RAZVOJ PRISTUPAČNOG TURIZMA U RURALNIM DIJELOVIMA DALMACIJE

Perković, Klaudia

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split / Sveučilište u Splitu**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:228:002003

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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



Repository / Repozitorij:

Repository of University Department of Professional Studies

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

SVEUČILIŠNI ODJEL ZA STRUČNE STUDIJE

Specijalistički diplomski stručni studij Trgovinsko poslovanje

KLAUDIA PERKOVIĆ

Z A V R Š N I R A D

RAZVOJ PRISTUPAČNOG TURIZMA U RURALNIM DIJELOVIMA DALMACIJE

Split, srpanj 2019.

SVEUČILIŠTE U SPLITU

SVEUČILIŠNI ODJEL ZA STRUČNE STUDIJE

Specijalistički diplomski stručni studij Trgovinsko poslovanje

Predmet: Menadžment selektivnih vidova međunarodnih putovanja i turizma

Z A V R Š N I R A D

Kandidat: Klaudia Perković

Naslov rada: Razvoj pristupačnog turizma u ruralnim dijelovima Dalmacije

Mentor: Dr. sc. Goran Ćorluka

Split, srpanj 2019.

SADRŽAJ

SAŽETAK 1
SUMMARY 2
1. UVOD 4
2. TEMELJNA OBILJEŽJA RURALNOG TURIZMA 6
2.1. Određenje pojma ruralnog područja 6
2.2. Određenje pojma ruralnog turizma 8
2.3. Počeci turizma na ruralnom području 12
2.4. Oblici ruralnog turizma 13
2.4.1. Agroturistički oblici ruralnog turizma 14
2.4.2. Ostali oblici turizma na ruralnom prostoru 16
2.5. Potražnja i obilježja korisnika u ruralnom turizmu 18
3. RURALNI TURIZAM DALMATINSKE TURISTIČKE REGIJE 21
3.1. Temeljna obilježja regije Dalmacije 21
3.2. Počeci i razvoj ruralnog turizma 24
3.3. Eko-etno sela u Dalmaciji 26
3.4. Obilježja ponude ruralnog turizma Dalmacije 27
3.5. SWOT analiza 31
4. PRISTUPAČNI TURIZAM 33
4.1. Ograničenja u putovanju i prepreke za osobe s invaliditetom 34
4.2. Pružanje usluga osobama s invaliditetom 36
4.3. Posebni turistički standardi za osobe s invaliditetom u Republici Hrvatskoj 36
4.4. Stanje ponude pristupačnog turizma u Republici Hrvatskoj 37
5. PRIMJER PROJEKTA ULAGANJA U RAZVOJ PRISTUPAČNOG TURIZMA U RURALNIM DIJELOVIMA DALMACIJE 39
5.1. Sažetak 39
5.2. Opis poduzetničke ideje 39
5.3. Opis proizvoda robe i usluga 40
6. TRŽIŠNI PODACI 42
7. TEHNIČKO-TEHNOLOŠKI OPIS 44
7.1. Lokacija 44
7.2. Kapacitet 44
7.3. Stalna sredstva 45
7.4. Materijalni inputi 45
7.5. Zaposlenici 46
7.6. Zaštitne mjere 46
7.7. Razdoblje izvedbe 47

8. MANAGEMENT 49
9. MARKETING 50
10. FINANCIJSKI PODATCI 52
11. OCJENA UČINKOVITOSTI 63
11.1. Razdoblje povrata 63
11.2. Stopa prinosa 64
11.3. Čista sadašnja vrijednost 64
11.4. Prosječna profitabilnost 65
11.5. Analiza likvidnosti 66
11.6.Analiza osjetljivosti 67
12. ZAKLJUČAK 69
LITERATURA 71
POPIS TABLICA 73
POPIS SLIKA 74

SAŽETAK
RAZVOJ PRISTUPAČNOG TURIZMA U RURALNIM DIJELOVIMA DALMACIJE

Tema završnog rada je 'Razvoj pristupačnog turizma u ruralnim dijelovima Dalmacije' unutar kojega se nastoje objasniti pojmovi ruralni i pristupačni turizam te analizirati stanje na području Republike Hrvatske odnosno Dalmacije. Ruralni turizam je značajan činitelj u aktivaciji i održivom razvoju ruralnog prostora koji pomaže očuvanju lokalnog identiteta, tradicije i običaja, čuva okoliš, jača tradicijsku i autohtonu proizvodnju te pomaže razvoju ruralnih krajeva. Ruralni turizam utemeljen na dimenzijama održivog razvoja predstavlja realnu alternativu masovnom turizmu. U radu se istražuje obilježja ponude seoskog turizma Dalmacije na osnovu registriranih ruralno-turističkih gospodarstava navedenih u nacionalnom katalogu ruralnog turizma Hrvatske. Nastoji se utvrditi trenutno stanje i potencijal Dalmacije u razvoju ruralnog turizma te ukazati na (ne)iskorištene mogućnosti kroz usporedbu između četiri dalmatinske turističke regije: Dalmacija-Zadar, Dalmacija-Šibenik, Dalmacije-Split, Dalmacije-Dubrovnik. Hrvatska osim što ima velike potencijale za razvoj ruralnog turizma također ogroman napredak može postići i u razvoju pristupačnog turizma. Naglasak treba staviti na to kako u svijetu ima milijardu osoba s invaliditetom, 300 milijuna njih često putuje te takvi turisti uvijek putuju u pratnji barem jedne osobe, što udvostručuje potencijal tržišta namijenjenog toj ciljanoj skupini. Također treba istaknuti brojene probleme s kojima se na svojim putovanjima susreću osobe s invaliditetom, kao i izazovi na koje nailaze putničke agencije i pružatelji usluga usmjereni na stvaranje pristupačne ponude. Broj poduzetnika i poduzetničkih ideja iz grane turizma iz dana u dan raste. Neke od tih ideja bivaju realizirane u projektima koji mogu, ali i ne moraju biti uspješne. Biti poduzetnik danas je lako, no biti uspješan poduzetnik vještina je koju ne posjeduje svatko. Nadalje cilj ovog rada je uz detaljno opisan teorijski dio prikazati poduzetnički projekt i pokušaj implementacije istog na tržište. Kroz poduzetnički projekt prikazati će se ideja razvoja pristupačnog turizma u ruralnim dijelovima Dalmacije. Projekt predstavlja velik korak kako za razvoj pristupačnog turizma tako i za razvoj ruralnog.

Ovaj rad namijenjen je svim onima koji se već bave ili se namjeravaju baviti ruralnim odnosno pristupačnim turizmom u svrhu boljeg shvaćanja i unaprjeđenja razvoja turizma.

Ključne riječi: pristupačni, ruralni, turizam, razvoj, poduzetnički projekt

SUMMARY

DEVELOPMENT OF ACCESS TOURISM IN RURAL PARTS OF DALMATIA

The topic of this final thesis is "Development of access tourism in rural parts of Dalmatia" which has the aim to explain the concepts of rural and access tourism, as well as to analyze the situation in Croatia, that is, Dalmatia. Rural tourism is a significant factor in the activation and sustainable development of rural areas, which helps to preserve local identity, tradition and customs, preserves the environment, strengthens traditional and authentic production and helps the development of rural areas. Rural tourism based on the dimensions of sustainable development represents a realistic alternative to mass tourism. The paper deals with the features of Dalmatian rural tourism offer based on registered rural-tourist farms listed in the national catalog of rural tourism in Croatia. The aim is to identify the current state and potential of Dalmatia in the development of rural tourism and point out the (un)exploited opportunities through the four Dalmatian tourist destinations: Dalmatia-Zadar, Dalmatia-Šibenik, Dalmatia-Split, Dalmatia-Dubrovnik. Croatia, in addition to having great potential for the development of rural tourism, can also make enormous progress in the development of access tourism. Emphasis should be placed on the fact that there are one billion people with disabilities in the world that 300 million people travel often and that such tourists always travel along with at least one person who doubles the market potential of that target group. It is also important to emphasize a number of problems encountered by people with disabilities on their travels, as well as the challenges that travel agencies and service providers face when creating an affordable offer. The number of entrepreneurs and entrepreneurial ideas from the tourism industry grows day by day. Some of these ideas are realized in projects that can, but on the other hand do not have to, be successful. Being an entrepreneur today is easy, but being a successful entrepreneur is a skill that everyone does not own. Furthermore, the aim of this paper is to present the entrepreneurial project in the detailed theoretical part, as well as present the attempt of its marketing implementation. The entrepreneurial project will present the idea of developing access tourism in the rural areas of Dalmatia. The project represents not only a major step in the development of access tourism, but also in the development of rural tourism.

This paper is intended for all those who are already engaged in or are planning to engage themselves in rural or access tourism for the purpose of better understanding and improving the development of tourism.

Keywords: access tourism, rural tourism, tourism, development, entrepreneurial project

1. UVOD

Hrvatska kao turistička destinacija, osim što svake godine ostvaruje sve bolje turističke rezultate, također konstantno proširuje paletu ponude. Veliko značenje u toj raznolikosti svakako pridonosi i ruralni turizam. Naši klasični gosti možda ponajprije dolaze radi "sunca i mora", ali sve češće možemo primijetiti i izvrsne turističke priče povezane s ruralnim, sportskim, avanturističkim ili nekim drugim oblikom turizma. Ruralni turizam je jedna od najperspektivnijih grana Hrvatskog gospodarstva. Za razvoj ruralnog turizma potrebni su brojni prirodni resursi i činitelji ponude i potražnje. Dalmacija obiluje poželjnim resursima za razvoj ruralnog turizma, stoga je potrebno iste iskoristiti na najbolji mogući način da bi se stvorila atraktivna ponuda ruralnog turističkog odredišta. O važnosti razvoja ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj govori i činjenica da više od 92% prostora zemlje otpada na ruralni prostor, što predstavlja golemi potencijal u razvoju ruralnog turizma.

Uz ruralni turizam, Hrvatska ima ogromne potencijale za razvoj pristupačnog turizma. Osnovni preduvjet za stvaranje adekvatne mobilnosti stanovništva, inkluzivnog društva i njihovo uključivanje u turističke tokove je postojanje, prije svega, pristupačnog okruženja. Pristupačni ili dostupni turizam predstavlja turizam koji je prilagođen svim korisnicima.

Cilj ovog rada biće teoretski pojasniti pojmove ruralnog i pristupačnog turizma, analizirati ponudu ruralnog turizma u Dalmaciji te prikazati poduzetnički projekt pod nazivom "Razvoj pristupačnog turizma u ruralnim dijelovima Dalmacije" i implementaciju istog. U prvom teorijskom dijelu rada, definirat će se pojam ruralnog turizma i područja, oblici ruralnog turizma te obilježje potražnje i korisnika u ruralnom turizmu. Nadalje u drugom poglavlju rada osvrt je stavljen na ruralni turizam dalmatinske turističke regije gdje su predstavljena temeljna obilježja regije Dalmacije, početci razvoja ruralnog turizma, obilježja ponude ruralnog turizma Dalmacije kao i SWOT analiza. Također u teorijskom dijelu definiran je pojam pristupačnog turizma kao i ograničenja u putovanju i prepreke s kojima se susreću osobe s invaliditetom, posebni turistički standardi kao i stanje ponude pristupačnog turizma u Republici Hrvatskoj.

U drugom, empirijskom dijelu rada predstaviti će se poduzetnički projekt koji predstavlja elaboraciju poduzetničke ideje Josipa Torlaka i Klaudie Perković izrađenom u sklopu Planstart projekta 2017. u suradnji Sveučilišnog odjela za stručne studije i HGK Split. Detaljno je predstavljena evolucija same ideje, tržišni podatci, tehničko-tehnološki opis.

Financijski podatci kao i ocjena učinkovitosti detaljno su prikazani tablično, te će se metodom komparacije uspoređivati.

Temeljem opažanja, kao i informacijama iz različitih izvora iz područja turizma donijeti će se zaključak. Nakon zaključka slijedi popis literature te tablica i grafikona.

2. TEMELJNA OBILJEŽJA RURALNOG TURIZMA

Hrvatska je 1. srpnja 2013. postala punopravna članica Europske unije, što podrazumijeva promjene u svim sferama hrvatskog gospodarstva uključujući i sektor turizam. Osim masovnog turizma, skraćeno popularno: SSS (sun, sea, sand) posljednjih desetljeća počinje proces diversifikacije turističkog proizvoda i razvoj novih vrsta turizma kao što su ruralni, zdravstveni, tranzitni i mnogi drugi.

Pod pojmom ruralni turizam podrazumijevaju se različiti oblici turizma u ruralnom području kao što su: ekoturizam, seljački turizam, agroturizam, seoski turizam i slično. Općenito, ruralni turizam skupni je naziv za aktivnosti i oblike turizma koji se razvijaju u ruralnom prostoru, a određen je prirodnim i kulturnim resursima koji se tamo nalaze. S obzirom na to da ruralni prostor zauzima 93% kopnene površine Hrvatske, gdje živi oko petina stanovništva, postoji vrlo velik potencijal za razvoj te vrste turizma, koja može biti snažna poluga gospodarskog i društvenog razvoja ruralnog područja.[1]

U okviru selektivnih vidova turizma koji po svojoj prirodi najčešće traže nove sadržaje izvan napučenih suvremenih turističkih ljetovališnih centara sa željom približavanja prirodi i tradicijskom načinu života – posebice se ističe ruralni ili seoski turizam čije je korištenje u snažnom ulaznom trendu u svim razvijenim turističkim zemljama. To je u suvremenim uvjetima svakako jedan od najraširenijih selektivnih oblika turizma koji se uobičajeno razvija na selu, u prirodi te ovisi o ljepoti krajolika, naslijeđu i kulturi, ruralnim aktivnostima, tradicijskim svetkovinama i uopće životnom stilu lokalnog pučanstva. Stoga je značajna karakteristika ovog tipa turizma upravo interaktivnost i personalizirani kontakt domaćina s turistima što je i na tragu samih začetaka modernog turizma sredinom 19. st. [2]

2.1. Određenje pojma ruralnog područja

Ruralni prostor suprotnost je gradskom prostoru. To je prostor koji je izvorno služio kao životni i radni prostor poljoprivrednika, zapravo to je cjelokupni obradivi i naseljivi prostor izvan gradova. U njemu su nastali tradicijsko selo, ruralne cjeline, tradicijska ruralna arhitektura i tradicijski interijeri, tradicijski vrtovi te ekološki, proizvodno i oblikovno uravnoteženi kulturni pejsažni. Na toj se materijalnoj osnovici paralelno razvijala tradicijska

[1]Svržnjak, K. et al. (2014) Ruralni turizam - Uvod u destinacijski menadžment. Križevci: Visoko gospodarsko učilište u Križevcima, str. 3.
[2]Stanko, G. (2011) Menadžment selektivnih oblika turizma. Split: Sveučilišni studijski centar za stručne studije, str. 368.

kultura života i rada seljaka (tradicijska znanja i tehnologije poljoprivredne proizvodnje i načina stanovanja, odijevanja, prehrane i zajedništva), koja je naposljetku rezultirala i nematerijalnim dobrim poput narodnih plesova, pjesama, legenda i sličnoga. Sve je to pretežiti, prepoznatljivi i najvrjedniji dio turističke atrakcijske osnove ruralnog prostora.[3]

Određivanje ruralnog područja ili ruralne sredine je otežano radi toga što se u različitim zemljama različito definira. Prema dosadašnjim iskustvima za definiranje ruralnog područja koriste se sljedeća obilježja:

- mali broj stanovnika,
- dominantno korištenje zemlje i šuma za opstanak ljudi
- društvena struktura, običaji i seoski identitet

Na temelju istaknutih obilježja ruralno područje ili sredina mogla bi se definirati kao sredina s malom koncentracijom stanovnika, kojemu je osnovno zanimanje poljoprivreda, a koje karakteriziraju posebni običaji i seoski identitet. Poropak A. određuje opći termin ruralnog područja pod kojim podrazumijeva sve površine izvan građevinskog područja gradova i naselja gradskog karaktera. Ruralno područje može se definirati i kao područje čiji se gospodarski razvoj temelji na tradicionalnoj poljoprivredi, koja se nalazi izvan utjecaja većih mjesta i gradova, koji izravno djeluju na njihov razvoj, a po karakteru su suprotnost urbanima. Za ruralna područja je karakteristično da se u njima izmjenjuju brojne različitosti krajolika: planina, kanala, rezervata, obala, poljoprivrednih zemljišta, rijeka, jezera i sl. Područje s navedenim različitostima je pogodno za razvoj turizma, odnosno može pružiti turistima vrlo privlačna odredišta. [4]

S obzirom na namjenu, mogu se izdvojiti dvije osnovne skupine definicija ruralnog prostora. Prvu skupinu čine službene definicije, a drugu skupinu čine definicije za znanstvene svrhe. Kao najčešći međunarodno priznat i korišten kriterij za razlikovanje ruralnih i urbanih područja u službenim definicijama ruralnosti rabi se definicija OECD-a, koja se temelji na gustoći naseljenosti stanovništva, a prag je 150 stanovnika na km^2. Na regionalnoj razini geografske jedinice grupiraju se u tri tipa: dominantno ruralne (50%), u znatnoj mjeri ruralne (15-50%) i dominanto urbanizirane regije (15%).

[3]Institut za turizam (2006) Hrvatski turizam, plavo bijelo zeleno. Zagreb: Znanstvena edicija Instituta za turizam, str. 168.
[4]Ružić, P. (2009) Ruralni turizam. Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, str. 12.

Nova urbano-ruralna tipologija od strane Europske komisije koristi metodologiju temeljenu na izmijenjenom OECD-ovu pristupu, koji se temelji na:

- kilometarskoj mreži,
- gustoći naseljenosti od 300 stanovnika na km^2
- najmanje 5.000 stanovnika u međusobno povezanim kvadrantima 1x1 km^2

Nadalje, prema Strategiji prostornog uređenja Republike Hrvatske ruralnim prostorom smatra se cjelokupni prostor izvan gradova, prostor koji je predmet zanimanja u sociološkom i gospodarskom smislu, u kojem se rasprostiru mala ruralna društva ili ruralne zajednice, i usko je životno i radno povezan s pretežno prirodnim okolišem.[5]

2.2. Određenje pojma ruralnog turizma

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.[6] Ruralni turizam ovisi o širokom rasponu prirodnih i kulturnih resursa u javnom i privatnom vlasništvu, pripadajućom infrastrukturom i objektima za pružanje smještaja, hrane, pića i robe. Ako se ne regulira na odgovarajući način, prijetnje mogu nastati zbog kvalitete fizičkog okruženja, društvenih i kulturnih struktura koje proizlaze iz razmjera samog razvoja i broja turista koji su privučeni.[7] 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, prezentiranje tradicije, tradicijske gastronomije i turističkih usluga, te korištenju već postojećih resursa.

