

RAZVOJ RURALNOG TURIZMA IMOTSKE KRAJINE

Bajić, Josipa

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

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://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:085860>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-25**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

**ZAVRŠNI RAD
RAZVOJ RURALNOG TURIZMA IMOTSKE
KRAJINE**

Mentor:

Prof. dr. sc. Biljana Crnjak-Karanović

Student:

Josipa Bajić

4195280

Split, rujan 2021.

SADRŽAJ:

1. UVOD	4
1.1. Definicija problema istraživanja	4
1.2. Cilj rada	5
1.3. Metode istraživanja	5
1.4. Struktura rada	6
2. TEORIJSKE SPOZNAJE O RURALNOM TURIZMU	7
2.1. Koncept ruralnog turizma	7
2.2. Razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj	10
2.3. Utjecaj seoskog turizma na lokalno stanovništvo i kvalitetu života u Hrvatskoj	12
2.4. Digitalna transformacija kao prilika za razvoj ruralnih područja	13
2.5. Digitalizacija strateških sektora za ruralni turizam	13
2.6. Nacionalne politike razvoja ruralnog turizma	17
3. ANALIZA IMOTSKE KRAJINE	19
3.1. Geografske karakteristike Imotske krajine	19
3.2. Cestovna mreža	19
3.3. Gospodarstvo	20
3.4. Komunalna infrastruktura	20
3.5. Vodoopskrba i odvodnja	20
3.6. Elektroenergetika	21
3.7. Zaštićena prirodna baština	21
3.8. Klima	25
3.9. Vode	25
4. RAZVOJ TURIZMA I TURISTIČKI SADRŽAJ U IMOTSKOJ KRAJINI	27
5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA	30
6. ZAKLJUČAK	39
7. LITERATURA	41
8. SAŽETAK	44
9. SUMMARY	45

PRILOZI	46
Popis slika	49
Popis tablica	50
Popis grafikona	51

1. UVOD

1.1. Definicija problema istraživanja

Imotska krajina je zemljopisno područje u Zagori, istočno od Sinjske krajine i Omiške krajine, zapadno od Vrgoračke krajine. Velikim se dijelom prostire po Imotskom polju, odnosno na prostoru stare hrvatske župe Imote. Obuhvaća područje upravnih jedinica općina Cista Velika, Ciste Provo, Lovreća, Prološća, Lokvičića, Runovića, Zmijavaca, Zagvozda, Podbablja i Grada Imotskoga, odnosno sjeveroistočni dio Splitsko - dalmatinske županije. Zauzima 708,34 km¹.

Ruralni turizam glavna je tema ovog završnog rada stoga ga je potrebno precizno definirati. Ruralni turizam je svaka turistička aktivnost u ruralnom prostoru pa ovdje spadaju i cikloturizam, adrenalinski turizam, planinski turizam, zdravstveni turizam, ekološki turizam i mnogi drugi specifični oblici turizma. Seoski turizam obuhvaća različite djelatnosti koje spajaju u poljoprivredu i turizam. Najznačajnija i najpopularnija djelatnost u okvirima seoskog turizma je agroturizam, odnosno obiteljska i poljoprivredna gospodarstva koja nude ugostiteljsko - turističke usluge. Osnovna djelatnost agroturizma je poljoprivredna proizvodnja, a ugostiteljsko - turistička dodatak ponudi. Razvojem seoskog turizma, revitaliziraju se manja seoska područja, a povećavanjem broja obiteljskih gospodarstava pridonosi se cjelokupnom razvoju ruralnog turizma Hrvatske².

Što se tiče samog zakonodavstva kad je u pitanju seoski turizam, zakonski okvir za njegovo djelovanje je nepovoljan i kompleksan. Sam seoski turizam bi mogao imati puno značajniju ulogu u gospodarstvu nego što je ima sada zbog svojih pozitivnih multiplikativnih efekata.

Osim zakonskih okvira, veliki nedostatak je i nedovoljna pomoć države. Postavlja se pitanje kako, te na koji način država može pomoći u razvoju ruralnog turizma Imotske krajine? Jedan od konkretnih problema je promocija koja je izrazito potrebna da bi se proizvodi prepoznali izvan lokalnog područja.

1 Dinarsko gorje: Imotska krajina [Internet], raspoloživo na: <https://www.dinarskogorje.com/imotska-krajina.html>, [14. 06. 2021.]

2 Cimerfraj (2018): Što je seoski turizam i kako spojiti poljoprivredu s turizmom u Hrvatskoj [Internet], raspoloživo na: <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/seoski-turizam-hrvatska>, [14. 06. 2021.]

1.2. Cilj rada

Ovim radom nastojat će se ostvariti nekoliko ciljeva rada:

- prikazati stanje i mogućnosti razvoja ruralnog turizma u Imotskoj krajini
- Analizirati Imotsku krajinu kao turističku destinaciju (Park prirode Biokovo, Kanjon Cetine, rijeka Vrljika, Modro jezero), te kvalitetu proizvoda/usluga
- identificirati probleme koji usporavaju rast i razvoj gospodarstava ruralnog turizma (OPG – ovi, gospodarstva koja pružaju turističko – ugostiteljske usluge smještaja / prehrane).

1.3. Metode istraživanja

U istraživanju ruralnog turizma u Imotskoj krajini korišteno je istraživanje za stolom kojim su prikupljeni sekundarni izvori: korištene su različite web stranice te dostupna znanstvena literatura. Također, provedeno je istraživanje na terenu putem anketnog upitnika.

Metode istraživanja koje su korištene tijekom pisanja ovoga diplomskog rada su induktivna metoda, metoda analize i sinteze, komparativna metoda i metoda kompilacije. Analizom je izvršena raščlamba složenih teorijskih pojmova, sudova i zaključaka na njihove jednostavnije sastavne dijelove i elemente, a metodom sinteze pružena su objašnjenja putem sinteze jednostavnih sudova u složenije, cjelovite objekte, pojave ili događaje. Indukcijom se na temelju analize pojedinačnih činjenica dolazi do zaključka o općem sudu, od zapažanja konkretnih pojedinačnih slučajeva dolazi do općih zaključaka. Komparacijom su uspoređeni teorijski pojmovi vezani uz ruralni turizam i njegovu povezanost s ruralnim razvojem. Metoda kompilacije korištena je prilikom preuzimanja nekih dijelova tuđih opažanja i zaključaka. Mjerni instrument (upitnik) se provodio u formi ispisanog Word dokumenta u mjesecu lipnju te je bio podijeljen lokalnom stanovništvu. Prije ispunjavanja ankete, ispitanici su bili obaviješteni u koju svrhu daju odgovore, a suglasnošću za sudjelovanje smatralo se ispunjavanje upitnika.

Najbolji način dolaska do izvora podataka bila je anketa lokalnog stanovništva čiji su rezultati prikazani u 5. poglavlju. Anketa je bila anonimna, a pitanja su bila koncipirana od općih prema posebnim. Najprije su se od ispitanika tražili opći podaci (spol, dob, obrazovanje, ekonomska aktivnost), a potom su uslijedila pitanja koja su se odnosila na turizam (o trenutačnom stanju, o

moćućem budućem razvoju, pozitivnim i negativnim aspektima razvoja turizma u Imotskoj krajini). Istraživanje je provedeno na namjernom uzorku (uzorak stručnjaka). U istraživanju su sudjelovali stanovnici stariji od 15 godina i mlađi od 65 godina. Ukupno je 96 osoba sudjelovalo u istraživanju. Na temelju odgovora iz upitnika izrađeni su grafikoni i provedene statističke analize.

1.4. Struktura rada

Rad se sastoji od pet cjelina. U okviru prve cjeline, uvodu, definira se problem istraživanja (Definicija problema, ciljevi rada, metode istraživanja, struktura rada).

Drugi dio daje teorijske spoznaje o ruralnom turizmu (Koncept ruralnog turizma, Razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj, Utjecaj seoskog turizma na lokalno stanovništvo i kvalitetu života, Digitalna transformacija kao prilika za razvoj, Digitalizacija strateških sektora, Nacionalna politika razvoja ruralnog turizma).

U okviru treće cjeline obrađena je analiza Imotske krajine (Geografske karakteristike, Cestovna mreža, Gospodarstvo, Komunalna infrastruktura, Vodoopskrba i odvodnja, Elektroenergetika, Zaštićena prirodna baština, Klima, Vode).

Četvrta cjelina bavi se pitanjima razvoja turizma i turističkih sadržaja u Imotskoj krajini.

U petom dijelu prikazani su rezultati provedeni istraživanjima. Dobiveni rezultati su prikazani grafički i pomoću tablica.

U posljednjem poglavlju napisan je zaključak u kojem se ukratko prikazuju najbitniji podaci o razvoju ruralnog turizma.

2. TEORIJSKE SPOZNAJE O RURALNOM TURIZMU

Općenito, termini kao što su ruralni prostor, ruralni turizam, seoski turizam, turistička seoska gospodarstva i slično, koriste se većinom na stručno neprimjeren način. Stoga će kroz ovo poglavlje biti pobliže objašnjen koncept ruralnog turizma.

2.1. Koncept ruralnog turizma

Ruralni je turizam, specifični oblik turizma koji svoju turističku ponudu zasniva pretežito na prirodnim resursima. Ruralni se turizam odvija na ruralnim područjima pa je prostor dominantni element koji ga karakterizira. Pojam “ruralno” nije jasno određen, a teorijsko određenje ruralnih područja i ruralnog turizma ovisi o državi i o autoru rada koji se njime bavi.

Sociolog Marc Mormont smatra kako je rasprava o pojmu “ruralnog” započela u dvadesetim i tridesetim godinama 20. stoljeća kako bi se razumjele i definirale ključne karakteristike ruralnog društva za vrijeme njegove velike ekonomske i društvene pretvorbe.³ Danas taj pojam ima konotaciju sela i veže se za definiranje ruralnog područja. Ruralno područje trebalo bi biti područje koje pokriva selo, ali ova je sintagma nešto proširenija od jednostavne i jednoznačne definicije. Ruralna područja obuhvaćaju: područja gdje dominiraju poljoprivreda i šumarstvo, odnosno ekstenzivno iskorištavanje zemljišta; područja gdje dominiraju mala naselja manje centralizacije s izraženom povezanošću pejzaža kojeg većina percipira kao ruralnim; područja koja potiču stil življenja koji uvažava okoliš i vlastiti život⁴.

Ruralno se područje može povezati s pojmovima izoliranosti, odsječenosti, zaostajanja iza drugih, nebrigom društva, baštinom i turizmom te drugim pojmovima koji se ne vežu uz oprečni termin “urbanog”⁵. Jedinstvena definicija ruralnog područja u svim zemljama ne postoji i kriteriji definiranja razlikuju se od države do države.⁶ U Hrvatskoj se on definira i u statističke svrhe. Prema kriterijima koje je Državni zavod za statistiku odredio u svojim metodološkim

3 Woods, M. (2005): Rural Geography: Processes, Responses and Experiences in Rural Restructuring. London: Sage Publications Ltd, str. 4.

4 Lukić, A. (2010): O teorijskim pristupima ruralnom prostoru. Hrvatski geografski glasnik, 72 (2.), str. 56.

5 Ibid

6 Rajko, M. (2013): Institucionalni model razvoja ruralnog turizma na primjeru Središnje Istre. Sveučilište u Zadru, Zadar, str. 50.

objašnjenjima, za određivanje tipova naselja koristi se jedan ili više od pet temeljnih kriterija koji su rezultat istraživanja i popisnih definicija urbanih naselja ili područja u državama članicama UN-a, navedenih u Demografskom godišnjaku Ujedinjenih Naroda⁷.

