fizičke osobe u svojstvu nositelja ili člana obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva koji pokreću novu nepoljoprivrednu djelatnost u ruralnim područjima. Potpora se dodjeljuje za novu nepoljoprivrednu djelatnost koja nije započeta do vremena podnošenja Zahtjeva za potporu. **Namjena sredstava:** -Potpora se dodjeljuje za provođenje aktivnosti navedenih u Poslovnom planu. -Prihvatljive su aktivnosti iz sektora: turizam u ruralnom području;tradicijski, umjetnički obrti, izrada suvenira; usluge u ruralnim područjima; prerada/ trženje proizvoda. **Potpora**: Do 100% ukupnih prihvatljivih troškova, 50.000 EUR-a po korisniku
Program ruralnog razvoja RH za razdoblje 2014. –2020. Mjera 6: Razvoj poljoprivrednih gospodarstva i poslovanja Provedbeno tijelo: MP	**<u>Podmjera 6.4. Ulaganja u razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima</u>** **Korisnici** -Poljoprivredna gospodarstva upisana u Upisnik poljoprivrednika u rangu mikro i malih poslovnih subjekata, -Fizičke osobe u svojstvu nositelja ili člana obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva. **Namjena sredstava**: turizam u ruralnom području; tradicijski, umjetnički obrti, izrada suvenira; usluge u ruralnim područjima; prerada/ trženje proizvoda. **Potpora:** Do 70% ukupnih prihvatljivih troškova, između 3.500 – 200.000 EURa.
Program ruralnog razvoja RH za razdoblje 2014. – 2020.	**<u>Podmjera 7.1. Sastavljanje i ažuriranje planova za razvoj općina i sela u ruralnim područjima i njihovih temeljnih</u>**

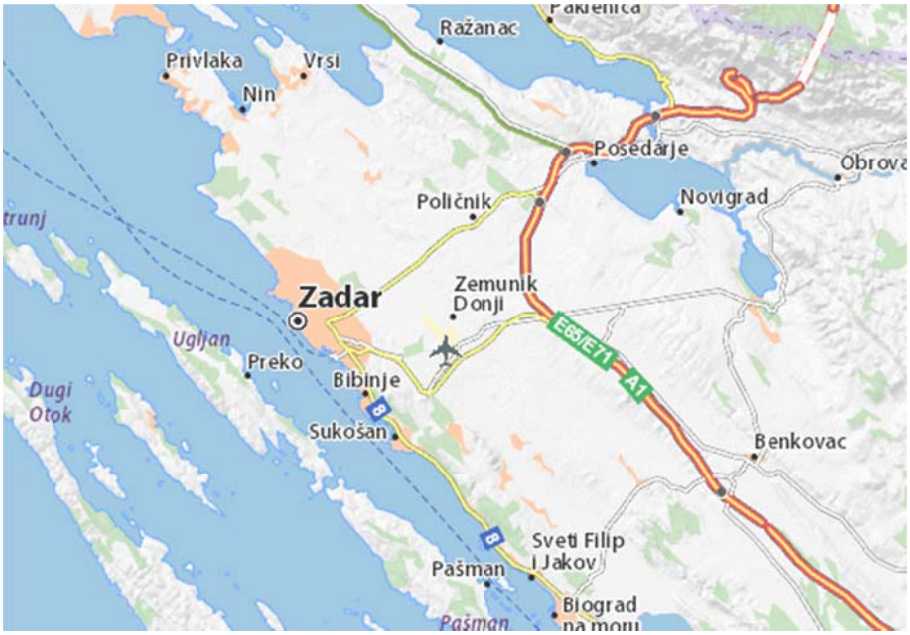
Mjera 7: Temeljne usluge i obnova sela u ruralnim područjima Provedbeno tijel: MP	**usluga te planova zaštite i upravljanja koji se odnose na lokalitete Natura 2000. i druga područja visoke prirodne vrijednosti** **Korisnici:** Općine i gradovi do 10.000 stanovnika **Namjena:** -Izrada ili izmjena I dopuna prostornog plana uređenja općine ili grada; strateškog razvojnog programa općine ili grada; -strateških planova razvoja pojedinih gospodarskih sektora općine ili grada (poljoprivreda, ribarstvo, šumarstvo, -industrija, turizam, trgovina, promet, obrtništvo, građevinarstvo, informatika, energija.). **Potpora:** Do 100% ukupnih prihvatljivih troškova, između 5.000 – 70.000 EURa

Izvor: Izrada autora prema podacima prikupljenim na stranici: http://www.lag-gorskikotar.hr/dokumenti/AP%20RURALNI%20TURIZAM%20FAZNO%20IZVJESCE%2023_6%20%20docx.pdf [preuzeto 5.svibnja.2017]

3. ANALIZA OPĆINE ZEMUNIK

3.1. Opći podaci o području

Općina Zemunik Donji smještena je u Ravnim kotarima, no i dalje je unutar Zadarske urbane regije zbog prometne povezanosti prema regionalnom centru- gradu Zadu od kojeg je udaljena 12 km. Ravni kotari predstavljaju nizinski prostor, sa ponekim brežuljcima čija je maksimalna visina do 200 m. Općini Zemunik pripadaju tri naselja, a to su: Zemunik Donji, Zemunik Gornji i Smoković. Središte općine se nalazi u Zemuniku Donjem, koji je udaljen 8 km zračne linije od mora. Površina općine Zemunik Donji iznosi 54,59 km², odnosno obuhvaća 1,56% ukupne površine Zadarske županije.

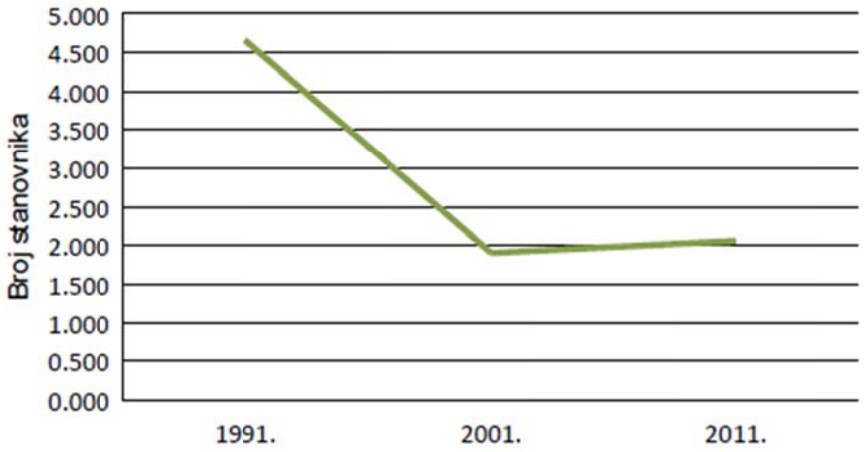


Slika 2 Položaj općine Zemunik

Izvor:https://www.google.hr/search?q=zemunik+donji&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj13sH50ZXUAhWlAcAKHbE9AggQ_AUICigB&biw=1366&bih=638#tbm=isch&q=zemunik+donji+karte&imgrc=wqSFeItm9yo6kM:

Klimatske karakteristike područja općine Zemunik su topla, suha ljeta te blage i kišovite zime. Što se tiče vjetrova, najizraženiji su kontinentalni (vjetar SI pravca, bura, JI pravac koji često imaju velike brzine, preko 100 km/h. Najmanja količina vlage zabilježena je u ljetnim mjesecima, a najveće količine padalina zabilježene su od rujna do studenog.

Prema Popisu stanovništva iz 2011. godine Zadarska županija ima 170.017 stanovnika što je porast od 4,92 % u odnosu na Popis iz 2001. godine. Općina Zemunik Donji prema istom Popisu iz 2011. imala je 2.060 stanovnika što je porast od 8,25% u odnosu na 2001. godinu.[28]



Slika 3 Razlika u broju stanovnika na području općine Zemunik u razdoblju od 1991-2001.g.

Izvor: http://www.zemunik.hr/Download/razvoj/strategija_razvoja.pdf [preuzeto 25.svibnja]

Slika 3.prikazuje značajan pad stanovništva između 1991. i 2001. godine, a najveći utjecaj na to se prepisuje Domovinskom ratu. Nakon 2001.godine, bilježi se blagi porast, ali je i dalje dvostruko manje stanovnika nego što je bilo 1991.godine. U Popisu stanovništva iz 2011. zabilježeno je kako općina Zemunik Donji, u stanovništvu starom 15 godina i više, ima 34,2% (610) zaposlenog stanovništva, dok je udio ekonomski neaktivnog stanovništva u ukupnom broju stanovnika 58,1% (1.036), od čega je 586 umirovljenika, 156 osoba koje se bave obvezama u kućanstvu, 133 učenika i studenta te 161 ostalih neaktivnih osoba. Nezaposlenih stanovnika je 7,7% (137) od čega je 25 onih koji traže prvo zaposlenje i 112 onih koji traže ponovno zaposlenje.[29] Prema Popisu stanovništva 2011.godine, također je zabilježeno da

[28] Strategija razdoblja Općine Zemunik Donji za razdoblje 2015.-2020. Dostupno na: http://www.zemunik.hr/Download/razvoj/strategija_razvoja.pdf [preuzeto 25.svibnja.2017]
[29] Ibidem

stanovnici općine Zemunik najvećim dijelom imaju završenu srednju trogodišnju i četverogodišnju školu. Iznenađujući je podatak da jako mali broj ima završenu VŠS i VSS.

U Zemuniku prevladava uglavnom stanovništvo starije od 35 godina, dok postotak stanovnika do 34 godine iznosi 37,5%. Tablica 4. prikazuje narodnu strukturu stanovništva u Zemuniku s obzirom na Zadarsku županiju. Iz tablice možemo zaključiti da na području Zemunika prevladava hrvatsko stanovništvo sa 90,87%. Nakon njega slijedi srpsko stanovništvo sa udjelom od 7,09%. Albanci, Bošnjaci i ostale narodnosti zauzimaju mali udio ukupnog stanovništva Zemunika.

Tablica 4 Narodna struktura stanovništva Zemunika i Zadarske županije

Narodnost	Zadarska županija	%	Zemunik Donji	%
Hrvati	157.389	92,57	1.872	90,87
Srbi	8.184	4,81	146	7,09
Albanci	908	0,53	14	0,68
Bošnjaci	539	0,32	2	0,10
Ostale narodnosti	1.460	0,86	16	0,77
Ostali	316	0,19	5	0,24
Ne izjašnjavaju se	562	0,33	2	0,10
Nepoznato	659	0,39	3	0,15
Ukupno	170.017	100,00	2.060	100,00

Izvor: http://www.zemunik.hr/Download/razvoj/strategija_razvoja.pdf

Zanimanja koja prevladavaju su uslužna i trgovačka zanimanja (32,47%), a slijede zanimanja u obrtu i pojedinačnoj proizvodnji (19,48%), tehničari/tehničarke i stručni suradnici/stručne suradnice (14,29%), administrativni djelatnici/administrativne djelatnice (11,69%). Neka zanimanja zastupljena u manjim udjelima su rukovatelji strojevima, jednostavna zanimanja, poljoprivrednici, šumari itd. Pregled zaposlenosti i nezaposlenosti općine Zemunik Donji pokazuje karakteristike i trendove tržišta rada općinskog stanovništva. Izvode se zaključci kako je stopa zaposlenosti u općini skoro jednaka onoj u Zadarskoj županiji. Većina stanovnika radi izvan područja općine, što pokazuje gravitiranje prema većim jedinicama lokalne samouprave, gradu Zadru i Benkovcu. Velika većina zaposlenih u

pravnim osobama radi u djelatnostima javne uprave i obrane, s najvećim brojem zaposlenih u Zračnoj luci Zadar. Razmatrajući trend kretanja nezaposlenosti u općini Zemunik Donji dolazi se do zaključka kako se broj nezaposlenih smanjio 2015. u odnosu na 2014. godinu, što vrijedi na županijskoj i državnoj razini.[30]

Unutar općine Zemunik razvija se poduzetništvo. Stanovnici se najvećim dijelom bave poljoprivredom, te je stoga i najrasprostranjenije obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo. Osim OPG-ova, na području općine Zemunik postoje trgovačka društva (trgovine na veliko i malo, građevinarstvo, šumarstvo) i obrti (mesnica Paleka, Rasadnik Piket d.o.o).

