

ULOGA KLJUČNIH DIONIKA U RAZVOJU RURALNOGA TURIZMA DALMATINSKE ZAGORE

Tomislav Balić
Ljudevit Pranić

Sažetak

Ruralni turizam jedna je od najpopularnijih strategija za razvoj ruralnih i zapostavljenih prostora te oživljenje tradicionalnih industrija kao što su poljoprivreda i stočarstvo. Dalmatinska zagora ruralni je dio južnohrvatske regije Dalmacije i odnosi se na unutrašnjost Splitsko-dalmatinske županije. Premda je Dalmatinska zagora područje velikoga turističkog potencijala, organizirana turistička djelatnost nalazi se u samim začecima. Budući da su, sukladno modelu integriranoga razvoja ruralnoga turizma, suradnja i umrežavanje dionika preduvjeti održivoga turističkog razvoja ruralnih područja, u ovom se radu istražuje razina uključenosti i povezanosti predstavnika javnoga, privatnoga i civilnoga sektora u postupku razvoja ruralnoga turizma Dalmatinske zagore. U svrhu ovoga istraživanja, prikupljeni su podaci o broju dolazaka i noćenja, broju registriranih turističkih objekata i kreveta (prema vrsti smještaja i broju zvjezdica), godišnjem prihodu turističkih zajednica, broju značajnijih investicija javnoga sektora u turističku infrastrukturu, te broju poduzetničkih pothvata, sve u razdoblju od 2011. do 2015. godine. Također, dvjema zasebnim e-anketama prikupljeni su podaci o predodžbama lokalnih stanovnika odnosno drugih dionika o stanju ruralnoga turizma Dalmatinske zagore. Rezultati jasno ukazuju da je Dalmatinska zagora tek na pragu druge od četiri etape integriranoga razvoja ruralnoga turizma. U konačnici, ovaj rad pruža smjernice za buduće integrirane razvojne scenarije u ruralnom prostoru južne Hrvatske.

Ključne riječi: razvoj ruralnoga turizma, integrirani ruralni turizam, ključni dionici, Dalmatinska zagora, Dalmacija, Hrvatska.

UVOD

Povijesni razvoj turizma pokazuje kako su ruralna područja sa svojim prirodnim i kulturnim resursima oduvijek predstavljala kvalitetnu osnovu za razvoj turizma. Zbog svoje netaknute prirode i ugodnoga seoskog ambijenta ruralna područja bila su vrlo privlačna za provođenje slobodnoga vremena, a samim time i za potencijalnih razvoj turističke djelatnosti. Ruralni turizam u svijetu počeo se razvijati u novije vrijeme kao poseban oblik turizma i danas predstavlja cijeli niz oblika turizma čija je glavna karakteristika da se odvijaju u ruralnim područjima izvan velikih gradova i obalnih odmorišnih destinacija.

Ruralni turizam može poslužiti kao katalizator društveno-gospodarskoga razvoja i obnove, proširiti tržište za lokalne proizvode, oživjeti tradicionalne obrte, osigurati druge načine zapošljavanja i pribaviti dodatne prihode siromašnim ruralnim zajednicama (Azman et al. 2011, Ghaderi and Henderson 2012, Iorio and Corsale 2010, Su 2011). Međutim, suradnja i umrežavanje dionika preduvjet je za održivi turistički razvoj ruralnih područja (Bitsani and Kavoura 2014).

Ruralni turizam u Hrvatskoj počeo se također razvijati u novije vrijeme i pridaje mu se manji značaj u odnosu na turizam na obali, stoga je logično da danas postoji velika razlika u razvijenosti obalnih i ruralnih turističkih destinacija što se očituje u razlici u smještajnim kapacitetima, turističkom prometu, izgrađenoj turističkoj infrastrukturi, turističkim atrakcijama, broju razvijenih turističkih proizvoda i usluga i konačno broju poduzetnika u turizmu. Unatoč velikom turističkom potencijalu Dalmatinske zagore, do sada se nitko nije ozbiljno pozabavio istraživanjem postoji li i u kojoj mjeri suradnja i umreženost dionika ruralnoga turizma na navedenom prostoru.

S ciljem popunjavanja opisane spoznajne praznine, ovo istraživanje odgovorit će na sljedeća tri istraživačka pitanja:

1. Stvara li razvoj ruralnoga turizma Dalmatinske zagore društveno-gospodarske koristi lokalnoj zajednici odnosno lokalnom stanovništvu?
2. Utječu li obilježja lokalnoga stanovništva Dalmatinske zagore na njihovu predodžbu o potencijalima vlastite sredine kao turističkoga odredišta?
3. Utječe li vrsta dionika Dalmatinske zagore na njihove predodžbe o koristima od međusobne suradnje, o odgovornosti pojedinih dionika za razvoj ruralnoga turizma, te o potencijalima vlastite sredine kao turističkoga odredišta?

1. PREGLED LITERATURE

Ruralni turizam kao i svaki drugi oblik turizma traži uključenost svih dionika u proces razvoja. Osnovni dionici u ovom procesu su javni, civilni i privatni sektor. Prema Cawley i Gillmor (2007), integrirani pristup podrazumijeva još i uporabu kulturnih, socijalnih, ekonomskih i prirodnih resursa kao sredstava za rad javnoga, civilnoga i privatnoga sektora u službi razvoja ruralnoga turizma. Integrirani pristup razvoja ruralnoga turizma danas njeguju samo najrazvijenije ruralne turističke destinacije. Ovakav pristup podrazumijeva snažnu uključenost lokalnih zajednica i partnerstvo svih dionika te potpuno strukturirane procese planiranja razvoja ruralnoga turizma.