Osnovni kriteriji su: veličina naselja (broj stanovnika ili stanova); gustoća naseljenosti (broj stanovnika po jedinici površine); upravni (administrativni) status naselja; socioekonomska struktura i mobilnost stanovništva (udio poljoprivrednog stanovništva, sastav stanovništva prema sektorima djelatnosti...); urbana infrastruktura i morfološka obilježja naselja.

Na temelju dosadašnjih istraživanja za terminološko određivanje pojma ruralnog područja koriste se sljedeća obilježja: prostor izvan gradskih i urbanih središta; mali broj stanovnika; dominantno korištenje zemlje i šuma za opstanak; običaji i seoski identitet kao društvena struktura; kulturna obilježja ruralnih zajednica⁸. U metodološkim objašnjenjima Popisa stanovništva iz 2011. izdvajaju se urbana i ostala (ruralna i prijelazna) područja, a definiraju se i kriteriji razlikovanja. Urbana, odnosno gradska naselja su: sva naselja sjedišta upravnih gradova; naselja s više od 10.000 stanovnika; naselja od 5.000 do 9.999 stanovnika od kojih je 25 % i više zaposleno u naselju stanovanja (u sekundarnim i tercijarnim djelatnostima); naselja od 2.000 do 4.999 stanovnika od kojih je 25 % i više zaposlenih u naselju stanovanja (u sekundarnim i tercijarnim djelatnostima) i ta naselja imaju 50 % i više nepoljoprivrednih kućanstava⁹.

S druge strane, ostala naselja koja ne ispunjavaju navedene kriterije odnose se na sela i ostala naselja u ruralnom području te prigradska naselja. Dakle, ruralno područje povezuje se sa selom kao prostorom i agronomijom kao djelatnosti pa se tako ruralni turizam povezuje i zamjenjuje sa seoskim i agroturizmom. No, potrebno ih je teoretski razgraničiti.

Ruralni turizam je mnogo više od turizma na ruralnim područjima i predstavlja širi pojam od pojma seoskog turizma i agroturizma. Ruralni turizam obuhvaća sve turističke aktivnosti i usluge te oblike turizma koji se nalaze na ruralnom području kao što su seoski, lovni, ribolovni, kulturni,

7 Ostroški, L. (2011). Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. Kućanstva i obitelji, str. 11.

8 Tubić, D. (2015). Model razvoja ruralnog turizma Kontinentalne Hrvatske. Doktorska disertacija. Osijek, Ekonomski fakultet u Osijeku. str. 79.

9 Ostroški, L. (2011). Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. Kućanstva i obitelji, str. 11.

zdravstveni turizam i ostali.¹⁰ Seoski turizam uži je pojam koji se odnosi na aktivnosti na selu i njegovu užu okolicu. Seoski turizam se odnosi na složenost aktivnosti i aspekata turističkog proizvoda uključujući rekreaciju u seoskoj sredini, uživanje u prirodi, uživanje u okolini i miru ruralnih područja te obuhvaća kulturni turizam i turizam na seoskim domaćinstvima¹¹. Zajedničko obilježje ruralnog i seoskog turizma je to da djelatnost može biti dopunska, ali i profesionalna (npr. konjički centar, obiteljski hotel na selu...). Nadalje, agroturizam je oblik turizma u kojem domaćini, pripadnici lokalne zajednice nude obilazak njihovog poljoprivrednog projekta i pružaju izravno sudjelovanje posjetitelja u iskustvu suradnje, žetve/berbe i procesuiranja hrane određenog lokaliteta koju taj posjetitelj ne susreće u svojoj domicilnoj zemlji¹². Shematski prikaz međuodnosa ovih oblika turizma moguće je vidjeti na slici 1.

10 Baćac, R. (2011): Priručnik za bavljenje seoskim turizmom- korak po korak od ideje do uspješnog poslovanja. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb. str. 16.

11 Jafari, J. (2000), Encyclopedia of Tourism. London: Routledge; New York: Routledge, str. 514.

12 Jelinčić, D. A. (2007). Agroturizam u europskom kontekstu. Studia Ethnologica Croatica, 19 (1), str. 269.



Slika 1. Odnos ruralnog, seoskog i agroturizma

Izvor: Baćac R. (2011): Priručnik za bavljenje seoskim turizmom – korak po korak od ideje do uspješnog poslovanja, str. 18.

Ruralni turizam predstavlja aktivnosti i oblike turizma izvan gradova i područja masovnog turizma. Kako je ruralni turizam seoski, odnosno on uključuje turistički boravak u seoskoj sredini i upoznavanje običaja, tradicionalnih vrijednosti, ljudi sa sela i seoskih poslova, s druge strane, agroturizam je pojavni oblik seoskog turizma, a seoski turizam pojavna vrsta ruralnog turizma¹³. Nadalje, ruralni turizam obuhvaća više aktivnosti. Te aktivnosti mogu biti uživanje u ruralnom životu, prekrasnom ruralnom krajoliku i održavanje ruralnog prosperiteta i kvalitete okoliša. Sukladno prethodno objašnjenjima turističkoj motivaciji, ruralni turizam je turistička aktivnost koja

¹³ Tubić, D. (2015). Model razvoja ruralnog turizma Kontinentalne Hrvatske, doktorska disertacija. Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek. str. 86.

se razvija u ruralnim područjima gdje je pojedinac dominantno motiviran doživljajem ruralnog načina života i/ili prirodom¹⁴.

Na temelju prethodno iznesenih definicija potrebnih za razumijevanje ovog kompleksnog termina na kojem se temelji ovaj rad, ruralni turizam može se definirati kao dinamična i složena aktivnost osobe koja ostvaruje minimalno jedno noćenje u mjestu ruralnog područja koje se nalazi izvan njegovog ili njezinog stalnog boravka. Takav je turist dominantno motiviran turističkom ponudom određenog ruralnog lokaliteta čiji proizvod ispunjava njegove turističke potrebe i specifični interes, ali s druge strane, zahtjeva i marketinško - menadžerske metode i taktike kako bi se optimizirao razvojni potencijal proizvoda i same destinacije¹⁵.

2.2. Razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj

Prema kriteriju OECD-a, prema kojemu su sve zajednice s manje od 10.000 stanovnika pretežito ruralne, Hrvatska se može smatrati dominantno ruralnom zemljom. S druge strane, svega 5,5 % od ukupnog broja stanovništva se bavi ruralnim djelatnostima¹⁶.

Prethodna razmatranja ističu činjenicu da Hrvatska nikada nije razvila jedinstvenu politiku razvoja ruralnog turizma budući da se različita ruralna područja ne mogu svesti pod zajednički nazivnik. Unatoč različitostima ruralnih zajednica, svi imaju zajedničke probleme, a to su depopulacija, pad ekonomske aktivnosti i sl., što je direktna posljedica politike deagrarizacije koju je vodio bivši komunistički režim nakon drugog svjetskog rata. Ovaj je proces brojna hrvatska ruralna područja suočio s problemom njihova ekonomskog opstanka. Mnoge ruralne zajednice su ostale i bez stanovnika (čak njih 105). Politika deagrarizacije je krajem 50 - ih godina pokrenula proces lito realizacije koji je uzrokovao veliki pritisak na obalno područje u smislu koncentracije stanovništva i industrije. Zahvaljujući dominaciji tzv. "sun, sea, sand" turističkih trendova, Hrvatska je promovirala i razvijala isključivo svoje obalne destinacije¹⁷.

14 San Martin, H., Herrero, Á. (2012). Influence of the user's psychological factors on the online purchase intention in rural tourism: Integrating innovativeness to the UTAUT framework. *Tourism Management*, 22, str. 341.

15 1. Međunarodna znanstveno – stručna konferencija za razvoj ruralnog turizma (2020): Održivi i odgovorni razvoj u ruralnom turizmu, Zagreb. str. 7

16 Petrić, L.: Ruralni turizam – strategija razvoja ruralnih područja. Split, Ekonomski fakultet u Splitu. str. 29.

17 Petrić, L.: Ruralni turizam – strategija razvoja ruralnih područja. Split, Ekonomski fakultet u Splitu. str. 30.

Posljednjih godina uočavaju se trendovi promjena u turističkoj potražnji kroz postepeno napuštanje masovnog turizma i porast interesa za novim oblicima turizma, što je rezultiralo prilagodbom mnogih destinacija u nastojanju da zadrže ili ojačaju svoje tržišne pozicije. Svjesna novih okolnosti, Hrvatska također nastoji promijenti turističku ponudu i imidž. U tom smislu, mnoga područja koja su do sada imala marginalno značenje, postaju njena nova konkurentska prednost. Naravno, s obzirom da je turizam u Hrvatskoj tijekom posljednjih 50 godina uglavnom bio koncentriran na obalno područje te da su na njegov razvoj utjecali pretežito poduzetnici iz primorskih destinacija, razumljivo je da kontinentalne destinacije, posebno ruralne, nemaju dovoljno spoznaja o turizmu kao ni o promjenama koje se događaju. Iz tog razloga se teško i s dosta skepticizma odlučuju na angažman u turizmu. Općenito govoreći, u Hrvatskoj je i socijalni kapital nedovoljno razvijen¹⁸, a to može biti jedan od razloga zbog kojeg ruralno stanovništvo nije spremno prihvatiti nove razvojne modele koji se temelje na suradnji i umrežavanju.

Spor, ali kontinuiran porast interesa za razvoj ruralnog turizma, može se najbolje prikazati praćenjem broja obiteljskih ruralnih domaćinstava koja nude turističke usluge. Prema podacima koje je prikupila Hrvatska gospodarska komora, broj seoskih turističkih domaćinstava je porastao s 80 u 1999. g. na 177 u 2002. g., a krajem 2003. g. taj broj je dosegao 251. Procjenjuje se da ih danas ima preko 270.

Osim gore navedenog, veliki je problem i promocija. Poduzeća eventualno dobiju financijski poticaj i tu sve staje. Puno je seoskih gospodarstava za koje se ne zna te je potrebna pomoć institucija u vidu promotivnih aktivnosti.

Nadalje, pojavljuje se problem nedovoljnih i/ili neadekvatnih financijskih poticaja od strane javnog sektora, neprepoznavanje ruralnog turizma kao oblika turizma koji dodaje vrijednost turističkoj destinaciji, nepostojanje ekspertize u malim obiteljskim gospodarstvima, donose se neadekvatni zakoni koji tretiraju problematiku ruralnog turizma, prisutna je vrlo loša ili neadekvatna marketinška aktivnost objedinjenih poslovnih jedinica (obiteljskih seoskih gospodarstava u ruralnom turizmu) i slično. Čini se da se temelj čitavog problema nalazi u

¹⁸ Franičević, V., Bartlett W., (2001), Small Firms Networking and Economics in Transition; An Overview of Theories, Issues and Policies, in Zagreb International Review of Economics and Business, Faculty of Economics Zagreb, str. 63

neadekvatnom načinu upravljanja razvojem ruralnog turizma, kao mehanizmom koji bi umanjio ili ublažio prikazane probleme, a neke i posve uklonio.

2.3. Utjecaj seoskog turizma na lokalno stanovništvo i kvalitetu života u Hrvatskoj

Nažalost, sve više mladih iz godine u godinu po završetku škole/fakulteta ili nakon osnivanja obitelji, žele ići raditi izvan države. To su uglavnom stanovnici koji ne žive u većim gradovima i koji ne pronalaze dovoljno plaćen posao u svom okruženju. Seoski turizam je jedna od prilika da se hrvatske državljanke zadrži u matičnoj zemlji. Osim što pridonosi na tom polju, također čuva tradiciju i običaje, jača autohtonu proizvodnju te općenito pomaže u razvoju destinacije. Što se tiče kvalitete života, ona se uvelike podiže. U Imotskom se posebno ističe porast ruralnih kuća za odmor, stoga takvi prihodi bez čestih ulaganja donose priliku za lagodniji i sigurniji život.