Poljoprivreda je najvažnija gospodarska djelatnost koja se razvija na ruralnom području Zemunika. Okvirni broj poljoprivrednih kućanstava se kreće oko 350, a Općina nastoji sufinancirati trajne nasade u svrhu poticanja poljoprivredne djelatnosti. Ministarstvo poljoprivrede, Zadarska županija i Općina omogućuju podizanje novih nasada maslina, voćaka i vinograda, te se tako maksimalno iskorištava obradiva zemlja. Međutim problem koji se javlja u ljetnim vremenima je suša, a sustav za navodnjavanje još uvijek nije dovoljno razvijen, što predstavlja jedan od prijetnji razvoja poljoprivrede. Još jedna prepreka su minsko sumnjiva polja, koja su još uvijek prisutna.

Na području općine Zemunik nalazi se jedna osnovna škola koja obuhvaća 8 razreda te jedan vrtić kojeg trenutno pohađa oko 70 djece. Zdravstvenu zaštitu pruža jedan specijalist opće medicine te jedna medicinska sestra, a u Zemuniku Donjem se nalazi i ljekarna.

3.2. Prometna povezanost i infrastruktura

Prometna infrastruktura na području cijele Zadarske županije je dobro razvijena, no prometna signalizacija na nekim prometnicama i dalje nije adekvatna. Ono što je pozitivno za cestovni promet je da postoje četiri izlaza na autocestu, od kojih je jedan smješten na području općine Zemunik Donji. Pomorski i zračni promet je razvijen, odnosno postoji luka Gaženica (cesta koja prolazi kroz Zemunik Donji vodi direktno do luke) i zračna luka Zadar koja je smještena u Zemuniku Donjem. Iz ovoga može se zaključiti kako općina Zemunik Donji ima

[30] Ibidem.

dobru prometnu infrastrukturu. Općinom Zemunik prolaze 4 državne, 4 županijske, 3 lokalne ceste što je i prikazano u tablici 5., te autocesta A1. Iz tablice se može zaključiti kako općina Zemunik posjeduje kvalitetnu prometnu infrastrukturu sa ruralnim naseljima u Zadarskoj žuupaniji te gradom Zadrom. Izgradnjom brze ceste, odnosno D424, Zemunik Donji se direktno povezao sa lukom Gaženica.

Tablica 5 Državne, županijske i lokalne ceste koje prolaze općinom Zemunik Donji

Cestovni promet		
Državne ceste	**Županijske ceste**	**Lokalne ceste**
D56: čvor Tromilja – Benkovac –Skradin – Drniš – Muć – čvor Klis – Grlo (D1)	**Ž6011**: Nin (D306) – Murvica – Zemunik Donji (Ž6040)	**L63065**: Potkosa (Ž6021) – Goleš – Ž6040
D422: čvor Babindub (D424) – zračna luka Zadar	**Ž6021**: Ž6014 – Zemunik Gornji – Škabrnja – Zapužane – Miranje (Ž6064)	**L63112**: Zemunik Donji (Ž6040) – Ž6044
D424: Zadar (luka Gaženica) – čvorište Zadar 2 (A1)	**Ž6040**: čvorište Tromilja (D424) – Sukošan (D8)	**L63173**: Smrdelj (Ž6011) – Senj
D502: Zemunik Donji (D56) – Smilčić – Karin (D27)	**Ž6278**: D. Zemunik (D502) – Benkovac – Skradin – A.G. Grada Šibenika	

Izvor: http://www.zemunik.hr/Download/razvoj/strategija_razvoja.pdf prema: Odluka o razvrstavanju javnih cesta, NN 94/14 [preuzeto 25.svibnja 2017]

Oko 40 godina je postojala cesta koja je direktno vodila do zračne luke Zemunik, no ona je 2010.godine zatvorena za sav promet. Nakon zatvaranja te ceste, povećao se promet preko ceste koja prolazi naseljem Murvica. Zbog povećane gužve, nekoliko djece je stradalo na putu do škole. Lokalne vlasti su predložile projekt izgradnje nadvožnjaka koji će prolaziti kroz stazu zračne luke Zadar. Dana 23. siječnja 2017.godine svečano je potpisan ugovor za Projekt izgradnje podvožnjaka na spojnoj dionici između DC422 i ŽC6040.

Željeznički promet se ne odvija kroz općinu Zemunik, no u blizini se nalazi pruga koja povezuje Zadar i Knin, međutim nije u funkciji od 2014.godine.

Zračna luka Zadar se nalazi na području općine Zemunik i utemeljena je 1968. godine. Ona doprinosi razvoju ruralnog turizma na području općine Zemunik, budući da postoje brojne linije koje povezuju zračnu luku Zadar sa ostalim lukama Hrvatske i Europe što je vidljivo na slici. U 2017.godini zračna luka Zadar dobila je povezanost sa sljedećim destinacijama: Beč, Milan, Copenhagen, Glasgow, London(LTN), Bristol.



Slika 4 Karta destinacija zračne luke Zadar

Izvor: http://www.zadar-airport.hr/ [preuzeto 26.svibnja 2017]

Općina Zemunik ima gotovo u cijelosti rješenu vodoopskrbu, te postoji cjelovita vodovodna mreža. Jedino naselje na području općine koje je i dalje nekim dijelom bez vodoopskrbe je Smoković. Vodopskrba se odvija iz vodospremnika Zemunik Gornji. Područjem općine Zemunik Donji protežu se dva najznačajnija površinska toka Zadarskog zaleđa; vodotok Kotarke i Miljašić jaruge. Tok Kotarke se formira južno od ceste Zemunik – Benkovac (nedaleko od Tromilje), protječe u smjeru sjever – jug i utječe u Vransko jezero. U gornjem dijelu toka, na području općine Zemunik Donji, Kotarka prolazi kroz plodne ravničarske predjele dvaju polja, Piket i Rastovac za koje je izgrađen sustav površinske melioracijske odvodnje. Sjeverni dio općine pripada slivu Miljašić jaruge, odnosno slivu njene lijeve pritoke Ražanačke jaruge. Na tom području nema posebno značajnih vodnih

tokova, a najizraženiji je bujični vodotok Rustina dražica koji je svojevrstan nastavak Ražanačke jaruge. Uređen vodotok i izgrađen sustav površinske melioracijske odvodnje općini Zemunik Donji omogućava funkcionalan vodoopskrbni sustav. [31]

Upravljanje otpadom organizirano je na način da zadarsko poduzeće Čistoča d.o.o. odvozi komunalni otpad i odlaže u zaleđe naselja Diklo koje je od središta Zadra udaljeno 4,5 km. Odlagalište Diklo se koristi 45 godina, no ne zadovoljava uvjete i kriterije odlagališta (nema ni građevinsku ni lokacijsku dozvolu), a stanovnici Dikla se svakodnevno žale na smrad i zagađenje zraka. Na području općine Zemunik postoje i divlja odlagališta smeća, koja prestavljaju potencijalnu prijetnju za zagađenje zraka i okoliša. Budući da još uvijek nije izgrađena kanalizacijska mreža, otpadne vode kućanstava se prikupljaju septičkom jamom. Usluge uklanjanja otpadnih voda vrši trgovačko društvo Zemunik odvodnja d.o.o.

Na području općine Zemunik postoji zadovoljavajuća telekomunikacijska mreža koja omogućuje instaliranje telefonskih priključaka na razini općine, a izvodi se podzemno. Područje je prekriveno dobrim signalom za brzi internet i mobilne uređaje. Osim toga, odmah kraj telefonske centrale u Zemuniku Donjem, nalazi se pošta.

3.3. Postojeće stanje turističke ponude na području općine Zemunik

Postojeće stanje turističke ponude sastoji se od prirodnih čimbenika, kulturne i graditeljske baštine, te rekreacijskih, edukacijskih i zdravstvenih sadržaja. Općina Zemunik Donji još uvijek nije prepoznata kao turistička destinacija, odnosno i dalje su nedovoljno iskorišteni turistički resursi koje posjeduje. Međutim, lokalno stanovništvo je postalo zainteresirano za ruralni turizam te je na području općine Zemunik izgrađeno nekoliko kuća za odmor, a otprilike 10-ak kućanstava se aktivno bavi ruralnim turizmom. Ovaj podatak je važan iz razloga što je motiviranost lokalnog stanovništva jedan od ključnih čimbenika za razvoj ruralnog turizma na ruralnom području.

Prirodni čimbenici na području općine Zemunik su šuma, poljoprivredna zemljišta i potok Kotarka. Zemunik Donji spada pod Ravne kotare, te ima zanimljiv krajobraz vrijedan fotografiranja. Naseljem prolazi vinska cesta, što je atrakcija za turiste koji žele degustirati vina i obilaziti vinograde. Osim vinarstva, razvija se i maslinarstvo, a proizvodnja ulja se

[31] Ibidem.

odvija u uljarama koje se nalaze u Zemuniku Donjem. Poljoprivreda je najzastupljenija grana, a trenutno postoji 120 obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava na kojima se uzgaja voće i povrće. Veliki broj kućanstava uzgaja domaće životinje, postoji i pršutana, a gastronomska ponuda u Zemuniku je zadovoljavajuća.

Kulturna i graditeljska baština općine Zemunik očituje se najviše kroz sakralno graditeljstvo. Najpoznatija crkva je crkva sv.Katarine koja se nalazi na groblju. Crkva sv. Katarine, djevice i mučenice, u Zemuniku, koju mještani od milja radije nazivaju crkvom sv. Kate, položena je na brežuljku zvanom Gradina kilometar udaljenom od središta sela. Ovdje treba napomenuti da je Gradina najviša kota ovoga dijela Ravnih kotara i kroz povijest je imala važnu ulogu, uzevši u obzir da je s nje bilo lako kontrolirati pomicanja neprijateljske vojske, a Zemunik je stajao na braniku grada Zadra. Tijekom povijesti na njoj su se izmjenjivale razne vojske, osobito u vrijeme Kandijskog rata između Mletačke Republike i Osmanskog Carstva 1645. – 1669. godine. U novijoj povijesti na Gradini je postojao trapistički samostan. Trapisti su preuzeli nadarbinu grofa Karla Fontanelle 1893. godine. Trapisti su na mjestu stare zemuničke utvrde sagradili samostan, proširili svoje posjede, razvijali gospodarstvo i bavili se odgojem dječaka. [32] Osim crkve sv.Katarine, u naselju postoji i župna crkva Kraljice Mira, u Zemuniku Gornjem se nalazi crkva sv. Josipa Radnika, a u Smokoviću ostaci crkve sv.Đurđa. Na Gradini se nalazi izvor pitke vode, koji izlazi kroz tzv. „Točak“ gdje se brojni ljudi zaustavljaju i osvježavaju hladnom vodom.