Prema MacDonald i Jolliffe (2003), razvojni procesi u ruralnim područjima i u ruralnom turizmu višedimenzionalni su i međusobno jako povezani. Javne investicije u turističku infrastrukturu jedan su od preduvjeta za razvoj ruralnoga turizma. Javne investicije u ruralna područja ovise o strateškom opredjeljenju države, resornih ministarstava, regija, a ponajviše lokalne zajednice i o njezinoj spremnosti na orijentiranje prema turizmu i preuzimanju uloge lidera u procesima razvoja i integracije ruralnoga turizma (Ying and Zhou 2007). Privatne inicijative i poduzetnički pothvati, te lokalne inicijative i udruživanja poput lokalnih akcijskih grupa, također su preduvjet za razvoj ruralnoga turizma jer povezuju poduzetničke ideje i projekte s interesima svih dionika u ruralnom turizmu (Gavrila-Paven 2015).

Promidžba turističkoga odredišta finalni je preduvjet za razvoj ruralnoga turizma i uvelike ovisi o spremnosti lokalnih turističkih organizacija da preuzmu ulogu destinacijskih marketing i menadžment organizacija. Ova uloga zahtijeva suradnju sa svim dionicima da bi se ostvarila zajednička korist tj. zajedničko upravljanje turističkim resursima, marketinškim naporima, pozicioniranjem destinacije na tržištu, izgradnjom identiteta i osjećaja vjernosti turista prema odredištu (Adeyinka-Ojo et al. 2014).

Ruralni turizam, kao značajan element održivog razvoja ruralnih lokalnih zajednica, nailazi na sve veće razvojne, marketinške, menadžerske i ekonomske poteškoće, dok se istovremeno na strani turističke potražnje iskazuje sve značajniji interes za ovakvim oblikom turizma (Canoves et al. 2004). Primjer Hrvatske kao turističke zemlje velikog potencijala za razvoj ruralnoga turizma otkriva i velike probleme i poteškoće s kojima se ruralne destinacije u Hrvatskoj susreću pokušavajući razviti pojedine oblike ruralnoga turizma. Izvor problema leži u neadekvatnom i nestrukturiranom modelu upravljanja razvojem turizma i mehanizmu koji nedovoljno koristi resurse svih dionika u postupku razvoja, što govori da su postupci integracije aktivnosti u samim povojima.

Ritchie i Crouch (2003) tvrde da su za razvojnu politiku ruralnih turističkih destinacija odgovorni dionici s područja javnoga sektora čiji cilj mora biti stvaranje okoline koja omogućava najveću korist ostalim dionicima u destinaciji uz smanjenje negativnih utjecaja. Općine i gradovi imaju najvažniju ulogu u razvoju destinacije (Komppuli 2014), jer strateške odluke (prostorno-planska dokumentacija i namjena zemljišta) i ulaganja u javnu infrastrukturu stvaraju prilike poduzetnicima za razvoj njihovih poslovnih aktivnosti.

Uz općine i gradove nadovezuje se i odgovornost destinacijskih menadžment organizacija čija bi primarna uloga trebala biti koordinacija interesa i aktivnosti javnih i privatnih dionika u turizmu. Voditelji destinacijskih menadžment organizacija na turistički nerazvijenim područjima moraju sami biti izumitelji u postupcima razvoja novih turističkih proizvoda i usluga, a samim time i procesima razvoja odredišta. Međutim, mnogi autori ističu i ključnu važnost poduzetnika u turizmu te zaključuju kako je konkurentnost destinacije uvelike ovisna o tvrtkama i njihovom poslovnom okruženju u destinaciji (Adeyinka-Ojo et al. 2014, Fleischer and Felsenstein 2000).

S tim u svezi, MacDonald i Jolliffe (2003) razvili su model razvoja ruralnoga turizma koji ukazuju na potrebe lokalnog stanovništva da se aktivno uključi u turističku djelatnost i time doprinese razvoju turizma u svojoj destinaciji. Stupnjevi razvoja ruralnoga turizma su:

1. Mali broj stanovnika prepoznaje prilike i integrira turističke resurse u vlastito društveno-gospodarsko planiranje.
2. Lokalne skupine planiraju i provode turističke strategije kao dio gospodarskog razvoja.
3. Rastuća lokalna suradnja i službeno turističko tijelo pomažu pretvoriti planove u održive turističke atrakcije.
4. Potpuno centralizirano, kooperativno i dugoročno planiranje, upravljanje i marketing turizma.

Raščlamba rezultata dobivenih ovim istraživanjem ukazat će na razvojni stupanju u kojem se ruralni turizam Dalmatinske zagore trenutno nalazi.

2. METODOLOGIJA

Da bi se odgovorilo na tri temeljna istraživačka pitanja u ovom radu, provedeno je primarno i sekundarno istraživanje, odnosno istraživanje za stolom. Detaljan opis metodologije za svako od tri istraživačka pitanja je kako slijedi.

2.1. Stvara li razvoj ruralnoga turizma na području Dalmatinske zagore društveno-gospodarske koristi lokalnoj zajednici odnosno lokalnom stanovništvu?

Po uzoru na MacDonald i Jolliffe (2003), odgovor na ovo pitanje dobiven je studijom slučaja razvoja ruralnoga turizma u Dalmatinskoj zagori odnosno raščlambom turističkih pokazatelja. U tu svrhu prikupljeni su pokazatelji vezani uz turistički promet – broj dolazaka i noćenja ostvarenih u razdoblju 2011. – 2015. na području koje pokrivaju turističke zajednice Dalmatinske zagore (konkretno TZ općina Dugopolje i Klis te TZ gradova Sinj, Trilj, Vrlika, Imotski i Vrgorac), broj registriranih turističkih objekata i kreveta (prema vrsti smještaja i broju zvjezdica), te u konačnici godišnji prihod turističkih zajednica ostvaren po osnovi naplaćene boravišne pristojbe u promatranom razdoblju.

Nadalje, popisane su sve značajnije investicije javnoga sektora u turističku infrastrukturu, ali i poduzetnički poduhvati ostvareni na području Dalmatinske zagore tijekom 2011. – 2015., kao što su izgradnja i uspostava seljačkih domaćinstava, ugostiteljskih objekata, vinarija, kušaonica domaćih proizvoda, turističkih agencija i sl. Dobar dio javnih i dio privatnih turističkih infrastrukturnih projekata financiran je potporama resornih ministarstava i fondovima Europske unije, što je također važno za ovo pitanje. I konačno, napravljen je osvrt na porast turističkog prometa i kapaciteta tijekom 2011. – 2015. te povezanost ovog porasta s porastom broja javnih i privatnih turističkih projekata, proizvoda i usluga.