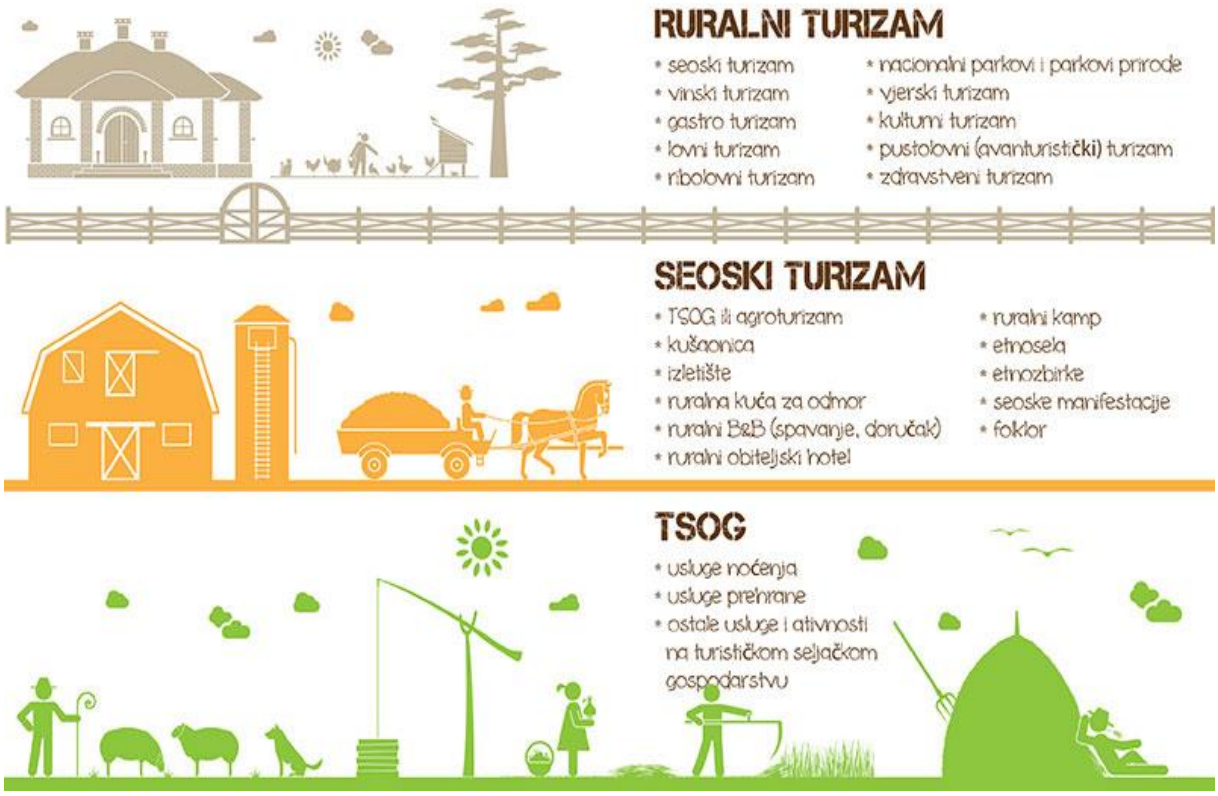
Osim turizma na turističkim seljačkim (obiteljskim) gospodarstvima, u ruralnom prostoru javljaju se brojni posebni oblici turizma. Turizam na ruralnom prostoru podjednako obuhvaća aktivnosti turista (višednevnih posjetitelja) i izletnika (jednodnevnih posjetitelja).

Turistička seljačka gospodarstva uglavnom se smatraju obrascem ruralnog turizma. Međutim, za razvoj ruralnog turizma nisu dovoljna samo turistička seljačka gospodarstva već i drugi smještajni objekti u ruralnom prostoru. Potrebna je i ostala ugostiteljska infrastruktura: restorani, kušaonice vina, uređene turističke atrakcije (realne, turistički dostupne), osmišljene

[5]Svržnjak, K. et al. (2014) Ruralni turizam-Uvod u destinacijski menadžment. Križevci: Visoko gospodarsko učilište u Križevcima, str. 8.-9.
[6] Demonja, D i Ružić, P. (2010) Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima. Zagreb: Bibliotheca Geographia Croatica, str. 12
[7] Cawley, M. i Gillmor, A., D. (2017) Intergrated rural tourism: Concepts and Pracive. Annals of Tourism Research, 35(2) str. 317,https://www.eu.elsevierhealth.com [5.6.2019.]

vinske ceste, biciklističke staze, hodočasnički putovi, receptivne turističke agencije, odnosno potrebne su osmišljene i organizirane ruralne turističke destinacije.[8]

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



Izvor: http://www.apartmanija.hr/zajednica/aktualno/ruralni-turizam [10.7.2018.]

Ruralni turizam je u stvari, vrlo širok pojam koji označava svaku turističku aktivnost unutar ruralnih područja, odnosno obuhvaća različite vidove turizma (lovni, ribolovni, turizam u parkovima prirode, zimski, seoski, ekoturizam, zdravstveni, kulturni...). Da bi se izbjegli nesporazumi u shvaćanju pojma ruralnog turizma bitno je istaknuti osnovnu razliku između ruralnog, seoskog i turizma na seljačkom gospodarstvu koji se često koriste kao sinonimi.

Ruralni turizam najširi je pojam, koji obuhvaća sve turističke usluge/ aktivnosti/ oblike turizma unutar ruralnih područja, uključujući npr. lovni, ribolovni, turizam u parkovima prirode, zimski, seoski, ekoturizam, zdravstveni, kulturni itd. Ruralni turizam nije nužno dopunska djelatnost na poljoprivrednom gospodarstvu kojem se stvara dodatni prihod, već

[8]Demonja, D. i Ružić, P. (2010) Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, Zagreb: Bibliotheca Geographia Croatica, str.12

može biti i profesionalna djelatnost (npr. mali obiteljski hotel, konjički centar). Pritom sam pojam ruralnog područja nije strogo definiran, već se pod njim podrazumijevaju područja u kojima prevladavaju: prirodno okruženje, seoski okoliš, mala naselja i sela, zaseoci, izdvojena poljoprivredna gospodarstva, s poljoprivredom i šumarstvom kao glavnim gospodarskim granama.

Seoski turizam uži je pojam od ruralnog turizma, a širi od turizma na farmi (turističko seoskom obiteljskom gospodarstvu) i vezan je uz ambijent sela i njegovu užu okolicu te sve njegove aktivnosti (poljoprivreda, manifestacije, gastronomija, folklor, etnologija, ostala gospodarska aktivnost).

Turizam na seljačkom domaćinstvu ili turističkom seljačkom obiteljskom gospodarstvu (TSOG), odnosno agroturizam isključivo se odnosi na oblik turističke usluge koji je dodatna djelatnost na gospodarstvu sa živom poljoprivrednom djelatnošću, u sklopu koje se nude proizvodi proizvedeni na takvu gospodarstvu. Uključuje usluge noćenja, prehrane, te ostale usluge aktivnog odmora na turističkom seoskom obiteljskom gospodarstvu. Dakle, turističko seljačko obiteljsko gospodarstvo ili agroturizam pojavni je oblik seoskog turizma, dok je seoski turizam pojavni oblik ruralnog turizma. Međuodnos između ruralnog turizma, seoskog turizma i turizma na seoskom obiteljskom gospodarstvu hijerarhijskog je tipa.

Razvoj ruralnog turizma temelji se na održivom razvoju, odnosno na revitalizaciji već postojeće tradicijske gradnje, odnosno baštine, kojoj se daje nova turistička namjena. Istodobno taj oblik turizma, za razliku od ostalih općepoznatih oblika turizma, nema potrebu za izgradnjom novih kapaciteta, već se dapače susreće s izazovima kako na najbolji i najkvalitetniji način iskoristiti postojeće strukture. No da bi se o ruralnom turizmu govorilo jedinstveno, doneseni su i prihvaćeni standardi koji su, na Generalnoj skupštini Europske federacije ruralnog turizma – Eurogites – održanoj 2005, poduprle sve članice Federacije. Tako su ustrojeni opći kriteriji jednaki za Europu, uz toleranciju da države, odnosno regije, razvijaju ruralni turizam polazeći od svojih specifičnosti (Tablica 1).

Tablica 1. Kriteriji za definiranje okvira ruralnog turizma

KRITERIJI	TUMAČENJE
Smještaj objekta u prirodnom okruženju, selu ili malom gradu	Manje od 5.000 stanovnika u selu/gradu ili u vrlo tipičnim/tradicionalnim naseljima
Ruralno okruženje s izraženim obilježjima tradicionalnog poljodjelstva ili iznimnim prirodnim vrijednostima	Prirodne vrijednosti (park prirode, područja pod raznim stupnjevima zaštite). Ne smije prevladavati konvencionalna poljoprivreda
Turizam nije glavna aktivnost i izvor prihoda	Odnos broja stanovnika i turističkih kreveta maksimalno 1:1
Dobra zaštita životne sredine, odsutnost buke i zagađenja	Prihvatljivi mirisi i buka tradicionalne poljoprivredne proizvodnje
Autentičnost smještajnog objekta i ambijenta	
Gostoljubivost – osobna briga domaćina o gostu	
Mali kapacitet smještajnih jedinica	Maksimalno 40 kreveta (ako zakonom nije drugačije određeno)
Poštivanje propisanih kriterija u ocjenjivanju objekata	Prema prilagođenim standardima Federacije Eurogites
Društvena i socijalna održivost u kontekstu multifunkcionalnih aktivnosti na ruralnog prostoru	Primjena kriterija Agende 21 za turizam kada budu propisani
Povezanost s lokalnom zajednicom i tradicionalnom kulturom	Gosti imaju mogućnost ostvarivanja kontakta ako žele
Lokalni proizvodi i gastronomija	Dostupni u okolici
Kultura (folklor, zanatski proizvodi, običaji, naslijeđe...)	Dostupni u okolici
Isključivi kriteriji: Gradski i industrijski lokaliteti i njihova okolica Područja masovnog i izrazito razvijenog turizma Buka, rizici/opasnosti, vidljiva ili druga zagađenja	Svi su tipični ruralni utjecaji prihvatljivi

Izvor: Izrada autorice prema Svržnjak, K. et al. (2014) Ruralni turizam-Uvod u destinacijski menadžment. Križevci: Visoko gospodarsko učilište u Križevcima

Navedeni kriteriji vrlo jasno definiraju okvir ruralnog turizma i prihvatili su ih mnogobrojni domaći i strani stručnjaci koji se bave fenomenom turizma.[9]

[9]Svržnjak, K. et al. (2014) Ruralni turizam-Uvod u destinacijski menadžment. Križevci: Visoko gospodarsko učilište u Križevcima, str. 10-12.

2.3. Počeci turizma na ruralnom području

Početci se ruralnog turizma povezuju s pojavom širokog prihvaćanja pojma "pejzaž", kada se filozofija identificirala kao rađanje suvremenosti u kojoj čovjek stvara distancu između sebe i realnosti. To se događa u vrijeme kada je kraljevskim porodicama, europskoj aristokraciji i visokoj buržoaziji selo postalo novi objekt interesa. To je društvena klasa otkrila selo kao spektakl uživanja života u blizini polja i u organiziranim ljudskim aktivnostima u prirodi i seoskom prostoru. Njihova nova orijentacija vrlo je brzo značila i izgradnju ljetnikovaca i vila što je selo i seoska područja diglo na višu razinu vrednovanja.

Selo je postao predmetom promatranja i uživanja a njegov je status prostoga i običnoga nestao. U tom se razdoblju pojavljuje veći interes za agronomske znanosti u cijeloj Europi i zanimanje uz poljodjelstvo i za opći razvoj. U tom se novom ozračju ipak nastojalo da se lagodan život ne odvija u blizini poljodjelskih aktivnosti u kojima se prosto i obično nije moglo potpuno otkloniti. Zato seljak, koji je održavao prirodu, nikada nije bio prisutan kao dio svog okružja na slikama krajolika toga doba.[10]

Tako se u Engleskoj ruralni turizam kao oblik društvene dokolice javlja u drugoj polovici 18. stoljeća. No, u Engleskoj poznati su i ranije u 11. i 12. stoljeću oblici dokolice, koji su pripadali manjini zemljišnih vlasnika, a sastojali su se u iskušavanju aristokracije u lovu na raznu divljač. Razvoj ruralnog turizma u Njemačkoj veže se na 1873. godinu, uvođenjem plaćenog odmora za državne službenike, zatim 1914. godine za sve činovnike, kojima je turizam postao sastavni dio života, a koji se provodio u jeftinom smještaju u malim hotelima ili sobama u selima blizu gradova i na farmama. U vrijeme putovanja Grand Tura krajem 18. stoljeća, kada ona prestaju biti privilegija sinova bogataša, već se u ista uključuju bogate i srednje klase, njihovi ciljevi nisu gradovi već uživanje u krajoliku. Tako je do kraja 18. stoljeća dolazak na selo bio pravi model orijentacije na prirodu, kao odraz težnje za iskustvom u prirodi, koja je ostala zabilježena u mnogim djelima slikara i pisaca toga vremena. U 19. stoljeću, a posebice u drugoj polovici, odredište turističkih putovanja bila je Švicarska, gdje je ruralni turizam u porastu, a temeljio se na alpskom penjanju, pješačenju i zdravstvenim tretmanima. U to vrijeme otkrivanjem morskih obala, termalnih izvora turizam se usmjerava prema novim mjestima koja postaju moderna ljetovališta u brdskim predjelima i zimovališta

[10]Kombol, P. T. (2000) Selektivni turizam: Uvod u menadžment prirodnih i kulturnih resursa. Matulji: TMPC Sagena, str. 122.

uz more. Selo i uživanje u seoskim krajolicima se pomalo napušta, ali turizam ne izlazi potpuno iz ruralnih područja.

Danas se odnos prema ruralnoj sredini potpuno promijenio. Obrađena polja, kao i ruralni krajolik ponovo osvajaju gradsko stanovništvo. Ponovo se javlja težnja, koja se potvrđuje željama za susretom sa selom, ali i više sa širokim ruralnim prostorom i divljom prirodom. Strah od prirode, koja se smatrala opasnom je nestao, a izoliranost, opasnost i rizik sve više privlači današnjeg čovjeka koji lako savladava surovost prirodnog krajolika. Veća primanja kao i više slobodnog vremena sve većeg broja stanovništva novih industrijskih mjesta i gradova, omogućuju mnogim odlazak na more, zimovališta, toplice i u ruralna područja. Osim jednodnevnih boravaka u prirodi ostvaruju se sve više i duži boravci.[11] Ruralni turizam ionako još uvijek predstavlja manjinsko turističko tržište, daje vrijedan doprinos ruralnom gospodarstvu. Njegov doprinos može se izraziti ne samo u financijskom smislu, nego i u smislu novih radnih mjesta, novih poslovnih mogućnosti, poticanju na usvajanje nove radne prakse i općenito sociokulturnom pokretaču sela.[12]

2.4. Oblici ruralnog turizma

Podjela turizma prema oblicima, uzimajući u obzir pojedinca-sudionika turističkih putovanja, javlja se početkom 90-ih godina prošlog stoljeća. Tako se razlikuje više posebnih oblika turizma koji održavaju zahtjeve turističkih potrošača poput nautičara, sportaša, lovaca, sudionika kongresa, poslovnih ljudi, ljubitelja kulturnih priredbi, obitelji s djecom, vjernika i drugih. Spomenutim potrošačima prilagođava se turistička ponuda i turistički proizvod te oni čine oblike turizma. Podjela turizma moguća je, s obzirom na brojna gledišta, na različite oblike. Za nas je od važnosti podjela turizma s gledišta lokacije, pa se razlikuju primorski i kontinentalni turizam. Primorski turizam realizira se na obalama mora, a onaj kontinentalni na kopnu, izvan priobalnog područja, i javlja se u tri oblika: gradski, ruralni i turizam turističkih centara. 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,

[11]Ružić, P. (2009) Ruralni turizam. Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, st. 13
[12] Irshad, H. (2010.) Rural tourism – an overview, Goverment of Alberta, Agriculture and Rural Development str. 8. https://www1.agric.gov.ab.ca [5.6.2019.]

nautički 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.[13]

2.4.1. Agroturistički oblici ruralnog turizma

Na seljačkim gospodarstvima ostvaruje se više oblika odmora. U Europi su poznati pod nazivima kao Ferien auf dem Bauernholf u Njemačkoj i Austriji, Vacances a la ferme u Francuskoj, Farmhouse holiday u Engleskoj. Dakle, radi se o odmoru na seljačkom gospodarstvu (registriranom obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, poljoprivrednom obrtu, poljoprivrednom trgovačkom društvu d.o.o. ili d.d.) s korištenjem usluga smještaja, prehrane, pića, zabave, rekreacije i dr., u obiteljskim zgrada ili drugim objektima smještaja (kamp, pansion, hotel) u okviru seljačkog gospodarstva. Takav oblik turizma se u praksi naziva seljački ili agroturizam.

Naziv seljački turizam se smatra pravim izrazom jer dolazi od riječi seljak, koji je zajedno sa svojim gospodarstvom nositelj novog oblika turizma. Osnovna djelatnost na seljačkom gospodarstvu je poljoprivreda, a usluge turistima čine dodatnu vrijednost. Da bi seljačko gospodarstvo moglo pružati dodatne usluge turistima mora biti adekvatno opremljeno i organizirano s odgovarajuće educiranim osobljem za pružanje tih usluga. Tako opremljeno i organizirano gospodarstvo može se nazvati turističko seljačko gospodarstvo. Kvaliteta ponude takvog gospodarstva ovisi o brojnim činiteljima koji se odnose na njegovu okolišnu, klimatsku, rekreacijsku, vizualnu privlačnost, zatim o prometnoj povezanosti, komunalnoj i servisnoj opremljenosti i cjelokupnoj ljepoti kraja u kojem se seljačko gospodarstvo nalazi. Isto tako, seljačko gospodarstvo treba se baviti poljoprivrednom proizvodnjom posebno povrtlarstvom voćarstvom, ratarstvom, vinogradarstvom, pčelarstvom, ribogojstvom i dr. Na kvalitetu seljačkog turističkog gospodarstva utječu i drugi činitelji posebice ukoliko ono posjeduje uređeno dvorište, raspolaže većim brojem domaćih životinja, stambenom i gospodarskom zgradom s posebnim dijelom za boravak i spavanje turista koji je suvremeno i komforno opremljen. Na tako opremljenim seljačkim gospodarstvima nude se usluge smještaja, prehrane i prodaje poljoprivrednih proizvoda i prerađevina. Seljačka turistička

[13]Demonja, D. i Ružić, P. (2010) Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima. Zagreb: Bibliotheca Geographia Croatica, str. 22-25.

gospodarstva s obzirom na razinu usluga koje pružaju, komfor objekta s kojim raspolažu razvrstavaju se u odgovarajuće kategorije. Neki objekti u seljačkom turizmu su razvrstani izvan kategorije, a vrlo su traženi, kao npr. sjenici, pastirske kućice ili drugi objekti povremenog obitavanja seljaka, koji se mogu koristiti za smještaj turista na višednevnim turama po nenaseljenim prostranstvima. Danas je odmor na seljačkom gospodarstvu u trendu posebice stanovnika velikih urbanih središta koji su željni prirodnog ugođaja, zdravog i šarolikog svijeta prirode.

U agroturizmu s obzirom na usluge koje se pružaju i objekte u kojima se pružaju usluge turistima može se govoriti o nekoliko varijanti njegovih oblika. O obzirom na usluge može se govoriti o sljedećim oblicima agroturizma:

- oni u kojim se pružaju samo usluge prehrane,
- oni u kojima se pružaju samo usluge smještaja i
- oni u kojima se pružaju usluge smještaja i prehrane

Prema objektima može se govoriti o oblicima kao što su:

- odmor u ruralnoj kući tradicionalne arhitekture,
- odmor u obiteljskom ruralnom hotelu,
- odmor u ruralnim sobama i apartmanima tradicionalne arhitekture,
- odmor u ruralnim sobama i apartmanima nove arhitekture,
- odmor na poljoprivrednom gospodarstvu s eko ponudom.[14]

Kada je riječ o oblicima agroturizma u kojima se na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima pružaju samo usluge smještaja, razlikuju se različite varijante objekata, kao što su: ruralna kuća tradicionalne arhitekture, obiteljski ruralni hotel, ruralne sobe i apartmani tradicionalne arhitekture, te ruralne sobe i apartmani nove arhitekture.

U agroturizmu u kojem se pružaju samo usluge prehrane, riječ je o obliku agroturizma namijenjenom turistima koji žele probati domaća, regionalna jela i pića ili su njihovi ljubitelji. Jela i pića nude se u specijaliziranim objektima-restoranima, uređenima i opremljenima u skladu s tradicionalnom arhitekturom, dok je ponuda jela i pića tipična za predmetni kraj. Takvi objekti i ponuda organizirani su na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima.

[14]Ružić, P. (2009) Ruralni turizam. Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, str. 19-20.

Na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima turistima se mogu pružati kompletne usluge smještaja, prehrane i cijeloga programa boravka s izletima, obilaskom gospodarstva, uključivanjem u poljske radove, sportsko rekreacijske i druge sadržaje koji se organiziraju u mjesto ili bližoj okolici. Dakle riječ je o kompletnom paketu usluga na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, vrlo privlačnom i ekonomski isplativom poslovnom aranžmanu.