Rekreacijski, edukacijski i zdravstveni sadržaji na području općine Zemunik su razvijeni te djeluju brojne udruge. Muzej vojarne Zemunik ima dane otvorenih vrata kad je gostima omogućen besplatan ulaz s ciljem edukacije i upoznavanja sa sadržajima muzeja. Na Gradini postoji farma magaraca, koja je vidljiva sa glavne ceste koja vodi prema autocesti A1. Posljednjih 9 godina djeluje Udruga za terapijsko jahanje „Vihor“ koja je također smještena na Gradini, a koja omogućuje jahanje konja djeci s poteškoćama u razvoju. U Zemuniku još djeluje i Udruga za očuvanje i promicanje običaja i tradicije Zemunika Donjeg „Sv.Kata“, te EKO-udruga „Ravni kotari“ koja je osnovana sa ciljem zaštite okoliša i razvoja ekološke poljoprivrede. Od sportskih sadržaja, važno je izdvojiti nogometni klub „Zemunik“, dva boćarska kluba „Zemunik“ i „Bulin“, te malonogometni klub „Osam mladih“. Izgradnjom lovačke kuće, na području općine Zemunik aktivno je lovačko društvo „Fazan“.

[32] Dundović, Z. (2015): Prilog poznavanju povijesti župne crkve sv. Katarine u Zemuniku s posebnim obzirom na njezinu obnovu u 19. stoljeću. *Croatica Christiana periodica.* Vol. 39 No. 75. Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=212540 [preuzeto 1. lipnja 2017]

U Zemuniku je aktivan KUD „Sv.Kata“ koji njeguje tradiciju i običaje. Tradicijske nošnje članova KUD-a izrađene su od vune, a ukrašene su motivima četverokuke. Kud sudjeluje na smotrama diljem Hrvatske. Osim KUD-a, u Zemuniku postoji i prva ravnokotarska ženska klapa „Kandelora“, koja je osnovana u rujnu 2008.godine, a do sada je uspješno sudjelovala na brojnim festivalima i smotrama, od kojih valja izdvojiti sudjelovanje na 47. Festivalu dalmatinskih klapa u Omišu 2013.godine, te osvojenu prvu nagradu stručnog ocjenjivačkog suda na festivalu ženskih vokalnih skupina Hrvatske „Žene za Žene“ u Ivanić Gradu 2014. i 2015. godine.

Manifestacije budu uglavnom kulturno-sportskog sadržaja, koje organiziraju domaće udruge. Glavna fešta „Kraljice mira“ bude 22.kolovoza te se navečer održava koncert. Boćarski i nogometni klubovi organiziraju turnire koji se najčešće održavaju u proljetnim i ljetnim mjesecima. Klapa Kandelora organizira koncerte na kojem nastupaju brojne klape. KUD osim što sudjeluje na smotrama, organizira i smotru u Zemuniku okupljajući tako KUD-ove diljem Hrvatske.

3.4. SWOT analiza

SWOT analiza je razvijena kao sredstvo sustavske analize odnosa internih prednosti (S-Strenghts) i slabosti (W-Weaknesses) i eksternih povoljnih prilika (O-Opportunities) i prijetnji (T-Threats). Olakšava komparaciju vanjskih prilika i prijetnji i unutarnjih prednosti i slabosti. [33]

SWOT analiza općine Zemunik, koja je prikazana u tablici 6., omogućuje analizu snaga i prilika koje su važne za općinu jer se odnose na područja i resurse unutar i izvan općine bitnih za razvoj Zemunika kao turističke destinacije, te analizu slabosti i prijetnji koji se nastoje smanjiti i spriječiti jer ugrožavaju razvoj općine.

[33] Buble, M. (2006): Osnove menadžmenta, Sinergija, Zagreb. str. 120.

Tablica 6 SWOT analiza općine Zemunik

SNAGE	SLABOSTI
- Dobra prometna povezanost općine Zemunik sa ostalim naseljima - Prirodni resursi - Pogodna klima - Gostoljubivost domaćeg stanovništva - Raznolika ponuda domaće hrane i vina - Pokrivenost električnom mrežom - Gotovo u cijelosti riješena vodoopskrba - Dobra telekomunikacijska infrastruktura (Telefon i internet dostupni svim stanovnicima općine) - Sve veći broj registriranih OPG-ova - Izgrađena vinska cesta - Zanimljiva kulturna baština i tradicija - Ekološka očuvanost	- Nedostatak smještajnih kapaciteta - Nedovoljno razvijena turistička ponuda - Neriješen kanalizacijski sustav - Nekontrolirano zbrinjavanje krupnog otpada - Neriješena minsko sumnjiva polja - Postojanje neriješenih imovinsko pravnih odnosa - Smanjenje broja stanovnika - Dobna struktura (premali postotak mladih ljudi u odnosu na starije) - Nedovoljna promocija - Nedostatak ugostiteljskih kapaciteta - Nedovoljan broj tradicijskih obrta - Nedovoljna svijest lokalnog stanovništva o ruralnom turizmu - Nedovoljan broj organiziranih manifestacija kroz godinu - Neiskorištenost turističkih resursa - Nedovoljna uključenost lokalne vlasti u razvoj ruralnog turizma - Nedovoljna poduzetnička aktivnost - Nerazvijena turistička organizacija
PRILIKE	PRIJETNJE
- Zračna luka Zadar se nalazi na području općine Zemunik - Direktna prometna povezanost sa lukom Gaženica - Ulaz/ izlaz autoceste A1 na području općine Zemunik - Maslinarstvo i vinarstvo kao važan potencijal	- Opasnost od neplaniranog korištenja prirodnih resursa - Konkurencija ruralnog turizma u Zadarskoj županiji - Nedostatak financijske potpore lokalne vlasti - Smanjenje šumskog područja prilikom gradnje

- Programi poticaja poduzetništva - EU sufinanciranje projekata - Korištenje obnovljivih izvora energije - Rast trenda ruralnog turizma i agro turizma - Povećanje vrijednosti ruralnog načina života - Povećana važnost ekološke proizvodnje/ zdrave hrane - Obnova starih kuća - Porast trenda lovnog turizma - Povećana potražnja za kućama za odmor u ruralnim područjima - Otvaranje radnih mjesta na području općine Zemunik	- Pritisak na okoliš - Nedostatak interesa za kreditiranje obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava - Zakonska i pravna legislativa - Rizik poljoprivrednika (klima, vanjski utjecaji)

Izvor: Izrada autora

3.5. Planirane aktivnosti za razvoj strategije

Strategija razvoja općine Zemunik kao turističke destinacije odnosi se na razdoblje do 2025.godine, a temelji se na ocjeni postojećeg stanja, što je prethodno definirano, jasnoj viziji te strateškim ciljevima. Vizijom se definira odredište na koje se kroz određeni period želi stići. To je prikaz željenog stanja ruralnog turizma na području općine Zemunik, odnosno ideja kako bi se ruralno područje trebalo razvijati u pogledu turizma. Vizija razvoja općine Zemunik kao turističke destinacije glasi:

Ruralni prostor Zemunika je privlačno mjesto za boravak gostiju kojima su na raspolaganju razne aktivnosti i sadržaji u skladu sa prirodom, kulturom i načinom života domaćeg stanovništva. Ponuda smještaja, domaće hrane, pića, različitih aktivnosti (sportske, edukacijske, zdravstvene) prezentirat će gostima identitet ovog ruralnog područja i upoznati ih sa tradicijom. Stvaranjem i obogaćivanjem turističke ponude postići će se razvoj

cjelokupnog gospodarstva općine Zemunik te će se stvoriti turistička destinacija na ovom ruralnom području.

Strateški ciljevi koji se nastoje realizirati kako bi se općina Zemunik razvijala kao turistička destinacija su:

1. Unaprijeđenje postojeće infrastrukture i jačanje gospodarskog razvoja općine Zemunik
2. Unaprijeđenje sustava upravljanja destinacijom te poticanje lokalnog stanovništva za bavljenjem ruralnim turizmom
3. Poboljšanje postojećih te stvaranje novih sadržaja turističke ponude na području općine Zemunik

Prvi strateški cilj, *Unaprijeđenje postojeće infrastrukture i jačanje gospodarskog razvoja općine Zemunik*, nastoji rješiti probleme infrastrukture na području općine Zemunik, te poboljšati poljoprivrednu proizvodnju te time povećati gospodarski razvoj općine.

Prvi prioritet ovog cilja je razvoj i unaprijeđenje osnovne infrastrukture, u što ubrajamo komunalnu infrastrukturu i vodoopskrbu. SWOT analiza je pokazala kako na području općine Zemunik ne postoji javna kanalizacijska mreža, a područje Smokovića i dalje nema rješen sustav vodoopskrbe. Ova mjera bi omogućila izgradnju kanalizacijskog sustava, čime bi se osigurali bolji sanitarni uvjeti te smanjio rizik od lokalnih poplava. Druga mjera je osigurati vodoopskrbu na području naselja Smoković. Nositelji ovih mjera su općina Zemunik te Hrvatske vode. Treća mjera je razminiranje minski sumnjivog područja. Nakon Domovinskog rata, veliko područje općine Zemunik je bilo minirano. Do sada se veći dio općine razminirao, međutim i dalje postoji opasnost u naselju Smoković. Nositelji bi bila općina Zemunik te Hrvatski centar za razminiranje.

Drugi prioritet je razvoj i unaprijeđenje cestovne infrastrukture. Zemunik je kvalitetno prometno povezan sa Zadrom i okolnim mjestima, te se jedan od ulaza/izlaza na autocestu nalazi na području općine Zemunik. Međutim, na području općine ne postoji biciklistička staza, a šumski putevi i dalje nisu uređeni. Stoga je mjera izgraditi kvalitetnu biciklističku stazu na području općine Zemunik, koja bi pratila glavnu cestu uz kolnik, ali bi se označavanjem i uređenjem šumskih putova proširila i na sporedne puteve. Biciklističku stazu

bi koristilo lokalno stanovništvo, ali i brojni turisti, te bi se mogla stvoriti osnova za razvoj cikloturizma.

Treći prioritet se odnosi na izgradnju smještajnih objekata. Mjera bi bila izgradnja smještajnog objekta namjenjenih prvenstveno za razvoj zdravstvenog i kulturnog turizma, ali i za boravak ostalih gostiju. Na području općine djeluje udruga VIHOR, koja djeci s posebnim potrebama omogućuje terapijsko jahanje. Međutim, ukoliko se za terapijsko jahanje odluče obitelji koji nisu sa područja Zadarske županije, smještaj će potražiti u Zadru ili okolnim mjestima, budući da u Zemuniku ne postoje sobe za noćenje (izuzev privatnih kuća za odmor). KUD sv.Kata svake godine organizira manifestaciju u Zemuniku na kojoj sudjeluju KUD-ovi iz svih dijelova Hrvatske. Najveći problem bi bio smještaj gostiju, te se ovom mjerom nastoji spriječiti da gosti odlaze u okolna mjesta koja posjeduju smještajne objekte. Korisnici bi bili turisti koji žele prenoćiti u Zemuniku, a nositelj bi bila općina Zemunik.