2.2. Utječu li obilježja lokalnog stanovništva Dalmatinske zagore na njihovu predodžbu o potencijalima vlastite sredine kao turističkog odredišta?

Ovim pitanjem istražilo se u kojoj mjeri lokalno stanovništvo Dalmatinske zagore – ovisno o dobi, stručnoj spremi, zaposlenju i području iz kojeg dolazi – različito promišlja o turizmu i različito prepoznaje vlastitu sredinu kao potencijalnu turističku destinaciju. Podaci su prikupljeni e-anketom izrađenom u sučelju *Survey Monkey*, a e-anketa je e-poštom i mobilnim aplikacijama (*Whats App*, *Facebook Messenger*, *Viber*) poslana na e-adrese i telefonske brojeve stanovnika općina i gradova Dalmatinske zagore metodom snježne grude u razdoblju 15. 1. – 15. 2. 2017.

Predodžbe ispitanika o potencijalima vlastite sredine kao turističkoga odredišta mjerene su Likertovom ljestvicom s odgovorima u rasponu od 1 (*u potpunosti se ne slažem*) do 5 (*u potpunosti se slažem*). Navedena ljestvica posuđena je od MacDonald i Jolliffe (2003) i Dimitrovski et al. (2011). Ispitanici su podjednako anketirani u svim dijelovima Dalmatinske zagore, stoga je uzorak prostorno reprezentativan i donekle proporcionalan broju stanovnika na pojedinom području. E-ankete su prikupljene putem platforme, a podaci obrađeni u programu *SPSS (19,0)*. Opisna statistika uključuje učestalost

pojavljivanja, prosječne vrijednosti i standardna odstupanja. Analitička statistika uključuje Mann-Whitney U (M-W U) i Kruskal- Wallis (K-W) testove.

2.3. Utječe li vrsta dionika Dalmatinske zagore na njihove predodžbe o koristima od međusobne suradnje, o odgovornosti pojedinih dionika za razvoj ruralnoga turizma, te o potencijalima vlastite sredine kao turističkoga odredišta?

Ovim pitanjem istražilo se u kojoj mjeri dionici u ruralnom turizmu Dalmatinske zagore – ovisno u kojem sektoru djeluju (javnom, privatnom ili civilnom) – različito promišljaju pitanja suradnje i odgovornosti za razvoj ruralnoga turizma te različito percipiraju vlastitu sredinu kao potencijalnu turističku destinaciju. Anketa je obuhvatila predstavnike triju sektora: javnoga – Splitsko-dalmatinska županija, županijski Odjel za turizam, gradovi, općine, turističke zajednice, županijske i gradske javne ustanove, komunalne tvrtke, muzeji; privatnoga – hotelijeri, iznajmljivači, vlasnici turističkih agencija, ugostitelji; te civilnoga – predstavnici lokalnih akcijskih grupa, udruga, kulturno-umjetničkih društava i ostalih lokalnih inicijativa.

Podaci su prikupljeni e-anketom izrađenom u sučelju *Survey Monkey*, a e-anketa je e-poštom poslana na e-adrese navedenih dionika u razdoblju 15. 1. – 15. 2. 2017. Navedene e-adrese prikupljene su s međumrežja jer je riječ o javno dostupnim podacima. Predodžbe ispitanika o koristima od međusobne suradnje, o odgovornosti pojedinih dionika za razvoj ruralnoga turizma, te o potencijalima vlastite sredine kao turističkog odredišta mjerene su Likertovom ljestvicom s odgovorima u rasponu od 1 (*u potpunosti se ne slažem*) do 5 (*u potpunosti se slažem*). Navedena ljestvica posuđena je od MacDonald i Jolliffe (2003) i Dimitrovski i sur. (2011). Prikupljeni podaci obrađeni u programu *SPSS (19,0)*. Opisna statistika uključuje učestalost pojavljivanja, prosječne vrijednosti i standardna odstupanja. Analitička statistika uključuje Kruskal-Wallis (K-W) test.

3. REZULTATI

3.1. Stvara li razvoj ruralnoga turizma Dalmatinske zagore društveno-gospodarske koristi lokalnoj zajednici odnosno lokalnom stanovništvu?

Prikupljeni podaci snažno ukazuju da je ruralni turizam posljednjih godina u Dalmatinskoj zagori u punom zamahu (tablica 1), a tome su pridonijeli značajni infrastrukturni projekti i ulaganja koja su poboljšala uvjete boravka turista, a samim time i privlačnost Dalmatinske zagore kao destinacije. Na području Dalmatinske zagore turističkih dolasci u 2015. godini (51 348) udvostručili su se u odnosu na 2011. (24 140), s tim da su se strani dolasci gotovo utrostručili (38 243 u odnosu na 13 723 dolaska) u istom razdoblju. Što se ukupnoga broja noćenja tiče ona su se gotovo utrostručila u odnosu na 2011. godinu (101 286 u odnosu na 35 218 noćenja) od čega su se strana noćenja povećala četiri puta (70 399 u odnosu na 17 599 stranih noćenja).

Privatna ulaganja prate javna ulaganja, a svaka općina i grad u Dalmatinskoj zagori, iz godine u godinu, bogatija je za određeni dio turističkih i ugostiteljskih sadržaja. Posebice se primjećuje otvaranje velikog broja seljačkih domaćinstava/izletišta, a najnoviji trend je otvaranje kušaonica domaćih proizvoda. Sklonost boravka turista u kućama za odmor zahvatio je i Dalmatinsku zagoru, a na tržištu su se pojavile velike svjetski poznate turističke agencije specijalizirane za iznajmljivanje ovakvih objekata. Tako je 2015. godine bilo 108 kuća za odmor, u odnosu na 2011. godinu kada ih je bilo samo 8 na promatranom području. Velika većina kuća za odmor opremljena je bazenima. Valja napomenuti da je sklonost ka kućama za odmor započeo 2013. godine, a 2014. godine bilježe se registriranja kuća za odmor u gotovo svakoj općini i gradu Dalmatinske zagore. Ponuda ovakvog tipa smještaja napravila je daleko veći iskorak u odnosu na sve druge turističke proizvode i usluge, a izgledno je da će se sklonost otvaranja novih kuća za odmor nastaviti i u nadolazećim godinama. Na području Dalmatinske zagore u promatranom razdoblju nije se povećao broj hotela (6 objekata).