2.4.2. Ostali oblici turizma na ruralnom prostoru

Odmor izvan seljačkih gospodarstava s odredištem, selo ili seoska sredina sa smještajem turista u kampovima, hotelima i pansionima čine brojne oblike ruralnog turizma. Ruralna područja pružaju velike mogućnosti za razvoj turizma i različitih turističkih aktivnosti, prema željama turista i (trenutnoj) potražnji na tržištu. Prema popisu načinjenom pri Vijeću Europe te aktivnosti bile bi sljedeće:

Tablica 2: Turističke aktivnosti na ruralnom području

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 i čamcima • jedrenje
AKTIVNOSTI U ZRAKU	• malim zrakoplovima • jedrilicama, hang-gliding • balonima na topli zrak
SPORTSKE AKTIVNOSTI	• tenis • golf • spuštanje i penjanje po stijenama
AKTIVNOSTI OTRKIVANJA ZANIMLJIVOSTI, RADNIH	• lokalna proizvodnja, poljoprivredna poduzeća

PROCESA	
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

Izvor: izrada autorice, prema Ružić, P.(2009) Ruralni turizam. Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč

Prema nabrojenim turističkim aktivnostima moguće je osmisliti brojne oblike turizma o kojima je više riječi u nastavku.

- Rezidencijalni turizam predstavlja boravak i odmor u sporednom stanovanju (u vlastitim objektima – vikendicama) gradskih stanovnika u dane vikenda, blagdana, godišnjeg odmora.
- Zavičajni ili nostalgični turizam temelji se na osobnoj vezi pojedinaca i određenih mjesta i krajeva. Riječ je o vezi stanovništva koje je doselilo u grad s njihovim zavičajem. Zavičajni ili nostalgični turizam često prijelazi u onaj rezidencijalni (vikend kuća u zavičaju)
- Sportsko-rekreacijski turizam je boravak i odmor temeljen na sportsko zabavnim aktivnostima u prirodi kao što su: šetnje, vožnje biciklom, skijanje, skijaško trčanje, jahanje, klizanje, plivanje, veslanje, badminton, igre loptom te na posebno opremljenim i izgrađenim igralištima za skijanje, streličarstvo, tenis, odbojku, rukomet, nogomet, košarku i slično.
- Avanturistički turizam je oblik rekreacijskog turizma kojemu je temelj rekreacija, ali s mnogo rizika, uzbuđenja, a od sudionika zahtijeva veliku fizičku i psihičku pripremljenost. U taj oblik turizma ubraja se alpinističko penjanje, treking, vožnja brdskim biciklom, akrobatsko skijanje, rafting, letenje zmajem, i slično.
- Zdravstveni turizam je oblik odmora povezan uz termo-mineralna vrela, ljekovita blata i planinske predjele.

- Kulturni turizam predstavlja putovanje radi obilaska spomenika kulture, muzeja, galerija, kulturnih manifestacija
- Vjerski turizam manifestira se putovanjem i posjetima vjerskim središtima (ukazanja), obredima ili hodočašćima.
- Lovni turizam je tipični oblik turizma karakterističan za ruralni prostor na čijim poljoprivrednim, ostalim zemljišnim i vodenim površinama se provodi
- Ribolovni turizam je tipični oblik turizma koji se ostvaruje na ruralnom prostoru, na njegovim vodenim površinama
- Gastronomski turizam temelji se na gastronomskoj ponudi koja je na ruralnom prostoru vrlo zanimljiva
- Vinski turizam promatra se u uskoj vezi s gastronomskim, jer je vino prijatelj hrane. Za razvoj ovog oblika turizma potrebna su, prije svega, vinogorja
- Ekoturizam predstavlja vrstu putovanja kojemu je cilj zaštita svijeta prirode i podržavanje dobrobiti kulture koja taj svijest nastanjuje.
- Edukacijski turizam je oblik turizma koji se temelji na programu upoznavanja prolaznika s obilježjima ruralnog prostora, stjecanju iskustava za vrijeme boravka u prirodi i drugih spoznaja u vezi s ruralnim prostor
- Kamping turizam je oblik ruralnog turizma u kojem turisti za smještaj i boravak odabiru kampiranje
- Nautički turizma je oblik u kojem turisti za smještaj i boravak koriste brod-jahtu, a odmaraju se u ruralnoj sredini na jezerima, rijekama i kanalima[15]

2.5. Potražnja i obilježja korisnika u ruralnom turizmu

Među čimbenicima koji imaju najveći utjecaj na razvoj turističke djelatnosti u posljednjih nekoliko godina na široj nacionalnoj razini nalaze se i oni koji se oblikuju na strani potražnja, odnosno samih potrošača, turista. Turisti se vode novim prioritetima, svjesniji su okoline i problema očuvanja društvene i kulturne baštine, kao i problema zaštite okoliša. Stoga, takav (okolišno svjestan) tip turista traži nova iskustva i aktivnosti tijekom putovanja. On također zahtijeva više osobne pažnje i bolju kvalitetu usluga.

Potražnja za ruralnim turizmom u Hrvatskoj obilježena je znatnim porastom u posljednje vrijeme. Ruralni turist danas u svojim je odlukama o potrošnji motiviran povećanom

[15]Demonja D. i Ružić, P (2010) Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima. Zagreb: Bibliotheca Geographia Croatica, str. 27-35.

osviještenošću i brigom za zaštitu okoliša, dostupnošću kulturne baštine, potrebom za odmorom i opuštanjem, potragom za avanturom i uzbuđenjem, sportskim doživljajem, etnogastronomskim uživanjem itd. Činjenica je da ruralni turisti dolaze iz urbanih sredina, pripadaju srednjem i više srednjem društvenom sloju koji je, unatoč krizi, zadovoljavajućeg ekonomskog položaja. [16] Veći broj turista u razvijenim zemljama, putuje više puta godišnje a manji broj samo jedanput i tada često izabire selo. Veliki postotak tih turista su vjerni gosti, a često su stanovnici gradova iz šireg područja. Odmor na selu može biti supstitut odmoru na moru ili u brdima. Čimbenici koji potiču razvoj potražnje u ruralnom turizmu su sljedeći:

- povećanje slobodnog vremena u industrijskim zemljama uvjetovalo je veći broj kraćih putovanja tijekom godine;
- krajem osamdesetih godina počinje veći interes za prirodno i kulturno naslijeđe što je rezultiralo većim interesom za ruralna područja koja u nekim zemljama predstavljaju istinsku nacionalnu baštinu;
- briga za zdravlje i sve veće svjesnost koristi od zdravijeg načina života;
- poboljšanje kvalitete odjeće i opreme za boravak u prirodi (bicikli, terenski automobili i dr.);
- turističke agencije, turistički uredi i razne privatne organizacije koje promoviraju razvoj i proizvod ruralnog turizma i nude ga na domaćem i međunarodnom tržištu.

U ruralnom je turizmu potrebno razlikovati turiste (1) koji odlaze na odmor na selo i (2) posjete prijateljima i rođacima i (3) upoznavanje okolice i života na selu. Turisti najviše kupuju proizvode koji nisu skupi, a vrijeme provode u šetnjama, kupanju, vožnji biciklom, posjeti muzeju i dr. U ruralno je turizmu potrebno razlikovati turiste (1) koji odlaze na odmor na selo i (2) koji odlaze u prirodu, u šira ruralna područja. Među jednima i drugima nalaze se turisti koji zbog gužvi na morskim obalama napuštaju te destinacije te ih svake godine sve više odlazi na odmor u ruralna područja.

Među turistima koji odlaze na selo razlikuju se:

- pripadnici dijaspore sela koji borave u svojim sekundarnim rezidencijama, kod prijatelja ili rođaka;
- ljudi niže kupovne snage koji ne idu na more zbog viših cijena;

[16]Svržnjak, K. et al. (2014) Ruralni turizam-Uvod u destinacijski menadžment. Križevci: Visoko gospodarsko učilište u Križevcima, str. 35.

- pravi ljubitelji sela po kojima se najbolje može određivati i unapređivati selo kao turistička destinacija.

Među turistima koji odlaze u prirodu razlikuju se:

- ljubitelji prirode koji žele otkrivati nove krajolike;
- ljubitelji rekreativnih (avanturističkih) sportova u prirodi.

Korisnici s novim turističkim ciljevima kao što su prirodnjaci, znanstvenici, ekolozi unose na tržište prohtjeve u smislu izravnog sudjelovanja što je još nedavno bilo ne moguće u mnogim zemljama Europe. Ciljevi su različiti i mnogobrojni:

- Istraživači u traženju autentičnog: otkrivaju ruralna područja i lokalitet boravka,
- Avanturisti–sportaši: prije su tražili napor pod svaku cijenu putem raftinga ili penjanja, a danas su obuzeti mjestima koja su dobro opremljena i nisu prenatrpana,
- Promatrač-prirodnjaci: obrazovani specijalisti, koji se ne obaziru na uvjete smještaja, ali traže položaje za promatranje, mogućnosti za fotografiranje ili crtanje ambijenta i životinje u svom prirodnom lokalitetu,
- Istraživači i travari: posvećuju dio svog odmora da bi sudjelovali u znanstvenim istraživanjima ili zaštiti ugroženih vrsta ili stanovnika stavljajući na raspolaganje svoje znanje i kompetencije, jaku motiviranost za dobrovoljačke skupine, službe ili boravke tijekom koji se sudjeluje u znanstvenim istraživanjima, npr. pomaganje kornjačama i sl.,
- Ekolozi pedagozi: nastoje u okviru profesionalnog odmora svladati tehnike i dodatno znanje, na temama o ekologiji šuma, životinja, vegetacije, upravljanja okružjem i infrastrukturom prihvata u jedinstvenim mjestima.

Stalni rast širokog europskog turističkog tržišta pokazuje da turisti vole odmor na suncu i moru, što i jamči njegov daljnji rast, ali zbog sve većih negativnosti takvog odmora, a posebno zbog traženja novih vrijednosti, sve se veći broj turista okreće prema ruralnim predjelima koja postaju pristupačnija i poznatija.[17]

[17]Kombol, P. T. (2000) Selektivni turizam: Uvod u menadžment prirodnih i kulturnih resursa. Matulji: TMPC Sagena, str. 133-136.

3. RURALNI TURIZAM DALMATINSKE TURISTIČKE REGIJE

Dalmatinska Zagora, kao i ne priobalno područje dalmatinskih otoka, izuzetno je povoljna upravo za razvijanje ruralnog turizma. Situacija u Dalmatinskoj zagori i na jadranskim otocima karakterizira proces ekonomske i demografske degradacije. U takvim uvjetima razvijanje ruralnog turizma može doprinijeti poboljšanju opće sociogospodarske slike područja.

Iznimno atraktivni prirodni resursi na ovom prostoru omogućuju bavljenje tzv. outdoor aktivnostima – planinarenje, šetnje, penjanje, lov, ribolov, vožnja biciklom po seoskim putovima, te brojne rekreativne i avanturističke aktivnosti na rijekama. Uz to, svako selo, te gotovo svaki kamen u Dalmaciji pa i Zagori ima sačuvanu zanimljivu priču, a stare utvrde, komunikacije, kuće, narodni običaji, folklor i pjesme te tradicionalna jela mogu naći mjesto u turističkoj ponudi ruralnog turizma. Selektivni turizam je sve više temeljen na priči, mitu, legendi, netaknutoj prirodnoj ljepoti, očuvanom kulturnom blagu i sl., a to je ono što u ruralnom turizmu treba približiti gostima.[18]

3.1. Temeljna obilježja regije Dalmacije

Dalmacija sa svojom dugom obalom nad kojom se navijaju planine, otocima, sunčanom klimom, te dva turistička bisera – Splitom i Dubrovnikom – najveća je i najpoznatija turistička regija u Hrvatskoj. Nalazi se na središnjem dijelu Jadranske obale i predstavlja pravi, iskonski Mediteran. To je prostor sunca, toplog mora, maslina, vina, ribe, pjesme i slikovitih naselja s kamenim kućama za odmor. [19]

Dalmacija je izuzetno atraktivna i već svjetski afirmirana turistička regija koja obuhvaća područje od otoka Paga i rijeke Zrmanje na sjeveru do Konavala, odnosno rta Ošto na jugu zahvaćajući područje dalmatinskih otoka te zaleđa (Bukovica, Ravni kotari i Dalmatinska Zagora). [20] Dalmacija se sastoji od četiri županije – Zadarske, Šibensko-kninske, Splitsko-dalmatinske te Dubrovačko-neretvanske sa ukupnom površinom od 13 000 km^2.

[18]Stanko, G. (2011) Menadžment selektivnih oblika turizma. Split: Sveučilišni studijski centar za stručne studije, str. 403
[19]Preuzeto sa web stranice Rural Koncept, na adresi www.rural-koncept.hr [10.07.2018.]
[20]Stanko, G. (2011) Menadžment selektivnih oblika turizma. Split: Sveučilišni studijski centar za stručne studije, str. 402

Slika 2.Teritorij Dalmacije



Izvor: www.dalmatiaaeterna.hr [14.7.2018.]

Prema podacima posljednjeg popisa stanovništva (Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011.) u Dalmaciji je živjelo ukupno 856 758 stanovnika. Subregionalna podjela Dalmacije na sjevernu, srednju i južnu Dalmaciju uvjetovana je gravitacijskih utjecajem njezinih većih gradova. Sjeverna Dalmacija gravitacijsko je područje Zadra i Šibenika pa joj u administrativno-teritorijalnom smislu pripada područje Zadarske županije (3646 km^2) i Šibensko-kninske županije (2984 km^2). Srednja Dalmacija gravitacijsko je područje Splita, odnosno Splitsko-dalmatinske županije (4540 km^2). Južna Dalmacija gravitacijsko je područje Dubrovnika, odnosno Dubrovačko-neretvanske županije (1781 km^2). [21]

[21]Preuzeto s web stranice Hrvatska enciklopedija, na adresi www.enciklopedija.hr [14.7.2018.]

Posebno bogatstvo obalnog pojasa Dalmacije čini 926 otoka, otočića i morskih hridi. Neki se od njih, poput Brača, Hvara, Korčule, Dugog otoka i Mljeta, ubrajaju među najveće jadranske otoke. Na obali Dalmacije svoja ušća imaju četiri veće rijeke – Zrmanja (64 km), Krka (75 km), Cetina (105 km) i Neretva (218 km), uz čije se tokove na proširenim ravninama formiraju plodna polja, a osobito širokoj dolini koju stvara delta Neretve sa svojih 12 rukavaca. Na području Dalmacije nalaze se dva veća prirodna jezera – Vransko jezero kod Biograda i Prokljansko u proširenju donjeg toga rijeke Krke. Umjetno Peručko jezero nad branom hidroelektrane na rijeci Cetini najveća je akumulacija u Hrvatskoj. Posebnu privlačnost krškom području daju i krška jezera, poput Modrog i Crvenog kod Imotskog, te Baćinska jezera u zaleđu Ploča.[22]

Dalmacija-Zadar: Gotova cijena Zadarska regija zaštićeni je dragulj prirode. Nacionalni park Paklenica i parkovi prirode Velebit, Vransko jezero i Telašćica. Uz Dugi otok, slikoviti otoci ove regije još su Ugljan, Iž, Molat, Vrgada i Ošljak, a priču o soli čuvaju gradovi Pag i Nin. U dalmatinskom zaleđu kriju se pak plodni vinorodni Ravni kotari, s mnoštvom slikovitih mjesta, srednjovjekovnih crkava i tvrđava, a krševita Bukovica te okolica Obrovca i Gračaca skriva zadivljujuće lijepe izvore i vijugave kanjone krških ljepotica Zrmanje, Krupe i Une. Doživljaj podzemlja pružaju Cerovačke špilje jedan od najljepših i najznačajnijih speleoloških objekata u Hrvatskoj, a to su i dva posebna zaljeva Jadranskog mora Novigradsko i Karinsko more.

Dalmacija-Šibenik: U Šibenskoj regiji izdvajaju se otočno područje, zagorsko područje s Drnišom i Kninom te obalno područje s gradom Šibenikom kao središtem regije. U toj su regiji dva nacionalna parka, otočni arhipelag Kornati s 89 toka, otočića i hridi jedinstvene ljepote i Krka svakako najčudesnija među rijekama hrvatskog krša. Među njenim brojnim vodopadima osobito ljepotom ističu se Skradinski buk i Roški slap. Iznimno je atraktivan i Kanjon rijeke Čikole. U zagorskom području atraktivna je Miljavačka visoravan između Čikole, Krke i planine Promine, s puno idiličnih zaselaka, inače kraj poznat po pripremi domaćih pršuta, pancete i sira. Na brežuljku iznad Petrova polja, kod Otavica, u selu Ružiću, nedaleko od obiteljske kuće njegovih roditelja mauzolej je hrvatskog kipara svjetskog glasa Ivana Meštrovića, dok je u Prvić Luci na otoku Prviću u crkvi Gospe od Milosti pokopan izumitelj prvog padobrana Faust Vrančić.

[22]Preuzeto sa web stranice Dream Croatia, na adresi http://dream-croatia.com/dalmacija/ [15.7.2018.]

Regija-Split: Regija u središnjem dijelu Dalmacije podjednako je atraktivna zbog prirodnih ljepota otoka, priobalja i još nedovoljno otkrivene unutrašnjosti Dalmatinske zagore. Ukras regije su planine koje se uzdižu gotovo izravno iz mora redom Kozjak, Mosor, Omiška Dinara i impozantno Biokovo, ujedno i najviša planina najbliža moru na Mediteranu. U regiji također osobitu pozornost privlače krški fenomeni Modro i Crveno jezero pored Imotskog, vjeruje se jedno od najdubljih jezera u Europi, Vidova gora na Braču, najviši vrh svih otoka Jadranskog mora, vrila ili izvori rijeke Cetine kod Vrlike, atraktivan kanjon ušće kod Omiša te lokalitet Prološko blato.

Dalmacija-Dubrovnik: Dubrovačka regija ima najplodniju hrvatsku dolinu rijeke Neretve, a čijem ušću je močvarno područje iznimnog krajolika i raznolikog prirodnog staništa uvršteno u Ramsarska područja. Drugi po veličini hrvatski poluotok Pelješac mjesto je gdje se proizvode najbolja hrvatska crna vina i gdje su najbolje školjke iz stonskog zaljeva. U najpoznatijem ljetnikovcu dubrovačke vlastele obitelji Gozze, najljepši je primjer hrvatske vrtne arhitekture arboretum Trsteno, a otok Lokrum čuva zanimljivu zbirku eukaliptusa, kaktusa i ostalog egzotičnog bilja. Najzeleniji otok Mljet je nacionalni park, a Lastovo otočje najmlađi park prirode u Hrvatskoj. Očuvana seoska naselja čuvaju otok Korčula i Elafiti, a idilična naselja Konavala do danas su zadržala izgled tradicijske kamene arhitekture iz doba Dubrovačke Republike. Gornji tok konavoske rijeke Ljute čuva sklop mlinica i stupa spomenike kulture posebnog gospodarskog značenja. [23]

3.2. Počeci i razvoj ruralnog turizma

Hrvatska je danas dominantno okrenuta maritimnom, kupališnom masovnom turizmu. Razvoj maritimnog turizma seže u posljednja desetljeća 19. Stoljeća, a takva se orijentacija izrazito nastavlja od pedesetih godina 20. Stoljeća. U sedamdesetim godinama prošlog stoljeća procesom litoralizacije dolazi koncentracije turističkih interesa na jadransku obalu kao najperspektivnije područje za razvoj turizma. Dakle, u to je vrijeme turizam u Hrvatskoj pokazivao značajke „maritimne isključivosti“ i nije se razmišljalo o mogućnostima ruralnih područja za razvoj turizma. Lukić (2002) navodi kako su ruralna područja „još od sredine 19. St., a posebno tijekom real-socijalističkog gospodarskog sustava od sredine 1950-tih do 1990-ih godina, tranzicijom u posljednjih desetak godina te u Domovinskom ratu, bila izložena degradacijskim procesima koji su doveli do praga izumiranja resursa, sela – osnovnog

[23]Preuzeto sa web stranice Hrvatske gospodarske komore, na adresi https://www.hgk.hr/ [15.7.2019.]

elementa ruralnog prostora“. Na taj način selo biva zapostavljeno te tada još nije bilo riječi o ruralnom turizmu.