Nemoguće je zanemariti činjenicu da je dugoročno planiranje u turizmu povezano s reakcijama lokalnog stanovništva prema istom. Turizam se može razvijati samo u slučaju kada lokalno stanovništvo ima pozitivan stav prema njemu i kada shvaća svoju ulogu u tom procesu. Turizam uvelike utječe na otvaranje novih radnih mjesta tijekom sezone, oživljavanje zapuštenih objekata i poboljšanje društvenog života, pa lokalni stanovnici na taj način vide nove poslovne mogućnosti u turizmu i motivirani su istražiti više o tome¹⁹.

Danas više nije dovoljno ponuditi samo sunce i more za kvalitetan i ispunjen odmor turista jer suvremeni turizam pokazuje da je pozicija pojedine destinacije na tržištu u izravnoj vezi s količinom i kvalitetom rekreativnih, zabavnih i komplementarnih sadržaja kojima određena destinacija raspolaže²⁰.

19 Bandalović, G: Percepcija turizma kod lokalnog stanovništva Šibenskog primorja – primjer primoštana [Internet], raspoloživo na: https://www.google.com/search?xsrf=ALeKk00ZGHknrWowCOH-xGABtinkK-jGBQ:1629910007977&q=Titius+2014+08+Bandalovic.pdf&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwiGuKn4z8zyAhVh_rsIHe04APEQBSgAegQIARAz&biw=1536&bih=754, [28. 06. 2021.]

20 Ibid

2.4. Digitalna transformacija kao prilika za razvoj ruralnih područja

Digitalne tehnologije omogućuju lakše i brže povezivanje te prevladavanje zemljopisnih i vremenskih ograničenja. Nova tehnološka revolucija može djelovati poticajno na razvoj ruralnih područja i financiranje razvoja dosad neviđenom brzinom i razmjerom²¹.

U nastavku su analizirane mogućnosti razvoja ruralnih područja kroz digitalizaciju sektora od strateške važnosti za ruralni razvoj, poput poljoprivrede i poduzetništva.

2.5. Digitalizacija strateških sektora za ruralni turizam

Poljoprivreda je postala informacijski intenzivan sektor, koji se oslanja na beskonačan broj izvora široko rasprostranjenog "lokalno kontekstualiziranog znanja". Digitalne tehnologije omogućuju rast životnog standarda jer stvaraju nove poslovne mogućnosti malim proizvođačima i malim poduzećima olakšavajući im pristup tržištu roba i usluga, osnovnim uslugama potrebnima za poslovanje (poput stručnog osposobljavanja ili financijskim uslugama) te pristup informacijama o tržišnim uvjetima. Poboljšanje poslovnog okruženja za ruralne proizvođače na način koji im omogućava sudjelovanje na lokalnim, nacionalnim i međunarodnim tržištima ključni je pokretač ruralnog ekonomskog razvoja²².

Tržišne prognoze za sljedeće desetljeće sugeriraju da će „digitalizirana poljoprivredna revolucija“ biti najnoviji pomak koji bi mogao osigurati da poljoprivredni sektor u budućnosti zadovolji potrebe globalnog stanovništva. Digitalizirana poljoprivreda stvorit će visokokvalitetne produktivne sustave, anticipativne i prilagodljive promjenama kao što su one uzrokovane klimatskim promjenama. To bi pak moglo dovesti do veće sigurnosti opskrbe hrane, veće profitabilnosti i održivosti tog sektora.

21 He, X. (2019). Digital entrepreneurship solution to rural poverty: theory, practice and policy implications. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 24 (1), str. 32.

22 Engelhard J. R. (2000). Information and communication technologies: technical, political and institutional trends and their implications for national agricultural systems in ACP countries. Paper presented at CTA Seminar, Information for Agricultural and Rural Development in ACP countries: Emerging Stakeholders, New Media and Priority Themes [Internet], raspoloživo na: <http://www.contactivity.com/~contact/index.php/filemanager/list/1/> [01. 07. 2021.]

Mnogo je različitih primjena digitalnih tehnologija u poljoprivredi koje su poboljšale učinkovitost i poljoprivrednu proizvodnju. Primjerice, digitalne i ostale tehnologije koriste se kao dio poljoprivrednih sustava koji kontroliraju okoliš za optimalan rast biljaka. Meteorološki uredi koriste napredne alate temeljene na digitalnim i informacijsko - komunikacijskim tehnologijama kako bi informirali javnost o vremenu, bilo u obliku društvenih medija, mobilnih aplikacija ili slično. Ukratko, danas su dostupni digitalni alati koji poljoprivrednicima omogućuju pristup informacijama o tome kako poboljšati svoje poljoprivredne tehnike i metode, kako predvidjeti vremenske uvjete i druge čimbenike relevantne u poljoprivredi²³.

Tržište poljoprivrednih dobara fragmentirano je, netransparentno te poljoprivrednici nerijetko nemaju kvalitetne i potpune informacije. Posrednici na tržištu imaju bolji pristup informacijama, a time i snažnu tržišnu moć te dominiraju tržišnim uvjetima. Prije širenja mobilne mreže, poljoprivredni proizvođači često nisu bili svjesni različitih cijena i morali su se oslanjati na osobne informacije trgovaca i agenata kako bi utvrdili hoće li, kada, gdje ili za koju cijenu prodati svoje usjeve. Kašnjenja s dobivanjem ovih podataka ili pogrešno tumačenje rabljenih podataka o cijenama imaju ozbiljne posljedice za poljoprivredne proizvođače i njihove odluke o cijenama proizvoda, količinama isporuke i pravovremenosti isporuke. Nadalje, pored informacija o cijenama i uvjetima na tržištu potrebne su i druge informacije kako bi proizvođači mogli donijeti informiranu odluku o prodaji svojih dobara. Poljoprivrednici se suočavaju s nizom potencijalnih proizvodnih tehnologija i praksi koje mogu izabrati, ovisno o njihovim potrebama, uvjetima, preferencijama i specifičnim rizicima. Kako bi donijeli odluku o mogućnostima primjene tehnologija, poljoprivrednici moraju imati informaciju koje su tehnologije dostupne; kolika je korisnost tih tehnologija; i moraju ih znati učinkovito koristiti²⁴. Pravovremen pristup novim informacijama koje mogu prerasti u nova znanja važan je osobito ako je riječ o uzgoju nekih osjetljivih biljnih vrsta. Razvoj IKT i digitalnih tehnologija omogućio je stvaranje novih kanala dijeljenja informacija, a samim time, informacije koje se dijele mogu biti detaljnije, bolje objašnjene i korisnije.

23 1. Međunarodna znanstveno – stručna konferencija za razvoj ruralnog turizma (2020): Održivi i odgovorni razvoj u ruralnom turizmu, Zagreb. str. 109.

24 Bahrami, R. (2010). Main Challenges in rural development over Iran (Case study Kurdistan province). Geographical research, 25 (98), str. 125.

Poljoprivrednici često trebaju informacije o biljnim bolestima i meteorološke podatke. Bez takvih informacija nisu u mogućnosti primijeniti pravovremene mjere za podmirivanje gubitaka zbog eventualnih klimatskih šokova. Sustavi ranog upozorenja privlače sve veći interes, uključujući modele koji podižu svijest javnosti o upozorenjima na sušu, izbijanju štetnika ili otkrivanju šumskih požara, te na taj način dionicima daju dovoljno vremena da reagiraju na nove prijetnje. Digitalni alati služe kao okosnica sustava ranog upozoravanja za ublažavanje tih rizika i zaštitu prihoda. Osim za sustav upozorenja, digitalni alati mogu se primijeniti na sustave za navodnjavanje poput pumpi koje se mogu automatizirati i kontrolirati putem mobilnih telefona. Prijevoz proizvoda često zahtijeva koordinaciju između proizvođača, prijevoznika i, povremeno, vlasnika skladišta i trgovaca. Digitalne tehnologije olakšavaju koordinaciju i logistiku te poboljšavaju upravljanje poljoprivrednim lancem opskrbe²⁵.

Nužni uvjeti za digitalizaciju poljoprivrede, između ostalog, uključuju pristup internetu i popratnim tehnologijama, pristup obrazovanju i stručnom usavršavanju s ciljem stjecanja novih informacija i nužnih vještina među ruralnim stanovništvom te politike i programe koji potiču razvoj digitalizirane poljoprivrede i digitaliziranog poduzetništva. U cilju iskorištavanja novih IKT i digitalnih tehnologija zemlje u razvoju usmjeravaju se na razvoj infrastrukture i širenje informacijskih i komunikacijskih usluga od urbanih središta do periferije.

Digitalizacija je visoko učinkovita strategija rasta za poduzeća na tržištima u razvoju te se u mnogim zemljama unapređenje poduzetničkih aktivnosti smatra strategijom za povećanje nacionalne produktivnosti i otvaranja novih radnih mjesta, što također poboljšava njihovu ekonomska neovisnost. Ruralno poduzetništvo definira se kao „stvaranje nove organizacije koja uvodi novi proizvod, usluge, stvara novo tržište ili koristi novu tehnologiju u ruralnom okruženju“²⁶. Poduzetništvo i turizam pokretači su gospodarskog rasta u ruralnim područjima, što ukazuje na to da su stalni izazovi s kojima se suočavaju tradicionalni ruralni sektori i budući uspjeh ruralnih gospodarstava neraskidivo povezani sa sposobnošću razvoja inovacija i identificiranje novih poslovnih mogućnosti koje stvaraju radna mjesta i prihode u tim područjima.

25 1. Međunarodna znanstveno – stručna konferencija za razvoj ruralnog turizma (2020): Održivi i odgovorni razvoj u ruralnom turizmu, Zagreb. str. 110.

26 Wortman, Jr M.S. (1990). Rural entrepreneurship research: An integration into the entrepreneurship field. *Agribusiness*, 6 (4), str. 329.

Kao jedna od najpropulzivnijih industrijskih grana sa značajnim ekonomskim rezultatima, turizam ima važnu ekološku dimenziju te se danas sve češće analizira turizam u funkciji cjelokupnog održivog razvoja. Jedan od preduvjeta za razvoj turizma je zdravo prirodno i društveno okruženje, što je također uključeno u koncept održivog razvoja.

Kao što je već rečeno ruralni turizam je specifičan oblik turizma koji uključuje složenost svih aktivnosti i aspekata integriranog turističkog proizvoda poput rekreacije na selu, uživanja u okolišu i miru ruralnih područja, uživanja u prirodi, nacionalnim parkovima kao i parkovima prirode, kulturni turizam, turizam na seoskim domaćinstvima. U ovom obliku turizma također postoji snažan kulturni i obrazovni element stoga što pruža korisnicima personalizirani kontakt, osjet fizičkog i ljudskog okoliša na selu i omogućuje im sudjelovanje u aktivnostima, tradiciji i načinu života lokalnog stanovništva. S obzirom na globalnu ekonomsku dinamiku, planiranje i programiranje razvoja održivog ruralnog turizma predstavlja jedan od novih izazova za jačanje i revitalizaciju područja koja inače nisu konkurentna²⁷.

Izbor turističke destinacije kognitivni je proces, ali istodobno postoje prisutne emocionalne i hedonističke potrebe koje također mogu zahtijevati ispunjenje²⁸. Kognitivni i afektivni procesi uključuju uklanjanje destinacije tijekom konačne odluke i odabir destinacije koja najbolje odgovara potrebama potrošača²⁹. Potražnja za uslugama u ruralnom turizmu i sve veća želja ljudi za provođenjem vremena na otvorenom, sudjelovanjem u tradicionalnim običajima i kušanjem autohtone hrane potiču sve više poduzetnika da započnu vlastiti posao u ruralnim područjima. Ruralni turizam smatra se učinkovitim izvorom prihoda i zapošljavanja, posebno u rubnim ruralnim područjima gdje su tradicionalne agrarne industrije u padu.

