

Ispitivanje poslovne ideje: revitalizacija i razvoj Eko-etno sela Kunjaninovo prema principima održivog turizma

Baržić, Nikola

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **VERN University / Sveučilište VERN**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:146:722077>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-13**



Repository / Repozitorij:

[VERN University Repository](#)



SVEUČILIŠTE VERN

Zagreb

Specijalistički diplomski stručni studij
Menadžment održivog razvoja turizma

DIPLOMSKI STRUČNI RAD

**ISPITIVANJE POSLOVNE IDEJE: REVITALIZACIJA I
RAZVOJ EKO-ETNO SELA KUNJANINOVO PREMA
PRINCIPIMA ODRŽIVOG TURIZMA**

Nikola Baržić

Zagreb, 2021.

SVEUČILIŠTE VERN

Specijalistički diplomski stručni studij
Menadžment održivog razvoja turizma

DIPLOMSKI STRUČNI RAD

ISPITIVANJE POSLOVNE IDEJE: REVITALIZACIJA I RAZVOJ EKO-ETNO SELA KUNJANINOVO PREMA PRINCIPIMA ODRŽIVOG TURIZMA

Mentorica: mr. sc. Gordana Ćorić, v. pred Student: Nikola Baržić

Zagreb, veljača 2021.

SADRŽAJ

SAŽETAK	IV
ABSTRACT	V
1. UVOD.....	1
1.1. Problem i predmet istraživanja	2
1.2. Svrha i ciljevi istraživanja.....	2
1.3. Istraživačka pitanja	3
1.4. Metode istraživanja.....	3
1.5. Struktura rada po poglavljima	5
2. PREGLED LITERATURE O RURALNOM TURIZMU I ZAKONODAVNI OKVIR .	6
2.1. Ruralni turizam	6
2.2. Ruralni turizam mediteranskih zemlja Europske unije	9
2.3. Ruralni turizam Republike Hrvatske	14
2.4. Ruralni turizam otoka Visa.....	20
2.5. Zakonodavni okvir za razvoj ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj i u Europskoj uniji.....	28
3. PRIMJERI DOBRE PRAKSE I TRENDVI RAZVOJA RURALNOG TURIZMA	30
3.1. Le Cannet-des-Maures: Primjer dobre prakse ruralnog turizma u Provansi (Francuska).....	30
3.2. Villaggio ecologico di Granara: Primjer dobre prakse ruralnog turizma u Toskani (Italija).....	32
3.3. Eko selo Kotli: Primjer dobre prakse ruralnog turizma u Istri (Hrvatska).....	33
3.4. Trendovi budućeg razvoja ruralnog turizma	34
4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE I REZULTATI ISTRAŽIVANJA	38
4.1. Metodologija i opis provedenog istraživanja	38
4.2. Rezultati istraživanja.....	39

4.3. Rasprava	50
4.4. Zaključna razmatranja	51
5. PRIJEDLOG PROJEKTA EKO-ETNO SELA KUNJANINOVO NA VISU	53
6. ZAKLJUČAK	59
LITERATURA	62
POPIS TABLICA I SLIKA.....	66
Popis tablica.....	66
Popis slika.....	67
PRILOZI.....	68
ŽIVOTOPIS	71

SAŽETAK

Održivi pristup turizmu danas više nije odabir, već zahtjev. Razlog tome je činjenica da brojne studije i analize pokazuju kako neodrživi turizam dovodi do brojnih negativnih posljedica za destinaciju, lokalno stanovništvo i održivost lokalnog područja. Eko sela prepoznata su kao vrlo poželjan turistički proizvod od strane suvremenih turista. Turisti u njima pronalaze mir, spokoj i jedinstveni doživljaj. Ona im pružaju odmak od svakodnevice i stresa urbanog života. Istraživanje provedeno za potrebe ovog rada, koje se bavilo potencijalima razvoja eko-eno sela na otoku Visu, na uzorku od 30 ispitanika, pokazalo je da na otoku Visu postoji velik potencijal za razvoj eko-etno sela te da turisti podržavaju navedeni turistički proizvod. Ovi rezultati ukazuju na to da poduzetnička ideja autora ovog rada ima budućnost, odnosno da se ona može realizirati kao uspješan projekt.

Ključne riječi: eko-etno selo, održivi turizam, otok Vis, ruralni turizam, turist

ABSTRACT

TESTING OF BUSINESS IDEA: REVITALIZATION AND DEVELOPMENT OF ECO-ETHNO VILLAGE KUNJANINOVO ACCORDING TO THE PRINCIPLES OF SUSTAINABLE TOURISM

Sustainable access to tourism today is no longer a choice, but rather a requirement. This is due to the fact that numerous studies and analyzes show that unsustainable tourism leads to a number of negative consequences for the destination, the local population and the sustainability of the local area. Eco villages are recognized as a very desirable tourist product by modern tourists. Tourists find peace, tranquillity and a unique experience in them. Eco villages provide them with a break from everyday life and the stress of urban life. The research conducted for the purposes of this paper, which dealt with the potential of eco-ethno village development on the island of Vis, on a sample of 30 respondents, showed that on the island of Vis there is a great potential for eco-ethno village development and that tourists support this tourist product. These results indicate that the entrepreneurial idea of the author of this paper has a future, i.e. that it can be realized as a successful project.