Ipak, ruralni prostori često su bili odredištem turista, rekreativaca i gostiju namjernika. Posebno ih je privlačilo planinarstvo, kulturni i hodočasnički turizam, posjeti zavičaju kao i drugi specifični privlačni elementi. U to vrijeme turizam još nije bio usmjeren na strane goste, ali je bio u svojim začecima. Ono što je vrlo zanimljivo jest razvoj ruralnog turizma na seljačkim gospodarstvima kao prvim pružateljima usluga koji su bili koncentrirani na ruralni turizma u svrhu kakvu on ima danas. Taj se oblik ruralnog turizma rijetko pojavljivao u našoj turističkoj ponudi. Lukić (2002) ističe kako „sve do 1990-ih on nije bio planiran, što više u socijalističkom sustavu bio je dekužiran zbog negativnog stava prema privatnoj svojini, obiteljskim gospodarstvima te neindustrijskoj poljoprivredi općenito“. Također, u to su vrijeme važna obilježja bili usitnjeni posjedi, vlada je okrenutost prema maritimnom turizmu i masovnosti, uz to nije bila dovoljna razvijena svijest o vrijednosti okoliša, što je utjecalo na vrlo sporo i slabo razvijanja ovog oblika ruralnog turizma te još uvijek nije moguće govoriti o ruralnom turizmu u pravom smislu te riječi.

S druge strane, ipak su postojali neki pozitivni primjeri u razvoju turizma. Seljačka su gospodarstva u blizini turističkih atraktivnih lokaliteta pružala usluge prenoćišta. Također, kao prve mjesta u kojima se javljaju oblici ruralnog turizma važno je spomenuti Dubrovačko primorje i Konavle. Osamdesetih se počinju razvijati oblici izletničkog turizma i to prvenstveno zahvaljujući Dubrovniku koji je svakako bio poznata turistička destinacija.

U sklopu posjeta Dubrovniku razvijen je i projekt jednodnevnih posjeta u desetak sela u zaleđu. U tridesetak seljačkih domaćinstava gosti su bili primani na seljačkim domaćinstvima te nuđeni domaćim tradicionalnim proizvodima kao što su suhe smokve, pogače i pečenja ispod peke te domaćom rakijom. Domaćini su turiste upoznavali s vjerskim prigodnim običajima, vinarstvom, pčelarstvom, rukotvorstvom, uz izvorne instrumente glazbu i pjesmu. Domovinskim ratom ovakav je oblik ruralnog turizma biva naglo prekinut, ali iz svega navedenog proizlazi kako su Dubrovačko primorje i Konavle bili mjesto razvoja ruralnog turizma u Dalmaciji koji su ubrzo počele slijediti i druge regije.

Novo razdoblje u razvoju ruralnog turizma počinje devedesetih godina. Tada Ministarstvo turizma Republike Hrvatske pokreće različite inicijative i aktivnosti koje su bile vezane uz obilazak terena, prikupljanje informacija i edukacija inicijatora za razvoj ruralnog turizma. [24]

3.3. Eko-etno sela u Dalmaciji

Eko-etno selo je ekonomski i ekološki održivo selo, koje je usklađeno po ekološkim kriterijima. To se prije sve odnosi na promet i na kuće koje su građene po energetskim normativima, koji su primjerice niskoenergetske kuće, pasivne kuće i regionalna energetska opskrba s obnovljivim izborima energije i kogeneracijskih postrojenja. U posljednjih nekoliko godina eko-etno sela su postala fenomen kako u cijeloj Hrvatskoj, tako i u Dalmaciji. Turisti umorni od gradskih gužvi, prenapučenih turističkih područja, gužvi na turističkim odredištima, sve više se okreću upravo seoskom turizmu. Zbog užurbanog načina života, povratak prirodi, tradiciji, zdravom načinu života sve je izraženiji trend.

Ciljevi razvijanja eko-etno turizma su višestruki: gospodarski razvoj sela, obnova stranih napuštenih kuća, zaustavljanje raseljavanja stanovništva, poticaj za povratak iseljenog stanovništva, proizvodnja autohtone domaće hrane te njeno plasiranje na šire tržište. Eko-etno sela nastajala su stoljećima. Karakteristike eko-etno sela u Dalmaciji su kamene kuće građene od dalmatinskog krša, mir, tišina, čistoća zraka, zvukovi iz prirode, miris bilja i tome slično. Posjetiteljima se pružaju aktivnosti poput pješačenja, penjanja po stijenama, raftinga, ribolova, sudjelovanje u seoskim radovima, biciklizam, izleta na konjima i mnoge druge.

Splitsko-dalmatinska županije je 2005. godine prva u Hrvatskoj u okviru Odjela za turizam pokrenula je projekt eko-etno sela. Stanovnici ove županije mogu dobiti novac za razvoj ruralnog turizma kroz programe sufinanciranja razvitka seoskog turizma, te kroz županijski fond za poljoprivredu i stočarstvo. U Splitsko-dalmatinskoj županiji djeluje tridesetak eko-etno sela. Nalaze se u Dalmatinskoj Zagori, otocima i priobalju. Prvo etno-eko selo u Dalmaciji osnovano je 1987. godine u selu Radošić pokraj Splita, a pokrenula ga je obitelj Škopljanac. [25]

[24]Galijan, V., Selić, H. i Zelenika. Z., (2017) Analiza prostorne distribucije i ponude ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj. Rad za rektorovu nagradu. Zagreb: Prirodoslovno-matematički fakultet, str. 15-16. https://apps.unizg.hr/rektorova-nagrada/javno/stari-radovi/4240/preuzmi [2.8.2018.]

[25]Gudelj, T.(2016) Analiza seoskog turizma u Dalmaciji. Završni rad. Split: Ekonomski fakultet u Splitu, str. 25-27., https://repozitorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst:191/preview [5.8.2018.]

3.4. Obilježja ponude ruralnog turizma Dalmacije

Ruralni prostor Dalmacije bogat je tradicijskom baštinom naslijeđenom iz prošlosti, koja se na različite načine prikazuje današnjim naraštajima kako bi se u što boljem stanju predala budućim generacijama. Prirodna i kulturna baština je osnovni preduvjet za razvoj ruralnog turizma pa se može reći kako je navedeni osnovni preduvjet za Dalmaciju zadovoljen s ukupno 158 zabilježenih atrakcija u obliku prirodne i kulturne baštine podijeljene na 33 specifična i drugačija mjesta za posjetu turista, 33 poučne staze, 45 etnozanimljivosti i 47 kulturnih događaja (tablica 3). Od analiziranih dalmatinskih regija u broju etnozanimljivosti i kulturnih događaja prednjači regija Dalmacija – Split, po broju poučnih staza Dalmacija – Zadar i Dalmacija – Split, dok Dalmacija – Šibenik obiluje tzv. specifičnim i drugačijim mjestima za posjetiti. No, treba se naglasiti da na osnovu popisanog broja tih atrakcija sve dalmatinske regije imaju odlične preduvjete za daljnji razvoj ruralnog turizma.

Tablica 3. Usporedba prirodne i kulturne baštine dalmatinskih regija

	Dalmacija - Zadar	***Dalmacija - Šibenik***	***Dalmacija - Split***	***Dalmacija - Dubrovnik***	***DALMACIJA - UKUPNO***
Specifična i drugačija mjesta	*7*	*10*	*8*	*8*	*33*
Poučne staze	*9*	*7*	*9*	*8*	*33*
Etnozanimljivosti	*13*	*9*	*15*	*8*	*45*
Kulturni događaji	*10*	*14*	*15*	*8*	*47*
UKUPNO	*39*	*40*	*47*	*32*	*158*

Izvor: izrada autorice prema Svržnjak, K., Šarić, M., Kantar, S. i Jerčinović, S. (2017) Obilježja ponude ruralnog turizma dalmatinskih turističkih regija, Križevci:Visoko gospodarsko učilište u Križevcima. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr [16.7.2018.]

Razlike se uočavaju promatrajući gospodarske značajke objekata u ruralnom turizmu (tablica 4). Prema Nacionalnom katalogu u Dalmaciji ima 81 registrirano ruralno turističko gospodarstvo, koja svakako doprinose cjelokupnoj turističkoj ponudi i općenito ruralnom razvoju. Većini tih gospodarstava bavljenje seoskim turizmom predstavlja dopunsku djelatnost uz primarnu djelatnost – poljoprivredu. Na taj način poljoprivrednici proširuju svoju gospodarsku djelatnost i kroz turizam njihovi proizvodi dobivaju dodatnu vrijednost

čime se i stvara dodatni izvor prihoda. U broju registriranih objekata za ruralni turizam prednjači regija Dalmacija – Dubrovnik koja ima nešto manje od polovice ukupnih registriranih objekata u Dalmaciji (39). Slijedi Dalmacija – Šibenik (20), zatim Dalmacija – Split (15), a iznenađujuće malo registriranih objekata za ruralni turizam ima regija Dalmacija – Zadar (7). S obzirom na površinu, ruralno turistička gospodarstva Dalmacije su prosječne veličine oko 3,6 ha.

Dalmacija od ukupnog broja ruralno turističkih gospodarstva ima nešto više od trećine onih koja imaju i smještajne kapacitete. Promatrajući regije u tom smislu, vidljivo je da ima velikih razlika jer npr. regija Dalmacija – Dubrovnik ukupno ima najviše registriranih gospodarstva koja se bave ruralnim turizmom, kao što je već rečeno -30, ali samo 12 objekata imaju i smještajne kapacitete što u postotku iznosi, 30,8 %. S druge strane, regija Dalmacija – Zadar ima najmanje registriranih objekata za ruralni turizma, ali najveći postotak gospodarstva koja imaju smještajne kapacitete, čak 71,4 % , čime bi se mogao nametnuti zaključak da se u regiji Dalmacija – Zadar postupno razvija ruralni turizam s tendencijom paralelnog razvoja i smještajnih i ugostiteljskih objekata na ruralno-turističkim objektima.

Od vrste smještajnih kapaciteta na ruralnom prostoru Dalmacije prevladavaju sobe (72) i apartmani (33), dok ruralnih kuća ima samo tri, a kampova samo pet u sve četiri promatrane regije. Iznenađujuće je da se u regiji Dalmacija – Šibenik nalazi najveći broj soba (33) i postelja (112) u odnosu na ostale regije, a naročito je to iznenađenje zbog toga što ta regija ima samo 5 gospodarstva koja imaju smještajne kapacitete (25%). Uglavnom su to četverokrevetne sobe (i apartmani), čime se nameće zaključak da su ciljna skupina gostiju u toj regiji – obitelji s djecom. Regija Dalmacija – Dubrovnik ima najveći broj apartmana (15) i ruralnih kuća (2) u odnosu na ostale regije. Regija Dalmacija – Zadar ističe se najvećim brojem kampova u koje se može smjestit ukupno 45 gostiju, odnosno od ukupno 5 gospodarstva koja imaju smještajne kapacitete, tri gospodarstva pružaju mogućnost ruralnog kampa.

Tablica 4. Usporedba gospodarskih značajki ruralno turističkih objekata dalmatinskih regija

	Dalmacija Zadar	Dalmacija Šibenik	Dalmacija Split	Dalmacija Dubrovnik	Dalmacija Ukupno
Broj registriranih objekata za ruralni turizam	7	20	15	39	81
Gospodarstva koja imaju smještajne kapacitete *	5 (71,4%)	5 (25,0%)	6 (40,0%)	12 (30,8%)	28 (34,6%)
-sobe	5	33	18	16	72
-apartmani	6	10	2	15	33
-ruralne kuće	1	0	0	2	3
-kampovi	3	1	0	1	5
Broj postelja u sobama, apartmanima i ruralnim kućama	55	112	44	101	312
Broj mjesta u kampovima	45	4	0	50	99
Broj sjedećih mjesta u objektima	56	69	43	47	215
Broj sjedećih mjesta izvan objekata	91	84	63	53	291
Prosječna cijena smještaja (kn/osobi)	205	220	173	195	198
Pros površina pod turi selj gosp. (ha)	1,65	3,6	5,41	3,6	3,6

Prilagođeno za osobe s posebnim potrebama	0	7 (35%)	5 (33,3%)	10 (25,6%)	22 (27,1)
Prilagođeno za starije osobe	4 (57,1%)	11 (55%)	8 (53%)	17 (43,5%)	40 (49,3%)
Prilagođeno gostima s malom djecom	5 (71,4%)	14 (70%)	9 (60%)	22 (56,4%)	50 (61,7%)
Prilagođeno gostima s kućnim ljubimcima	5 (71,4%)	14 (70%)	5 (33,3%)	14 (35,8%)	38 (49,9)

*U zagradi je postotni udio gospodarstava sa smještajnim kapacitetima od ukupnog broja ruralno-turističkih gospodarstava u odnosnoj regiji ili ukupno za Dalmaciju

Izvor: izrada autorice prema Svržnjak, K., Šarić, M., Kantar i S., Jerčinović, S. (2017) Obilježja ponude ruralnog turizma dalmatinskih turističkih regija, Križevci: Visoko gospodarsko učilište u Križevcima. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr [20.7.2019.]

Što se tiče kategorizacije, ruralno turistički objekti Dalmacije u prosjeku su kategorizirani s 3 sunca što je zadovoljavajuće, s tim da se u tome ističe regija Dalmacija – Dubrovnik gdje prevladavaju objekti kategorizirani s maksimalnih 4 sunca. Prosječna cijena smještaja u ruralno turističkim objektima Dalmacije je oko 198,00 kn/po osobi.

Prilagođenost objekta za različite skupine gostiju, kao što su osobe s posebnim potrebama, starije osobe, gosti s malom djecom i gosti s kućnim ljubimcima, postala je jedan od važnijih čimbenika za odabir destinacija, odnosno u ovom slučaju ruralnih gospodarstva od strane gostiju. Dalmatinska ruralno turistička gospodarstva nisu u velikoj mjeri prilagođena za različite skupine gostiju, odnosno samo 61,7 % gospodarstava je prilagođeno za goste s malom djecom, dok je manje od polovice gospodarstva prilagođeno za starije osobe (49,3%), goste s kućnim ljubimcima (46,9%) te osobe s posebnim potrebama (27,1%). Naročito je zabrinjavajuće što u regiji Dalmacija – Zadar nema niti jednog gospodarstva prilagođenog za osobe s posebnim potrebama. Izneseni podaci su signali za donositelje odluka da na

nacionalnoj i regionalnoj razini kreiraju mjere za budući razvoj ruralnog turizma u smjeru investiranja i prilagodbe ruralno turističkih objekata za navedene različite skupine gostiju.[26]

3.5. SWOT analiza

SWOT analiza (analiza snaga, slabosti, mogućnosti i prijetnji) odnosi se na ključna elemente koji karakteriziraju atraktivnosti Dalmacija kao turističke destinacije, te one elemente koji trenutno utječu na razvoj turizma ove destinacije, s time da se u ovom proces fokus stavi na ruralni turizam.

[26]Svržnjak, K. et al. (2017) Obilježja ponude ruralnog turizma dalmatinskih turističkih regija,. Križeci:Visoko gospodarsko učilište u Križevcima, str. 119-122, dostupno na: https://hrcak.srce.hr/file/280904 [10.8.2018.]

Tablica 5: SWOT analiza ruralnog turizma

SNAGE	SLABOSTI
➢ Ljepota prirode i raznolikost pejzaža (more, planine, rijeke, jezera, itd.) ➢ Ekološka očuvanost ➢ Bogatstvo ruralne baštine (stara tipična sela) ➢ Ugodna klima ➢ Bogatstvo kulturne/povijesne baštine ➢ Bogatstvo lokalne tradicionalne gastronomije (sir, pršut, med, itd.) ➢ Područje sa niskim stupnjem zagađenja (zraka, vode, nema buke, itd.) ➢ Prepoznata vrijednost ambijentalne arhitekture ➢ Izraženi interes lokalnog stanovništva za razvojem ruralnog turizma	➢ Nedovoljna valorizacija prirodnih resursa u turističke svrhe ➢ Nedovoljna valorizacija kulturno-povijesne baštine u turističke svrhe ➢ Nedovoljna uređenost okoliša ➢ Nedovoljna zaštita i održavanje prirodnih i kulturnih resursa i atrakcija ➢ Opća infrastruktura (vodovod, el. energija, kanalizacija) zahtjeva poboljšanje ➢ Nedostatak sustava za reciklažu otpada ➢ Još uvijek nerazvijen/neprepoznatljiv brand ruralnog turizma ➢ Nedostatak smještajnih kapaciteta u ruralnom turizmu i općenito
PRIJETNJE	MOGUĆNOSTI
➢ Opasnost od devastacije prostora (neplanskom i neodrživom gradnjom i razvojem) ➢ Mijenjanje vizualnog identiteta seoskih sredina ➢ Opasnost od ekstenzivnog i neplaniranog korištenja prirodnih resursa ➢ Gubitak potencijalnog tržišta uslijed zaostajanja za konkurencijom ➢ Nepostojanje standarda gradnje novih tur. objekta u ruralnim područjima	➢ Prirodni resursi pružaju mogućnost razvoja raznovrsne ponude aktivnosti ➢ Sveukupna povećana svijest o zaštiti prirodnih i kulturnih vrijednosti ➢ Mogućnost diversifikacije ponude ➢ Bogatstvo i atraktivnost lokalne gastronomije, te mogućnost brendiranja gastronomskih lokalnih proizvoda ➢ Mogućnost kreiranja diversificirane turističke ponude ➢ Izrada strategije razvoja ruralnog turizma

Izvor: izrada autora prema Horwath HTL, Strategija razvoja ruralnog turizma Splitsko-dalmatinske Županije dostupno na http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/ruralni-turizam-strategija.pdf [22.7.2018.]

4. PRISTUPAČNI TURIZAM

Među više od milijardu međunarodnih turista koji putuju svake godine, visok postotak sastoji se od obitelji s malom djecom i/ili starijim osobama, osobama s invaliditetom ili posebnim potrebama. Kako bi osobe mogle sudjelovati u turizmu pod jednakim uvjetima ključno je razvijanje univerzalne mjere pristupačnosti.[27]Osnovni preduvjet za stvaranje adekvatne mobilnosti stanovništva, inkluzivnog društva i njihovo uključivanje u turističke tokove je postojanje, prije svega, pristupačnog okruženja. Mnogobrojnim međunarodnim i nacionalnim zakonima i propisima regulirana su prava osoba s invaliditetom, kojima se sprječava njihova diskriminacija i postiže afirmacija kao ravnopravnih i samostalnih osoba. Pristupačni ili dostupni turizam predstavlja turizam koji je prilagođen svim korisnicima. Ovaj pojam je u svijetu postao veoma popularan i sve češće se spominje. Sve veći broj poduzeća iz područja turizma prilagođava svoje proizvode i usluge svim osobama, jer su uočili potencijale do sada nedovoljno pokrivenog tržišta. Iako još uvijek ne postoji službena i opće prihvaćena definicija pristupačnog turizma, jedna od najčešće korištenih je Pristupačni turizam je oblik turizma koji omogućava ljudima s različitim zahtjevima u pogledu mobilnosti, vida, sluha i kognitivne dimenzije da samostalno, jednako i dostojanstveno funkcioniraju pri korištenju univerzalno dizajniranih proizvoda, usluga i okruženja u turizmu. Ova definicija uključuje osobe sa stalnim ili privremenim invaliditetom, starije, obitelji sa malom djecom i one koji rade u sigurnim i socijalno održivim okruženjima.[28]

Svjetska zdravstvena organizacija (WHO) definirala je 1981. godine invaliditet kao narušavanje odnosa između pojedinca i okoline. Pojam invaliditet naglasak stavlja na nejednakosti koje su vidljive u odnosu na okolinu i društvene uvjete života ljudi s invaliditetom. Kako ga je definirala Svjetska zdravstvena organizacija (2007), invaliditet je širok pojam koji uključuje poremećaje te ograničenja u aktivnostima i u sudjelovanju u aktivnostima. Stoga je invaliditet složen fenomen koji se odnosi na djelovanje između individualnih tjelesnih obilježja i obilježja društva u kojemu ta osoba živi. Prema svjetskoj

[27] World Tourism Organization (2016.) Accessible Tourism for All: An Opportunity within Our Reach, Madrid, UNWTO, https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417919 [5.6.2019.]

[28] European Network for Accesible Tourism (2009) Takayama Declaration on the Development of communities-for-All in the Asia and Pacific, ENAT, str. 5
https://www.accessibletourism.org/resources/takayama_declaration_top-e-fin_171209.pdf [5.6.2019.]

zdravstvenoj organizaciji, invaliditet se odnosi na bilo koje ograničenje ili pomanjkanje čovjekove sposobnosti za obavljanje normalnih aktivnosti.[29]

Prema podatcima Svjetske zdravstvene organizacije, oko 10% svjetske populacije čine osobe s invaliditetom, što znači da ima preko 650 miliona osoba s nekim oblikom invaliditeta.[30]

Pristupačnost je preduvjet da osobe s invaliditetom mogu neovisno živjeti te potpuno i ravnopravno sudjelovati u društvu. Bez pristupa svojem fizičkom okruženju, prijevozu, informacijama i komunikaciji, kao i informacijskim i komunikacijskim tehnologijama i sustavima, te ostalim prostorima i uslugama koji su otvoreni ili koji se pružaju javnosti, osobe s invaliditetom ne bi imale jednake mogućnosti za sudjelovanje u svojim društvima. Kroz povijest je argument pokreta osoba s invaliditetom bio da je pristup fizičkom okruženju i javnom prijevozu za osobe s invaliditetom preduvjet slobodi kretanja.