Turistički kupci komuniciraju s različitim izvorima informacija uključujući usmenom predajom, novinskim izvještajima, blogovima, oglašavanjem u putničkim agencijama i pomoću kojih razvijaju niz očekivanja i nekih uvjerenja o destinaciji koju namjeravaju posjetiti. Iako su društveni mediji u turističkoj industriji posljednjih godina privukli veliku pozornost, marketinški

27 1. Međunarodna znanstveno – stručna konferencija za razvoj ruralnog turizma (2020): Održivi i odgovorni razvoj u ruralnom turizmu, Zagreb. str. 110.

28 Crompton, J. (1992). Structure of vacation destination choice sets. *Annals of Tourism Research*, 19 (3), str. 420.

29 Seddighi, H. R., Theocharous, A. L. (2002). A model of tourism destination choice: A theoretical and empirical analysis. *Tourism Management*, 23 (5), str. 475.

menadžeri u destinaciji ne bi smjeli zanemariti marketinšku komunikaciju putem tradicionalnih medija jer su oni još važniji kada turisti biraju turističke destinacije. Kada se govori o ruralnom turizmu općenito kao tržišnom segmentu u nastajanju, promocija i komunikacija predstavljaju važan element uspjeha. No, obrazovanje poduzetnika u ruralnim područjima čini se od najveće važnosti. Osobito u zemljama koje nemaju mnogo iskustva s ruralnim turizmom, važno je osigurati adekvatne programe obrazovanja i usavršavanja te promovirati ovaj tip turizma kao opciju koja nosi velik potencijal razvoja³⁰.

2.6. Nacionalne politike razvoja ruralnog turizma

Razvoj ruralnog turizma posebno usmjeren na agro ili farm turizam, predmet je politike velikog broja europskih država koje za cilj imaju unaprjeđenje globalnog društvenog i ekonomskog razvoja ruralnog područja koja uglavnom pate od negativnih trendova depopulacije i deagrarizacije. Pri tome, najčešće se primjenjuju sljedeće mjere politike usmjerene razvoju ruralnog turizma:³¹

Razvoj ruralnog turizma posebno usmjeren na agro ili farm turizam, predmet je politike velikog broja europskih država koje za cilj imaju unaprjeđenje globalnog društvenog i ekonomskog razvoja ruralnog područja koja uglavnom pate od negativnih trendova depopulacije i deagrarizacije.

- Administrativna pomoć koja uključuje jeftiniji, brži i lakši pristup potrebnim informacijama;
- Bolja zakonska regulativa;
- Osposobljavanje;
- Brojne edukativne institucije daju programe prilagođene potrebama potencijalnih pružatelja turističkih usluga;

30 1. Međunarodna znanstveno – stručna konferencija za razvoj ruralnog turizma (2020): Održivi i odgovorni razvoj u ruralnom turizmu, Zagreb, str. 111.

31 Petrić, L. (2006): Izazovi razvoja ruralnog turizma - dosadašnja praksa u Europi i reperkusija na Hrvatsku, Ekonomski fakultet, Split, str. 15-16

- Oporezivanje i financije: teži se poreznom sustavu koji će olakšati život seoskim gospodarstvima kao i drugim poduzećima povezanim s turističkim aktivnostima u ruralnim područjima;
- Lakši pristup financijama: nužno je olakšati pristup novčanim potporama, strukturnim fondovima, povoljnim bankovnim kreditima;
- Onim regijama u kojima su depopulacijski procesi izraženiji u odnosu na ostale, nužno je omogućiti posebne poticaje;
- Izgradnja potrebne infrastrukture;
- Marketing.

3. ANALIZA IMOTSKE KRAJINE

3.1. Geografske karakteristike Imotske krajine

Kao što je već spomenuto kroz rad, Imotska krajina je zemljopisno područje u Zagori, istočno od Sinjske krajine i Omiške krajine, zapadno od Vrgoračke krajine. Tlo je na prostoru Imotskog polja plodno i bogato vodom, dok okolna brda Imotske krajine većinom imaju polu - plodnu zemlju s povremenim nedostatcima vode. Najpoznatija planina je Biokovo koje je ujedno i granica obale i Imotske krajine. Najveća rijeka je Vrljika koja teče Imotskim poljem, a dragulji Krajine su Crveno i Modro jezero koja se nalaze iznad Polja. Također manje poznata jezera su Prološko blato i Galipovac³².

3.2. Cestovna mreža

Najvažnije prometnice za područje Imotskog su autocesta A1 koja završava kod Ploča, odnosno državna cesta D76 od čvorišta Zagvozd prema Imotskom i granici BiH (Vinjani Gornji). Osim ovih prometnica, važna je i državna cesta D39 od Ciste Provo do spajanje na A1 na čvorištu Šestanovac kao i državna cesta D60 (Kamenmost – Grubine – Kljenovac – Lovreć - Cista Provo - Trilj).

Općenito govoreći, uz državne i županijske ceste nema dovoljno pratećih uslužnih objekata (stajališta/odmorišta, ugibališta, biciklističkih i pješačkih staza) što ugrožava sigurnost prometa, a nepovoljno se odražava i na razvoj turizma. Također, ovo područje karakterizira i poprilično velik broj cestovnih prometnica koje su dio mreže razvrstanih lokalnih cesta. Većina lokalnih cesta je u jako lošem stanju. Kada je riječ o prometnoj povezanosti Imotske krajine sa ostatkom SDŽ, može se reći da nema nedovoljno dobru cestovnu povezanost sa ostatkom države kao i s glavnim turističkim tržištima srednje i zapadne Europe³³.

32 Imotska krajina [Internet], raspoloživo na: https://hr.wikipedia.org/wiki/Imotska_krajina, [02. 07. 2021.]

33 Kust, I., Boranović Živoder, S. (2018): Akcijski plan razvoja turizma Imotske krajine, Institut za turizam, Zagreb. str. 12-13.

3.3. Gospodarstvo

Gospodarstvo Imotske krajine se nalazi u relativno nepovoljnoj situaciji jer dominira primarni sektor (osobito poljoprivreda) čiji proizvodi sadržavaju nizak udio dodane vrijednosti. Istodobno gospodarstvo ovoga područja karakterizira nizak udio prerađivačke industrije i slabo razvijen tercijarni sektor. Izuzetak od ovoga su trgovina i građevinarstvo. Poljoprivreda je tradicionalno jedna od ključnih gospodarskih grana Imotske krajine. Plodno tlo i brojni izvori vode u Imotskom polju pogoduju poljodjelstvu (osobito žitarice i vinogradarstvo, a u novije vrijeme i lavanda), dok je na krškim područjima uglavnom zastupljeno stočarstvo (ovce i koze). U cijelom području je zastupljen i velik broj građevinskih obrta, ponajviše zahvaljujući iskustvima koja su građani Imotskog stekli tijekom privremenog rada u inozemstvu (posebice Njemačkoj) tijekom prošlog stoljeća. Trgovina je na cijelom području oduvijek bila jedna od glavnih djelatnosti koja je zapošljavala veliki broj stanovnika. Tijekom 1990.-ih je došlo do opadanja trgovačke djelatnosti, najviše zbog tzv. „meke granice” s Hercegovinom, no ta se situacija u zadnje vrijeme poboljšala (reguliranja pravila graničnih prijelaza/carina) pa je trgovina opet jedna od ključnih nositelja razvoja ovog prostora³⁴.

3.4. Komunalna infrastruktura

Stanje komunalne infrastrukture na području Imotske krajine nikako se ne može ocijeniti zadovoljavajućim³⁵.

3.5. Vodoopskrba i odvodnja

Vodoopskrba grada Imotskog temelji se na korištenju vode sa izvora Opačac (rijeka Vrljika) kao i dva trajna izvora: Jauk i Utopišće. Izgrađene su crpne stanice Opačac i Kosmatovac, dok su crpne stanice Karin i Poljica u izgradnji. Izvorište Opačac je dio vodoopskrbnog sustava „Grupni vodovod Imotski“ koji osigurava opskrbu pitkom vodom i ostalih općina ovog područja. Kad je riječ o odvodnji otpadnih voda, u gradu Imotski nalazi se 20 godina staro postrojenje za

34 Kust, I., Boranović Živoder, S. (2018): Akcijski plan razvoja turizma Imotske krajine, Institut za turizam, Zagreb. str. 13-14.

35 Ibid

pročišćivanje otpadnih voda, minimalne funkcionalnosti. Priključenost na sustave odvodnje i pročišćivanja po gradovima/općinama Imotske krajine je sljedeće: Imotski – 34 %, Proložac – 7 %, odnosno Zagvozd – 18 %. Posebno valja naglasiti da naselja u općinama Runovići, Podbablje, Zmijavci, Lovreć, Cista Provo i Lokvičići nemaju nikakav sustav za zbrinjavanje/pročišćavanje otpadnih voda. Septičke jame i direktno ispuštanje nepročišćenih ili onečišćenih voda u okoliš, osobito u krškom reljefu s poroznim tlom, predstavljaju jedan od najvećih uzroka onečišćenja. Slično kao i kod vodoopskrbe, problemi povezani sa odvodnjom otpadnih voda mogu biti ograničavajući faktori željenog turističkog razvoja.

3.6.Elektroenergetika

Elektroenergetska infrastruktura na području cijele Splitsko-dalmatinske županije, pa tako i Imotske krajine u relativno je dobrom stanju. Pet hidroelektrana na Cetini proizvodi 24% ukupne proizvodnje električne energije u Hrvatskoj.³⁶

3.7.Zaštićena prirodna baština

U Imotskoj krajini se nalazi veći broj zaštićenih dijelova prirodne baštine (slika 2), od kojih treba istaknuti: planinski masiv Biokova (Park prirode), rijeka Vrljika - izvor (Posebni ihtiološki rezervat), Imotska jezera – Gaj (Zaštićeni krajolik), Prološko blato (Zaštićeni krajolik), Crveno jezero (Spomenik prirode – geomorfološki) te Modro jezero (Spomenik prirode – geomorfološki).

36 Kust, I., Boranović Živoder, S. (2018): Akcijski plan razvoja turizma Imotske krajine, Institut za turizam, Zagreb. str. 14.



Slika 2. Zaštićena prirodna baština

Izvor: Strategije razvoja ruralnog turizma Splitsko – dalmatinske Županije, (2009), <http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/ruralni-turizam-strategija.pdf>

Park prirode Biokovo:³⁷

- Prostor od prijevoja Dupci- (Vrulja) do naselja Drašnice i Gornje Igrane površine 19.550 ha.
- Sadrži rezervate šumske vegetacije, bogat je biljnim vrstama i faunom. U znatnom broju zastupljeni su zanimljivi i atraktivni geomorfološki oblici (ponori, spilje, jame)
- Ulaz u parka je s ceste Makarska – Vrgorac i preko označenih planinskih staza.
- Zbog atraktivnosti Park je izuzetno privlačan kako sportašima (zaletišta za paraglajdere, alpinisti, speleolozi, planinari) tako i turistima i izletnicima.
- Crkvice - svetište Sv. Jure na istoimenom vrhu je privlačna vjernicima u vrijeme određenih vjerskih blagdana.

³⁷ Strategije razvoja ruralnog turizma Splitsko – dalmatinske Županije (2009): Turistička zajednica Splitsko – dalmatinske Županije [Internet], raspoloživo na: <http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/ruralni-turizam-strategija.pdf> [05. 07. 2021.]