Tablica 1. Turistički promet i kapaciteti na području Dalmatinske zagore 2011. – 2015.

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
Dolasci domaći	10 417	9 837	10 085	11 688	13 105
Dolasci strani	13 723	15 377	28 178	39 099	38 243
Dolasci ukupno	24 140	25 214	38 263	50 787	51 348
Noćenja domaći	17 619	20 091	27 962	27 891	30 887
Noćenja strani	17 599	20 747	36 524	57 652	70 399
Noćenja ukupno	35 218	40 838	64 486	85 543	101 286
Broj kreveta – hoteli	472	472	472	659	659
Broj kreveta – sobe i apartmani	156	168	178	217	268
Broj kreveta – kuće za odmor	113	135	264	384	668
Broj kreveta ukupno	741	775	914	1 260	1595
Broj kreveta kategorije **	47	47	69	65	34
Broj kreveta kategorije ***	501	519	624	757	1044
Broj kreveta kategorije ****	193	211	211	438	517
Broj hotela	6	6	6	6	6
Broj objekata – sobe i apartmani	9	11	15	19	28
Broj kuća za odmor	8	11	23	46	108
Prihod TZ od boravišne pristojbe	50 667,73 kn	114 257,92 kn	149 910,14 kn	121 142,00 kn	226 215,45 kn

Izvor: TZ gradova i općina na području Dalmatinske zagore

Što se prihoda turističkih zajednica tiče ukupni prihodi od boravišne pristojbe u 2015. godini iznosili su 226 215,45 kn što je 346,4 % više u odnosu na ukupne prihode u 2011. godini (50 667,73 kn). Po pitanju javne turističke infrastrukture, kapitalna ulaganja u turističku infrastrukturu financirana potporama resornih ministarstava, fondovima Europske unije i ostalim vanjskim izvorima uključuju: MEDpaths (2011) – EU projekt revitalizacije zaleđa Splitsko-dalmatinske županije, uređenje pješačkih, biciklističkih i planinarskih staza (ukupno 402 km) uz tok rijeke Cetine te uređenje dijela istočnog krila

tvrđave Klis, "Lake 2 Lake Green Tourism" (2012); EU projekt izgradnje veslačkog centra na Peručkom jezeru nedaleko Vrlike; Poučna staza Crveno i Modro jezero – Gaj (2014) – projekt uređenja turističke infrastrukture oko zaštićenih geomorfoloških spomenika prirode na području grada Imotskoga; Rimska cesta Klapavice-Kurtovići (2014) – projekt uređenja poučne tematske staze na ostacima antičkih cestovnih komunikacija na području općina Dugopolje i Klis; Centar za posjetitelje Splitsko-dalmatinske županije u Dugopolju (2014) – projektiranje turističko-informativnoga centra, početak izgradnje predviđen za 2017.

Nadalje, obnova Alkarskih dvora u Sinju i izgradnja Muzeja Sinjske alke (2015); Staza Gospi Sinjskoj (2015) – hodočasnička ruta duga 148 km, postavljanje info ploča i putokaza te izgradnja 9 odmorišta na ruti, sanacija i uređenje tvrđave Kamičak u Sinju (2015); Interpretacijski centar Klis (2015) – projektiranje posjetiteljskoga centra, početak izgradnje predviđen za 2017.; HERA Adriatic (2015) – EU projekt uređenja dijela posjetiteljske infrastrukture tvrđave Klis; Edukacijski centar u Parku prirode Biokovo (2015) – EU projekt izgradnje edukacijsko-turističko-informativnoga centra na području općine Zagvozd, početak izgradnje u 2016.; Central Dalmatia Bike – pilot projekt trasiranja, mapiranja i označavanja cikloturističkih ruta i staza na području Dalmatinske zagore (2014. – 2015.); Špilja Vranjača (2011) – projekt uređenja dijela staza i rasvjete u zaštićenom geomorfološkom spomeniku prirode u naselju Kotlenice, općina Dugopolje; Uređenje Muzeja sinjske alke (Sinj), Muzeja Cetinske krajine (Sinj), Franjevačke zbirke (Sinj), Galerije Sikirica (Sinj), Galerije Galiotović (Sinj), i Muzeja triljskog kraja (Trilj).

Što se tiče privatnih ulaganja, razvidna je izgradnja obiteljskih poljoprivrednih gospodarstva / seljačkih domaćinstava / izletišta (OPG Dodoja, Dugopolje – izletišta, proizvodnja i sušenje pršuta; OPG Plazibat, Dugopolje – izletišta; Dračanica, Dugopolje – izletišta i jahanje konja; Ranč „Mustang“, Glavice kod Sinja – obiteljsko izletišta i jahanje konja; Obiteljsko izletišta „Podastrana“, Hrvace kod Sinja); Seljačko domaćinstvo „Panj“, Hrvace kod Sinja; Seoska kuća „Gola brda“, Čaporice kod Trilja; OPG Čorić, Vrlika; OPG Vuletić, Vrlika; seljačko domaćinstvo „Ognjištar“, Zmijavci, Imotska krajina; Ranč „Perla“, Imotski, OPG Pranić, Ravča, Vrgorac); OPG Borovac, Pod Matokitom, Vrgorac), etno-eko sela (etno selo „Zagora“, Mihovilovići, Klis; Etno selo „Kokorići“, Vrgorac; Etno selo „Veliki Godin“, Vrgorac), kušaonice domaćih proizvoda (Stella Croatica u naselju Mihovilovići, općina Klis – proizvodnja i prodaja maslinovog ulja, likera, domaćih slastica i džemova; kušaonica meda OPG Kozina, Trilj; destilerija „Išo“, Vrlika – kušaonica domaćih likera), vinarije, vinski podrumi, i kušaonice vina (OPG Mažurin, Sinj; Vinarija Krolo, Trilj; Vinarija Teskera, Vrlika; Vinarija Buljan, Zmijavci, Imotska krajina; Vinarija Grabovac, Proložac, Imotska krajina; Vinarija Imota, Proložac, Imotska krajina; Vinarija Jerković, Runović, Imotska krajina; Vinarija Sušić, Imotski; Vinarija Šimunović, Imotski; Vinarija Pilač, Vrgorac), posebni turistički proizvodi turističkih agencija registriranih na području Dalmatinske zagore uglavnom vezani za sportsko-rekreacijski turizam i koncept aktivnog odmora (Premijerturist, Trilj; Avanturist Club, Trilj; Dalmatia Explorer, Vrlika; Red and blue, Imotski; Experience Imotski, Imotski; Gaz Travel (Imotski), te udruge licenciranih turističkih vodiča i slična udruženja (Udruga Osinium, Sinj).