Četvrti prioritet je jačanje poljoprivrede. Mjera bi bila razvoj infrastrukture potrebne za poljoprivrednu proizvodnju. Poljoprivredna dobra jedna su od važnih turističkih proizvoda kad je u pitanju ruralni turizam. Brojni gosti posjećuju ruralna područja isključivo zbog gastronomske ponude koje ona pružaju. U današnje vrijeme kad je na policama trgovina dosta GMO hrane, mnogi žele kupovati domaću i eko hranu. Stoga je bitno da se na području općine Zemunik osiguraju uvjeti koji bi omogućili kvalitetnu poljoprivrednu proizvodnju, odnosno potrebno je maksimalno iskoristiti obradivu zemlju, omogućiti izgradnju sustava za navodnjavanje te izgradnju objekata za preradu i prodaju poljoprivredno-prehrambenih proizvoda. Korisnici bi bili lokalno stanovništvo,OPG-ovi, obrti, proizvođačke organizacije, a nositelji općina Zemunik, AGRRA, dok bi se projekti sufinancirali iz EU fondova.

Drugi strateški cilj, *Unaprijeđenje sustava upravljanja destinacijom te poticanje lokalnog stanovništva za bavljenjem ruralnim turizmom*, odnosi se na usmjeravanje općine Zemunik te lokalnog stanovništva prema bavljenju ruralnim turizmom.

Prvi prioritet ovog cilja je razvoj turističke organizacije općine Zemunik. SWOT analiza je pokazala nerazvijenu turističku organizaciju, kao slabost općine. Ukoliko se želi postići da općina Zemunik postane turistička destinacija, važno je otvoriti turističku zajednicu, što je ujedno i prva mjera ovog prioriteta. Turistička zajednica bi omogućila gostima upoznavanje područja općine Zemunik i šire. Osposobljavanjem djelatnika turističke

zajednice koji bi planirali, pripremali i provodili razvojne projekte u području turizma, općina Zemunik bi postala poznatija ruralna destinacija. Povezivanjem i suradnjom sa turističkom zajednicom Zadar, ali i turističkim zajednicama okolnih mjesta, povećao bi se broj dolazaka gostiju u Zemunik. Korisnici bi bili turistički djelatnici, lokalno stanovništvo i turisti, a nositelji bi bili općina Zemunik,TZ Zadarske županije, Agencija za razvoj Zadarske županije ZADRA NOVA.

Drugi prioritet je povećanje svijesti lokalnog stanovništva o bavljenju ruralnim turizmom. Općina Zemunik bilježi trend rasta OPG-ova i kuća za odmor u privatnom vlasništvu. Prevladava stanovništvo starije od 35 godina, a dosta njih nije upoznato sa terminom ruralni turizam. Stoga bi prva mjera bila edukacija lokalnog stanovništva. Kroz radionice koje bi se provodile, lokalnom stanovništvu bi se nastojao približiti koncept ruralnog turizma, te pozitivne strane bavljenja turizmom, a upoznali bi se i s mogućnosti sufinanciranja i kreditiranja projekata. Korisnici bi bili stanovnici općine Zemunik,a nositelji općina Zemunik te predstavnici turističkih agencija Zadarske županije. Druga mjera bi bila sufinanciranje OPG-ova. Općina Zemunik bi nastojala povećati broj OPG-ova na području općine Zemunik. Lokalno stanovništvo bi time sudjelovalo u stvaranju proizvoda poput meda, ulja, vina, čime bi se obogatila gastronomska ponuda. Mogućnost suradnje sa restoranima u Zadarskoj županiji, primjerice prodaja vina, promoviralo bi se područje općine Zemunik. Korisnici bi bili lokalno stanovništvo, gosti, a nositelj općina Zemunik.

Treći strateški cilj, *Poboljšanje postojećih te stvaranje novih sadržaja turističke ponude na području općine Zemunik*, odnosi se na kreiranje i obogaćivanje turističke ponude na području općine Zemunik.

Prvi prioritet je očuvanje i zaštita kulturne baštine. Kako bi se općina Zemunik razvijala kao turistička destinacija, potrebno je stvoriti identitet područja. Mjera ovog prioriteta bi bila valorizacija kulturno-povijesne baštine. Ispred spomenika i crkve bi se postavila tabela sa opisom i povijesti gradnje. U središtu Zemunika bi se postavila tabela na kojoj bi bila opisana zanimljiva povijest Zemunika. Korisnici bi bili lokalno stanovništvo te turisti,a nositelj općina Zemunik i TZ Zadarske županije.

Drugi prioritet je razvoj turističkih proizvoda s obzirom na postojeće resurse. Prva mjera bi bila otvaranje kušaonice vina uz vinsku cestu. Vinska cesta Ravnih kotara prolazi i

kroz općinu Zemunik, a turisti vole degustirati vina. S obzirom da u Zemuniku dosta kućanstava posjeduje svoje vinograde te proizvodi domaća vina, kušaonica uz vinsku cestu bi bila pozitivna investicija. U kušaonici vina bi gosti imali prilike upoznati vina s područja Zemunik, kao i proces pravljenja. Korisnici bi bili gosti, a nositelji OPG-ovi te općina Zemunik. Druga mjera je preuređenje stare uljare. Gosti bi imali priliku gledati proces proizvodnje ulja, informirati se o načinu proizvodnje, te bi također mogli i degustirati maslinovo ulje. Korisnici su lokalno stanovništvo, gosti i proizvođači ulja, a nositelji su OPG-ovi i općina Zemunik.

Treći prioritet je održivo korištenje kulturne baštine. Prva mjera bi bila organizacija različitih manifestacija. SWOT analiza je pokazala kako se manifestacije održavaju uglavnom u ljetnim vremenima. Stoga bi se lokalno stanovništvo poticalo i motiviralo na organizaciju raznih manifestacija. Češće bi se organizirali susreti KUDova, koncerti klapa, sportska događanja, gastronomske manifestacije i slično. Budući da na području općine djeluju razne udruge, one bi bile nositelji uz sufinanciranje općine Zemunik, a korisnici bi bili turisti, lokalno stanovništvo, kulturno-umjetnička društva. Druga mjera je osmišljavanje i razvoj programa revitalizacije tradicije i običaja. Ovom mjerom se nastoji oživjeti tradicija općine Zemunik. Promovirali bi se stari obrti i zanati, te bi Zemunik dobio nacionalnu manifestaciju. Osim što je zanimljiva turistima, ova mjera bi služila i u edukaciji mlađeg lokalnog stanovništva. Korisnici bi bili lokalno stanovništvo, gosti, društva i udruge, a nositelji općina Zemunik, kulturne ustanove i institucije, turističke organizacije Zadarske županije.

4. REZULTATI PROVEDENOG ISTRAŽIVANJA

4.1. Definiranje uzorka i prikupljanje primarnih podataka

Za potrebe istraživanja korišten je namjerni uzorak od 100 ispitanika. Ispitanici su bili članovi obitelji, rodbina, prijatelji, poznanici (zaposleni, nezaposleni, studenti, domaćice i umirovljenici) koji žive ili imaju rodbinu na području općine Zemunik. Ispitanici su odabrani s obzirom na njihovu dostupnost, pa stoga odabrani uzorak ima karakteristike prigodnog uzorka. Namjerni uzorak je, prema odluci istraživača, korišten iz razloga jer se pretpostavlja da će ponuditi najrealnije rezultate budući da je lokalno stanovništvo upoznato sa gospodarskim stanjem općine Zemunik, kao i stanjem razvoja ruralnog turizma. Osim 100 ispitanika koji su ispitani pomoću metode anketiranja, proveden je i intervju sa načelnikom općine Zemunik. Rezultati su se prikupljali od 27.svibnja do 25.lipnja 2017.godine.

4.2. Metodologija istraživanja

Empirijsko istraživanje se provelo pomoću dvije metode: metode anketiranja te metode intervjua. Namjerni uzorak je ispitan pomoću metode anketiranja, koja na temelju anketnog upitnika prikuplja podatke i mišljenja o predmetu istraživanja. Anketa (Prilog 1) se sastojala od 19 pitanja zatvorenog tipa, a podjeljena je elektroničkim putem. Ispitanici su na 16 pitanja imali mogućnost odabira samo jednog odgovora, a na jedno pitanje su imali mogućnost odabira više odgovora. U dva pitanja se koristila Likertova ljestvica u rasponu od 1 do 5, gdje su ispitanici trebali iskazati vlastiti stav o elementima i tvrdnjama vezanih za razvoj ruralnog turizma.

Prilikom sastavljanja anketnog upitnika, vodilo se računa da prva 4 pitanja budu demografskog sadržaja, odnosno prva 4 pitanja su se odnosila na spol, dob, radni status te mjesečne prihode ispitanika. Zatim su slijedila pitanja koja se odnose na osobne stavove o razvijenosti općine Zemunik, kao i pitanja koja se tiču poznavanja ispitanika o općini Zemunik. Ispitanici su skalom od 1 do 5 imali pravo izraziti stavove o važnosti elemenata

potrebnih za razvoj ruralnog turizma. Također, ocjenom od 1 do 5, ispitanici su mogli iznijeti slaganje sa tvrdnjama koje se odnose na ruralni turizam.

Podaci prikupljeni anketnim upitnikom su uneseni i obrađeni pomoću statističkog programa SPSS, gdje su rezultati prikazani pomoću tablica i grafikona. Također u SPSS su se dobili i rezultati o prihvaćanju ili odbacivanju hipoteza što će biti objašnjeno u nastavku.

Drugi dio empirijskog istraživanja odnosio se na metodu intervjua. Budući da se metoda anketiranja odnosila na lokalno stanovništvo općine Zemunik koje nije povezano sa lokalnom vlasti, za realnije zaključke o planovima vezanim za ruralni turizam, bilo je potrebno ispitati i planove te mišljenja lokalne vlasti. Stoga je načelnik općine Zemunik, metodom intervjua, dao odgovore na pitanja o stupnju razvijenosti ruralnog turizma na području općine Zemunik. Osim toga, načelnik je ukratko objasnio i planove te ciljeve lokalne vlasti koji se nastoje realizirati u budućnosti, a tiču se razvoja ruralnog turizma. Odgovori će biti objašnjeni kasnije u nastavku.

4.3. Rezultati i analiza provedenog istraživanja

4.3.1. Interpretacija rezultata dobivenih anketnim upitnikom

U nastavku će biti objašnjeni rezultati anketa. Odgovori dobiveni anketnim upitnikom su obrađeni u statističkom programu SPSS , a rezultati će biti prikazani tablicama i grafikonima.

Tablica 7 Distribucija ispitanika prema spolu

Spol

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	musko	40	40,0	40,0	40,0
	zensko	60	60,0	60,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Od ukupno 100 ispitanika, 40 ih je muškog spola, a 60 ih je ženskog spola.

Tablica 8 Distribucija ispitanika prema starosti

Dob

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-24	27	27,0	27,0	27,0
	25-31	30	30,0	30,0	57,0
	32-38	18	18,0	18,0	75,0
	39-45	13	13,0	13,0	88,0
	46 i više	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Od ukupno 100 ispitanika, najviše ih je bilo u dobi od 25-31 godinu, njih 30, odnosno 30%. Zatim slijede ispitanici od 18-24 godina, njih 27. Udio ispitanika od 32-38 godina iznosi 18%, a od 39-45 godina 13%. Najmanji postotak ispitanika, 12%, pripada dobnoj skupini od 46 i više godina.