Tablica 1. Zaštićena prirodna baština

Zaštićeni krajolik	
Kanjon Cetine	● Kanjon od ušća uzvodno do Radmanovih mlinica cca (8 km), najizrazitiji od geomorfoloških fenomena Cetine. Usječen u vapnenačku podlogu između Mosora i Omiške Dinare tvori kanjonske strane i do 300 m visine. ● Od velike znanstvene vrijednosti kao primjer stalnog postojanja površinskog toka u kršu i djelovanja diferencirane erozije. ● Uzvodno, kod Radmanovih mlinica, postoji pravi fluvijalni ambijent. Rijeka je okružena bujnim zelenilom, mjestimično posve mirna, s više prekrasnih otočića.
Prološko blato (jezero)	● Poplavno područje u dijelu Imotskog polja, dio godine pod vodom, a mali dio pod vodom cijele godine (Prološko jezero). ● Tipičan primjer poplavnih krških polja u Dalmaciji, kakva su uglavnom uništena odvodnjom u svrhu proširenja poljoprivrednih površina. ● Visoke estetske i ekološke vrijednosti (obitavalište ptica močvarica, uglavnom na zimovanju i preletu). ● U krajobraznom smislu područje do sada nije oštećeno.
Imotska jezera – Gaj	● Značajni krajobraz obuhvaća geomorfološke spomenike prirode Modro i Crveno jezero, te veći kompleks zemljišta, uglavnom pod šumom crnog bora.
Izvor rijeke Rude	● Slikoviti riječni kanjon, te stara mlinica, najkarakterističnija su obilježja zaštićenog izvorišnog dijela rijeke
Kanjon Sutine	● Slikoviti kanjon i okolno područje u gornjem toku potoka Sutina, obraslo bjelogoričnom šumom

Potok Grab	● Pritok Rude, zaštićen zbog estetske vrijednosti izvora, gornjeg toka i područja oko mlinica. ● Stara mlinica, kao primjer pučke arhitekture, skladno se uklapa u prirodni predio
Potok Rumin	● Pritok Cetine, zaštićen zbog ljepote i krajobrazne vrijednosti izvorišnog dijela. ● Vrijednost prirodnog predjela dopunjena je starom mlinicom, koja se uklapa u krajobraz, kao tipičan primjer lokalne pučke arhitekture.
Posebni rezervat – ihtiološki:	
Izvor i gornji tok rijeke Jadro	● Vodotok rijeke Jadro od izvora do Uvodića mosta. ● Prisutna endemična podvrsta mekousne pastrve (<i>Salmothymus obtusirostris salonitana</i>), koja živi jedino na ovom lokalitetu, rijetka i potencijalno ugrožena.
Rijeka Vrljika	● Izvorišni dio i obalni pojas rijeke Vrljike od 100 m od izvora do mosta Perinuši. ● Više endemičnih rodova i vrsta riba, koji nisu svi ovi dovoljno proučeni. Osim mekousne pastrve (<i>Salmothymus obtusirostris</i>) zaštićena cjelokupna fauna i flora uključujući i rakove.
Geomorfološki spomenik	
Crveno jezero	● Jedinstvena prirodno-znanstvena pojava i primjer specifične hidrografije i morfologije našeg krša. Vapnenačke strane su gotovo sasvim okomite i djelomično crveno-smeđe boje, po čemu je dobilo ime. ● Duboko je cca 500 m, a od toga 320 m samo jezero. Dno je samo 19 m iznad razine mora te je jedan od najdubljih stalno potopljenih speleoloških objekata u svijetu.

Modro jezero	• Smješteno uz Imotski u provaliji dubokoj cca 200 m. i jama cca 800 x 500 m. • Dimenzije (800 x 500) promjenjive su tijekom godine, za velikih suša čak i presuši. U dnu se nalaze otvori koji se za vrijeme kiša ponašaju kao vrela, a u sušnom razdoblju kao ponori.
--------------	--

Izvor: PP SDŽ, DZZP, <http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/ruralni-turizam-strategija.pdf>

Osim ovog UNESCO zaštićenog lokaliteta, područje Imotske krajine krasi i veliki broj kulturno - povijesnih spomenika zaštićenih u Registru kulturnih dobara RH te u prostornim planovima JLS ovog područja.

Konačno, kad se govori o nematerijalnoj kulturnoj baštini Imotske krajine, svakako treba istaknuti da je riječ o području poznatom po vjekovnoj kulturi života i rada koje je iznjedrilo Imotsku gangu, korizmeno pjevanje (crkveno, zborsko i pučko), izreke, uzrečice te brojne priče i predaje (povijesne, mitske i demonološke), različite igre kao što su šijavica, pipavica pipa, arački - barački i šuša-vuk, zdravice, brojalice i rugalice odnosno poslovice.

3.8.Klima

Klima Imotske krajine pod glavnim je utjecajem mediteranskih zračnih strujanja koja zahvaljujući otvorenosti dopiru iz doline Neretve. Područje ima izmijenjenu sredozemnu klimu koja je karakteristična za dalmatinsku Zagoru. Karakteriziraju je duga i vruća ljeta, te blage i kišovite zime. Bura zimi preko bosanskih planina u ovaj kraj donosi hladni zrak i niske temperature, iako je posljednjih godina klima sve blaža. Posljedica takvih klimatskih uvjeta su zasađene plantaže maslina koje su primjetne na rubnim dijelovima Imotskog polja³⁸.

38 Dragun V., Ujević B. (2014): Legende Imotskog krša, Zagreb/Split, raspoloživo na: <https://www.azoo.hr/app/uploads/uvezeno/datoteke/imotski-krš-1536879323.pdf>, str. 10. [05.07.2021.]

3.9.Vode

Za Imotsku krajinu najznačajniji vodni resursi su geološki raritet Crveno i Modro jezero, smješteni u neposrednoj blizini gradske jezgre Imotskog. Crveno jezero je poznato kao fenomen i globalna rijetkost jer je oblikom, bojom i postankom jedinstveno u svijetu. Nalazi se 1,5 km sjeverozapadno od Imotskog, a nastalo je urušavanjem podzemnih špilja ispunjenih vodom³⁹.



Slika 3. Crveno jezero

Izvor: Legenda o crvenom jezeru, <http://selo.hr/legenda-o-crvenom-jezeru/#!prettyPhoto/0/>

Njima valja pridodati i rijeku Vrljiku te brojna manja jezera. Vrljika je kraška rijeka ponornica u Imotsko - bekijskom polju. Izvire iz pet izvorišta smještenih na granici općine Proložac i grada Imotskog. To su Vučja Draga, Dva oka, Utopišće, Jauk i Opačac (najveći). Protječe kroz Imotsko polje kojim putem mijenja ime u Matica (od mjesta Zmijavci) i ponire na rubu Bekijskog polja - Šajinovac u Drinovcima, BiH. Duga je 20 km, a površina porječja iznosi 365 km²⁴⁰.

39 Kolovrat L., Delić Peršen M. (2008): Imotske modre vode, Imotski, raspoloživo na: <https://gorgonija.com/wp-content/uploads/2020/03/imotske-modre-vode.pdf>, str. 13. [05.07.2021.]

40 Vrljika [Internet], raspoloživo na: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Vrljika>, [06. 07. 2021]

4. RAZVOJ TURIZMA I TURISTIČKI SADRŽAJ U IMOTSKOJ KRAJINI

Turizam za Splitsko - dalmatinsku županiju predstavlja izuzetno važnu gospodarsku aktivnost i jedan od najvažnijih razvojnih prioriteta. Turistička aktivnost u pojedinim dijelovima Županije, osobito u jedinicama lokalne samouprave koja nemaju direktan kontakt s morem, još uvijek nije na zadovoljavajućoj razini. To se velikim dijelom odnosi i na cijelo područje Imotske krajine, područja koje u zadnjih nekoliko godina, posebno nakon probijanja tunela Sv. Ilija prema Makarskoj rivijeri, postaje sve atraktivnije za različite segmente turističke potražnje, kao i za potencijalne investitore u turistički sektor, osobito u sferi malog i srednjeg poduzetništva, a na što ukazuje nedavni porast izgradnje značajnog broja (luksuznih) kuća za odmor⁴¹.

Budući da se razvoju turizma na području Imotske krajine do danas nije pridavala dovoljna pažnja u usporedbi s priobalnim dijelovima države, ostvaruju se ekonomski učinci ispod razine koje bi ustvari mogli postići. S druge strane, uzimajući u vid činjenicu da resursi Imotske krajine potencijal za razvoj većeg broja izuzetno atraktivnih turističkih doživljaja, može se reći da se turizam na području Imotske krajine nalazi na svojevrsnoj razvojnoj prekretnici⁴²:

- ili će se, adekvatnom valorizacijom vrijedne i specifične resursno - atrakcijske osnove, zaštitom prostora kao primarnog resursa i primjerenim tržišnim pozicioniranjem, napraviti veliki iskorak u izradi turističke ponude cijelog ovog područja, čime će cijeli prostor Imotske krajine, osobito u kontekstu percepcije međunarodne potražnje, postajati atraktivna i dobro organizirana turistička destinacija privlačna sve brojnijim tržišnim segmentima tijekom većeg dijela godine,
- ili će cijelo ovo područje i dalje ostati podalje od glavnih turističkih tokova Županije, a što rezultira time da će se turizam razvijati uglavnom neplanski i uz daljnje zaostajanje u stupnju turističke i gospodarske razvijenosti.

Definiranje prioriteta aktivnosti u funkciji realizacije dugoročno zacrtanih smjernica razvoja turizma na području svih jedinica lokalne samouprave Imotske krajine trebalo bi predstavljati

41 Kust, I., Boranović Živoder, S. (2018): Akcijski plan razvoja turizma Imotske krajine, Institut za turizam, Zagreb. str. 4.

42 Ibid

jedan od bitnih preduvjeta u osiguravanju pretpostavki za dugoročno održiv, transparentan i društveno odgovoran turistički razvoj cijelog ovog područja.

O rastu turizma u Imotskoj krajini se u posljednje vrijeme dosta pisalo jer su u predsezonama brojke nagoviještale rekordnu turističku sezonu. Jedan od razloga povećanja broja obiteljskih kuća za odmor došlo je nakon otvaranja tunela Sveti Ilija čime se znatno poboljšala povezanost sa Makarskom Rivijerom. Također, Imočani su bili uspješni i po povlačenju sredstava iz europskih fondova. Poznati po svojoj snalažljivosti, Imočani su iskoristili sve prilike kako bi doveli turizam u svoje mjesto.

Prema posljednjim podacima iz 2019., u Imotskoj krajini je zabilježeno ukupno 27 933 noćenja, od toga 2 722 domaćih i 25 211 stranih turista⁴³.

Brojke za tu sezonu su izrazito povoljne. Sezona 2020. bila je nešto lošija, no može se zaključiti da upravo zbog pandemije, posjetitelji više preferiraju ruralne kuće za odmor nego prenapućenu primorsku obalu. Gradonačelnik Imotske krajine, Ivan u svojem govoru izvještava:

“Iako je razvoj turističkih sadržaja i ponuda Imotske krajine još uvijek uglavnom u početnoj i razvojnoj fazi, napravljeni su značajni iskoraci kojima svjedoče i rekordni dolasci i noćenja stranih i domaćih turista. Značajna stavka upravo je uspostavljanje zajedničke Turističke zajednice koja je ključan korak ka tržišnoj valorizaciji te turističkom brendiranju i prepoznatljivosti”⁴⁴.