Prikupljeni podaci ukazuju da razvoj ruralnoga turizma u Dalmatinskoj zagori stvara i stvarat će u bliskoj budućnosti (s obzirom na to da su mnogi turistički projekti i proizvodi još uvijek u fazi realizacije) društveno-gospodarsku korist lokalnim zajednicama i njihovim nositeljima (općinama, gradovima, turističkim zajednicama, ostalim javnim ustanovama i institucijama) te lokalnom stanovništvu, posebice onim stanovnicima koji su izravnim ili neizravnim uključivanjem u turističku djelatnost postali dionicima razvojnog procesa u ovome nekada turistički pasivnom kraju. Sukladno svemu navedenom, odgovor na prvo istraživačko pitanje je u potpunosti potvrđan.

3.2. Utječu li obilježja lokalnog stanovništva Dalmatinske zagore na njihovu predodžbu o potencijalima vlastite sredine kao turističkoga odredišta?

Za ovo istraživačko pitanje, prikupljeno je 348 ispunjenih anketa. Demografska obilježja ispitanih stanovnika prikazana su u tablici 2.

Glede predodžbi ispitanika o potencijalima vlastite sredine kao turističkog odredišta, prosječne vrijednosti njihovih odgovora upućuju da većina ispitanika smatra da nedostaje javnih investicija za razvoj ruralnoga turizma u Dalmatinskoj zagori (V1) te da će razvoj ruralnoga turizma u Dalmatinskoj zagori povećati prihode lokalnoga stanovništva (V2; tablica 3). S druge strane, ispitanici se relativno najmanje slažu s tvrdnjom da je njihovo područje turistički privlačno (V18).

Temeljem rezultata analitičke statistike, proizlazi da u najvećoj mjeri ne postoje statistički značajne razlike između predodžbi ispitanika o potencijalima vlastite sredine kao turističkog odredišta s obzirom na dob, stupanj obrazovanja, zaposlenost u turizmu i područje prebivanja. Od četiri neovisne varijable, razina obrazovanja utječe na pet predodžbi ispitanika, zaposlenost u turizmu i područje prebivanja utječu svaki na tri predodžbe, a dob samo na jednu. Zbog nedostatka prostora, ovdje se kao primjer može navesti da u usporedbi s ispitanicima mlađim od 26 godina starosti, ispitanici 26-40 godina starosti statistički se više slažu s tvrdnjom da je njihova lokalna sredina privlačno turističko odredište (V18). Ipak, obilježja lokalnog stanovništva uglavnom ne utječu na njihovu predodžbu o potencijalima vlastite sredine kao turističkoga odredišta.

Tablica 2. Obilježja ispitanika

Varijabla	Anketa stanovništva		Anketa triju dionika	
	Broj	%	Broj	%
<i>Dob (n=348)</i>				
<26	88	25,3		
26-40	185	53,2		
41-59	67	19,3		
≥60	8	2,3		
<i>Stručna sprema (n=347)</i>				
SSS	156	45,0		
VŠS	77	22,2		
VSS	114	32,9		
<i>Zaposlenost u turizmu (n=348)</i>				
da	111	31,9		
ne	237	68,1		

Varijabla	Anketa stanovništva		Anketa triju dionika	
	Broj	%	Broj	%
<i>Područje prebivanja (n=347)</i>				
Cetinska krajina	100	28,8		
Imotski / Vrgorac	171	49,3		
splitsko zaleđe	65	18,7		
ostala područja	11	3,2		
<i>Sektor (n=85)</i>				
javni			33	38,8
privatni			35	41,2
civilni			17	20,0

Izvor: Istraživanje autora

Tablica 3. **Analitička i opisna statistika**

Varijabla	Dob ⁱⁱ	Obrazovanje ⁱⁱ	Zaposlenost u turizmu ⁱ	Područje prebivanja ⁱⁱ	Prosje ⁱⁱⁱ
V1 Javnih investicija potrebnih za razvoj ruralnoga turizma u Dalmatinskoj zagori nema dovoljno	,498	,902	,714	,546	4,23
V2 Razvoj ruralnoga turizma u Dalmatinskoj zagori povećat će prihode lokalnog stanovništva	,390	,172	,043*	,900	4,15
V3 Razvoj ruralnoga turizma u Dalmatinskoj zagori povećat će zaposlenost u lokalnim zajednicama	,436	,148	,945	,214	4,12
V4 Svoju lokalnu sredinu doživljam kao potencijalno atraktivnu turističku destinaciju u budućnosti	,653	,194	,125	,015*	4,02
V5 Razvoj ruralnoga turizma u Dalmatinskoj zagori pojačat će kulturni identitet lokalne zajednice	,941	,176	,487	,490	4,02
V6 Privatnih investicija potrebnih za razvoj ruralnoga turizma u Dalmatinskoj zagori nema dovoljno	,123	,586	,617	,204	3,99