Tablica 9 Distribucija ispitanika prema radnom statusu

Radni status

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Student/ica	19	19,0	19,0	19,0
	Nezaposlen/a	25	25,0	25,0	44,0
	Zaposlen/a	37	37,0	37,0	81,0
	Domaćica	12	12,0	12,0	93,0
	Umirovljenik/ca	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Od ukupno 100 ispitanika, najviše je zaposlenih, 37%. Zatim slijede nezaposleni sa udjelom od 25%. Studenti općine Zemunik zauzimaju udio od 19% od ukupnih ispitanika. Domaćice zauzimaju 12%, dok su najmanji udio ispitanika bili umirovljenici sa 7%.

Tablica 10 Distribucija ispitanika prema mjesečnim prihodima

Mjesečni prihodi kućanstva

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	do 2000	8	8,0	8,0	8,0
	2001 - 4000	16	16,0	16,0	24,0
	4001 - 6000	29	29,0	29,0	53,0
	6001 - 8000	21	21,0	21,0	74,0
	8001 - 10 000	13	13,0	13,0	87,0
	10 001 i više	13	13,0	13,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Najveći broj ispitanika, njih 29, imaju mjesečne prihode od 4001 - 6000 kn. Zatim slijede ispitanici sa prihodima od 6001 - 8000 kn. Od ukupnog broja ispitanika, njih 16 imaju mjesečne prihode od 2001 – 4000 kn, 13 ispitanika ima od 8001 – 1000 kn, te također 13 ispitanika ima prihode od 10 001 i više. Najmanji broj ispitanika, njih 8, imaju mjesečne prihode do 2000 kn.

Tablica 11 Stav ispitanika o razvijenosti općine Zemunik

Smatrate li da općina Zemunik spada u jedno od razvijenijih ruralnih područja Zadarske županije?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	29	29,0	29,0	29,0
	Ne	53	53,0	53,0	82,0
	Ne znam	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Na pitanje „Smatrate li da općina Zemunik spada u jedno od razvijenijih ruralnih područja Zadarske županije?“, 29% ispitanika je odgovorilo sa „da“, 53% je odgovorilo sa „ne“, dok je 18% ispitanika odgovorilo sa „ne znam“.

Tablica 12 Povezanost kućanstava ispitanika sa ruralnim turizmom

Povezanost kućanstva sa ruralnim turizmom

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bavim se seoskim turizmom	11	11,0	11,0	11,0
	Imam uvjete (poljoprivreda, stara kuća, obrt i slično), ali nisam zainteresiran za bavljenje seoskim turizmom	32	32,0	32,0	43,0
	Bavio/la bih se,ali nisam upoznat/a sa prednostima i nedostacima koje ruralni turizam donosi	20	20,0	20,0	63,0
	U budućnosti se želim baviti seoskim turizmom	23	23,0	23,0	86,0
	Pojam ruralnog turizma mi nije poznat	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Od ukupno 100 ispitanika, 11 ih se bavi seoskim turizmom, dok 32 imaju uvjete za, ali nisu zainteresirani. Dalje, 20 ispitanika se izjasnilo da bi se bavili ruralnim turizmom, ali nisu upoznati sa prednostima i nedostacima, 23 ispitanika se u budućnosti želi baviti seoskim turizmom, dok 14 ispitanika nisu upoznati sa pojmom ruralnog turizma.

Tablica 13 Poznavanje ispitanika o broju OPG-ova na području općine Zemunik

Jeste li upoznati sa brojem OPG-ova (obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava) na području općine Zemunik?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da, posjedujem vlastiti OPG	14	14,0	14,0	14,0
	Da, poznajem jedno kućanstvo koje posjeduje OPG	20	20,0	20,0	34,0
	Da, poznajem dva ili više kućanstava koje posjeduju OPG	19	19,0	19,0	53,0
	Čuo/la sam, ali ne znam točan broj	42	42,0	42,0	95,0
	Nijedno kućanstvo na području općine Zemunik ne posjeduje OPG	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Iz tablice 13 je vidljivo kako je najveći broj ispitanika, njih 42, čulo za OPG-ove na području općine Zemunik, ali ne znaju točan broj. Njih 20 se izjasnilo kako poznaju jedno kućanstvo koje posjeduje OPG, 19 ih poznaje dva ili više, 14 ih i sami posjeduju vlastiti OPG, dok 5 ispitanika ima mišljenje kako nijedno kućanstvo na području općine Zemunik ne posjeduje OPG.

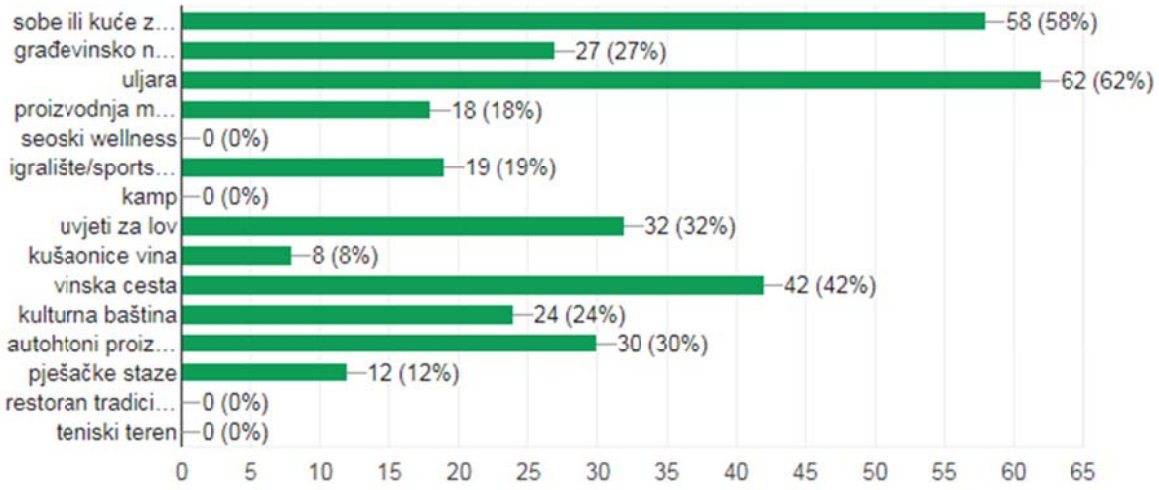
Tablica 14 Stav o razvoju ruralnog turizma uz pomoć OPG-ova

Smatrate li da postojeći OPGovi postaju buduće jezgre razvoja ruralnog turizma u Zemuniku?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	53	53,0	53,0	53,0
	Ne	25	25,0	25,0	78,0
	Ne znam	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Više od pola ispitanika, točnije rečeno njih 53, smatra da OPG-ovi postaju buduće jezgre razvoja ruralnog turizma u Zemuniku. Slijedi broj od 25 ispitanika koji smatra da OPG-ovi ne postaju buduće jezgre razvoja ruralnog turizma, a 22 ispitanika se izjasnilo da ne znaju.



Grafikon 1 Stav ispitanika o elementima ponude koje općina Zemunik posjeduje

Izvor: Vlastito istraživanje

Iz grafikona 1, koji pokazuje stav ispitanika o elementima ponude koje općina Zemunik prema njihovom mišljenju posjeduje, može se zaključiti kako su ispitanicima najvažniji elementi uljara, sobe ili kuće za iznajmljivanje te vinska cesta. Brojčano izraženo, 62 ispitanika smatra da je uljara najvažniji element ponude općine Zemunik, 58 ih smatra da su to sobe ili kuće za iznajmljivanje, a 42 da je to vinska cesta. Ovo pitanje je sadržavalo višestruki odabir pitanja, što bi značilo da je više od pola ispitanika zaokružilo i uljaru i sobe kao elemente ponude. Uvjeti za lov i autohtoni proizvodi su sljedeći bitni elementi, prema ispitanicima. Zatim slijede građevinsko naslijeđe, kulturna baština, igralište/sportski teren, proizvodnja meda, pješačke staze te kušaonice vina. Seoski wellnes, kamp, teniski teren te restoran tradicijskih jela su elementi koje općina Zemunik ne posjeduje, a postavljeni su ovdje kako bi se utvrdilo poznavanje lokalnog stanovništva sa elementima ponude koje općina Zemunik posjeduje. Iz grafikona se može vidjeti kako nijedan ispitanik nije označio navedene elemente, što pokazuje kako lokalno stanovništvo raspoznaje elemente ponude na području općine Zemunik.

Tablica 15 Stav ispitanika o utjecaju blizine Zadra na područje općine Zemunik

Smatrate li da blizina Zadra kao turističke destinacije utječe na broj dolazaka gostiju na područje općine Zemunik,a samim time doprinosi razvoju ruralnog turizma?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	77	77,0	77,0	77,0
	Ne	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Na pitanje „Smatrate li da blizina Zadra kao turističke destinacije utječe na broj dolazaka gostiju na područje općine Zemunik, a samim time doprinosi razvoju ruralnog turizma?“, većina ispitanika, 77%, je odgovorila sa „Da“, dok je 23% ispitanika odgovorilo sa „ne“. Ovo pitanje je također važno i kasnije će služiti za testiranje hipoteze.

Tablica 16 Prosječna ocjena važnosti elemenata ruralnog razvoja

Elementi ruralnog razvoja	Prosječna ocjena važnosti
Klima	3,9
Organizacija manifestacija	3,64
Prometna povezanost ruralnog područja	3,99
Ljubaznost lokalnog stanovništva	3,98
Kvaliteta usluge smještaja	4,02
Građevinsko nasljeđe	3,63
Kulturna baština	3,75
Isključenost buke	3,94
Sportske aktivnosti	3,46
Gastronomska ponuda	4,17
Društvena infrastruktura (ugostiteljski objekti, pošte)	3,91
Tradicija i običaji	3,85
Uređenost okoliša	4,09
Uzgoj domaćih životinja	3,83

Izvor: Vlastito istraživanje

Ispitanici su ocjenom od 1 do 5 trebali označiti važnost elemenata ruralnog razvoja. Krajnji rezultat pokazao je da ispitanici smatraju da je gastronomska ponuda sa prosječnom ocjenom od 4,17, najvažniji element razvoja ruralnog turizma. Slijedi uređenost okoliša sa prosječnom ocjenom od 4,09, te kvaliteta usluge smještaja sa prosječnom ocjenom važnosti od 4,02. Ispitanici smatraju da su sportske aktivnosti, sa prosječnom ocjenom od 3,46 najmanje važan elemet.

Tablica 17 Stav ispitanika o graditeljskom naslijeđu na području općine Zemunik

Mišljenje vezano za graditeljsko naslijeđe na području općine Zemunik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Graditeljsko naslijeđe postaje osnova razvoja ruralnog turizma	67	67,0	67,0	67,0
	Graditeljsko naslijeđe ne utječe na razvoj ruralnog turizma	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Više od pola ispitanika, njih 67, smatra da graditeljsko naslijeđe postaje osnova razvoja ruralnog turizma, dok 33 ispitanika smatra da graditeljsko naslijeđe ne utječe na razvoj ruralnog turizma. Ovo pitanje će biti važno u nastavku kada će se testirati hipoteze.

Tablica 18 Stav ispitanika o sudjelovanju lokalne vlasti u razvoj turizma na području općine Zemunik

Smatrate li da lokalne vlasti dovoljno ulažu u razvoj turizma na području općine Zemunik?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	27	27,0	27,0	27,0
	Ne	55	55,0	55,0	82,0
	Ne znam	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Od ukupno 100 ispitanika, 55 ih smatra kako lokalne vlasti ne ulažu dovoljno u razvoj turizma, dok ih 27 smatra da dovoljno ulažu. Čak 18 ispitanika je odgovorilo da ne znaju da li lokalne vlasti ulažu dovoljno u razvoj turizma.