Prethodna izjava objašnjava trenutno stanje turističkih sadržaja i aktivnosti. Nažalost, još uvijek nema konkretnih pothvata koji bi omogućili posjetiteljima kvalitetniji i ugodniji boravak u mjestu. U ljetnim mjesecima postoji par događanja koji mogu zaintrigirati sve, primjerice “Cvit razgovora” koji se održava 13. kolovoza. To je događaj namijenjen svima koji vole uživati uz čašu vina i razgovore s najbližima te se može izdvojiti kao hvalevrijedna manifestacija, no ipak, jedna od rijetkih. *Magic Time Vinyl Festival* također je jedna slična manifestacija u prirodi uz rijeku Vrljiku koja traje 3 dana i nerijetko završava u kasnim noćnim satima. No, kao što je navedeno, nema puno događanja za nabrojati. Osim nedostatka događanja u gradu, nedostaje i aktivnosti u prirodi. Neke od popularnih su “Ranč Medvidović” ili iznajmljivanje *quadova* s kojima se može

43 Državni zavod za statistiku [Internet], raspoloživo na: <https://www.dzs.hr/> [10. 07. 2021.]

44 Gradonačelnik. hr., (2020): raspoloživo na: <https://gradonacelnik.hr/vijesti/imotski-lani-su-imali-16-posto-vise-turistickih-dolazaka-i-30-posto-vise-nocenja/>, [15. 07. 2021.]

voziti oko Crvenog i Modrog jezera. Svakako, to nije dovoljno. Jedan od projekata koji bi zasigurno uveli živost u mjesto i za *lokalce*, bio bi avanturistički park. Za Imoćane bi to bio novitet u kojem bi svakako uživali, a za strance jedna od aktivnosti gdje mogu provesti dio vremena. Neke od usluga koje bi se, s obzirom na geografsko područje mogle realizirati su; *Zip line*, *quad safari*, *paintball* i divovska ljuljačka. Ruralna kuća za odmor je objekt u kojem OPG pruža uslugu smještaja i korištenja okućnice, opremljen da gost sam može pripremati i konzumirati hranu⁴⁵.

45 Narodne novine, (2015): Ministarstvo turizma, Narodne novine d.d. Zagreb, broj 85, raspoloživo na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_54_1408.html [06.07.2021.]

5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

U istraživanju je sudjelovalo 96 ispitanika (Tablica 2), gotovo podjednako muškaraca i žena. Približno 60 % u dobi je od 25 do 54,9 godina, što se smatra primarnim radnim kontingentom. Najviše ispitanika ima završenu srednju školu, gotovo 80 %, dok ostatak čine oni koji imaju završenu osnovnu školu (2,1 %) i visokoobrazovani ispitanici (18,8 %). Više od 52 % ispitanika zaposleni su, 21,9 % je nezaposlenih, a 15,6 % učenici su ili studenti. Istraživanje je provedeno u mjesecu lipnju. Mjerni instrument (upitnik) se provodio u formi ispisanog Word dokumenta. Prije ispunjavanja ankete, ispitanici su morali pročitati obavijest o informiranom pristanku, a suglasnošću za sudjelovanje smatralo se ispunjavanje upitnika.

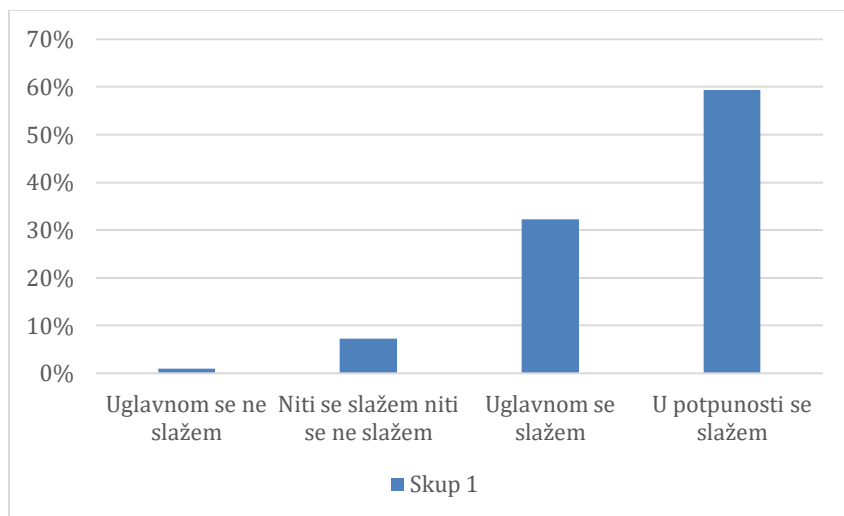
Tablica 2. Struktura uzoraka prema spolu, dobi, obrazovanoj razini i ekonomskoj aktivnosti

Varijabla	Modalitet	N	%
Spol	Muško	49	51,0
	Žensko	47	49,0
Dob	Od 15 do 24,9 godina	31	32,2
	Od 25 do 54,9 godina	57	59,4
	Više od 55 godina	8	8,3
Obrazovna razina	OŠ	2	2,1
	SSS	76	79,2
	VŠŠ/VSS	18	18,8
Ekonomska aktivnost	Zaposlen	50	52,1
	Nezaposlen	21	21,9
	Učenik / student	15	15,6

	Umirovljenik	4	4,2
	Ostalo	6	6,2

Izvor: izračun autora

Važna tvrdnja povezana s temom ovog rada bila je: *Turizam može značajno pridonijeti budućem razvoju Imotske krajine*. Više od 90 % ispitanika uglavnom se ili u potpunosti slaže s tvrdnjom da bi turizam mogao biti pokretač razvoja u Imotskoj krajini (Grafikon 1). Gotovo da nema ispitanika koji se ne slaže s tom tvrdnjom. Očito je da se turizam, zbog značenja koje ima u hrvatskom gospodarstvu, posebno u Primorskoj Hrvatskoj, i u Imotskoj krajini percipira kao izrazito važna djelatnost koja može doprinijeti razvoju tog područja.



Grafikon 1. Mišljenje ispitanika o turizmu kao čimbeniku razvoja Imotske krajine

Izvor: izračun autora

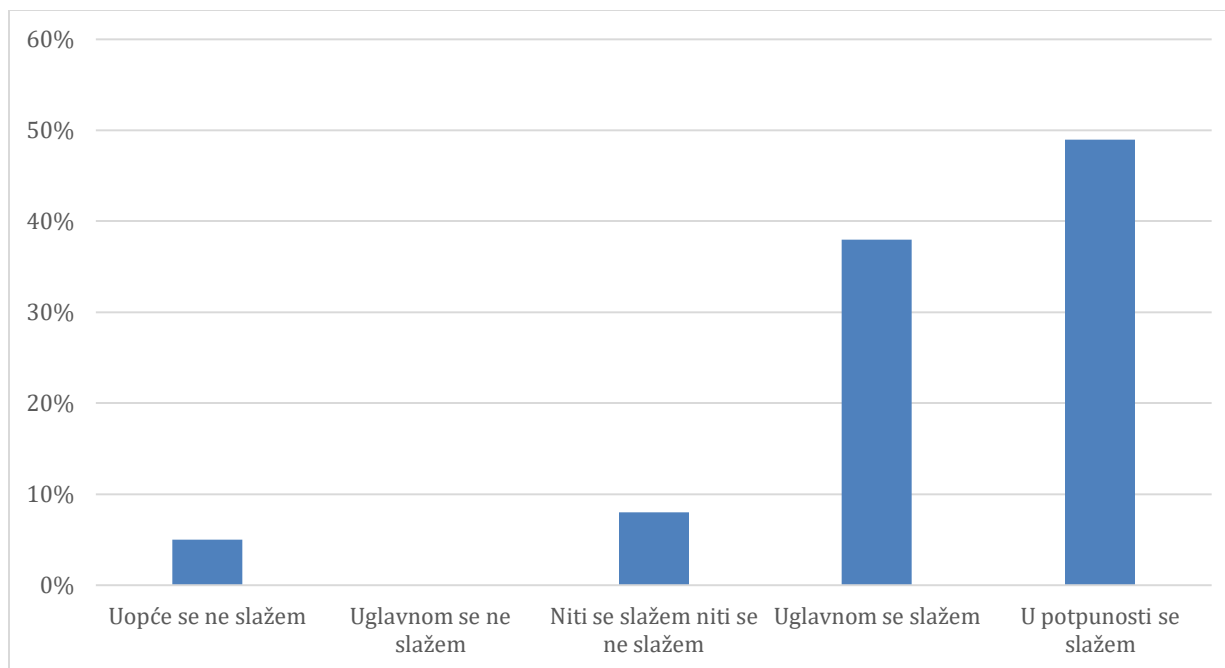
Kada je riječ o početku bavljenja ruralnim turizmom među anketiranim gospodarstvima 75% ih se počelo baviti u posljednje 4 godine, 10% ispitanika se počelo baviti ruralnim turizmom prije 5 - 9 godina, dok se 30% počeo baviti prije 10 - 20 godina (Tablica 3).

Tablica 3. Početak bavljenja ruralnim turizmom

	% ispitanika
Prije 0 – 4 godine	75%
Prije 5 – 9 godine	10%
Prije 10 – 20 godine	30%

Izvor: izračun autora

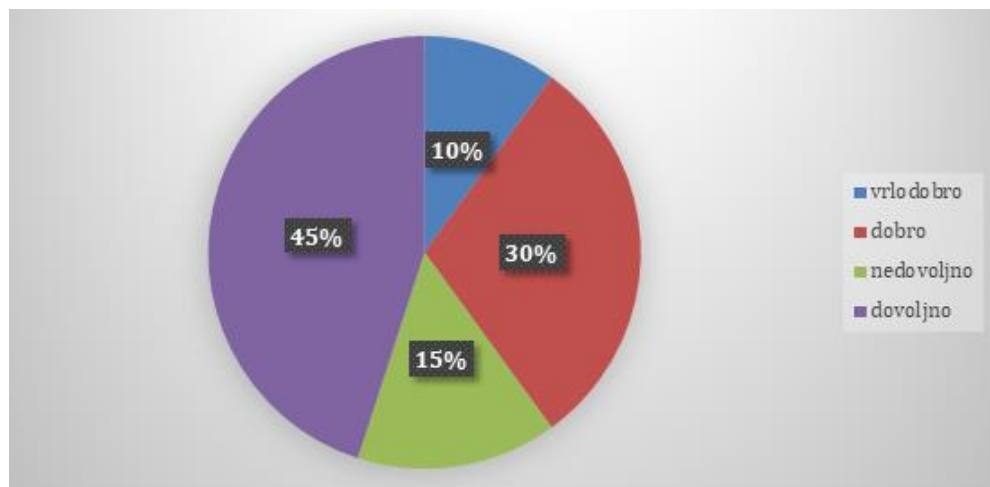
Tvrdnja čiji su odgovori prikazani na Grafikonu 2. jedna je od najučestalijih pitanja današnjice. Gotovo 90% anketiranih smatra da bi “jačanje” turizma smanjilo iseljavanje. Razumljiv je takav udio odgovora jer kad bi postojali uvjeti rada i zapošljavanja na prostoru Imotske krajine, zasigurno bi se stanovništvo manje iseljavalo. Nova radna mjesta u turizmu moguća su u turističkim agencijama, ugostiteljskim objektima i u OPG-ovima.



Grafikon 2. Mišljenje ispitanika o “jačanju” turizma i smanjenju iseljavanja iz Imotske krajine

Izvor: izračun autora

Kada je riječ o poznavanju zakonodavnog okvira ispitanici su odgovorili sljedeće (grafikon 3):



Grafikon 3. Poznavanje zakonodavnog okvira

Izvor: izračun autora

Često se postavljaju pitanja koji je način financiranja gospodarstva u razvoju ruralnog turizma, jesu li gospodarstvenici zadovoljni načinom na kojim im država pomaže da uspiju ostvariti svoje ideje i mnoge druge ambicije. Razgovarajući sa ispitanicima uočena su razna mišljenja. Mnogi od njih u RH ne žele ni pokušati ostvariti svoju budućnost, štoviše, mnogi od njih žele napustiti zemlju. Nažalost mladi, školovani, talentirani ljudi vide budućnost u drugoj državi poput Njemačke i slično. Promatrajući sva ta mišljenja jedino što se može zaključiti jest nezadovoljstvo i razočaranje građana. U tablici 4 prikazani su podaci o financiranju gospodarstva u posljednjih 7 godina.