Međunarodnim paktom o građanskim i političkim pravima i Međunarodnom konvencijom o ukidanju svih oblika rasne diskriminacije pravo pristupa jasno je utvrđeno kao dio međunarodnog prava ljudskih prava. Pristupačnost valja promatrati kao reafirmaciju društvenog aspekta prava pristupa osnova invaliditeta. Konvencija o pravima osoba s invaliditetom uključuje pristupačnost kao jedan od njezinih glavnih načela – ključni preduvjet za djelotvorno i ravnopravno uživanje građanskih, političkih, gospodarskih, socijalnih i kulturnih prava osoba s invaliditetom. Pristupačnost treba promatrati ne samo u kontekstu ravnopravnosti i nediskriminacije, već također kao način ulaganja u društvo i kao sastavni dio dnevnog reda za održivi razvoj.[31]

4.1. Ograničenja u putovanju i prepreke za osobe s invaliditetom

Istraživanja koja se bave problemima osoba s tjelesnim invaliditetom i motoričkim poteškoćama, ustanovila su da glavni izazov za tu skupinu predstavljaju mentalni problemi, jer većini nedostaje samopouzdanje i imaju puno slobodnog vremena u usporedbi s osobama bez invaliditeta. Uz to su tu i drugi društveni problemi poput korištenja prijevoza i neimanja

[29]Jensen, T. i M. (2017.) Accessible Tourism – a study oft he role of accessibility information in tourist's decision – making process, Master thesis, Aalborg: Aalborg University CPH, Tourism, str. 5 https://projekter.aau.dk/projekter/files/261963872/Master_Thesis_Accessible_Tourism.pdf [5.6.2019.]

[30]Jević G. i Jević, J.(2015) Pristupačnost pojedinih segmenata hotelskih kapaciteta osobama s invaliditetom, Visoka turistička škola strukovnih studija, https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0354-3099/2015/0354-30991516053J.pdf [20.8.2018.]

[31]UN (2006) : Konvencija o pravima osoba s invaliditetom, UN, str. 5 http://www.krila.hr/UserDocsImages/Konvencija_UN.pdf [25.8.2018]

koristi od sadržaja za rekreaciju i sportove kojima bi mogli ispuniti vrijeme. Osobe s tjelesnim invaliditetom mogu se suočiti s raznim oblicima ograničenja što bi se trebalo uzeti u obzir prilikom planiranja u turizmu. Ranije provedena istraživanja o putnicima s invaliditetom uglavnom su se fokusirala na probleme pristupačnosti i načine na koje je moguće smanjiti ograničenja veza uz putovanja. Smith tvrdi da zadovoljstvo turista s invaliditetom može biti manje nego kod drugih turista jer važni dijelovi cjelokupnog turističkog iskustva ponekad nisu prilagođeni toj skupini. Putovanja i turizam važan su čimbenik postizanja kvalitete života svih ljudi. Osobe s invaliditetom prije svega imaju ograničenja u pogledu načina provođenja svojeg slobodnog vremena i sudjelovanja u aktivnostima vezanima uz zabavu. Ti ljudi, kao i svi drugi, putuju, ali turistički proizvodi i usluge nisu oblikovani prema njihovim potrebama. Osobe s invaliditetom češće primjećuju i doživljavaju inherentna ekonomska, okolišna i interaktivna ograničenja neko drugi turisti.

Koncept invaliditeta i društveni model invaliditeta kod Darcya i Buhalisa sugeriraju da okolina igra ključnu ulogu u doživljajima osoba s invaliditetom. Uklanjanjem ili svođenjem prepreka u arhitekturi, prijevozu ili sustavu informiranja na najmanju moguću razinu, pružatelji usluga u turizmu mogu omogućiti da doista putuju. Ako se prepreke ne uklone, uključivanje u turistička kretanja će naprosto biti nemoguće za mnoge građane, čime se isključuje veliki dio potrošačkih aktivnosti za slobodno vrijeme, a sam turizam ostaje bez velikog dijela tržišta.

Glavni problem za osobe s invaliditetom je korištenje rekreativnih sadržaja i usluga. Jedan od problema s kojim se bavi socijalna rehabilitacija je prilagođavanje privatnih i društvenih prostora i alata osobama s invaliditetom kako bi se smanjili njihovi svakodnevni problemi. Prilagođavanje okoline osobama s invaliditetom je preinačavanje okoline i osiguravanje opreme potrebne za njihovo slobodno kretanje, djelovanje u okolini a da se pri tome ne osjećaju ugroženima i da imaju koristi od društvenih, kulturnih i ekonomskih sadržaja odražavanjem osnovne osobne samostalnosti. Čini se da se osobama s invaliditetom ne posvećuje dovoljna pažnja, a istraživanja su pokazala da potrebe tih ljudi nisu zadovoljene u onoj mjeri kao kod osoba bez invaliditeta. Turisti s invaliditetom i osobe kojima je potreban poseban pristup objektima suočavaju se s mnogim izazovima u svakom trenutku svojeg putovanja. Od planiranja puta preko rezerviranja smještaja, prijevoza, razgledavanja

znamenitosti, kretanja centrima gradova ili sela, posjećivanja kulturnih događanja, ulaska u restorane i kafiće, korištenja standardnih sanitarnih čvorova pa do povratka svojim kućama.[32]

4.2. Pružanje usluga osobama s invaliditetom

Ključ pružanja dobre usluge jest shvatiti da su osobe s invaliditetom istovjetne bilo kojem drugom posjetitelju i da žele poštovanje, no s obzirom da mnoge "zdrave" osobe imaju malo iskustva u radu s osobama s invaliditetom i njihovim potrebama, potrebno je znati neke naputke kako bi to poštovanje bilo i iskazano:

- U redu je ponuditi pomoć osobi s invaliditetom. Pritom bi osoblje trebalo pričekati i vidjeti hoće li ta ponuda biti prihvaćena i nikako ne pretpostaviti da je pomoć uistinu potrebna. To ne samo da je nepoželjno, već može biti i opasno (osoba se može osjećati ugroženo, može smatrati da se dovodi u pitanje njene sposobnosti, može se uvrijediti)
- Osoblje bi se uvijek trebalo direktno obraćati osobi s invaliditetom, a ne njihovoj pratnji, ako je imaju. Pritom je važan kontakt očima
- Osoblje nikad ne bih trebalo ispitivati osobu s invaliditetom o njihovoj invalidnosti. Ako osoba ima razloga podijeliti te informacije s osobljem, ona će to učiniti
- Osobe s naizgled sličnom invalidnosti, drukčije se s njome nose. Osoblje ne smije očekivati da su slične invalidnosti iste s obzirom da je svaka osoba s invaliditetom pojedinac za sebe
- Osobe s invaliditetom trebalo bih tretirati kao svaku drugu osobu (treba biti obazriv, ali nikoga ne gleda s visoka ili sa sažaljenjem)

4.3. Posebni turistički standardi za osobe s invaliditetom u Republici Hrvatskoj

Posebni standardi za osobe s invaliditetom u Republici Hrvatskoj očituju se kroz primjenu tzv. socijalnog turizma.[33] Socijalni turizam odnosno „turizam za sve" koji predstavlja relativno novi i nepoznat koncept u turističkoj teoriji i praksi te se može ustvrditi da trenutno ne postoji jednoznačna i općeprihvaćena definicija socijalnog turizma. Iako je fenomen socijalnog turizma prepoznat još 50-tih godina XX. stoljeća (o socijalnom turizmu je među prvima pisao Hunziker 1951. godine), ova tema je sve donedavno bila neopravdano

[32]Mahmoudzadeh, S. i Sarjaz, K., N. (2018) Prepreke u okolišu u razvoju turizma za osobe s invaliditetom, Teheran: Faculty of Management and Accounting, AllamehTabataba'i University, str. 91-93, https://hrcak.srce.hr [20.8.2018.]
[33]Spudić, J. (2015) Posebno standardizirani hoteli za osobe s invaliditetom u Republici Hrvatskoj. Završni rad. Karlovac: Veleučilište u Karlovcu, str. 27-30

zapostavljena u znanstvenoj i stručnoj javnosti. Glavni razlog tome bio je dominantan društveni stav da turistički proizvod predstavlja luksuzno dobro te da, sukladno tome, taj proizvod ne bih trebao biti dostupan osobama s niskom razinom diskrecijskog dijela dohotka kao ni ostalim društveno ugroženih skupinama (osobe s tjelesnim ili mentalnim invaliditetom, mlađe osobe, starije osobe i sl.) Međutim, u zadnjih dvadesetak godina dolazi do promjene dominantne društvene paradigme i do afirmacija postmodernističkih društvenih vrijednosti koje promoviraju dostojanstvo, emancipaciju i socijalnu uključenost svih pojedinaca u društvu.

Danas se socijalni turizam najčešće definira kao svaka turistička aktivnost kojoj je cilj svim obespravljenim i marginaliziranim društvenim skupinama osigurati temeljno ljudsko pravo na „odmor i razonodu“. Upravo zbog naglaska na činjenici kako turistička putovanja ne bih trebala biti privilegija bogatih odnosno da prava na odmor i razonodu spadaju u kategoriju temeljnih ljudskih prava, o socijalnom turizmu se u znanstvenoj i stručnoj literaturi često govori i kao „turizam za sve“, odnosno o turizmu koji je pristupačan svima i oslobođen prepreka.

Kada je riječ o ciljnim skupinama na koje su usmjerene mjere razvoja socijalnog turizma, njih je najgrublje moguće podijeliti u pet osnovnih skupina

- Djeca do 17 godina starosti,
- Mladi, od 18 do 25 godina starosti
- Osobe starije životne dobi (55 godina i više) s niskom razinom diskrecijskog dijela dohotka;
- Osobe s različitim vrstama dugotrajnih tjelesnih, mentalnih intelektualnim ili osjetilnih oštećenja te
- Sudionici i stradalnici domovinskog rata

4.4. Stanje ponude pristupačnog turizma u Republici Hrvatskoj

Što se tiče ponude pristupačnog turizma u Republici Hrvatskoj, premda nacionalni propisi nalažu da se prilikom rekonstrukcije i gradnje građevina osobama smanjene pokretljivosti treba osigurati nesmetani pristup i kretanje, većina objekata još sadrži niz prepreka, kako u samim objektima, tako i njihovoj neposrednoj okolini. Primjerice, Hrvatska udruga paraplegičara i tetraplegičara ističe da tek 48 hotela u Hrvatskoj ima ponudu prilagođenu osobama s invaliditetom, a kod javnih površina koje su u funkciji turizma i predstavljaju

sastavni dio turističke ponude, također prepoznaju brojne zapreke. Dodatno, od javne infrastrukture tek 11 plaži i kupališta ima u potpunosti prilagođenu dostupnost osobama s posebnim potrebama, dok 60 plaža i kupališta s plavom zastavom ima djelomičnu dostupnost osobama s posebnim potrebama. Tiskane vodiče za osobe s invaliditetom imaju gradovi Zagreb, Split, Rijeka, Karlovac i Slavonski Brod. Što se tiče prilagođenosti muzejskih prostora, 95 od 280 muzeja ima djelomično ili u potpunosti prilagođenu infrastrukturu za osobe s fizičkim invaliditetom, dok tek četiri muzeja imaju izloške prilagođene slijepim i slabovidnim osobama. [34]

[34]Krešić, D., Miličević, K. i Marković, I.(2014) Nacionalni program razvoja socijalnog turizma – „Turizam za sve“, Zagreb: Ministarstvo turizma, str. 4-6, dostupno na: http://www.rra-sibenik.hr/upload/stranice/2015/12/2015-12-21/57/nacionalniprogramrazvojasocijalnogturizma.pdf [25.8.2018]

5. PRIMJER PROJEKTA ULAGANJA U RAZVOJ PRISTUPAČNOG TURIZMA U RURALNIM DIJELOVIMA DALMACIJE

5.1. Sažetak

Ovaj poslovni plan izrađen je s ciljem jačanje imidža tvrtke Torlak dom d.o.o. te ciljem širenja na nova tržišta izgradnjom turističkih kapaciteta prilagođenih osobama s invaliditetom. Misija je osigurati dugoročno zadovoljstvo potrošača poštujući vrhunsku kvalitetu proizvoda, pružiti priliku svim zaposlenicima da razviju svoje kreativne potencijale te ih usmjeriti na kontinuirano unapređenje poslovnih procesa i ostvariti zadovoljavajuće poslovne rezultate uz povećanje vrijednosti uloženog kapitala. Cilj u sklopu ovog projekta je i promovirati važnost i potencijal razvoja turizma u ruralnim dijelovima Dalmacije i naravno naglasak staviti na inkuluziju osoba s invaliditetom u turističke tokove.

Projekt predstavlja svojevrsnu inovaciju na području Republike Hrvatske, po uzoru na slične projekte u EU. Stožerna aktivnost turističke ponude je pružanje usluge noćenja osobama s invaliditetom, rad male turističke agencije koja bi kreirala turističke aranžmane namijenjene i prilagođene potrebama osoba s invaliditetom, te posluživanje hrane i pića. Za potrebe ovog projekta bit će odabrana čestica zemljišta površine 1560 m^2 na području sela Kljake, općine Ružić gdje postoji veliki potencijal razvoja pristupačnog ruralnog turizma. U sklopu pansionske ponude pružale bi se usluge iz spa programa (saune, masaže i sl.). U sklopu cijelog projekta nalazila bi se suvenirnica i kušaonica domaćih autohtonih delicija.

Poslovnim planom se želi prikazati isplativost ulaganja, te konkretizirati podaci dobiveni iz studije izvedivosti čime će se ostvariti mnogostruke prednosti ovakvog projekta. Za realizaciju ovog projekta (turističkog objekta) potrebno je uložiti oko 475.000 EUR od čega 457.000 EUR (96,2%) u stalna sredstva, a 18.000 (3,79%) u trajna obrtna sredstva. Od ukupno potrebitih 475.000 EUR ulaganja 195.000 (41,05%) su sredstva člana društva, dok je 280.000 EUR (58,59%) kapital koji će članovi Društva pozajmiti od neke poslovne banke.[35]

5.2. Opis poduzetničke ideje

Ovaj poduzetnički projekt elaboracija je poduzetničke ideje Klaudie Perković, studentice specijalističkog stručnog studija i poduzetnika Josipa Torlaka, ujedno i direktora firme Torlak

[35]Projekt izrađen u sklopu Planstart projekta 2017. koji se odrađivao u suradnji Sveučilišnog odjela za stručne studije i HGK Split

Dom d.o.o. Tvrtka Torlak Dom specijalizirana je za interventno i periodično održavanje raznih vrsta objekata, raznih namjena, a najčešće vezano za sve vrste uslužnih djelatnosti u turizmu.
Poduzetnik je završio SSS smjer Elektrotehniku. Posjeduje stručna i poduzetnička znanja i vještine, kako u turizmu tako i u području gradnje i održavanja građevina koje spadaju pod zaštitu, dokazao se u svom područja rada te ima iskustva u pružanju i prodaji turističkih usluga. Jedna od glavnih dobrih-jakih poduzetničkih osobina su komunikativnost, inovativnost, kreativnost i hrabrost što čini ovog poduzetnika idealnim za navedeni projekt.

Na ovu ideju je došao Josip koji se dugi niz godina bavi turizmom i uspješan je u tome. Ideja se razvila prisustvom na međunarodnoj konferenciji pod nazivom "Zeleni i pristupačni turizam" održanoj u Splitu u hotelu "Park" 3. i 4. studenog 2016. godina. Konferencija je bila pod pokroviteljstvom europarlamentarca Davora Škrleca. Na samoj konferenciji su također sudjelovali brojni drugi zastupnici u Europskom parlamentu, predstavnici Europske komisije i državnih institucija. Detaljnu prezentaciju o pristupačnom turizmu izložila je turistička agencija TravAbled Tours kojoj je glavni cilj organizacija paket aranžmana koji će odgovarati individualnim potrebama osoba s invaliditetom. Prema Svjetskoj zdravstvenoj organizaciji (WHO) procjenjuje se da 15% svjetske populacije (1 milijarda ljudi) živi s nekim oblikom invaliditeta. S toga smo uvjereni da bi dostupnost svih turističkih objekata, proizvoda i usluga trebala biti središnji dio svake odgovorne i održive turističke politike.

Turistički objekt će pružati sve usluge tipične za ovakvu vrstu biznisa s naglaskom na eko, zeleni i pristupačni turizam. Paket aranžmani bit će bazirani na zdravstvenom, sportskom i rekreacijskom turizmu koja ima značajnu ulogu u razvoju osoba s invaliditetom. Ulaganje u ovu djelatnost osigurali bi i kontinuirane prihode. Smatramo da će zbog nedostatka ovako dobre i raznolike ponude pristupačnog turizma u ruralnim dijelovima uspjeti postići traženi uspjeh.[36]

5.3. Opis proizvoda robe i usluga

Pod uslugama turističkog objekta podrazumijeva se pružanje smještajnih kapaciteta osobama s invaliditetom uz zadovoljenje svih tehničkih preduvjeta koji su neophodni takvim osobama

[36]Projekt izrađen u sklopu Planstart projekta 2017. koji se odrađivao u suradnji Sveučilišnog odjela za stručne studije i HGK Split

(specijalizirani kreveti, pristupačnost svim dijelovima turističkog objekta, specijalizirani sanitarni čvorovi). Uz sam smještajni kapacitet pružati će se usluge serviranja jela i pića baziranih na ekološkom uzgoju iz vlastite proizvodnje koliko je moguće te iz proizvodnje lokalnih OPG-a. Pansionska ponuda biti će obogaćena pružanjem uslugama iz spa programa. U cijelom sklopu bi se nalazila suvenirnica (u kojoj bi se prodavali domaći proizvodi poput vina, maslinovog ulja, privjesci, razglednice i magneti sa detaljima i motivima već spomenutog kraja) i kušaonica domaćih autohtonih delicija gdje bi se organizirala druženja uz pjesmu, zabavu i naravno dobru hranu. Važno je naglasiti kako će suvenirnica i kušaonica biti dostupne i gostima koji nisu smješteni u našem turističkom objektu. Vanpansionska ponuda biti će obogaćena vlastitom turističkom agencijom čija zadaća je izrada itinerera, paket aranžmana te izleta za osobe sa invaliditetom. Izleti bi se temeljili na raznim programima (adrenalinski, zdravstveni, kulturno-povijesni, kreativni, sportski i sl.). Paket aranžmani bi se temelji na osobnoj želji potrošača, interesima i njihovim mogućnostima. Detaljniji prikaz sadržaja paket aranžmana se nalazi u prilozima.[37]

[37]Projekt izrađen u sklopu Planstart projekta 2017. Koji se odrađivao u suradnji Sveučilišnog odjela za stručne studije i HGK Split

6. TRŽIŠNI PODACI

Analiza tržišta jedan je od najvažnijih analiza kod pokretanja određenog poslovanja. Analizom tržišta definiraju se glavni činitelji vanjske okoline koji mogu djelovati na poslovanje poduzeća. Obavili smo vrlo opsežno snimanje, istraživanje i proučavanje ciljnog tržišta, konkurencije, tržište nabave i prodaje.
Posebno istraživanje i proučavanje tržišta je napravljeno za potrebe ovoga poduzetničkog projekta, te ćemo prezentirati najvažnije i najzanimljivije dijelove:

- Hrvatski turizam je jedna od najvažnijih gospodarskih grana Republike Hrvatske s udjelom turizma u BDP-u od 19,6%. U 2017. godini Hrvatsku je posjetilo 17,4 milijuna turista koji su ostvarili 86,2 milijuna noćenja. U usporedbi s godinom ranije, to je 13% više dolazaka i 11% više noćenja. Stranci sudjeluju u ukupnoj strukturi gostiju s čak 93%. U obiteljskom smještaju je noćilo 40,85 milijuna stranih i 3,1 milijun domaćih gostiju, što je više od polovice ostvarenih noćenja, točnije oko 51%. [38]Ovo je činjenica koja nam ide u prilog kao budućim privatnim iznajmljivačima.