	Varijabla	Dob ⁱⁱ	Obrazovanje ⁱⁱ	Zaposlenost u turizmu ⁱ	Područje prebivanja ⁱⁱ	Prosjek ⁱⁱⁱ
V7	Turistička valorizacija lokalne gastronomije jedan je od glavnih aduta razvoja turizma u Dalmatinskoj zagori	,723	,037*	,599	,886	3,94
V8	Turistička valorizacija aktivnog odmora i sportskog turizma jedan su od glavnih aduta razvoja turizma u Dalmatinskoj zagori	,324	,029*	,037*	,007*	3,93
V9	Razvoj turizma u Dalmatinskoj zagori ponajviše ovisi o javnim investicijama (sportsko- rekreacijska, turistička i prometna infrastruktura)	,358	,756	,102	,799	3,88
V10	Turizam u Dalmatinskoj zagori nedovoljno je razvijen Razvoj turizma u Dalmatinskoj zagori ponajviše ovisi o privatnim investicijama	,382	,454	,354	,220	3,86
V11	(hoteli, kampovi, apartmanska naselja, vinarije, kušaonice domaćih proizvoda, novi turistički proizvodi, posebni oblici turizma itd.) Razvoj ruralnoga turizma u	,246	,236	,456	,082	3,86
V12	Dalmatinskoj zagori povećat će proizvodnju zdrave i ekološke hrane	,241	,110	,170	,475	3,85

Varijabla	Dob ⁱⁱ	Obrazovanje ⁱⁱ	Zaposlenost u turizmu ⁱ	Područje prebivanja ⁱⁱ	Prosjek ⁱⁱⁱ
V13 Turistička valorizacija prirodne baštine jedan je od glavnih aduta razvoja turizma u Dalmatinskoj zagori	,634	,005*	,273	,463	3,84
V14 Inicijativa udruga građana potrebnih za razvoj ruralnoga turizma u Dalmatinskoj zagori	,959	,025*	,121	,157	3,81
V15 nema dovoljno Razvoj ruralnoga turizma u Dalmatinskoj zagori	,911	,660	,309	,840	3,78
V16 povećat će zaštitu okoliša i prirodne baštine Turistička valorizacija kulturne baštine jedan je od glavnih aduta razvoja turizma u Dalmatinskoj zagori	,158	,287	,361	,690	3,71
V17 Razvoj turizma u Dalmatinskoj zagori ponajviše ovisi o inicijativama udruga građana (projekti lokalnih akcijskih grupa, manifestacije u organizaciji lokalnih udruga, zaštita prirodne i kulturne baštine, promidžba tradicionalnih obrta i sl.)	,398	,046*	,853	,286	3,44
V18 Svoju lokalnu sredinu trenutno doživljam kao atraktivnu turističku destinaciju	,013*	,762	,023*	,027*	3,24

ⁱMann-Whitney U (M-W U) test; ⁱⁱKruskal- Wallis (K-W) test.

ⁱⁱⁱOdgovori na Likertovoj ljestvici od pet stupnjeva u rasponu od 1 (*u potpunosti se ne slažem*) do 2 (*u potpunosti se slažem*).

* $p < 0,05$.

Izvor: Istraživanje autora

3.3. Utječe li vrsta dionika Dalmatinske zagore na njihove predodžbe o koristima od međusobne suradnje, o odgovornosti pojedinih dionika za razvoj ruralnoga turizma, te o potencijalima vlastite sredine kao turističkoga odredišta?

Za ovo istraživačko pitanje, prikupljeno je 85 ispunjenih anketa od predstavnika svih triju sektora (javnoga, privatnoga i civilnoga) sa svih područja Dalmatinske zagore (tablica 2). Prosječne vrijednosti njihovih odgovora upućuju da svi dionici Dalmatinsku zagoru u prvom redu doživljavaju kao potencijalno atraktivno turističko odredište (D1; tablica 3). Slično kao i stanovništvo, sve tri vrste dionika smatraju da nedostaje javnih investicija za razvoj ruralnoga turizma u Dalmatinskoj zagori (D3). S druge strane, ispitanici se relativno najmanje slažu s tvrdnjom da je suradnja s privatnim sektorom (hotelima, privatnim smještajem, turističkim agencijama, ugostiteljima, seoskim domaćinstvima, ostalo) na zadovoljavajućoj razini (D20).

Temeljem rezultata analitičke statistike, proizlazi da vrsta dionika utječe samo na jednu predodžbu ispitanika. Konkretno, u usporedbi s civilnim sektorom, privatni sektor statistički se više slaže s tvrdnjom da glavni pokretač razvoja turizma u lokalnim sredinama Dalmatinske zagore trebaju biti turističke zajednice (D11). Izuzev prethodnog slučaja, nisu ustanovljene druge statistički značajne razlike među ispitanicima u odnosu na stav što/tko treba biti glavni pokretač razvoja, tko je odgovoran za razvoj turizma, te kako se ocjenjuje razina međusobne suradnje ovisno o sektoru u kojem su ispitanici zaposleni.

Tablica 4. Analitička i opisna statistika

Varijabla	Vrsta dionika ⁱ	Prosje ⁱⁱ			Zbirno	
		Javni sektor	Privatni sektor	Civilni sektor		
D1	Dalmatinsku zagoru doživljavam kao potencijalno atraktivnu turističku destinaciju u budućnosti	,413	4,44	4,38	4,21	4,38
D2	Turistička valorizacija aktivnog odmora i sportskog turizma su aduti razvoja turizma u Dalmatinskoj zagori	,702	4,41	4,24	4,27	4,30
D3	Javnih investicija potrebnih za razvoj ruralnoga turizma u Dalmatinskoj zagori nema dovoljno	,507	4,21	4,27	4,36	4,27
D4	Turistička valorizacija lokalne gastronomije jedan je od auta razvoja turizma u Dalmatinskoj zagori	,193	4,29	4,15	3,80	4,13
D5	Turistička valorizacija prirodne baštine jedan je od aduta razvoja turizma u Dalmatinskoj zagori	,960	4,03	4,12	4,00	4,06