Tablica 4. Financiranje gospodarstva u posljednjih 7 godina

	% ispitanika
Vlastita sredstva	80%
Krediti	75%
Državni poticaji	50%
EU fondovi	5%

Izvor: izračun autora

Prema provedenom istraživanju građani Imotske krajine navode neke od motiva za razvoj ruralnog turizma, neki od njih su:

- Dodatni izvori zarade,
- Ljubav prema selu i poljoprivredi,
- Očuvanje obiteljske tradicije,
- Lakši plasman vlastitih proizvoda.

Ono što građani smatraju bitnim da bi uspjeli na svojem poslovnom putu, odnosno u razvoju ruralnog turizma je prije sve ljubaznost i gostoprimstvo. Čak 95% ispitanika misli da je ljubaznost i gostoprimstvo ključan, pa čak i najvažniji, faktor uspjeha u ruralnom turizmu. Nakon toga slijedi kvalitetan proizvod i usluga, marketing, želja za ostankom u rodnoj grudi, rad, volja za radom, ljubav prema selu, ljubav prema poslu, potpora države i lokalne samouprave.

U tablici 5 prikazani su glavni čimbenici uspjeha u razvoju ruralnog turizma.

Tablica 5. Čimbenici uspjeha u razvoju ruralnog turizma

	% ispitanika
Ljubaznost i gostoprimstvo	95%
Kvalitetan proizvod i usluga	90%

Marketing	75%
Želja za ostankom u rodnoj grudi	75%
Rad	75%
Volja za radom	75%
Ljubav prema selu	70%
Ljubav prema poslu	60%
Potpore države i lokalne samouprave	40%

Izvor: izračun autora

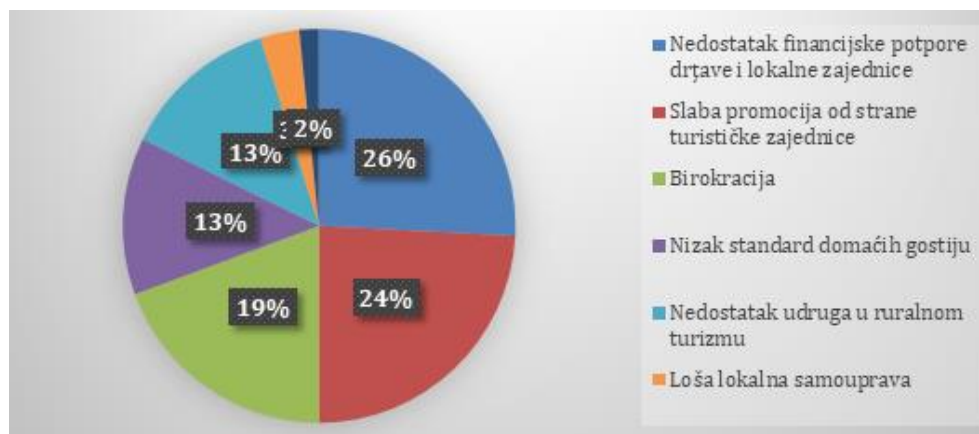
Prepreke koje ispitanici navode pri razvoju ruralnog turizma prikazane su u tablici 6.

Tablica 6. Prepreke za razvoj ruralnog turizma

	% ispitanika
Nedostatak financijske potpore države i lokalne zajednice	80%
Slaba promocija od strane turističke zajednice	75%
Birokracija	60%
Nizak standard domaćih gostiju	40%
Nedostatak udruga u ruralnom turizmu	40%
Loša lokalna samouprava	10%
Mentalitet ljudi Imotske krajine	5%

Izvor: izračun autora

Da bi ove podatke još upečatljivije prikazali to će biti učinjeno preko grafičkog prikaza (grafikon 4).



Grafikon 4. Prepreke za bavljenje ruralnim turizmom

Izvor: izračun autora

Svi anketirani ispitanici smatraju da im je potrebna pomoć u poslovanju. Potrebu za pomoći u marketingu i prodaji istaknulo je 60 % ispitanika, dok 55 % ispitanika smatra da im je potrebna pomoć u izradi web stranice i uključivanju u socijalne mreže. Pomoć u tumačenju zakona ističe 30 % ispitanika, dok 25 % ispitanika smatra da su to savjeti glede suvremenih dostignuća u poljoprivrednoj proizvodnji; 20 % ispitanika smatra da im je potrebna pomoć u komunikaciji s turistima, računovodstvu i vođenju knjiga, izradi projektnih prijedloga te u vidu savjetovanja za ekološku proizvodnju. Kulinarske vještine kao potrebnu pomoć u poslovanju navelo je 15 % ispitanika (Tablica 7.).

Tablica 7. Potrebna pomoć u poslovanju

	% ispitanika
Marketing i prodaja	60%
Izrada web stranice i uključivanje u socijalne mreže	55%
Tumačenje zakona	30%
Savjeti glede suvremenih dostignuća u poljoprivredi	25%
Komunikacija sa turistima	20%
Računovodstvo i vođenje knjiga	20%
Izrada projektnih prijedloga	20%
Savjetovanje za ekološku proizvodnju	20%
Kulinarske vještine	15%

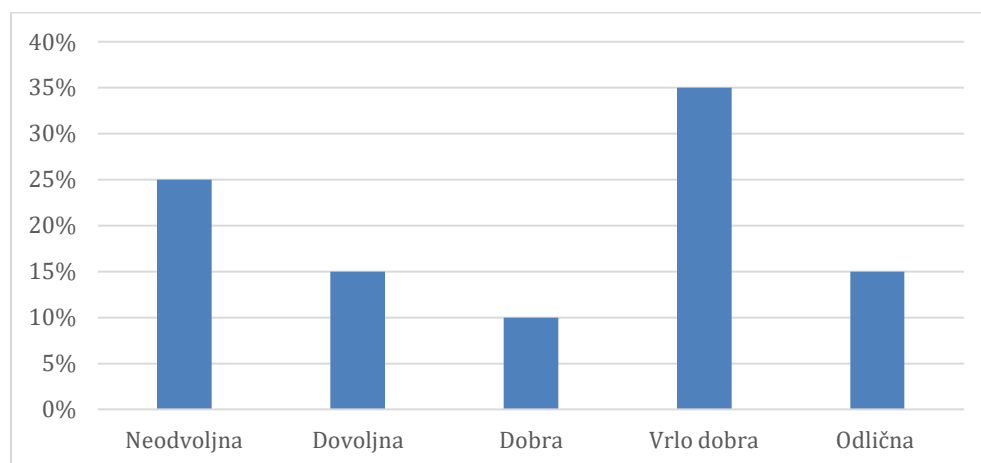
Izvor: izračun autora

Lokalna je razina temeljna razina samouprave. U tom smislu u suvremenoj upravnoj teoriji, važna je činjenica da lokalna samouprava u suvremenom svijetu ima sve veću važnost u višerazinskom konceptu vlasti, koji počinje od države, preko lokalne i područne (regionalne) samouprave, sve do submunicipalnih oblika organizacije prostora.

Kao što je poznato, radikalna zaokret u organizaciji lokalne samouprave u Republici Hrvatskoj dogodio se 1992. godine donošenjem Zakona o lokalnoj samoupravi i upravi kojim je u potpunosti zamijenjen komunalni sustav koji je bio obilježje dotadašnjeg teritorijalnog uređenja države. Kao temeljne jedinice lokalne samouprave utvrđene su općine i gradovi, dok su županije utvrđene kao jedinice lokalne uprave i samouprave. Navedeni je Zakon višekratno noveliran jer su nastale

tektonske promjene u okruženju u kojem živimo i one su svoj logični odraz pronašle i u modalitetima organizacije hrvatskog teritorija⁴⁶.

U anketnom istraživanju postavljeno je i pitanje o suradnji sa lokalnom samoupravom. Dobiveni rezultati prikazani su pomoću grafikona.



Grafikon 5. Suradnja sa lokalnom samoupravom

Izvor: izračun autora

⁴⁶ Lozina D., Juras D., (2019): Neke karakteristike lokalne samouprave na prostoru Imotske krajine i otoka Brača, Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, str. 817-818

6. ZAKLJUČAK

U radu je istražena problematika i mogućnost razvoja ruralnog turizma na području Imotske krajine. Problemi koji opterećuju Imotsku krajinu, poput gubitka stanovništva, manjka radnih mjesta i sl., utjecali su na promišljanje o mogućnostima revitalizacije. S obzirom na geografski položaj, prometnu povezanost, prirodne značajke, kulturu življenja i ostalo, turizam se nameće kao jedna od mogućnosti unaprjeđenja gospodarske slike i kvalitete života lokalnog stanovništva. Jasno je da se ne može govoriti o velikom broju potencijalnih gostiju i masovnom turizmu, nego o ruralnom turizmu.

U Imotskoj krajini mogao bi se razvijati seoski turizam, gastronomski turizam, pojedini oblici pustolovnog turizma (temeljen na raftingu, trekingu, kanjoningu i sl.) te biciklizam. Zbog toga treba unaprjeđivati turističku ponudu i poticati oblike turizma koji mogu dovesti do postupnog gospodarskog oporavka.

Na temelju dobivenih rezultata moguće je zaključiti da najpovoljnije uvjete razvoja u Imotskoj krajini ima seoski turizam. Naime, uzimajući u obzir prirodne i društvene značajke, dosadašnji razvoj turizma te stavove ispitanika, jasno je da seoski turizam ima najbolje preduvjete razvoja. Lokalno stanovništvo smatra da turizam može značajno pridonijeti razvoju Imotske krajine, na što upućuje činjenica da se s tom tvrdnjom u potpunosti slaže gotovo 92 % ispitanika.

Jedna od preporuka za daljnji razvoj ruralnog turizma je osnivanje srednje turističke škole u Imotskom zbog nedostatka stručnih kadrova. Od ostalih poticajnih mjera bilo bi poželjno osnivanja jedinstvene turističke zajednice svih općina Imotske krajine kako bi lakše predstavljali i promovirali svoju ponudu potencijalnim gostima. Pruža se velika prilika i poljoprivrednicima, kako bi svoje proizvode razvojem ruralnog turizma ponudili kao dio jedinstvenog proizvoda Imotske krajine.

Može se reći da je upravo ruralni turizam jedan od bitnih čimbenika za ostanak mladih na rodnoj grudi i smanjenja broja nezaposlenih u Imotskoj krajini. Očekivanja od strane stanovništva Imotske krajine su velika. Nalazi istraživanja na terenu ukazuju kako glavni motivi trebaju biti ljubav prema selu, kvalitetan proizvod i usluga, gostoprimstvo i ljubaznost kako bi bavljenje ruralnim turizmom bilo uspješno i učinkovito. Nedostatak financijske potpore države i lokalne samouprave, slabu promociju i birokraciju ispitanici smatraju glavnim preprekama u razvoju

ruralnog turizma, a što bi prema mišljenju ispitanika trebalo imati vrlo veliku ulogu u razvoju Imotske krajine.

7. LITERATURA

Knjiga:

1. Međunarodna znanstveno – stručna konferencija za razvoj ruralnog turizma (2020): Održivi i odgovorni razvoj u ruralnom turizmu, Zagreb. str. 7.
2. Baćac, R. (2011): Priručnik za bavljenje seoskim turizmom- korak po korak od ideje do uspješnog poslovanja. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb. str. 16.
3. Bahrami, R. (2010). Main Challenges in rural development over Iran (Case study Kurdistan province). *Geographical research*, 25 (98), str. 125.
4. Crompton, J. (1992). Structure of vacation destination choice sets. *Annals of Tourism Research*, 19 (3), str. 420.
5. Franičević, V., Bartlett W., (2001), Small Firms Networking and Economics in Transition; An Overview of Theories, Issues and Policies, in Zagreb International Review of Economics and Business, Faculty of Economics Zagreb, str. 63.
6. He, X. (2019). Digital entrepreneurship solution to rural poverty: theory, practice and policy implications. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 24 (1), str. 32.
7. Jafari, J. (2000), *Encyclopedia of Tourism*. London: Routledge; New York: Routledge, str. 514.
8. Jelinčić, D. A. (2007). Agroturizam u europskom kontekstu. *Studia Ethnologica Croatica*, 19 (1), str. 269.
9. Kust, I., Boranović Živoder, S. (2018): Akcijski plan razvoja turizma Imotske krajine, Institut za turizam, Zagreb. Str. 4.
10. Kust, I., Boranović Živoder, S. (2018): Akcijski plan razvoja turizma Imotske krajine, Institut za turizam, Zagreb. Str. 12.-15.
11. Lozina D., Juras D., (2019): Neke karakteristike lokalne samouprave na prostoru Imotske krajine i otoka Brača, *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu*, str. 817.-818.
12. Lukić, A. (2010): O teorijskim pristupima ruralnom prostoru. *Hrvatski geografski glasnik*, 72 (2.), str. 56.
13. Ostroški, L. (2011). *Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. Kućanstva i obitelji*, str. 11.