- U svijetu je danas milijardu osoba s invaliditetom, a 300 milijuna njih često putuje. Riječ je o ljudima koji su vrlo motivirani za putovanja i uvijek putuju uz pratnju jedne osobe. Na putovanje se odlučuje izvan sezone, kad nema gužvi te ostaju minimalno pet dana. [39]

- Potencijalni korisnici naših usluga pripadaju segmentu pučanstva s invaliditetom bez obzira na dob. Osobe s invaliditetom imaju tendenciju lojalnosti pristupačnoj destinaciji, zadržavaju se duže i troše u prosjeku više od ostalih posjetitelja.

- U svijetu je danas dvjestotinjak putničkih agencija u šezdesetak zemalja koje se bave specijaliziranim itinererima i ponudama za osobe s invaliditetom, a na svjetskoj razini u ovom se segmentu godišnje zaradi 17,3 milijarde dolara i ostvari 73 milijarde noćenja. Primjerice, u Zagrebu je svega 20 pristupačnih soba te samo jedan zagrebački hotel ima 3% pristupačnih soba, dok su smještajni kapaciteti ostalih hotela s takvim sobama između jedan i jedan i pol posto. Dostupnost svih turističkih objekata,

[38]Web stranica zajednice iznajmljivača na adresi : http://www.apartmanija.hr/ [3.5.2017]
[39]Web stranica poslovno-financijskog portala Profitiraj.hr na adresi www.profitiraj.hr [3.5.2017.]

proizvoda i usluga trebala biti središnji dio svake odgovorne i održive turističke politike[40]

- Na Jadranskoj obali trenutačno nema niti jedna ovako asortimanski kvalitetna turistička ponuda za razvoj inkluzije osoba s invaliditetom koja bi konkurirala u kvaliteti usluga ove vrste. Potreba za ovakvom vrstom usluge na hrvatskom tržištu ne zadovoljava potrebe potrošača te smatramo da bi ovaj projekt jako dobro poslovao, i pomakao granice u ovom segmentu

- Na temelju rezultata istraživanja i proučavanja samog tržišta sačinjena je projekcija plana trženja i usluživanja za prvih pet godina eksploatacijskog vijeka trajanja projekta, prihod od prodaje, usluga će tijekom prvih pet godina eksploatacije projekta rasti za oko 13%[41]

[40]Web stranica turističkog news portala Hrvatski turizam na adresi www.hrturizam.hr [3.5.2017]
[41]Projekt izrađen u sklopu Planstart projekta 2017. koji se odrađivao u suradnji Sveučilišnog odjela za stručne studije i HGK Split

7. TEHNIČKO-TEHNOLOŠKI OPIS

7.1. Lokacija

Za lokaciju turističkog objekta odabrano je područje sela Kljake, općine Ružić, katastarske čestice: br. 422/1 K.O. Kljaci (pozicija zemljišta prikazana je na slikama u prilogu). Samo zemljište je površine 1560m^2, od čega bi se 800m^2 odnosilo na građevinski dio. Zemljište će biti dostatno za gradnju svih planiranih sadržaja. Na ovom području postoji veliki potencijal za razvoj seoskog, ekološkog i pristupačnog turizma, te će izbor ove lokacije omogućiti ostvarivanje planiranog plasmana turističkih usluga i ostvarenje planiranih prihoda.[42]

Slika 3. Lokacija budućeg turističkog objekta



Izvor: https://earth.google.com/web [10.5.2017.]

7.2. Kapacitet

Polazeći od tehničko-tehnološki mogućnosti i rezultata tržišnih istraživanja naš objekt tj. cijeli turistički kapacitet bit će dostatan za odvijanje poslovnog procesa i same aktivnosti. Sam turistički kapacitet sadržavati će 6 soba, namijenjenih za 12 osoba. Ne bih trebalo dolaziti do

[42]Projekt izrađen u sklopu Planstart projekta 2017. koji se odrađivao u suradnji Sveučilišnog odjela za stručne studije i HGK Split

zastoja pa zbog toga ne trebamo ulagati u dodatnu opremu. To znači da se tijekom prvih pet godina njegove eksploatacije, uz pretpostavku redovitog tekućeg i investicijskog održavanja prostora i opreme, ne predviđaju nova ulaganja u stalna sredstva, osim u nepredvidivim slučajevima koji će biti pokriveni policama osiguranja. Precizni podatci o strukturi potrebitog prostora, opreme i zaposlenika dani su u sljedećim, posebnim poglavljima Tehničko – tehnološkog opisa.[43]

7.3. Stalna sredstva

Na već spomenutom zemljištu sagraditi će se turističko – ugostiteljski objekt od 800m^2gdje će se primjereno strukturirati prostori smještajnih kapaciteta, sanitarnih čvorova, kuhinje i blagovaonice, prostor za spa program, suvenirnica, agencija i kušaonica. Na ostatku zemljišta će se napraviti uzgoj ekološke hrane (voće, povrće, vinske ceste, maslinici i sl)koji predstavlja sastavni dio poslovanja cijelog turističkog projekta, te parkiralište kako bi omogućili lakši pristup objektu za ostale zainteresirane posjetitelje.

Od opreme je potrebno nabaviti opremu za sobe (posebni kreveti namijenjeni osobama s invaliditetom, jastuci, noćni ormarići, ormari za obuću i odjeću, noćne lampe, ukrasi i dr.), oprema za sanitarni čvor (tuš, wc školjka, umivaonik i sl.), opremu za kuhinju i blagovaonicu (aparati, uređaji, namještaj, stol i stolice i dr.), opremu za kušaonicu (stol, stolice, ukrasi i sl.), suvenirnicu (police, računalo, stol, stolice, i sl.). Isto tako biti će potrebno nabaviti i svu uredsku opremu potrebnu za nesmetano poslovanje turističke agencije (stol, stolice, računalo, kalkulator, printer) kao i skladišnu opremu.[44]

7.4. Materijalni inputi

Od materijalnih inputa biti će potrebno nabaviti posteljinu, deke i slične materijale. Također potrebno je nabaviti dostatnu količinu materijala za kuhinju i blagovaonicu (zdjele, lonce, beštek, čaše, šalice i sl.), za turističku agenciju (papire, pisaći pribor i sl.). Najveći dio materijala moguće je nabavljati na domaćem tržištu, a posebni materijali nabavljati će se na inozemnom tržištu ukoliko bude potrebe. Od ostalih inputa potrebiti su količine energenata i

[43]Projekt izrađen u sklopu Planstart projekta 2017. koji se odrađivao u suradnji Sveučilišnog odjela za stručne studije i HGK Split
[44]Projekt izrađen u sklopu Planstart projekta 2017. koji se odrađivao u suradnji Sveučilišnog odjela za stručne studije i HGK Split

to pretežito električne energije i vode. Bitno je naglasiti da bi se električnu energija nabavljala jednim dijelom iz prirodnih izvora. [45]

7.5. Zaposlenici

Na temelju planiranog kapaciteta plasmana usluga i radnih normativa za pojedina djelatna područja za prvih pet godina projekt zahtjeva – jednog člana društva, jednog uslužnog stalnog zaposlenika, te 2 uslužna sezonska zaposlenika. Smjena zaposlenika nije točno definirana, konkretno član društva odnosno Josip Torlak i njegova supruga biti će cjelodnevno na raspolaganju gostima, dok ostala 2 sezonska zaposlenika će raditi u smjenama ovisno o potrebama i aktivnostima gostiju toga dana. Kada govorimo o ukupnim plaćama zaposlenika moramo naglasiti izrazitu sezonalnost u turizmu, u skladu s tim ukupne plaće potrebitih zaposlenika izračunate na temelju prosjeka (u srcu sezone-120 dana) iznosila bi od 4 500, 00 kn neto. [46]

7.6. Zaštitne mjere

Kvaliteta sustava za klimatizaciju omogućiti će radnicima nesmetano obavljanje poslova, što je veoma bitno za kvalitetne rezultate. Rad tvrtke neće izazivati zagađenje okoliša jer u procesu rada i poslovanja ne nastaju nikakve tvari koje ugrožavaju čovjekovu okolinu. Bitno je za naglasiti da bi električno energiju jednim dijelom dobivali prirodnim putem, uzgajali bi ekološku hranu (bez pesticida). Sanitarno-higijenski uvjeti biti će usklađeni sa zahtjevima iz urbanističkog plana. Nisu potrebni dodatni uređaji i oprema za uklanjanje ekološko štetnih posljedica u ovoj djelatnosti.[47]

[45]Projekt izrađen u sklopu Planstart projekta 2017. koji se odrađivao u suradnji Sveučilišnog odjela za stručne studije i HGK Split
[46]Projekt izrađen u sklopu Planstart projekta 2017. koji se odrađivao u suradnji Sveučilišnog odjela za stručne studije i HGK Split
[47]Projekt izrađen u sklopu Planstart projekta 2017. koji se odrađivao u suradnji Sveučilišnog odjela za stručne studije i HGK Split

Tablica 6: Projekcija potrebitih uslužnih zaposlenika u sezoni

Redni broj	Deklarirani naziv radnoga mjesta	Potrebita kvalifikacija	Ukupno zaposlenih
1.	Voditelj	SSS	1
2.	Kuhar	SSS	1
3.	Domaćica-čistačica	SSS	1
4.	Pomoćni radnik	SSS	1
Ukupno potrebiti zaposlenici (izravno djelatni radnici)			**4**

Izvor: istraživanje autorice, 2018.

7.7. Razdoblje izvedbe

1. Obaviti prijeko potrebne pripreme te sve pravno – administracijske poslove
2. Dodatno istraživanje tržišta
3. Dodatno educiranje (odlasci na seminarske, konferencije, obuke i sl.)
4. Kreiranje paket aranžmana za potencijalne goste
5. Raspisati natječaj za izradu svih građevinskih radova
6. Sakupiti sve ponude i izabrati najpovoljnijeg izvođača radova
7. Obaviti sve građevinske radove
8. Ugraditi svu opremu za poslovanje turističkog objekta
9. Obaviti sve poslove u svezi uređenja okoliša turističkog objekta
10. Postaviti svu uredsku i drugu opremu
11. Postaviti cjelokupni inventar
12. Sklopiti ugovore s vanjskim partnerima
13. Raspisati natječaj za zapošljavanje svih radnika
14. Regrutirati sve radnike
15. Provesti marketinške aktivnosti
16. Obaviti nužne pripreme i početi redovito poslovanje

Tablica 7. Prikaz terminskog plana aktivizacijskog razdoblja

Redni broj aktivnosti	Mjeseci aktivizacijskog razdoblja																		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1.																			
2.																			
3.																			
4.																			
5.																			
6.																			
7.																			
8.																			
9.																			
10.																			
11.																			
12.																			
13.																			
14.																			
15.																			
16.																			

Izvor: istraživanje autorice, 2018.

8. MANAGEMENT

Tvrtka Torlak Dom upisana je u Registar Trgovačkog suda u Splitu kao društvo s ograničenom odgovornošću za elektroinstalacijske radove. Osnivač i jedini član uprave društva (direktor) je gospodin Josip Torlak, iz Splita. Sjedište društva je u Splitu, Domovinskog rata 41.

Prilikom zapošljavanja radnika voditi će se računa o kolektivnom ugovoru i drugim zakonskim propisima koji reguliraju zapošljavanje radnika. Tvrtka Torlak dom zapošljavat će ukupnog 4 zaposlenika. Osim budućega člana uprave, koji je ujedno i glavni manager, tvrtka će zaposliti jednog kuhara, domaćicu-čistačicu i jednog pomoćnog radnika. Inače projekcija zaposlenika načinjena je na temelju "srca" sezone od 120 radnih dana. Ukupne su plaće neposredno izračunate na temelju prosjeka od 4500 kn neto po osobi mjesečno.[48]

Tablica 8. Projekcija ukupno potrebitih zaposlenika

Redni broj	**Deklarirani naziv radnoga mjesta**	**Potrebita kvalifikacija**	**Ukupno zaposlenih**
1.	Vlasnik – glavni Manger	Josip Torlak	1
2.	Kuhar	SSS	1
3.	Domaćica-čistačica	SSS	1
4.	Pomoćni radnik	SSS	1
Ukupno potrebiti zaposlenici (izravno djelatni radnici)			**4**

Izvor: istraživanje autorice, 2018.

[48]Projekt izrađen u sklopu Planstart projekta 2017. koji se odrađivao u suradnji Sveučilišnog odjela za stručne studije i HGK Split

9. MARKETING

Marketinški je plan – program aktivnosti sačinjen na temelju informacija dobivenih tržišnim istraživanjem. Zbog specifičnosti djelatnosti kojom će se tvrtka Torlak Dom baviti, zatim ciljnih segmenata koja će se u primjeni temeljiti na suvremenim poslovno-marketinškim postulatima. Ovdje su predočene samo temeljne odrednice marketinške strategije.

- Praćenje i istraživanje tržišta – konstantno će se pratiti ciljna i nova tržišta, želje korisnika radi unapređenja i približavanje naših proizvoda potrošačima. Praćenje ciljnog tržišta i istraživanje namjerava se samostalno provoditi uz stručni savjet specijaliziranih marketinških agencija. Većinu marketinških aktivnosti provodit će Josip Torlak. Također osim komuniciranja s potrošačima veliku pozornost posvetiti će se i vanjskih partnerima zbog dugoročno dobrih odnosa koji će se obostrano isplatiti.

- Formiranje i politika cijena – cijene će se temeljiti na realnim kalkulacijama tipa troškovi plus, pri čemu se čista dobit ne bi trebala spuštati ispod razine prikazane u projekciji dobiti – gubitka. Pri određivanju cijena, naravno, voditi će se računa i o eksternim činjenicama koje utječu na formiranje cijena kao što su cijene domaćih konkurenata, cijene supstitucijskih proizvoda kao i trenutačni odnos ponude i potražnje. Za postizanje različitih operativnih i taktičkih ciljeva primjenjivati ćemo i različite oblike diferenciranja cijena kao što su popusti, rabati, skonta.

- Prodajni i nabavni kanali – pretežiti dio prodaje naših usluga obavljat će se direktnim putem ili putem posrednika. U sklopu cijelom projekta nalaziti će se mala turistička agencija, koja će čini sastavni dio poslovanja turističkog objekta čiji je glavni cilj organizacija paket aranžmana, itinerera, pregovaranje i održavanje dugoročnih veza s vanjskih partnerima.

- Promocijski program–osobita pozornost posvetiti će se izradi promidžbenog programa primjerena turističkim uslugama. Ovdje ćemo naznačiti samo temeljne odrednice promocijske strategije:
  - Stvaranje što boljega imidža tvrtke te uspostavljanje dobrih odnosa s korisnicima naših usluga odnosno s potencijalnim potrošačima, te ostalim internim i vanjskim suradnicima

- Sukladno suvremenim standardima iz naše branše osmisliti ćemo primjereni propagandi stil te imena tvrtke («Torlak dom») i usluga, kućnu boju i prepoznatljiv zaštitni znak
- Glede same usluge, pozornost ćemo usmjeriti na visoku kvalitetu, luksuznost, sigurnost, i komfor tijekom boravka u turističkom kapacitetu
- Posebnu pozornost tvrtka će posvećivati osobnoj prodaji nastupanjem na sajmovima turizma u zemlji i inozemstvu, a oglašavat će se pomoću primjerenih medija i sredstava
- Pri izboru medija osobitu pozornost obratiti ćemo Internetu kao mediju koji, osim u trgovanju, zauzima sve važniju ulogu i u području promocije
- Preferirat će se i različiti oblici izravna komuniciranja s potencijalnim kupcima, ostalim iznajmljivačima, turističkim agencijama, vanjskim partnerima i ostalim sudionicima u turizmu. Prava prigoda za izravno komuniciranje bit će samo otvorenje turističkog kapaciteta popraćeno medijskom pažnjom od strane novinara, specijaliziranim časopisima, TV kućama
- Pozornost ćemo posvetiti i različitim oblicima besplatne promidžbe, posebno od usta do usta i drugo.[49]

[49]Projekt izrađen u sklopu Planstart projekta 2017. koji se odrađivao u suradnji Sveučilišnog odjela za stručne studije i HGK Split

10. FINANCIJSKI PODATCI

U ovom smo dijelu projekta predočili slijedeće tablice:

- Projekcija potrebitih ulaganja
- Projekcija izvora kapitala
- Projekcija otplate zajma
- Projekcija godišnje amortizacije i ostatka vrijednosti
- Projekcija prihoda (za pet godina)
- Projekcija rashoda (za pet godina)
- Projekcija dobiti – gubitka (za pet godina)
- Projekcija ekonomskih tijekova (za pet godina)
- Projekcija financijskih tijekova (za pet godina)

OPASKA: Kako bi čitatelji mogli prosuđivati o financijskim aspektima projekta, većina će predočenih tablica biti komentirana u poglavlju Ocjene učinkovitosti. To se posebice odnosi na tablice Projekcije dobiti- gubitka te tablice ekonomskih i financijskih tijekova, koje će nam poslužiti kao predložak za kompleksniju raščlambu budućih performansi projekta, odnosno za sagledavanje (ocjenu) svih aspekata njegove učinkovitosti tijekom promatranih pet godina njegove eksploatacije. Budući da su sve procjene u predočenim tablicama iskazane u EUR-ima može se reći da su one dugoročno aktualne, odnosno da na financijske projekcije neće utjecati možebitna domaća inflacija kune tijekom eksploatacijskoga razdoblja projekta.

A. **Projekcija potrebitih ulaganja – tablica 3:** prikazuje strukturu i veličinu potrebitih ulaganja u stalna i trajna obrtna sredstva. Razvidno je od ukupnih ulaganja u stalna i trajna obrtna sredstva. Razvidno je od ukupnih ulaganja od 475000 EUR od čega 457000 EUR (ili 96,21%) otpada na stalna sredstva, a 18000 EUR (ili 3,79%) otpada na trajna obrtna sredstva. Od ukupno 457000 EUR ulaganja u stalna sredstva 20,79% otpada na vrijednost zemljišta, 0,44% na nematerijalna ulaganja, 21,88% otpada na kupnju opreme za turistički kapacitet, 2,19% na uredsku opremu, 5,47% na ukupan potrebiti inventar, 27,35% na građevinske radove, 10,94% na ukupne obrtničke radove i isti postotak, odnosno 10,94% na instalacijske radove. Ulaganja u trajna obrtna sredstva obuhvaćaju ulaganja u sirovine, materijal, rezervne dijelove, sitan

inventar, energente, plaće svih zaposlenih i druga sredstva koja su potrebita za odvijanje prvog procesa poslovanja, odnosno sredstva potrebita za kontinuirano poslovanje do trenutka naplate potraživanja od prodanih turističkih usluga. Važno je naglasiti da obrtna sredstva tijekom procesa poslovanja mijenjaju svoj oblik, ali ne i vrijednost. Od ukupno 18000 EUR trajnih obrtnih sredstava 3 000 EUR otpada na narudžbu sirovina i materijala (odnosno 16,67%), 1 000 EUR na opskrbu električnom energijom i trošak ostalih komunalija (odnosno 5,56%), na marketing 2 000 EUR (11,11%), na plaće 10000 EUR (55,55%) te na ostalo 2 000 EUR ili izraženo u postotku 11,11 %.

B. **Projekcija izvora kapitala – tablica 4**: Jedan je od važnijih koraka u realizaciji poduzetničkoga projekta nalaženje odgovarajućih izora financiranja, odnosno zatvaranje tzv. konstrukcije financiranja. Pokazuje strukturu i veličinu izvora sredstava, pa iz nje čitamo da u ukupnoj svoti od 475000 EUR ulaganja u projekt, 195000 EUR (ili 41,05%) sredstva su ulagatelja, dok 280000 EUR (58,95%) čini kapital koji će ulagatelj pozajmiti od neke poslovne banke. Udjel sredstava pojedine vrste dan je u drugom stupcu posljednje kolone tablice, pa vidimo da Josip Torlak sudjeluje sa 100000 EUR gotovine i sa zemljištem u vrijednosti 95000 EUR dok je udio poslovne banke u obliku kredita 280000 EUR.