Tablica 19 Poznavanje ispitanika o broju uljara i kušaonica

Jeste li upoznati koliko uljara i kušaonica postoji na području općine Zemunik?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	7	7,0	7,0	7,0
	1-2	77	77,0	77,0	84,0
	3-4	13	13,0	13,0	97,0
	5 i više	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Istraživanje je pokazalo kako 7 ispitanika misli da na području općine Zemunik ne postoji nijedna uljara i kušaonica, što je naravno netočan podatak. Veliki broj, čak 77

ispitanika je označilo da postoji 1-2 uljare i kušaonice, što je ujedno i točan podatak. Od ukupnog broja ispitanika, 13 ih misli da postoje 3-4 uljare i kušaonice, a 3 da postoji 5 i više.

Tablica 20 Stav ispitanika o otvaranju kušaonica i uljara

Smatrate li da otvaranje kušaonica i uljara doprinose razvoju ruralnog turizma?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	76	76,0	76,0	76,0
	Ne	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Ovo pitanje je također važno za testiranje hipoteza, a odnosi se na stav ispitanika o otvaranju kušaonica i uljara. Rezultati pokazuju da 76% ispitanika smatra da otvaranje kušaonica i uljara doprinosi razvoju ruralnog turizma, dok se 24% ne slaže sa tom tvrdnjom.

Tablica 21 Stav ispitanika o prometnoj infrastrukturi

Jeste li zadovoljni prometnom infrastrukturom na području općine Zemunik?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Jesam, ceste su kvalitetne, prednost je blizina autoputa	32	32,0	32,0	32,0
	Jesam, ali smatram da je bilo bolje dok je cesta koja je vodila direktno prema aerodromu bila otvorena	53	53,0	53,0	85,0
	Nisam zadovoljan/na, trebala bi biti bolja povezanost sa ostalim mjestima	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Rezultati istraživanja pokazali su kako je više od pola, točnije 53% ispitanika, odgovorilo kako je zadovoljno sa prometnom infrastrukturom, ali smatraju da je bilo bolje dok je cesta koja je vodila direktno prema aerodromu bila otvorena. Kvalitetnu prometnu

infrastrukturu,a posebno blizinu autoputa, pozitivnim smatra 32% ispitanika, dok 15% nije zadovoljno sa postojećom prometnom infrastrukturom.

Tablica 22 Stav ispitanika o resursima i kapacitetima općine Zemunik

Smatrate li da općina Zemunik posjeduje kapacitete i resurse potrebne za razvoj ruralnog turizma?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	64	64,0	64,0	64,0
	Ne	19	19,0	19,0	83,0
	Ne znam	17	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Istraživanje je pokazalo kako 64% ispitanika smatra da općina Zemunik posjeduje kapacitete i resurse potrebne za razvoj ruralnog turizma. No, 19% se ne slaže s tom tvrdnjom, dok je 17% odgovorilo da ne zna.

Tablica 23 Stav ispitanika o sudjelovanju u osmišljavanju strategije

Da li bi pristali sudjelovati u osmišljavanju strategije razvoja općine Zemunik kao turističke destinacije, ukoliko bi lokalna vlast to od Vas tražila?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ne, to me ne zanima	34	34,0	34,0	34,0
	Možda, ako bih imao/la koristi od toga	29	29,0	29,0	63,0
	Bih, smatram da se mišljenje lokalnog stanovništva mora uvažavati	37	37,0	37,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Zadnje pitanje koje je bilo ponuđeno u anketi se odnosio na stav ispitanika o sudjelovanju u osmišljavanju strategije općine Zemunik. Rezultati su pokazali da bi 37%

ispitanika sudjelovalo jer smatraju da se mišljenje lokalnog stanovništva mora uvažavati. S druge strane, 34% nije zainteresirano za tu ideju, dok bi 29% pristalo samo ukoliko bi imali koristi od toga.

4.3.2. Interpretacija rezultata dobivenih metodom intervjua

Intervju sa načelnikom općine Zemunik je obavljen 21. lipnja. Načelnik je prokomentirao stanje ruralnog turizma na području općine Zemunik, te je odgovorio na pitanja o kapacitetima za razvoj ruralnog turizma, a spomenuo je i buduće planove lokalne vlasti koji su povezani sa razvojem turizma.

Načelnik smatra da na području općine Zemunik postoji dobra prilika za razvoj turizma. Povećava se broj registriranih OPG-ova, što omogućuje dobru gastronomsku ponudu, a samim time i razvoj ugostiteljstva. Sufinanciranjem iz EU fondova, raste zainteresiranost lokalnog stanovništva za obnavljanjem starih kuća koje bi se mogle koristiti kao kuće za odmor, te povećati broj noćenja na području Zemunika. Zemunik ima pogodne ceste te dobre kapacitete za razvoj cikloturizma. Izgradnjom lovačke kućice u Zemuniku, povećava se broj lovaca na području općine. Jedan od planova je razviti lovni turizam na način da se tereni u Smokoviću iskoriste za treniranje lovačkih psa, što bi većim dijelom privuklo Talijane, budući da je lovni turizam u Hrvatskoj privlači Talijane. Na području Smokovića bi se izgradio i smještaj sa restoranom. Budući da se na području općine nalazi Zračna luka i vojarna, jedan od planova je osnovati školu letenja. Na području općine postoji i T zona turističke djelatnosti, na kojoj se nalaze zemljišta koja se u budućnosti mogu zakupiti, primjerice u svrhu izgradnje motela. Općina Zemunik je sa općinom Škabrnja te općinom Galovac pokrenula postupak osnivanja Turističke zajednice Ravni kotari, a sjedište će biti u općini Škabrnja. Podršku su dobili od Zadarske županije, ali i od Ministarstva turizma, Ministarstva poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja, te Ministarstva regionalnog razvoja i fondova Europske unije. Lokalne vlasti imaju u planu urediti centar Zemunika, izgraditi i urediti trg te obnoviti smeđu signalizaciju.

4.4. Testiranje hipoteza

Rezultati anketa pokazali su distribuciju i stavove ispitanika o elementima koji su bitni za ruralni razvoj. U nastavku će se provesti testiranje prethodno postavljenih hipoteza. Ukupno postoji jedna glavna, te četiri pomoćne hipoteze. Kako bi se došlo do krajnjeg rezultata, odnosno o zaključku prihvaća li se ili odbacuje glavna hipoteza, prvo će se testirati pomoćne hipoteze.

Pomoćne hipoteze će se testirati na sljedeći način: testiranje hipoteze o prosječnoj vrijednosti jednog osnovnog skupa. Testiranje se vrši tako da se prvo postavi pretpostavljena aritmetička sredina. Aritmetička sredina osnovnog skupa bude jednaka pretpostavljenoj aritmetičkoj sredini, a zaključak o prihvaćanju ili odbacivanju hipoteze se donosi na osnovi aritmetičke sredine iz uzorka. Nivo signifikatnosti testa je 5%. U nastavku slijedi testiranje hipoteza.

H1: Blizina Zadra kao turističke destinacije doprinosi razvoju ruralnog turizma

Tablica 24 Podaci potrebni za testiranje hipoteze

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Smatrate li da blizina Zadra kao turističke destinacije utječe na broj dolazaka gostiju na područje općine Zemunik,a samim time doprinosi razvoju ruralnog turizma?	100	1,23	,423	,042

Izvor. Vlastito istraživanje

H_0 ..... $X=1$

H_1 ..... $X \neq 1$

Za dokazivanje hipoteza koristi se sljedeća jednadžba: $X_0 \pm Z^*Se(X)$

Budući da je uzorak veći od 30, odnosno n>30, uz signifikantnost 5% (pouzdanost 95%) ⇒ $Z_{\alpha/2} = 1,96$

1 ± 1,96*0,042= 1±0,08= 0,92.....1,08

Aritmetička sredina osnovnog skupa iznosi 1,23 što znači da ne ulazi u zadani interval. Zbog toga se H_0 odbacuje. Uz nivo signifikatnosti od 5%, pomoćna hipoteza H_1 nije istinita, odnosno blizina Zadra kao turističke destinacije ne doprinosi razvoju ruralnog turizma.

Tablica 25 One-Sample test

One-Sample Test

	Test Value = 1					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Smatrate li da blizina Zadra kao turističke destinacije utječe na broj dolazaka gostiju na područje općine Zemunik,a samim time doprinosi razvoju ruralnog turizma?	5,438	99	,000	,230	,15	,31

Izvor: Vlastito istraživanje

Kako bismo se uvjerili u istinitost hipoteze, postoji i drugi način koji će se radi provjere primijeniti samo za ovu hipotezu. Ukoliko je $Z>Z_{tab,}$nulta hipoteza se odbacuje. U ovom slučaju 5,438>1,96 što znači da se nulta hipoteza odbacuje.

H2: Postojeći OPG-ovi postaju buduće jezgre razvoja ruralnog turizma u Zemuniku

Tablica 26 Podaci potrebni za testiranje hipoteze

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Smatrate li da postojeći OPGovi postaju buduće jezgre razvoja ruralnog turizma u Zemuniku?	100	1,69	,813	,081

Izvor: Vlastito istraživanje

H_0.....X=1,5

H_1.....X ≠1,5

$X_0 \pm Z^*Se(X)= 1,5 \pm 1,96^*0,081= 1,5 \pm 0,159= 1,341$.....1,659

Na temelju dobivenog rezultata, možemo zaključiti kako se nulta hipoteza odbacuje jer se aritmetička sredina osnovnog skupa koja iznosi 1,69 ne nalazi u intervalu između 1,341 i 1,659. Uz nivo signifikatnosti od 5%, pomoćna hipoteza H_2 nije istinita, odnosno postojeći OPG-ovi ne postaju buduće jezgre razvoja ruralnog turizma u Zemuniku

H3: Otvaranje uljara i kušaonica doprinosi razvoju ruralnog turizma

Tablica 27 Podaci potrebni za testiranje hipoteze

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Smatrate li da otvaranje kušaonica i uljara doprinose razvoju ruralnog turizma?	100	1,24	,429	,043

Izvor: Vlastito istraživanje

H_0.....X=1

H_1.....X ≠1

$X_0 \pm Z^*Se(X)= 1 \pm 1,96*0,043= 1 \pm 0,084= 0,916.....1,084$

Rezultati pokazuju kako se i u ovom slučaju nulta hipoteza odbacuje, odnosno aritmetička sredina osnovnog skupa koja iznosi 1,24 ne ulazi u interval prihvaćanja hipoteze koji iznosi od 0,916 do 1,084. Uz nivo signifikatnosti od 5%, pomoćna hipoteza H_3 nije istinita, odnosno otvaranje uljara i kušaonica ne doprinosi razvoju ruralnog turizma.

H4: Graditeljsko naslijeđe postaje osnova razvoja

Tablica 28 Podaci potrebni za testiranje hipoteze

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Mišljenje vezano za graditeljsko naslijeđe na području općine Zemunik	100	1,33	,473	,047

Izvor: Vlastito istraživanje

H_0.....X=1

H_1.....X ≠1

$X_0 \pm Z^*Se(X)= 1 \pm 1,96*0,047= 1 \pm 0,092= 0,908.....1,092$

Aritmetička sredina osnovnog skupa koja iznosi 1,33 ne ulazi u interval prihvaćanja nulte hipoteze, sto ga se nulta hipoteza odbacuje. Uz nivo signifikatnosti od 5%, pomoćna hipoteza H_4 nije istinita, odnosno graditeljsko naslijeđe ne postaje osnova razvoja.