Varijabla	Vrsta dionika ⁱ	Prosje ⁱⁱ			Zbirno	
		Javni sektor	Privatni sektor	Civilni sektor		
D6	Privatnih investicija potrebnih za razvoj ruralnoga turizma u Dalmatinskoj zagori nema dovoljno	,895	3,97	4,06	3,93	4,00
D7	Razvoj turizma u Dalmatinskoj zagori ponajviše ovisi o privatnim investicijama (hoteli, kampovi, apartmanska naselja, vinarije, kušaonice domaćih proizvoda, novi turistički proizvodi, posebni oblici turizma itd.)	,102	3,70	4,06	4,07	3,95
D8	Turistička valorizacija kulturne baštine jedan je od aduta razvoja turizma u Dalmatinskoj zagori	,706	3,90	4,03	3,67	3,91
D9	Razvoj turizma u Dalmatinskoj zagori ponajviše ovisi o javnim investicijama (sportsko-rekreacijska, turistička i prometna infrastruktura)	,539	3,75	3,97	4,00	3,90
D10	Turizam u Dalmatinskoj zagori nedovoljno je razvijen	,174	3,93	3,70	4,13	3,88
D11	Glavni pokretač razvoja turizma u lokalnim sredinama Dalmatinske zagore trebaju biti turističke zajednice	,034*	3,76	4,06	3,33	3,81
D12	Glavni pokretač razvoja turizma u lokalnim sredinama Dalmatinske zagore trebaju biti poduzetnici i ugostitelji	,930	3,78	3,71	3,60	3,71
D13	Glavni pokretač razvoja turizma u lokalnim sredinama Dalmatinske zagore trebaju biti gradovi i općine	,171	3,64	3,94	3,21	3,70
D14	Glavni pokretač razvoja turizma u lokalnim sredinama Dalmatinske zagore trebaju biti njezini stanovnici	,252	3,90	3,42	3,80	3,69
D15	Inicijativa udruga građana potrebnih za razvoj ruralnoga turizma u Dalmatinskoj zagori nema dovoljno	,356	3,57	3,52	3,93	3,62
D16	Dalmatinsku zagoru trenutno doživljavam kao atraktivnu turističku destinaciju	,476	3,68	3,50	3,13	3,49

Varijabla	Vrsta dionika ⁱ	Prosjek ⁱⁱ			Zbirno	
		Javni sektor	Privatni sektor	Civilni sektor		
D17	Razvoj turizma u Dalmatinskoj zagori ponajviše ovisi o inicijativama udruga građana (projekti lokalnih akcijskih grupa, manifestacije u organizaciji lokalnih udruga, zaštita prirodne i kulturne baštine, promocija tradicionalnih obrta i sl.)	,187	3,03	3,32	3,60	3,28
D18	Suradnja s civilnim sektorom (lokalne akcijske grupe, udruge, kulturno-umjetnička društva, civilne inicijative i sl.) na zadovoljavajućoj je razini	,468	3,14	2,88	3,20	3,04
D19	Suradnja s javnim sektorom (Splitsko-dalmatinska županija, županijske i gradske ustanove, općine, gradovi, turističke zajednice, muzeji) na zadovoljavajućoj je razini	,406	3,00	3,15	2,80	3,01
D20	Suradnja s privatnim sektorom (hotel, privatni smještaj, turistička agencija, ugostitelj, seosko domaćinstvo, ostalo) na zadovoljavajućoj je razini	,087	2,96	3,00	2,36	2,88

ⁱKruskal- Wallis (K-W) test.

ⁱⁱOdgovori na Likertovoj ljestvici od pet stupnjeva u rasponu od 1 (*u potpunosti se ne slažem*) do 2 (*u potpunosti se slažem*).

* $p < 0,05$.

Izvor: Istraživanje autora

3.4. Definiranje faze u kojoj se nalazi ruralni turizam u Dalmatinskoj zagori

Prema modelu razvoja ruralnoga turizma (MacDonald and Jolliffe 2003), u 1. fazi razvoja ruralnoga turizma mali broj stanovnika prepoznaje prilike i integrira turističke resurse u vlastito društveno-gospodarsko planiranje. U 2. fazi, lokalne skupine planiraju i provode turističke strategije kao dio gospodarskog razvoja. U 3. fazi dolazi do razvoja lokalne suradnje, a postoji i službeno turističko tijelo koje pomaže pretvoriti planove u održive turističke atrakcije. Obilježja 4. razvojne faze su potpuno centralizirano, kooperativno i dugoročno planiranje te destinacijski menadžment i marketing. Raščlamba triju istraživačkih pitanja jasno navodi na zaključak da je proces integriranja razvoja ruralnoga turizma u Dalmatinskoj zagori tek na pragu 2. razvojne faze odnosno uspješno je okončao početnu 1. fazu gdje je određeni broj stanovnika prepoznao priliku za bavljenjem turističkom djelatnošću i integrirao turističke resurse u vlastito društveno-gospodarsko planiranje.

ZAKLJUČAK

U ovom radu obrađena je kompleksna i do sada nedovoljno istraжена tematika uloge lokalnoga stanovništva i predstavnika triju skupina ključnih dionika (javnoga, privatnoga i civilnoga sektora) u razvoju ruralnoga turizma. Teorijski dio istraživanja obradio je sve ključne dionike u ruralnom turizmu odnosno sve važne razvojne procese i pojave referirajući se na domaću i stranu stručnu literaturu i odabrane primjere iz svijeta.

Ograničenost ovog istraživanja odnosi se na prigodni uzorak odnosno nemogućnost prikupljanja proporcionalnog broja anketa za svaku dobnu skupinu, svaku kategoriju stručne spreme, zaposlene u turizmu i one koji nisu zaposleni u turizmu sukladno omjerima između ovih skupina u ukupnom odnosno apsolutnom broju stanovnika Dalmatinske zagore.

Turizam u Dalmatinskoj zagori nedavna je pojava. Pojedini razvojni procesi poput izgradnje javne turističke infrastrukture, otvaranja privatnih smještajnih jedinica te razvoja posebnih oblika turizma tek su nedavno započeli. Primjer Dalmatinske zagore kao turističkog odredišta velikog potencijala otkriva probleme s kojima se ruralne destinacije u svojim početnim fazama razvoja susreću. Kao što je već spomenuto, izvor problema leži u neadekvatnom i nestrukturiranom modelu upravljanja razvojem turizma i mehanizmu koji nedovoljno koristi resurse dionika u procesu razvoja, što znači da su procesi turističke integracije u samim povojima.