C. **Projekcija otplate zajma – tablica 5:** prikazuje plan otplate (amortizacije) bankarskog kredita, iz nje je razvidno da je riječ o kreditu od 280.000 EUR s jednom godinom počeka i rokom otplate 10 godina. Računajući od stavljanja zajma u otplatu, uz kamatnu stopu od 2%. Redovite se kamate obračunavaju jednom godišnje za proteklo obračunsko razdoblje. Kamate se obračunavaju na iskorišteni iznos kredita i u pravilu naplaćuju godišnje, naravno po zahtjevu korisnika kredita mogu se obračunavati i naplaćivati mjesečno ili tromjesečno. Otplata kredita vrši se u pravilu u godišnjim jednakim anuitetima (rata + kamata), ali je na zahtjev korisnika kredita moguća je otplata i u tromjesečnim ili mjesečnim obrocima. Osim navedenih kondicija u ovom dijelu projekta predočen je i obračun redovitih kamata tijekom razdoblje počeka, te plan otplate zajma.

D. **Projekcija amortizacije i ostatka vrijednosti:** Amortizacija ima značajnu funkciju u samofinanciranju poduzeća zbog toga što obračunati dio amortizacije ne podliježe oporezivanju, amortizacija se još naziva "poreznim štitom". Primarna zadaća amortizacije je zamjena stalnih (potrošnih) sredstava novim. Kako se stalna sredstva u procesu rada ne bi obezvrjeđivala, a i zbog mogućih učinaka na likvidnost, predloženo je da se redovito izdvaja novac za amortizaciju stalnih sredstava. Amortizacija se obračunava za svako sredstvo pojedinačno, uz primjenu porezno dozvoljenih stopa propisanih Pravilnikom o amortizaciji (N.N. 91/94, 5/95, 1/95.). Materijalna imovina iskazuje se po trošku nabave. Mogućnost ubrzanog otpisa predviđena je Pravilnikom o izmjenama Pravilnika o amortizaciji (N.N. 142/97.) nije korištena, što znači da će tvrtka u svim godinama eksploatacijskog vijeka koristiti redovite stope otpisa. U tablici su ostavljene stavke trajnih obrtnih sredstava, koja se inače ne amortiziraju, ali svojom vrijednošću ulaze u iznos ostatka vrijednosti projekta. Iz priložene tablice vidljivo je da godišnja amortizacija stalnih sredstava u pet godina eksploatacije projekta iznosi po 41.750 EUR, a u petoj godini iznosi 13.750 EUR, dok ukupni ostatak vrijednosti projekta na početku šeste godine eksploatacije iznosi 294.250 EUR.

E. **Projekcija prihoda iz tablice 7:** Predočava financijske aspekte plana prodaje u obličju dinamičkoga prikaza projekcije prihoda tijekom prvih pet godina eksploatacije projekta. Projekcija ukupnog prihoda temelji se na zbroju svih pojedinačnih prihoda- prihodi od noćenja i paket aranžmana, prihodi od pansionske ponude hrane i pića te ostali prihodi kao što su prodaja suvenira, domaćih delicija i sl. U prvim godinama poslovanja planira se manja iskorištenost kapaciteta, dok bi nakon toga kontinuirano rastao. U prvog godini predviđa se 90 dana popunjenosti turističkog kapaciteta, predviđanja govore kako bi taj broj kontinuirano rastao, te u petoj godini iznosio 150 dana. Prema dosta pouzdanim projekcijama u prvoj godini ostvariti će se oko 271.500 EUR prihoda dok će ti prihodi vidljivo narasti do pete godine na čak 452.500.

F. **Projekcija rashoda – tablica 8 :** Važan korak, po nekima i najvažniji, u izradi financijskih projekcija jesu projekcije rashoda. Mnogi poduzetnici nisu propali zašto što su precijenili prihode, već zbog toga što su podcijenili rashode. Pokušali smo realno procijeniti sve u ovome trenutku predvidive rashode, odnosno troškove

poslovanja i materijalne troškove. Kako bismo se osigurali za slučaj nepredvidivih troškova uvrstili smo stavku ostalih troškova.

G. **Projekcija računa dobiti-gubitka – tablica 9:** Tablica računa dobiti-gubitka će se koristiti u poglavlju Ocjena učinkovitosti za izračunavanje Stope prinosa i za tzv. senzitivnu analizu projekta. Iz tablice je vidljivo da će projekt poslovati sa pozitivnim iznosom ukupne, čiste i zadržane dobiti. Oporezivanje ukupne dobiti stopom od 18% poreza te umanjivanjem čiste dobiti s po 5% obvezatnih i neobvezatnih pričuva dolazimo do zadržane dobiti koja će u petoj godini iznositi 258.860 EUR.

H. **Projekcija ekonomskih tijekova projekta – tablica 10:** projekcija je predočena tijekom nulte (aktivizacijskog razdoblja) i pet promatranih godina eksploatacije. Ova će projekcija poslužiti za izračunavanje Razdoblja povrata, Čiste sadašnje vrijednosti, i Prosječne profitabilnosti. Kao što tablica pokazuje projekt će u svih pet promatranih godina imati pozitivne iznose primitaka ekonomskog tijeka, a njihov kumulativ od 1.062.102. EUR iz pete godine zapravo predstavlja razliku između ukupnih ulaganja i čistih primitaka iz prethodne četiri godine eksploatacije projekta.

I. **Projekcija financijskih tijekova – tablica 11:** tijekom nulte (aktivizacijskog razdoblja) i pet promatranih godina eksploatacije predočeno je u tablici 11. Financijski tijek projekta razlikuje se od ekonomskog tijeka po tome što u njega ulaze sve stavke koje predstavljaju vremenske financijske transakcije (kod primitaka to su izvori za financiranje investicije, a kod izdataka to je otplata anuiteta kredita). Podaci iz financijskoga tijeka, zapravo, svjedoče o stanju financijskoga zdravlja dotičnoga projekta, pa ćemo ih u Ocjeni učinkovitosti uglavnom koristiti za tzv. Analizu likvidnosti. Iz tablice je razvidno da će tijekom svih promatranih godina eksploatacije, osim neznatnoga minusa u nultoj godini, čisti primici financijskoga tijeka su pozitivni. Drugim riječima projekt će redovito i pravodobno podmirivati sve tekuće financijske obveze (rashode bez amortizacije), ukupne plaće managera i radnika, plaćati akontaciju poreza na ukupnu dobit te redovito servisirati vraćanje kredita (ukupne anuitete).[50]

[50]Projekt izrađen u sklopu Planstart projekta 2017. Izrađen u suradnji Sveučilišnog odjela za stručne studije i HGK Split

Tablica 9. Projekcija ulaganja u trajna i stalna obrtna sredstva

Redni broj	Stavke stalnih i trajnih obrtnih sredstava	Iznos *(u EUR)*	Struktura	
			(%)	*(%)*
I.	**STALNA SREDSTVA**	**457.000**	**96,21**	**100,00**
1.	Zemljište	95.000	-	20,79
2.	Nematerijalna ulaganja	2.000	-	0,44
4.	Oprema za turistički kapacitet	100.000	-	21,88
5.	Uredska oprema	10.000	-	2,19
6.	Ukupan inventar	25.000	-	5,47
7.	Građevinski radovi	125.000	-	27,35
8.	Obrtnički radovi	50.000	-	10,94
9.	Instalacijski radovi	50.000	-	10,94
II.	**OBRTNA SREDSTVA**	**18.000**	**3,79**	**-**
10.	Sirovine i materijal	3.000	-	16,67
11.	Energenti i komunalije	1.000	-	5,56
12.	Marketing	2.000	-	11,11
13.	Plaće	10.000	-	55,55
14.	Ostalo	2.000	-	11,11
III.	**UKUPNO POTREBITA ULAGANJA**	**475.000**	**100,00**	**-**

Izvor: istraživanje autorice, 2018.

Tablica 10. Projekcija izvora sredstava i kapitala

Redni broj	Stavke izvora sredstava – kapitala (vlastiti i tuđi izvori)	(u EUR)	Struktura	
			(%)	*(%)*
I.	**VLASTITA SREDSTVA**	**195.000**	**41,05**	**100,00**
1.	Josip Torlak	100.000	-	51,28
2.	Zemljište	95.000	-	48,72
II.	**TUĐI KAPITAL**	**280.000**	**58,95**	**-**
3.	Bankarski zajam	280.000	-	-
III.	**UKUPNO POTREBITA SREDSTVA**	**475.000**	**100,00**	**-**

Izvor: istraživanje autorice, 2018.

Tablica 11. Projekcija otplate zajma (u EUR)

Godina Otplate	**Otplatni obroci**	**Anuiteti zajma**	**Iznos Kamate**	**Otplatne kvote**	**Ostatak Duga**
Vrijeme počeka		5.600	5.600	-	280.000
Prva godina otplate	1	31.171	5.600	25.571	254.429
Druga godina otplate	2	31.171	5.089	26.083	228.346
Treća godina otplate	3	31.171	4.567	26.605	201.741
Četvrta godina otplate	4	31.171	4.035	27.137	174.605
Peta godina otplate	5	31.171	3.492	27.679	146.925
Šesta godina otplate	6	31.171	2.939	28.233	118.692
Sedma godina otplate	7	31.171	2.374	28.798	89.895
Osma godina otplate	8	31.171	1.798	29.374	60.521
Deveta godina otplate	9	31.171	1.210	29.961	30.560
Deseta godina otplate	10	31.171	611	30.560	0
Sve ukupno		**348.481**	**36.774**	**280.000**	**-**

Izvor: izrada autorice, 2018.

Tablica 12. Projekcija godišnje amortizacije i ostataka vrijednosti projekta (u EUR)

Redni broj	Stavke stalnih i trajnih obrtnih sredstava	Iznos	Stopa *(%)*	Promatrane godine eksploatacije projekta						Ostatak vrijednosti
				0.	**1.**	**2.**	**3.**	**4.**	**5.**	
1.	Zemljište	95.000	0,00	-	0	0	0	0	0	95.000
2.	Nematerijalna ulaganja	2.000	25,00	-	500	500	500	500	-	0
3.	Oprema za turistički objekt	100.000	25,00	-	25.000	25.000	25.000	25.000	-	0
4.	Uredska oprema	10.000	25,00	-	2.500	2.500	2.500	2.500	-	0
5.	Ukupan inventar	25.000	10,00	-	2.500	2.500	2.500	2.500	2500	12.500
6.	Građevinski objekt	225.000	5,00	-	11.250	11.250	11.250	11.250	11.250	168.750
7.	Trajna obrtna sredstva	18.000	-	-	-	-	-	-	-	18.000
	Ukupna sredstva	**475.000**		**-**	**41.750**	**41.750**	**41.750**	**41.750**	**41.750**	**294.250**

Izvor: izrada autorice, 2018.

Tablica 13. Projekcija prihoda (u EUR)

Redni broj	Stavke prihoda	Promatrane godine eksploatacije projekta						Ukupno
		0.	**1.**	**2.**	**3.**	**4.**	**5.**	
1.	Prihodi od noćenja i paket aranžmana	-	225.000	275.000	312.500	337.500	375.000	2.900.000
2.	Pansionska ponuda hrane i pića	-	31.500	38.500	43.750	47.250	52.500	213.500
3.	Ostali prihodi (prodaja suvenira, domaćih delicija)	-	15.000	17.000	20.000	22.500	25.000	99.500
	Ukupni prihodi	**-**	**271.500**	**330.500**	**376.250**	**407.250**	**452.500**	**1.838.000**

Izvor: izrada autorice, 2018.

Tablica 14. Projekcija rashoda (u EUR)

Redni broj	Stavke troškova (rashoda)	*Promatrane godine eksploatacije projekta*						Ukupno
		0.	1.	2.	3.	4.	5.	
1.	Troškovi sirovina	-	15.000	19.000	21.000	23.000	26.250	104.250
2.	Troškovi materijala	-	1.000	5.000	8.000	10.000	12.250	36.250
3.	Troškovi energije i energenata	-	2.000	2.200	2.500	2.750	3.000	12.450
4.	Troškovi održavanja	-	500	650	750	850	1.000	3.750
5.	Troškovi osiguranja	-	500	500	500	500	500	2.500
6.	Troškovi amortizacije	-	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	12.500
7.	Troškovi komunalne naknade i prireza	-	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	12.500
8.	Kamate na zajam	-	5.600	5.089	4.567	4.035	3.492	22.783
9.	Troškovi promidžbe	-	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	20.000
10.	Trošak stalnozaposlenih	-	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	120.000
11.	Plaće sezonskih radnika	-	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	50.000
12.	Ostali rashodi	-	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	5.000
	Ukupni rashodi	**-**	**107.850**	**115.689**	**120.567**	**124.385**	**101.742**	**570.233**

Izvor: izrada autorice, 2018.

Tablica 15. Projekcija dobit – gubitka (u EUR)

Redni broj	Stavke prihoda i rashoda te ukupna, čista i zadrž. Dobit	Promatrane godine eksploatacije projekta						Ukupno
		0.	1.	2.	3.	4.	5.	
I.	**Ukupni prihodi** *(tablica 7)*	**-**	**271.500**	**330.500**	**376.250**	**407.250**	**452.500**	**1.838.000**
1.	Prihodi od noćenja i paket aranžmana	-	225.000	275.000	312.500	337.500	375.000	1.525.000
2.	Prihodi od pansionske ponude hrane i pića	-	31.500	38.500	43.750	47.250	52.500	213.500
3.	Ostali prihodi (prodaja suvenira, domaćih delicija)	-	15.000	17.000	20.000	22.500	25.000	99.500
II.	**Ukupni rashodi** *(tablica 8)*	**-**	**107.850**	**115.689**	**120.567.**	**124.385**	**101.742**	**570.233**
4.	Ukupna plaća	-	34.000	34.000	34.000	34.000	34.000	170.000
5.	Troškovi amortizacije	-	41.750	41.750	41.750	41.750	13.750	180.750
6.	Kamate na zajam	-	5.600	5.089	4.567	4.035	3.492	22783
7.	Svi ostali troškovi	-	26.500	34.850	40.250	44.600	50.500	196.700
III.	**Ukupna dobit** *(I. – II.)*	**-**	**163.650**	**214.811**	**255.683**	**282.865**	**350.758**	**1.267.767.**
8.	Porez na ukupnu dobit (18%)	-	29.457	38.666	46.023	50.916	63.136	228.198
IV.	**Čista dobit** *(III. – 12)*	**-**	**134.193**	**176.145**	**209.660**	**231.949**	**287.622**	**1.039.569**
9.	Obavezne pričuve (5% od IV.)	-	6.710	8.807	10.483	11.597	14.381	51.978
10.	Neobavezne pričuve (5% od IV.)	-	6.710	8.807	10.483	11.597	14.381	51.978
V.	**Zadržana dobit** *(IV. – 13 – 14)*	**-**	**120.773**	**158.531**	**188.694**	**208.755**	**258.860**	**935.613**

Izvor: izrada autorice, 2018.

Tablica 16. Projekcija ekonomskih tokova (U EUR)

Redni broj	Stavke primitaka i izdataka Čisti primitci i njihov kumulativ	Promatrane godine vijeka (aktivizacije i eksploatacije) projekta						Ukupno
		0.	1.	2.	3.	4.	5.	
I.	**Ukupni primitci**	**-**	**271.500**	**330.500**	**376.250**	**407.250**	**746.500**	**2.132.000**
1.	Ukupni prihodi od prodaje	-	271.500	330.500	376.250	407.250	452.250	1.837.750
2.	Ostatak vrijednosti stalnih sredstava	-	-	-	-	-	276.250	276.250
3.	Ostatak vrijednosti obrtnih sredstava	-	-	-	-	-	18.000	18.000
II.	**Ukupni izdatci**	**475.000**	**89.957**	**107.516**	**120.273**	**129.516**	**147.636**	**1.069.898**
4.	Ulaganja u stalna sredstva	457.000	-	-	-	-	-	457.000
5.	Ulaganja u trajna obrtna sredstva	18.000	-	-	-	-	-	18.000
6.	Rashodi bez plaća, kamata i amortiz.	-	26.500	34.850	40.250	44.600	50.500	196.700
7.	Ukupne plaće zaposlenika	-	34.000	34.000	34.000	34.000	34.000	170.000
8.	Porez na ukupnu dobit (18%)	-	29.457	38.666	46.023	50.916	63.136	228.198
III.	**Čisti primitci** *(I. – II.)*	**-475.000**	**181.543**	**222.984**	**255.977**	**277.734**	**598.864**	**1.062.102**
IV.	**Kumulativ čistih primitaka**	**-475.000**	**-293.457**	**-70.473**	**185.504**	**463.238**	**1.062.102**	**-**

Izvor: izrada autorice, 2018.

Tablica 17. Projekcija financijskih tokova (u EUR)

Redni broj	Stavke primitaka i izdataka Čisti primitci i njihov kumulativ	Promatrane godine vijeka (aktivizacije i eksploatacije) projekta						Ukupno
		0.	1.	2.	3.	4.	5.	
I.	**Ukupni primitci**	**475.000**	**271.500**	**330.500**	**376.250**	**407.250**	**452.500**	**2.313.000**
1.	Ukupni prihodi od prodaje	-	271.500	330.500	376.250	407.250	452.500	1.837.750
2.	Vlastiti izvori financiranja	195.000	-	-	-	-	-	195.000
3.	Bankarski zajam ili zajmovi	280.000	-	-	-	-	-	280.000
4.	Ostatak vrijednosti stalnih sredstava	-	-	-	-	-	276.250	276.250
5.	Ostatak vrijednosti obrtnih sredstava	-	-	-	-	-	18.000	18.000
II.	**Ukupni izdatci**	**475.000**	**121.128**	**138.687**	**151.444**	**160.687**	**178.807**	**1.225.753**
6.	Ulaganja u stalna sredstva	457.000	-	-	-	-	-	457.000
7.	Ulaganja u trajna obrtna sredstva	18.000	-	-	-	-	-	18.000
8.	Rashodi bez plaća, kamata i amortiz.	-	26.500	34.850	40.250	44.600	50.500	196.700
9.	Ukupne plaće zaposlenika	-	34.000	34.000	34.000	34.000	34.000	170.000
10.	Anuiteti bankarskog zajma	-	31.171	31.171	31.171	31.171	31.171	155.855
11.	Porez na ukupnu dobit (18%)	-	29.457	38.666	46.023	50.916	63.136	228.198
III.	**Čisti primitci** *(I. – II.)*	**0**	**150.372**	**191.813**	**224.806**	**246.563**	**273.693**	**1.087.247**
IV.	**Kumulativ čistih primitaka**	**0**	**150.372**	**342.185**	**566.991**	**813.554**	**1.087.247**	**-**

Izvor: izrada autorice, 2018.

11. OCJENA UČINKOVITOSTI

U ovome poglavlju predočit ćemo dostatnu količinu kvalitetnih pokazatelja njegove svekolike učinkovitosti. Prednost smo dali slijedećim metodama ocjene učinkovitosti poduzetničkih projekata:

- Razdoblje povrata
- Stopa prinosa
- Čista sadašnja vrijednost
- Prosječna profitabilnost
- Analiza likvidnosti
- Analiza osjetljivosti

11.1. Razdoblje povrata

Razdoblje povrata uložena kapitala označava vrijeme tijekom kojega se iz čistih primitaka ekonomskog tijeka povrati ukupno uloženi novac u realizaciju poduzetničkog pothvata. Iz Tablice 12. je razvidno da se u našem projektu uložen novac vraća u trećoj godini eksploatacije projekta, jer se baš u toj godini pojavljuje pozitivan predznak u koloni nepokrivenih investicija. Što je vrijeme povrata kraće to je projekt prihvatljiviji i obratno.[51]

Tablica 18. Razdoblje (rok) povrata (u EUR)

Godine projekta	**Ukupna ulaganja**		**Čisti primitci ekon. tijeka**		**Nepokrivene investicije**
	Godišnji iznos	Kumulativ	Godišnji iznos	Kumulativ	
0.	475.000	475.000	-	-	-475.000
1.	-	475.000	181.543	181.543	-293.457
2.	-	475.000	222.984	404.527	-70.473
3.	-	475.000	255.977	660.504	185.504
4.	-	475.000	277.734	938.238	463.238
5.	-	-	598.864	1.537.102	1.062.102

Izvor: izrada autorice, 2018.