Budući da su se pomoćne hipoteze pokazale neistinite, može se zaključiti kako se i glavna hipoteza odbacuje. Uz signifikantnost testa od 5%, može se zaključiti kako ne postoje pozitivne pretpostavke za razvoj ruralnog turizma na području općine Zemunik. Na ovakav rezultat može utjecati odabir uzorka koji je bio anketiran, odnosno uzet je namjerni uzorak. Općina Zemunik broji ukupno 2060 ljudi, od kojih je 100 ušlo u uzorak koji je bio anketiran, što također može utjecati na rezultate testiranja hipoteza. U radu je analizirana situacija područja općine Zemunik koja je pokazala da se Zemunik može gospodarski razvijati, no lokalno stanovništvo još treba educirati kako bi se stvorila motivacija i volja za bavljenjem ruralnim turizmom. Testiranje hipoteza dokazalo je da se predviđanja nisu potvrđena, no to ne znači da se ustinu treba prihvatiti samo takav odgovor kao jedini, jer uvijek postoje drugi faktori koji mogu utjecati na istraživanje. Iako je odbačena glavna hipoteza o tome da ne postoje pozitivne pretpostavke za razvoj ruralnog turizma, to ne znači da pretpostavke uistinu ne postoje. U ovom slučaju, istraživanje je pokazalo prednosti i nedostatke bavljenja ruralnim turizmom, te se treba pažljivije pristupati razvoju ruralnog turizma.

5. ZAKLJUČAK

Ruralni prostori u Hrvatskoj i dalje su turistički nedovoljno iskorišteni. Lokalno stanovništvo nije dovoljno educirano o seoskom turizmu, a lokalne vlasti ne ulažu dovoljno u razvoj istog. Očuvanje tradicije i običaja, te jačanje atraktivnosti ruralnih prostora trebaju postati ključni čimbenici turističkog razvoja. Svrha ovog rada bila je ukazati na resurse i kapacitete koje općina Zemunik posjeduje, a koji su važni za razvoj općine kao turističke destinacije. SWOT analiza je pokazala koje snage i prilike, ali i slabosti i prijetnje općina Zemunik posjeduje. Može se zaključiti kako je najveća prednost općine Zemunik kvalitetna prometna infrastruktura, jer je povezana sa zračnom lukom Zadar, lukom Gaženica, te ulazom/izlazom na autocestu. Najveći nedostaci koji ograničavaju turistički razvoj općine su neiskorištenost turističkih resursa, nedovoljna poduzetnička aktivnost, te nedostatak financijske potpore. Ankete su pokazale kako lokalno stanovništvo smatra da općina Zemunik ne spada u jedno od razvijenijih ruralnih područja Zadarske županije, kao i da lokalne vlasti ne ulažu dovoljno u razvoj turizma. Ovakve podatke svakako treba analizirati i nastojati promjeniti, jer ovako ograničavaju razvoj strategije općine. Ankete su dalje pokazale kako Zemunik posjeduje kapacitete i resurse za razvoj ruralnog turizma. Lokalne vlasti trebaju prepoznati te kapacitete te nastojati više ulagati u njih. Zemunik kao ruralno područje posjeduje dobre prilike za razvoj lovnog turizma, zdravstvenog turizma, cikloturizma te razvoj seoskih gospodarstava. U posljednjih nekoliko godina porastao je broj kućanstava koji se bave seoskim turizmom. Ankete su pokazale kako lokalno stanovništvo ima uvjete za bavljenje seoskim turizmom, ali nisu zainteresirani. Mnogo njih nije upoznato sa prednostima i nedostacima koje seoski turizam pruža, te lokalne vlasti po tom pitanju trebaju omogućiti radionice te educirati lokalno stanovništvo. Zemunik nije prepoznata destinacija, a jedan od problema je što nije promoviran od strane turističkih agencija. Stoga je nužna suradnja lokalne vlasti, lokalnog stanovništva, udruga, poduzetnika sa turističkim agencijama grada Zadra. Iako je dio anketiranog lokalnog stanovništva izrazio stav kako se Zemunik može razvijati kao turistička destinacija, testiranje hipoteza je pokazalo kako ne postoje pozitivne pretpostavke za razvoj ruralnog turizma. Budući da smo dobili neznačajan rezultat, odnosno nulta hipoteza se odbacila, to nije potvrdilo naša očekivanja i stoga se treba raditi na tome da se općina jednog dana krene razvijati u tome smjeru. Lokalne vlasti i lokalno stanovništvo trebaju surađivati kako bi poboljšali turističku ponudu općine Zemunik, te zajednički kreirali strategiju razvoja.

LITERATURA

Knjige:

1. Buble, M. (2006): Osnove menadžmenta, Sinergija, Zagreb.
2. Demonja, D., Ružić, P. (2010): Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, MERIDIJANI, Zagreb.
3. Dulčić, A. (1991): Turizam- načela razvoja i praksa, Institut za turizam, Zagreb.
4. Dulčić, A., Petrić, L. (2001): Upravljanje razvojem turizma, Mate d.o.o., Zagreb.
5. Križman Pavlović, D. (2008): Marketing turističke destinacije, mikrorad d.o.o., Zagreb.
6. Marušić, M., Prebežac, D. (2004): Istraživanje turističkih tržišta, Adeco d.o.o., Zagreb.
7. Muller, H. (2004): Turizam i ekologija, MASMEDIA, Zagreb.
8. Pende, H. (2013): Hrvatski turizam: Upravljanje kvalitetom, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb.
9. Petrić, L. (2003): Osnove turizma, Ekonomski fakultet u Splitu
10. Petrić, L. (2012): Upravljanje razvojem turizma, Ekonomski fakultet u Splitu, Split.
11. Pivac, S. (2008): Skripta za kolegij Statističke metode, Ekonomski fakultet u Splitu, Split.
12. Senečić, J., Vukonić, B. (1997): Marketing u turizmu, mikrorad d.o.o., Zagreb.
13. Thompson, Arthur A. (2008): Strateški menadžment: u potrazi za konkurentskom prednošću: teorija i slučajevi iz prakse, Mate: zagrebačka škola ekonomije i managementa, Zagreb.
14. Vukonić, B., Keča, K. (2001): Turizam i razvoj:Pojam, načela, postupci, mikrorad d.o.o., Zagreb.

Članci

1. Demonja, D. (2014): The overview and Analysis of the State of Rural Tourism in Croatia. *Sociologija i prostor* [online], Vol.52 No.1. Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/117057
2. Dundović, Z. (2015): Prilog poznavanju povijesti župne crkve sv. Katarine u Zemuniku s posebnim obzirom na njezinu obnovu u 19. stoljeću. Croatica Christiana periodica. Vol. 39 No. 75. Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=212540

3. Đerđa, D. (2009): Problematika vlasništva objekata i uređenja komunalne infrastrukture u Republici Hrvatskoj, *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu*, Vol.46 No.1. Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=56877
4. Erstić, M., Mikuš, O., Mesić, Ž. (2012): Uloga agroturizma u socioekonomskom razvoju Zadarske županije-opažanja dionika ruralnih područka. *Agronomski glasnik* [online]. Vol. 73 No. 4. Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=118879
5. Krajnović, A., Čičin-Šain, D., Predovan, M. (2011): Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma- problemi i smjernice. *Oeconomica Jadertina*. Vol. 1 No. 1. Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/68201
6. Kušen, E. (2002): Turizam i prostor: Klasifikacija turističkih atrakcija. *Prostor* [online], Vol.9 No.1. Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/10801
7. Kušen, E. (2009): Uređenje, razvoj i obnova hrvatskog ruralnog prostora. *Sociologija i prostor* [online], Vol. 41 No.1. Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/35522
8. Lukić, A., Turizam na seljačkim gopodarstvima u Hrvatskoj, znanstveni članak, str. 3. Dostupno na: http://revije.ff.uni-lj.si/Dela/article/viewFile/1343/1147
9. Rudan, E. (2012): Uloga lokalnog stanovništva u razvoju turizma destinacije. *Tranzicija*. Vol 14. No.29. str.58-67.
10. Ružić, P., (2012). Analiza posebnosti i percepcije ruralnog turizma Istre. Ekonomska misao i praksa, No.1, str. 218-219.
11. Ružić, P. (2009): Ruralni turizam, Pula, Institut za poljoprivredu i turizam, Poreč, str. 14.
12. Šiljković, Ž., Čuka, A.,Pejdo, A. (2011): Preobrazba ruralnih prostora:Of oranica do minskih polja-studija slučaja općine Zemunik Donji. *Društvena istraživanja*. Vol 20 No 4. Str. 1163-1181.
13. Vrtiprah, V. (2006): Kulturni resursi kao činitelji turističke ponude u 21.st. *Ekonomska misao i praksa*. No. 2. Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=16373

Internet izvori

1. http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija%20hrvatskog%20turizma%20-%20finalna%20verzija.pdf
2. http://www.zadra.hr/wp-content/uploads/2013/05/razvojna_agencija_a4_final_sime.pdf
3. http://www.ogi.hr/files/publikacije/ogi/Strateski%20plan%20razvoja%20ruralnih%20zajednica%20zale%F0a%20Sibensko%20-

%20Kninske%20i%20Zadarske%20zupanije%202010%20OGI%20%20-%20SUVEZ.pdf
4. http://www.zadarska-zupanija.hr/pplanovi/PPUO_Zemunik_Donji/PPUO_Zemunik_Donji_Tekst.pdf
5. http://www.zadra.hr/
6. http://iztzg.hr/UserFiles/Pdf/Izvjestaj-04-Strategija-razvoja-turizma-RH.pdf
7. http://www.hmrr.hr/hr/naslovna/
8. http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf
9. http://www.mint.hr/UserDocsImages/Mogucnosti%20financiranja%20ruralnog%20turizma.pdf
10. http://www.poslovni.hr/tag/seoski-i-kontinentalni-turizam-i-razvoj-ruralnog-prostora-u-rh-5605
11. http://europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Program%20ruralnog%20razvoja%202014.-2020..pdf
12. http://www.hgk.hr
13. http://www.ras.hr/media/ruralni_turizam.pdf
14. http://www.fms-tivat.me/predavanja3god/MenTurDestinacija10.pdf
15. http://www.strukturnifondovi.hr/program-ruralnog-razvoja-2014-2020
16. http://www.hmrr.hr/media/13357/leader_program_europskom_praksom_do_vlastitih_prilika.pdf
17. http://www.lag-gorskikotar.hr/dokumenti/AP%20RURALNI%20TURIZAM%20FAZNO%20IZVJESCE%2023_6%20%20docx.pdf

POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA

POPIS SLIKA:

Slika 1 Shematski prikaz međuodnosa ruralnog turizma, seoskog turizma i turizma na turističkom seoskom obiteljskom gospodarstvu (TSOG) 12
Slika 2 Položaj općine Zemunik..... 35
Slika 3 Razlika u broju stanovnika na području općine Zemunik u razdoblju od 1991-2001.g. 36
Slika 4 Karta destinacija zračne luke Zadar 40

POPIS TABLICA:

Tablica 1 Prikaz broja registriranih turističkih seljačkih gospodarstava po županijama 17
Tablica 2 Moguća ekološka poljoprivredna proizvodnja i prerada u Hrvatskoj 22
Tablica 3 Programi poticanja razvoja seoskog turizma RH 33
Tablica 4 Narodna struktura stanovništva Zemunika i Zadarske županije 37
Tablica 5 Državne, županijske i lokalne ceste koje prolaze općinom Zemunik Donji 39
Tablica 6 SWOT analiza općine Zemunik 44
Tablica 7 Distribucija ispitanika prema spolu 51
Tablica 8 Distribucija ispitanika prema starosti 52
Tablica 9 Distribucija ispitanika prema radnom statusu 52
Tablica 10 Distribucija ispitanika prema mjesečnim prihodima 53
Tablica 11 Stav ispitanika o razvijenosti općine Zemunik 53
Tablica 12 Povezanost kućanstava ispitanika sa ruralnim turizmom 54
Tablica 13 Poznavanje ispitanika o broju OPG-ova na području općine Zemunik 54
Tablica 14 Stav o razvoju ruralnog turizma uz pomoć OPG-ova 55
Tablica 15 Stav ispitanika o utjecaju blizine Zadra na područje općine Zemunik 56
Tablica 16 Prosječna ocjena važnosti elemenata ruralnog razvoja 57
Tablica 17 Stav ispitanika o graditeljskom naslijeđu na području općine Zemunik 57

Tablica 18 Stav ispitanika o sudjelovanju lokalne vlasti u razvoj turizma na području općine Zemunik 58
Tablica 19 Poznavanje ispitanika o broju uljara i kušaonica 58
Tablica 20 Stav ispitanika o otvaranju kušaonica i uljara 59
Tablica 21 Stav ispitanika o prometnoj infrastrukturi 59
Tablica 22 Stav ispitanika o resursima i kapacitetima općine Zemunik 60
Tablica 23 Stav ispitanika o sudjelovanju u osmišljavanju strategije 60
Tablica 24 Podaci potrebni za testiranje hipoteze 62
Tablica 25 One-Sample test 63
Tablica 26 Podaci potrebni za testiranje hipoteze 64
Tablica 27 Podaci potrebni za testiranje hipoteze 64
Tablica 28 Podaci potrebni za testiranje hipoteze 65

POPIS GRAFIKONA:

Grafikon 1 Stav ispitanika o elementima ponude koje općina Zemunik posjeduje 55

PRILOG

ANKETNI UPITNIK

Poštovani, provodim istraživanje za diplomski rad na temu "Strategija razvoja općine Zemunik kao turističke destinacije". Ljubazno Vas molim ako bi mogli ispuniti anketu te tako doprinijeti istraživanju. Anketa je anonimna. Unaprijed se zahvaljujem!

1. Spol:
    a) muško
    b) žensko

2. Dob:
    a) 18-24
    b) 25-31
    c) 32-38
    d) 39-45
    e) 46 i više

3. Radni status:
    a) student/ica
    b) nezaposlen/a
    c) zaposlen/a
    d) domaćica
    e) umirovljenik/ica

4. Mjesečni prihodi Vašeg kućanstva (iznos u kn):
    a) do 2000
    b) 2001-4000
    c) 4001-6000
    d) 6001-8000
    e) 8001-10000
    f) 10001 i više

5. Smatrate li da općina Zemunik spada u jedno od razvijenijih ruralnih područja Zadarske županije?:
    a) Da
    b) Ne
    c) Ne znam

6. Koja od navedenih tvrdnji opisuje povezanost Vašeg kućanstva sa ruralnim turizmom?:
    a) Bavim se seoskim turizmom
    b) Imam uvjete (poljoprivreda, stara kuća, obrt i slično), ali nisam zainteresiran za bavljenje seoskim turizmom
    c) Bavio/la bih se,ali nisam upoznat/a sa prednostima i nedostacima koje ruralni turizam donosi
    d) U budućnosti se želim baviti seoskim turizmom
    e) Pojam ruralnog turizma mi nije poznat

7. Jeste li upoznati sa brojem OPG-ova (obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava) na području općine Zemunik?:
    a) Da, posjedujem vlastiti OPG
    b) Da, poznajem jedno kućanstvo koje posjeduje OPG
    c) Da, poznajem dva ili više kućanstava koje posjeduju OPG
    d) Čuo/la sam, ali ne znam točan broj
    e) Nijedno kućanstvo na području općine Zemunik ne posjeduje OPG

8. Smatrate li da postojeći OPGovi postaju buduće jezgre razvoja ruralnog turizma u Zemuniku?
    a) Da
    b) Ne
    c) Ne znam

9. Za razvoj ruralnog turizma bitno je kvalitetno iskoristiti kapacitete koje neko područje pruža. Označite elemente ponude koje općina Zemunik,prema Vašem mišljenju, posjeduje(Više odgovora):
    - sobe ili kuće za iznajmljivanje
    - građevinsko nasljeđe
    - uljara
    - proizvodnja meda
    - seoski wellness
    - igralište/sportski teren

- kamp
- uvjeti za lov
- kušaonice vina
- vinska cesta
- kulturna baština
- autohtoni proizvodi
- pješačke staze
- restoran tradicijskih jela
- teniski teren
- ostalo

  _____

10. Smatrate li da blizina Zadra kao turističke destinacije utječe na broj dolazaka gostiju na područje općine Zemunik,a samim time doprinosi razvoju ruralnog turizma?
    a) Da
    b) Ne

11. Na odgovarajućoj skali izrazite svoje mišljenje o važnosti elemenata za razvoj ruralnog turizma *(1-potpuno nevažan, 5-jako važan)*:

Klima	1	2	3	4	5
Organizacija manifestacija	1	2	3	4	5
Prometna povezanost ruralnog područja	1	2	3	4	5
Ljubaznost lokalnog stanovništva	1	2	3	4	5
Kvaliteta usluge smještaja	1	2	3	4	5
Građevinsko nasljeđe	1	2	3	4	5
Kulturna baština					
Isključenost buke	1	2	3	4	5
Sportske aktivnosti	1	2	3	4	5
Gastronomska ponuda	1	2	3	4	5

Društvena infrastruktura (ugostiteljski objekti, pošte)	1	2	3	4	5
Tradicija i običaji	1	2	3	4	5
Uređenost okoliša	1	2	3	4	5
Uzgoj domaćih životinja	1	2	3	4	5

12. Zaokružite Vaše mišljenje vezano za graditeljsko naslijeđe na području općine Zemunik:
    a) Graditeljsko naslijeđe postaje osnova razvoja ruralnog turizma
    b) Graditeljsko naslijeđe ne utječe na razvoj ruralnog turizma

13. U tablici su navedene određene tvrdnje. Zaokružite broj koji opisuje Vaše slaganje sa tvrdnjom. (1- uopće se ne slažem, 5- u potpunosti se slažem):

Ruralni turizam pruža razvojne mogućnosti malim i srednjim poduzetnicima	1	2	3	4	5
Suradnja lokalne vlasti sa lokalnim stanovništvom utječe na motiviranost za bavljenjem seoskim turizmom	1	2	3	4	5
Ruralni turizam podupire lokalno zapošljavanje	1	2	3	4	5
Kvaliteta života lokalnog stanovništva je bolja u mjestima gdje se razvija ruralni turizam	1	2	3	4	5
Degradacija okoliša nastaje kao posljedica nekontroliranog razvoja turizma	1	2	3	4	5
Državni programi i poticaji utječu na povećanje turističkih seljačkih obiteljskih gospodarstava	1	2	3	4	5
Edukacije i radionice namjenjene lokalnom stanovništvu djeluju na motiviranost bavljenja ruralnim turizmom	1	2	3	4	5

14. Smatrate li da lokalne vlasti dovoljno ulažu u razvoj turizma na području općine Zemunik?
    a) Da
    b) Ne
    c) Ne znam

15. Poljoprivredni proizvodi su bitan element za ruralni turizam. Jeste li upoznati koliko uljara i kušaonica postoji na području općine Zemunik?
    a) 0
    b) 1-2
    c) 3-4
    d) 5 i više

16. Smatrate li da otvaranje kušaonica i uljara doprinose razvoju ruralnog turizma?
    a) Da
    b) Ne

17. Jeste li zadovoljni prometnom infrastrukturom na području općine Zemunik?
    a) Jesam, ceste su kvalitetne, prednost je blizina autoputa
    b) Jesam, ali smatram da je bilo bolje dok je cesta koja je vodila direktno prema aerodromu bila otvorena
    c) Nisam zadovoljan/na, trebala bi biti bolja povezanost sa ostalim mjestima

18. Smatrate li da općina Zemunik posjeduje kapacitete i resurse potrebne za razvoj ruralnog turizma?
    a) Da
    b) Ne
    c) Ne znam

19. Da li bi pristali sudjelovati u osmišljavanju strategije razvoja općine Zemunik kao turističke destinacije, ukoliko bi lokalna vlast to od Vas tražila:
    a) Ne, to me ne zanima
    b) Možda, ako bih imao/la koristi od toga
    c) Bih, smatram da se mišljenje lokalnog stanovništva mora uvažavati

SAŽETAK

Svrha ovog diplomskog rada bila je istražiti resurse i kapacitete koje bi omogućile razvoj strategije općine Zemunik kao turističke destinacije. Budući da općina Zemunik pripada ruralnom prostoru Hrvatske, najveći naglasak je stavljen na razvoj ruralnog turizma čiji bi razvoj omogućio gospodarski rast općine. Problemi s kojima se suočavaju ruralna područja Hrvatske su nedovoljna ulaganja u razvoj ruralnog turizma te nezainteresiranost lokalne vlasti. Ruralna područja su i dalje nedovoljno razvijena, a lokalno stanovništvo i dalje nije dovoljno educirano i upoznato sa prednostima koje ruralni turizam pruža. U radu se najprije teorijski približio koncept ruralnog turizma, prikazano je aktualno stanje razvijenosti ruralnog turizma u Hrvatskoj, te uvjeti razvoja turizma na ruralnim područjima. Zatim su se prikupili i analizirali podaci o općini Zemunik, a lokalno stanovništvo je putem metode anketiranja i metode intervjua iznijelo svoje stavove o stupnju razvijenosti općine Zemunik. Testirane su hipoteze koje pokazuju kako, statistički gledano, ne postoje pozitivne pretpostavke za razvoj ruralnog turizma na području općine Zemunik.

Ključne riječi: ruralni turizam, ruralna područja, strategija razvoja.

SUMMARY

The purpose of this academic study was to investigate the potential resources and capabilities, which would become a development strategy for the the municipality of Zemunik to develop as a tourist destination. Considering that Zeminuk is a rural township in Croatia, the greatest emphasis has to be placed on factors of rural tourism that would best enable economic growth. The issue which faces rural tourism in Croatia is the lack of investment in development, due to a lack of enthusiasm from the rural communities themselves. Rural areas continue to stay underdeveloped as there is a presistent lack of education and comprehension about the advantages of rural tourism among the local communities. Before any actual intervention, first it has to be shown theoretically that there are real indications for potential to develop rural tourism in Croatia. Therefore a collection and analysis of data of the community of Zemunik was completed. By method of survey and interview, the local population was able to express their views and opinions on the degree of development of Zemunik. The study concluded, statistically, that there is a predominantly negative outlook for the potential of growth of rural tourism in the municipality of Zemunik.

Key words: rural tourism, rural areas, development strategy