14. Petrić, L. (2006): Izazovi razvoja ruralnog turizma - dosadašnja praksa u Europi i reperkusija na Hrvatsku, Ekonomski fakultet, Split, str. 15-16
15. Petrić, L.: Ruralni turizam – strategija razvoja ruralnih područja. Split, Ekonomski fakultet u Splitu. str. 29.
16. Rajko, M. (2013): Institucionalni model razvoja ruralnog turizma na primjeru Središnje Istre. Sveučilište u Zadru, Zadar, str. 50.
17. San Martin, H., Herrero, Á. (2012). Influence of the user's psychological factors on the online purchase intention in rural tourism: Integrating innovativeness to the UTAUT framework. *Tourism Management*, 22, str. 341.
18. Seddighi, H. R., Theocharous, A. L. (2002). A model of tourism destination choice: A theoretical and empirical analysis. *Tourism Management*, 23 (5), str. 475.
19. Tubić, D. (2015). Model razvoja ruralnog turizma Kontinentalne Hrvatske. Doktorska disertacija. Osijek, Ekonomski fakultet u Osijeku. str. 79.
20. Woods, M. (2005): *Rural Geography: Processes, Responses and Experiences in Rural Restructuring*. London: Sage Publications Ltd, str. 4.
21. Wortman, Jr M.S. (1990). Rural entrepreneurship research: An integration into the entrepreneurship field. *Agribusiness*, 6 (4), str. 329.

Pravilnik/Zakon:

1. Narodne novine, (2015): Ministarstvo turizma, Narodne novine d.d. Zagreb, broj 85, raspoloživo na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_54_1408.html [06.07.2021.]

Izvor s interneta:

1. Dinarsko gorje: Imotska krajina [Internet], raspoloživo na: <https://www.dinarskogorje.com/imotska-krajina.html>, [14. 06. 2021.]
2. Bandalović, G: Percepcija turizma kod lokalnog stanovništva Šibenskog primorja – primjer Primoštena [Internet], raspoloživo na: https://www.google.com/search?xsrf=ALeKk00ZGHknrWowCQH-xGABtinkK-jGBQ:1629910007977&q=Titius+2014+_08_+Bandalovic.pdf&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwiGuKn4z8zyAhVh_rsIHe04APEQBSgAegQIARAz&biw=1536&bih=754, [28. 06. 2021.]

3. Cimerfraj (2018): Što je seoski turizam i kako spojiti poljoprivredu s turizmom u Hrvatskoj [Internet], raspoloživo na: <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/seoski-turizam-hrvatska>, [14. 06. 2021.]
4. Dragun V., Ujević B. (2014): Legende Imotskog krša, Zagreb/Split, raspoloživo na: <https://www.azoo.hr/app/uploads/uvezeno/datoteke/imotski-krs-1536879323.pdf>, str. 10. [05.07.2021.]
5. Državni zavod za statistiku [Internet], raspoloživo na: <https://www.dzs.hr/> [10. 07. 2021.]
6. Engelhard J. R. (2000). Information and communication technologies: technical, political and institutional trends and their implications for national agricultural systems in ACP countries. Paper presented at CTA Seminar, Information for Agricultural and Rural Development in ACP countries: Emerging Stakeholders, New Media and Priority Themes [Internet], raspoloživo na: <http://www.contactivity.com/~contact/index.php/filemanager/list/1/> [01. 07. 2021.]
7. Gradonačelnik. hr., (2020): raspoloživo na: <https://gradonacelnik.hr/vijesti/imotski-lani-su-imali-16-posto-vise-turistickih-dolazaka-i-30-posto-vise-nocenja/>, [15. 07. 2021.]
8. Imotska krajina [Internet], raspoloživo na: https://hr.wikipedia.org/wiki/Imotska_krajina, [02. 07. 2021.]
9. Kolovrat L., Delić Peršen M. (2008): Imotske modre vode, Imotski, raspoloživo na: <https://gorgonija.com/wp-content/uploads/2020/03/imotske-modre-vode.pdf>, str. 13. [05.07.2021.]
10. Strategije razvoja ruralnog turizma Splitsko – dalmatinske Županije (2009): Turistička zajednica Splitsko – dalmatinske Županije [Internet], raspoloživo na: <http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/ruralni-turizam-strategija.pdf> [05. 07. 2021.]
11. Vrljika [Internet], raspoloživo na: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Vrljika>, [06. 07. 2021.]

8. SAŽETAK

Cilj: Glavni cilj završnog rada je bio prikazati razvoj ruralnog turizma na temu razvoj ruralnog turizma u Imotskoj krajini, odnosno stanje i mogućnosti razvoja ruralnog turizma te probleme koji se javljaju.

Metode i ispitanici: Prilikom izrade završnog rada koristile su se različite web stranice te znanstveni radovi. Također je provedeno istraživanje na terenu na temu „razvoj ruralnog turizma u Imotskoj krajini“. Istraživanje putem anketnog upitnika provedeno je da bi se saznalo mišljenje lokalnog stanovništva o različitim aspektima razvoja ruralnog turizma u Imotskoj krajini. Sudjelovalo je 96 ispitanika muškog i ženskog spola. Može se zaključiti da je za sada najrazvijeniji seoski turizam. Lokalno stanovništvo smatra da turizam može imati veliku ulogu u budućem gospodarskom razvoju Imotske krajine i pozitivno percipira sve što je povezano s turizmom.

Ključne riječi: turizam, Imotska krajina, seoski turizam.

9. SUMMARY

Objective: The main objective of the final paper was to present the development of rural tourism in the region Imotski, the state and possibilities of rural tourism development and problems that arise.

Methods and respondents: During the preparation of the final paper, various websites and scientific papers were used. A short field research on "development of rural tourism in Imotski" was also conducted. The research refers to a survey to find out the opinion of the local population on various aspects of the development of rural tourism in the region of Imotski; 96 male and female respondents participated. It can be concluded that the rural tourism is the most developed for now. The local population believes that tourism can play a major role in the future economic development of region of the region of Imotski and positively perceives everything related to tourism.

Keywords: tourism, region of Imotski , rural tourism.

PRILOZI

ANKETNI UPITNIK

Upitnik je anonimn te možete slobodno odgovarati na postavljena pitanja.

Vaše odgovore, obradit ćemo na razini skupine, a dobivene rezultate koristiti isključivo u svrhu izrade završnog rada na Ekonomskom fakultetu u Splitu

Molimo Vas da iskreno odgovorite na pitanja!

Spol: M / Ž Dob: Obrazovna razina: Ekonomska aktivnost:

1. Turizam je glavni čimbenik razvoja Imotske krajine? (Zaokružite jedan od odgovora koji najbolje odražava Vaše mišljenje)
 - ☐ Uglavnom se ne slažem
 - ☐ Nisi se slažem niti se ne slažem
 - ☐ Uglavnom se slažem
 - ☐ U potpunosti se slažem

2. Kada ste se počeli baviti ruralnim turizmom? (Zaokružite jedan odgovor)
 - ☐ Prije 0 – 4 godine
 - ☐ Prije 5 – 9 godine
 - ☐ Prije 10 – 20 godine

3. “Jačanje” turizma može utjecati na pad iseljstva iz Imotske krajine? (Zaokružite jedan od odgovora koji najbolje odražava Vaše mišljenje)
 - ☐ Uopće se ne slažem
 - ☐ Uglavnom se ne slažem
 - ☐ Niti se slažem niti se ne slažem
 - ☐ Uglavnom se slažem

- U potpunosti se slažem

4. Kakvo je Vaše poznavanje zakonodavnog okvira (Zaokružite jedan odgovor)?

- Nedovoljno
- Dovoljno
- Dobro
- Vrlo dobro

5. Načini financiranja gospodarstva u ruralnom turizmu u posljednjih 7 godina. (moguće više odgovora)

- Vlastita sredstva
- Krediti
- Državni poticaji
- EU fondovi
- Ostalo, navesti

6. Što smatrate kao glavnim čimbenicima uspjeha u ruralnom turizmu (moguće više odgovora)?

- Kvalitetan proizvod i usluga
- Marketing
- Potpora države i lokalne samouprave
- Ljubav prema poslu
- Rad
- Ljubaznost i gostoprimstvo
- Timski rad (uključenost svih članova obitelji)
- Volja za radom, ljubav prema selu
- Organizacijske sposobnosti
- Ostalo, navesti _____

7. Što smatrate kao glavnim preprekama bavljenja ruralnim turizmom u Imotskoj krajini? (moguće više odgovora)
- Birokracija
 - Nedostatak financijske potpore (države i lokalne zajednice)?
 - Slaba promocija od strane turističke zajednice
 - Nizak standard domaćih gostiju
 - Nedostatak udruga u ruralnom turizmu
 - Nezainteresiranost gostiju
 - Slaba prometna povezanost
 - Ostalo, navesti
8. Koji su oblici pomoći potrebni pri poslovanju u ruralnom turizmu? (moguće odabrati više odgovora)
- Marketing i prodaja
 - Izrada web stranica i uključivanje u socijalne mreže
 - Tumačenje zakona
 - Savjeti glede suvremenih dostignuća u poljoprivredi
 - Komunikacija sa turistima
 - Računovodstvo i vođenje knjiga
 - Izrada projektnih prijedloga
 - Savjetovanje za ekološku proizvodnju
 - Kulinarske vještine
9. Ocijenite suradnju sa lokalnom samoupravom (jedan odgovor)
- Nedovoljna
 - Dovoljna
 - Dobra
 - Vrlo dobra
 - Odlična

Popis slika

Slika 1. Odnos ruralnog, seoskog i agroturizma (Izvor: izrada autora prema Svržnjak i Baćac.) 6

Slika 2. Zaštićena prirodna baština (izvor: (“Strategije razvoja ruralnog turizma Splitsko – dalmatinske Županije,” 2009)) 17

Popis tablica

Tablica 1. Zaštićena prirodna baština	18
Tablica 2. Struktura uzoraka prema spolu, dobi, obrazovanoj razini i ekonomskoj aktivnosti	24
Tablica 3. Početak bavljenja ruralnim turizmom	26
Tablica 4. Financiranje gospodarstva u posljednjih 7 godina	28
Tablica 5. Čimbenici uspjeha u razvoju ruralnog turizma	28
Tablica 6. Prepreke za razvoj ruralnog turizma	29
Tablica 7. Potrebna pomoć u poslovanju	31

Popis grafikona

Grafikon 1. Mišljenje ispitanika o turizmu kao čimbeniku razvoja Imotske krajine	25
Grafikon 2. Mišljenje ispitanika o jačanju turizma i smanjenju iseljavanja iz Imotske krajine	26
Grafikon 3. Poznavanje zakonodavnog okvira	27
Grafikon 4. Prepreke za bavljenje ruralnim turizmom	30
Grafikon 5. Suradnja sa lokalnom samoupravom	32