[51]Projekt izrađen u sklopu Planstart projekta 2017. koji se odrađivao u suradnji Sveučilišnog odjela za stručne studije i HGK Split

11.2. Stopa prinosa

Stopa prinosa je statistički pokazatelja profitne učinkovitosti poduzetničkog projekta. Ona pokazuje iznos čiste dobiti iz reprezentativne godine eksploatacije projekta, po svakoj jedinici uložena kapitala. Stopu smo prinosa (SP) izračunali tako da smo kvocijent čiste dobiti (D) iz promatranih godina i ukupnih ulaganja (I_O) pomnožili sa 100:

$$SP = \frac{ND}{I_o} \times 100$$

Prema tome će stopa prinosa za prvu godinu projekta iznositi 28,25%, za drugu 37,08%, za treću 44,14%, za četvrtu 48,83% i na kraju za petu godinu stopa prinosa će iznositi 60,55%. Dakle svaki euro (1 EUR) uložen u poduzetnički pothvat u prvoj godini eksploatacijskoga razdoblja donositi oko 0,283 čiste dobiti, u drugoj 0,371 EUR, u trećoj 0,441 EUR, u četvrtoj 0,489 EUR, a u petoj će se godini svaki euro (1 EUR) uložen u stalna i obrtna sredstva oplođivati sa oko 0,601 EUR.I prema ovome pokazatelj profitne učinkovitosti projekt je potpuno prihvatljiv, jer će osiguravati sasvim dobre novčane prinose u svakoj godini svoje redovite eksploatacije.[52]

11.3. Čista sadašnja vrijednost

Metoda čiste sadašnje vrijednosti spada među najreprezentativnije metode ocjene učinkovitosti poduzetničkih projekata. Čistu sadašnju vrijednost dotičnoga projekta izračunali smo na način što smo čiste primitke ekonomskoga tijeka iz pojedinih godina promatranoga vijeka eksploatacije projekta sveli na sadašnju vrijednost pomoću diskontnoga činitelja. Riječ je o metodi koja je obrnuta od metode složenog ukamaćivanja (kamate na kamatu) i ona uzima u obzir troškove koji nastaju za investitora upravo radi ulaganja u navedenu investiciju. Navedeni troškovi se nazivaju "oportunitetni" troškovi. Čistu sadašnju vrijednost konkretnoga projekta izračunali smo pomoću slijedećega obrasca:

$$SV = \sum_{t=1}^{n} \frac{Rt}{\left[1 + \frac{p}{100}\right]} t - Io \text{, gdje su}$$

[52]Projekt izrađen u sklopu Planstart projekta 2017. koji se odrađivao u suradnji Sveučilišnog odjela za stručne studije i HGK Split

Sv = čista sadašnja vrijednost,
Rt = čisti primici u godini t,
Io = početno ulaganje,
p = diskontna stopa,
n = promatrani vijek trajanja projekta,
t = godine vijeka projekta 1,2,3,…,n.

Tablica 19. Obračun čiste sadašnje vrijednosti (u EUR)

Godine projekta	Čisti primitci	Diskontna stopa	Diskontni činitelj	Sadašnja vrijednosti primitaka
0.	-475.000	10%	1,0000	-475.000
1.	181.543	10%	0,9091	165.039
2.	222.984	10%	0,8264	184.274
3.	255.977	10%	0,7513	192.316
4.	277.734	10%	0,6830	189.692
5.	598.864	10%	0,6209	371.835
Ukupna sadašnja vrijednost primitaka				**1.103.156**
Čista sadašnja vrijednost primitaka				**646.156**

Izvor: izrada autorice, 2018.

Projekt je prihvatljiv za realizaciju ako je neto sadašnja vrijednost, uz pretpostavljenu diskontnu stopu, jednaka ili veća od ništice (n≥0), a neprihvatljiv ako je neto sadašnja vrijednost manja od ništice(n<0). Iz tablice 13, uz primjenu diskontne stope od 10%, moguće je vidjeti da čista sadašnja vrijednost projekta veća od nule (646.156) pa se može konstatirati da je projekt potpuno prihvatljiv.[53]

11.4. Prosječna profitabilnost

Pokazatelj prosječne profitabilnosti primjeru osobito je zanimljiv zbog činjenice što u promatranim godinama eksploatacije projekta nemamo, tzv. reprezentativnu godinu, pa smo i stopu prinosa računali pojedinačno za sve promatrane godine. Prosječna profitabilnost pokazuje prosječan prinos uloženog kapitala kroz promatrane godine eksploatacije projekta u čistim primitcima njegova ekonomskog tijeka.

[53]Projekt izrađen u sklopu Planstart projekta 2017. koji se odrađivao u suradnji Sveučilišnog odjela za stručne studije i HGK Split

$$PP = \left(\sum_{t=1}^{n} \frac{R_t}{n} \right) \div I_o$$, gdje su

PP => prosječna profitabilnost

R_t => čisti primitci iz godine t

I_o => početno ulaganje

N => promatrane godine vijeka projekta

PP = (181.543+222.984+255.977+277.734+598.864) : 5: 475.000

PP = 1.537.102 : 5 : 475.000

PP = 0,65

U primjeru prosječna profitabilnost bila bi 0,65 ili 65% što znači da bi ukupna ulaganja u stalna i tajna obrtna sredstva tijekom svake od promatranih godina eksploatacije projekta donosila, odnosno prosječno se oplođivala po 65% čistih primitaka ekonomskog tijeka. Ukupno ulaganje kapitala u dotični projekt tijekom promatranog aktivizacijskog razdoblja se prosječno godišnje vrača iz čistih primitaka ekonomskog tijeka po stopi od 65%.
Prigodom ocjene našeg projekta sa stajališta prosječne profitabilnosti usporedna je analiza pokazala da je za nas poduzetnike, članove društva, a i sve druge interesantne on vrlo zanimljiv i prihvatljiv.[54]

11.5. Analiza likvidnosti

Analizu likvidnosti najobjektivnije ocrtava stanje "Financijskog zdravlja" ovog poduzetničkog projekta tijekom promatranih godina njegove eksploatacije, jer kroz ovu analizu mogu očitavati stanje pothvata. Dakle iz cjelokupnog proučavanja isplativosti projekta, vidljivo je da će naš projekt tijekom svih pet promatranih godina eksploatacije moći uredno servisirati bankarski zajam, i podmirivati sve druge obveze, te će i pored toga ostvarivati znatne iznose čistih financijskih primitaka, čiji kumulativ u petoj godini eksploatacije našeg projekta iznosi 1.087.247 EUR.[55]

[54]Projekt izrađen u sklopu Planstart projekta 2017. koji se odrađivao u suradnji Sveučilišnog odjela za stručne studije i HGK Split

[55]Projekt izrađen u sklopu Planstart projekta 2017. koji se odrađivao u suradnji Sveučilišnog odjela za stručne studije i HGK Split

11.6.Analiza osjetljivosti

Analiza osjetljivosti sastoji se od penalizacije (opterećivanja) projekta različitim negativnim situacijama koje se mogu pojaviti tijekom njegova vijeka. U analizi likvidnosti penalizirali smo četiri rizične pretpostavke i to:

- Prva pretpostavka: Precijenili smo prihode od noćenja i paket aranžmana za 3,00%
- Druga pretpostavka: Precijenili smo ostale prihode za 2,50%
- Treća pretpostavka: Podcijenili smo troškove sirovina za 2,50%
- Četvrta pretpostavka: Podcijenili smo troškove plaća za 2,00%

Osim toga uz penalizaciju Projekcije dobiti – gubitka izračunali smo i pokazatelje razdoblja povrata čiste sadašnje vrijednosti i interne stope profitabilnosti za novu situaciju nakon penalizacije.

Kao što se iz tablice 15. vidi, uz navedene četiri pretpostavke prvotna bi Projekcija dobiti – gubitka izgledala nešto drukčije. Slovo **A** uz pojedine stavke u tablici znači prvotno stanje, a slovo **B** predočuje veličine pojedinih stavki nakon opterećenja. Iako smo prvotnu Projekciju dobiti – gubitka kumulativno i kontinuirano opterećivali sa sve četiri rizične pretpostavke, projekt pokazuje visok stupanj otpornosti spram eventualne pojave negativnih utjecaja većeg broja kritičnih parametara. I unatoč takvu opterećenju vidljivo je da će projekt tijekom svih pet promatranih godina eksploatacije ostvarivati značajne iznose čiste dobiti, što kumulativno iznosi 995.088 EUR.[56]

[56]Projekt izrađen u sklopu Planstart projekta 2017. koji se odrađivao u suradnji Sveučilišnog odjela za stručne studije i HGK Split

Tablica 20. Penalizirana projekcija dobiti – gubitka (senzitivna analiza) u EUR

Redni broj	Stavke prihoda i rashoda te ukupna i čista dobit	Promatrane godine eksploatacije projekta						Ukupno
		0.	1.	2.	3.	4.	5.	
I. A	**Ukupni prihodi A** (tablica 7)	**-**	**271.500**	**330.500**	**376.250**	**407.250**	**452.500**	**1.838.000**
- A1	(manje) Prva pretpostavka	-	6.750	8.250	9.375	10.125	11.250	**45.750**
- A2	(manje) Druga pretpostavka	-	375	425	500	563	625	**2.488**
I. B	**Ukupni prihodi B** (IA – A1 – A2)	**-**	**264.375**	**321.825**	**366.375**	**396.562**	**440.625**	**1.789.762**
II. A	**Ukupni rashodi A** (tablica 8)	**-**	**107.850**	**115.689**	**120.567**	**124.385**	**101.742**	**570.233**
+ B1	(više) Treća pretpostavka	-	375	475	525	575	656	**2.606**
+ B2	(više) Četvrta pretpostavka	-	680	680	680	680	680	**3.400**
II. B	**Ukupni rashodi B** (IIA – B1 – B2)	**-**	**108.905**	**116.844**	**121.772**	**125.640**	**103.078**	**576.239**
III. A	**Ukupna dobit A (IA – IIA)**	**-**	**163.650**	**214.811**	**255.683**	**282.865**	**350.758**	**1.267.767.**
III . B	**Ukupna dobit B (IB – IIB)**	**-**	**155.470**	**204.981**	**244.603**	**270.922**	**337.547**	**1.213.523**
- P1	18% poreza na ukupnu dobit **A**	-	29.457	38.666	46.023	50.916	63.136	228.198
- P2	18% poreza na ukupnu dobit **B**	-	**27.985**	**36.897**	**44.029**	**48.766**	**60.758**	**218.435**
IV. A	**Čista dobit A** (IIIA – P1)	**-**	**134.193**	**176.145**	**209.660**	**231.949**	**287.622**	**1.039.569**
IV. B	**Čista dobit B** (IIIB – P2)	**-**	**127.485**	**168.084**	**200.574**	**222.156**	**276.789**	**995.088**

Izvor: izrada autorice, 2018.

12. ZAKLJUČAK

Masovni turizam kakav još uvijek u pojedinim dijelovima Hrvatske prevladava, u posljednje vrijeme sve slabije zadovoljava potrebe sve većeg broja ljudi. Riječ je o ljudima, turistima koji žele pronaći mir, žude za psihičkim ali i za fizičkim odmorom tako da u svakom slučaju taj odmor treba biti sadržajan. Upravo to je osnovna prednost ruralnog turizma. Ruralni turizam pruža mogućnost odmora u prirodnom okruženju, uz ekološke proizvode, daleko od buke, gužve, nemira i ostalih činitelja od koji čovjek 21. stoljeća nastoji barem na kratko pobjeći. Zahvaljujući svemu tome, seoski turizam se ubrzano razvija širom Dalmacije, te uvelike utječe na život ljudi u Dalmaciji, i na samo gospodarstvo Dalmacije. Seoski turizam omogućava povratak mladih ljudi na sela ujedno i sjajna prilika za zapošljavanje velikog broja ljudi. Razvojem ruralnog turizma dolazi do obnavljanja kulturne baštine, starih napuštenih i razorenih sela, iskorištavaju se brojni poticaji iz EU-fondova, te iz Hrvatskog proračuna. Seoski turizam u Dalmaciji ima još jako puno prostora za napredak. Pokretanje ruralnog turizma trenutno je, zahvaljujući brojnim poticajima, velikoj potražnji i poprilično visokim cijenama u ruralnom turizmu, jako isplativ posao.

Vidimo kako Dalmacija ima odlične pretpostavke za razvoj ruralnog turizma promatrajući bogatstvo kulturne i prirodne baštine i atrakcije koje se nude na cijelom dalmatinskom području. Ako se promatra ponuda ruralno turističkih gospodarstava, može se zaključiti da je ona zadovoljavajuća uz nekoliko regionalnih razlika. Razvidno je da svako analizirano ruralno turističko gospodarstvo pridonosi razvoju ruralnog turizma i ruralnog područja Dalmacije te da se još bolja ruralno turistička ponuda može razviti edukativnim programima i investicijskim projektima povoljnim za vlasnike. Investicijskim projektima trebalo bi utjecati na povećanje broja smještajnih kapaciteta, trebalo bi potaknuti izgradnju bazena, teniskih terena i seoskog wellnesa te bi trebalo poraditi na povećanju prilagodbe gospodarstava za starije osobe, goste s kućnim ljubimica, a naročito za osobe s posebnim potrebama s naglaskom na osobe s invaliditetom. Nadalje, daljnji razvoj agroturističke ponude Dalmacije, a i cijele Hrvatske, predstavlja gospodarsku razvojnu polugu u smislu očuvanja i razvoja demografskog, društvenog, prirodnog i kulturnog kapitala ruralnog područja.

Osobe s invaliditetom najveća su manjinska skupina turista u svijetu a potencijal od 650 milijuna putnika s pratnjom, nedvojbeno predstavlja velik turistički potencijal za svaku

zemlju. Uzmemo li u obzir kako se sezonalnost turizma u Hrvatskoj općenito smatra visokom i njezino smanjenje gotovo se uvijek spominje kao strateški cilj hrvatskog turizma. Smatram kako smanjenje sezonalnosti možemo postići upravo kroz razvoj ruralnog i pristupačnog turizma te tako proširiti vremensko trajanje sezone.

U praktičnom dijelu vidimo kako međunarodne konferencije imaju veliki značaj u turizmu i buđenju svijesti i ideja kod poduzetnika. Ovaj projekt je hvalevrijedan jer upravo je ovo što nam nedostaje u turističkoj ponudi.

Ruralni turizam kao i pristupačni na području Republike Hrvatske još uvijek je nedovoljno razvijen i ima ogroman prostor za poboljšanje. Stalni porast turističke potražnje kao i sve veća educiranost turističkih kadrova predstavlja dobar pokretač razvoja turističkog sektora.

LITERATURA

KORIŠTENE KNJIGE

1. Demonja, D. i Ružić, P. (2010) Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, Zagreb: Bibliotheca Geographia Croatica, str. 12-35.
2. Institut za turizam (2006) Hrvatski turizam, plavo bijelo zeleno. Zagreb: Znanstvena edicija Instituta za turizam, str. 168
3. Kombol, P. T. (2000) Selektivni turizam – Uvod u menadžment prirodnih i kulturnih resursa. Matulji: TMPC Sagena, str. 122-136
4. Ružić, P. (2009) Ruralni turizam. Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, str. 12-20.
5. Stanko, G. (2011) Menadžment selektivnih oblika turizma. Split: Sveučilišni studijski centar za stručne studije, str. 368-403.
6. Svržnjak, K. et al. (2014) Ruralni turizam – Uvod u destinacijski menadžment. Križevci: Visoko gospodarsko učilište u Križevcima, str. 3-35

KORIŠTENE PUBLIKACIJE, ZNANSTVENI I STRUČNI RADOVI

1. Cawley, M. i Gillmor, A., D. (2007) Integrated Rural Tourism: Concepts and Practice. Annals of Tourism Research, 35(2), str. 317
2. Irshad, H. (2010) Rural Tgriculture and Rourism-an overview, Goverment of Alberta, Agriculture and Rural Development, str. 8
3. Galijan, V., Selić, H. i Zelenika. Z., (2017) Analiza prostorne distribucije i ponude ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj. Rad za rektorovu nagradu. Zagreb: Prirodoslovno-matematički fakultet, str. 15-16
4. Gudelj, T. (2016) Analiza seoskog turizma u Dalmaciji. Završni rad. Split: Ekonomski fakultet u Splitu, str. 25-27
5. World Tourism Organization (2016.) Accessible Tourism for All: An Opportunity within Our Reach, Madrid, UNWTO, str. 6
6. European Network for Accessible Tourism (2009.): Takayama Declaration on the Development of communities-for-All int he Asia and the Pacific, ENAT, str. 5

7. Jensen, T., M. (2017.) Accessible Tourism – a study oft he role of accessibility information in tourist's decision – making process, Master thesis, Aalborg: Aalborg University CPH, Tourism str. 5,
8. Jević G. i Jević, J.(2015) Pristupačnost pojedinih segmenata hotelskih kapaciteta osobama s invaliditetom, Beograd: Visoka turistička škola strukovnih studija, str. 54
9. Krešić, D., Miličević, K. i Marković, I.(2014) Nacionalni program razvoja socijalnog turizma – „Turizam za sve“, Zagreb: Ministarstvo turizma, str. 4-6
10. Mahmoudzadeh, S. i Sarjaz, K., N. (2018) Prepreke u okolišu u razvoju turizma za osobe s invaliditetom, Teheran: Faculty of Management and Accounting, AllamehTabataba'i University, str. 91-93
11. Ujedinjeni narodi (2006) Konvencija o pravima osoba s invaliditetom, 2006., str. 5
12. Spudić, J. (2015) Posebno standardizirani hoteli za osobe s invaliditetom u Republici Hrvatskoj. Završni rad. Karlovac: Veleučilište u Karlovcu, str. 27-30
13. Svržnjak, K., Šarić, M., Kantar, S., Jerčinović, S (2017) Obilježja ponude ruralnog turizma dalmatinskih turističkih regija, Križevci: Visoko gospodarsko učilište u Križevcima, str. 20

INTERNETSKI IZVORI:

1. Web stranica Rural Koncept na adresi www.rural-koncept.hr
2. Web stranica Hrvatska enciklopedija na adresi www.enciklopedija.hr
3. Web stranica Dream Croatia na adresi http://dream-croatia.com/dalmacija/
4. Web stranica Hrvatske gospodarske komore na adresi www.hgk.hr
5. Web stranica Zajednice iznajmljivača na adresi http://www.apartmanija.hr/
6. Web stranica poslovno-financijskog portal Profitiraj.hr na adresi www.profitiraj.hr
7. Web stranica turističkog news portala Hr.turizam na adresi www.hrturizam.hr

POPIS TABLICA

Tablica 1. Kriteriji za definiranje okvira ruralnog turizma 11
Tablica 2: Turističke aktivnosti na ruralnom području 16
Tablica 3. Usporedba prirodne i kulturne baštine dalmatinskih regija..... 27
Tablica 4. Usporedba gospodarskih značajki ruralno turističkih objekata dalmatinskih regija29
Tablica 5: SWOT analiza ruralnog turizma 32
Tablica 6: Projekcija potrebitih uslužnih zaposlenika u sezoni 47
Tablica 7. Prikaz terminskog plana aktivizacijskog razdoblja..... 48
Tablica 8. Projekcija ukupno potrebitih zaposlenika 49
Tablica 9. Projekcija ulaganja u trajna i stalna obrtna sredstva 56
Tablica 10. Projekcija izvora sredstava i kapitala..... 56
Tablica 11. Projekcija otplate zajma (u EUR)..... 57
Tablica 12. Projekcija godišnje amortizacije i ostataka vrijednosti projekta (u EUR) 58
Tablica 13. Projekcija prihoda (u EUR)..... 58
Tablica 14. Projekcija rashoda (u EUR)..... 59
Tablica 15. Projekcija dobit – gubitka (u EUR)..... 60
Tablica 16. Projekcija ekonomskih tokova (U EUR)..... 61
Tablica 17. Projekcija financijskih tokova (u EUR) 62
Tablica 18. Razdoblje (rok) povrata (u EUR) 63
Tablica 19. Obračun čiste sadašnje vrijednosti (u EUR)..... 65
Tablica 20. Penalizirana projekcija dobiti – gubitka (senzitivna analiza) u EUR..... 68

POPIS SLIKA

Slika 1. Shematski prikaz međuodnosa ruralnog turizma, seoskog turizma i turizma na turističkom seoskom obiteljskom gospodarstvu (TSOG) 9
Slika 2.Teritorij Dalmacije 22
Slika 3. Lokacija budućeg turističkog objekta 44