Ako je suditi prema definiranju razvojne faze turizma u Dalmatinskoj zagori prema MacDonald i Jolliffe (2003), prva od četiri razvojne faze odnedavno je iza nas i očekuje se faza u kojoj će lokalne skupine planirati i provoditi turističke strategije kao dio gospodarskoga razvoja ovog kraja, a određene lokalne sredine već se neko vrijeme nalaze u ovoj, drugoj po redu, razvojnoj fazi. Treća faza i razvoj suradnje, lokalnih partnerstva i održivi turistički razvoj doći će tek u budućnosti. Bliskoj ili daljoj, ovisi o lokalnoj zajednici i lokalnom stanovništvu te nizu vrijednih poduzetničkih pothvata koji će se morati nužno vezati za kvalitetnu podlogu javnoga i civilnoga sektora. Jedno bez drugog i trećeg neće se moći kvalitetno razvijati, ako želimo doživjeti održivi razvoj turizma u Dalmatinskoj zagori.

LITERATURA

- Adeyinka-Ojo, S.F., Khoo-Lattimore, C. and Nair, V. (2014), "A framework for rural tourism destination management and marketing organisations", *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 144, 151-163.
- Azman, N., Halim, S.A., Liu, O. P. and Komoo, I. (2011), "The Langkawi Global Geopark: Local community's perspectives on public education", *International Journal of Heritage Studies*, 17 (3), 261-279.
- Bitsani, E. and Kavoura, A. (2014), "Host perceptions of Rural Tour Marketing to Sustainable Tourism in Central Eastern Europe. The Case Study of Istria, Croatia", *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 148, 362-369.
- Canoves, G., Villarino, M., Priestley, G.K. and Blanco, A. (2004), "Rural Tourism in Spain: An analysis of recent evolution", *Geoforum*, 35 (6), 755-769.
- Cawley, M. and Gillmor, D.A. (2007), "Integrated Rural Tourism: Concepts and Practice", *Annals of Tourism Research*, 35 (2), 316-337.

- Dimitrovski, D.D., Todorović, A.T. and Valjarević, A.Đ. (2011), "Rural tourism and regional development: Case study of development of rural tourism in the region of Gruža, Serbia", *Procedia Environmental Sciences*, 14, 288-297.
- Fleischer, A. and Felsenstein, D. (2000), "Support for Rural Tourism: Does it Make a Difference?", *Annals of Tourism Research*, 1007-1024.
- Gavrila Paven, I. (2015), "Tourism opportunities for valorising the authentic traditional rural space-study case: Ampoi and Mures Valleys microregion, Alba County, Romania", *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 188, 111-115.
- Gavrila Paven, I., Constantin, B.M. and Dogaru, L. (2015), "Advantages and Limits for Tourism Development in Rural Area (Case Study Ampoi and Mures Valley)", *Procedia Economics and Finance*, 32, 1050-1059.
- Ghaderi, Z. and Henderson, J.C. (2012), "Sustainable rural tourism in Iran: A perspective from Hawraman village", *Tourism Management Perspectives*, 2, 47-54.
- Iorio, M. and Corsale, A. (2010), "Rural tourism and livelihood strategies in Romania", *Journal of Rural Studies*, 26 (2), 152-162.
- Komppula, R. (2014), "The role of individual entrepreneurs in the development of competitiveness for a rural tourism destination – A case study", *Tourism Management*, 40, 361-371.
- MacDonald, R., Jolliffe, L. (2003), "Cultural rural tourism: Evidence from Canada", *Annals of Tourism Research*, 30 (2), 307-322.
- Ritchie, J.R.B. and Crouch, G.I. (2003), *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*, CABI publishing, Oxon, UK.
- Su, B. (2011), "Rural tourism in China", *Tourism Management*, 32 (6), 1438-1441.
- Ying, T. and Zhou, Y. (2007), "Community, governments and external capitals in China's rural cultural tourism: A comparative study of two adjacent villages", *Tourism Management*, 28 (1), 96-107.

THE ROLE OF KEY SHAREHOLDERS IN THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM OF DALMATINSKA ZAGORA

Abstract

Rural tourism is one of the most popular strategies for the development of rural and dilapidated areas as well as facilitating the revival of traditional industries, such as agriculture and livestock farming. The Dalmatian hinterlands are a rural part of Croatia's southern region known as Dalmatia, and in this paper it refers to the interior part of the Split-Dalmatia County. Although this area has great tourism potential, an organized tourism activity has only recently begun to emerge. Since, according to the model of integrated rural tourism development, stakeholders' cooperation and networking are prerequisites to sustainable tourism development in rural areas, this study examines the level of involvement and collaboration among representatives of public, private, and non-governmental sectors in the process of rural tourism development in the Dalmatian outback. For the purpose of this study, data were collected regarding tourist arrivals and overnights, the number of registered tourism establishments and beds (by accommodation type and quality rating), annual revenues of local tourism boards, the amount of significant public sector investments in tourism infrastructure, and the number of entrepreneurial undertakings, all during the 2011-2015 period. Additionally, two separate e-surveys were carried out to examine the perceptions of local residents and other stakeholders regarding the state of rural tourism in the Dalmatian outback. Results clearly indicate that Dalmatia's hinterlands are only at the inception of the second out of four stages of integrated rural tourism development. Finally, the study offers recommendations for future integrated development scenarios in the rural areas of Southern Croatia.

Keywords: rural tourism development, integrated rural tourism, key stakeholders, Dalmatian hinterlands, Dalmatia, Croatia.

Tomislav Balić, univ. spec. oec.
Turistička zajednica općine Dugopolje
E-mail: info@tzo.dugopolje.hr

doc. dr. sc. **Ljudevit Pranić**
Sveučilište u Splitu
Ekonomski fakultet
Cvite Fiskovića 5, 21000 Split, Hrvatska
E-mail: ljudevit.pranic@efst.hr