Keywords: eco-ethno village, sustainable tourism, island of Vis, rural tourism, tourist

1. UVOD

Ruralna su područja često u povijesti privlačila ljude u svrhu provođenja dokolice, tako i danas ona ulaze u uži krug interesa sve većeg broja turista. U lokalnim ruralnim zajednicama se sve više uviđa veliki značaj ruralnog turizma pa se relevantne strukture šire zajednice počinju aktivno baviti njegovim razvojem i unapređenjem (Ružić, 2005).

Otok Vis sve je posjećenija turistička destinacija te su ulaganja u njegove sadržaje poželjna i obećavajuća. Glavne atrakcije otoka su Modra i Zelena špilja te uvala Stiniva, što predstavlja relativno oskudnu ponudu, s obzirom na potencijale otoka. Naime, turistički potencijal otoka razvijen je i relativno zadovoljavajuće ostvaren uz urbana središta i obalu dok je ruralni prostor slabo iskorišten. Međutim, treba istaknuti da ruralni turizam nosi velik potencijal u cilju modifikacije ruralnog prostora i održivog razvoja turizma otoka Visa.

U ovom specijalističkom diplomskom stručnom radu analizirana je trenutna ponuda i potražnja u području ruralnog turizma te su na temelju dobivenih podataka istražene mogućnosti implementacije projekta obnove i revitalizacije sela Kunjaninovo, kao primjer stvaranja novih ruralno-turističkih sadržaja. Kako se radi o području u kojem je autor odrastao, ideja za projekt nastala je iz osobne želje za oživljavanjem tradicije i kulture mjesta Kunjaninovo, a s ciljem stvaranja preduvjeta za njegov održivi razvoj t za unapređenje turističke ponude otoka Visa.

U ovom radu su, dakle, ispitane mogućnosti implementacije strategije revitalizacije i stvaranja eko-etno sela te se utvrđivalo u kojoj bi mjeri projekt donio gospodarski, kulturni, ekonomski i društveni napredak otoku Visu, koji će, s obzirom na aktualnu situaciju (pandemija bolesti COVID-19 donijela je znatne gubitke u turizmu u sezoni 2020. godine) biti još značajniji u budućnosti za turizam i ekonomiju otoka.

Povodom 41. Svjetskog dana turizma seoski je turizam posebno istaknut kao *pametno, odgovorno i održivo rješenje*. Upravni odjel za turizam Splitsko-dalmatinske županije od 2005. godine nudi „Program poticanja obnove raseljenih i zapuštenih Etno-eko sela“ s ciljem proširenja turističke ponude. Program podrazumijeva (a) očuvanje kulturne baštine; (b) obnovu starih kuća, gospodarskih objekata, zadružnih domova,

škola, crkava, kapela i ostalih objekata; (c) obnovu postojećih infrastrukturnih objekata te izgradnju novih; zaustavljanje iseljavanja (demografske erozije); (d) povratak domicilnog stanovništva u navedena naselja; (e) promociju dalmatinskog turizma u Hrvatskoj i u svijetu; (f) komercijalizaciju obnovljenih smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta (seoski turizam); (g) oživljavanje tradicijske proizvodnje i starih obrta; proizvodnju zdrave hrane i (h) poticanje i zaštitu tradicijskih proizvoda otoka i Dalmatinske zagore. Od 2005. godine, Splitsko-dalmatinska županija svake godine objavljuje javni poziv za prijavu potencijalnih eko-etno sela za dodjelu bespovratnih sredstava, a dosad je Programom obuhvaćeno 33 naselja, od kojih 9 otočnih (Čiča, 2010).

Otoku Visu, točnije, gradu Komiži, dosad su dodijeljena bespovratna sredstva za potencijalno Eko-etno selo Podhumlje pa se planira i dobivanje potpore pri ostvarenju sela Kunjaninovo.

1.1. Problem i predmet istraživanja

Problem istraživanja oskudna je turistička ponuda otoka Visa s obzirom na njegov turistički potencijal. Turistička ponuda zadovoljavajuća je u urbaniziranim središtima, dok je turistički potencijal ruralnih područja zanemaren.

Autor je do problema istraživanja došao tijekom svog dugogodišnjeg rada u turizmu otoka Visa. Mnogi turisti su istaknuli manjak ponude, pogotovo u ruralnom dijelu otoka. Turisti žele autentično iskustvo kroz interaktivnu priču o povijesti, gastronomiji i načinu života na otoku. Trendovi u turizmu vrlo brzo se mijenjaju, a turizam doživljava sve je bitniji jer gosti tijekom svog putovanja žele potpuno nove doživljaje i iskustva od prethodnih destinacija. Stoga je ključno shvatiti da turist ostvarujući turističko putovanje ne kupuje određeni proizvod, već očekivanja čije ostvarenje će mu pružiti ono čega nema u svakodnevnom životu (Jurin, 2016).

Predmet istraživanja ovog rada je nedostatak turističke ponude u ruralnom području na otoku Visu te mogućnost njezina poboljšanja.

1.2. Svrha i ciljevi istraživanja

Svrha istraživanja je identificirati potencijale za razvoj ruralnog turizma na otoku Visu. Ciljevi istraživanja su:

C1: Predstaviti značajke ruralnog turizma te utvrditi na koji način i koliko učinkovito se koriste potencijali za razvoj ruralnog turizma na otoku Visu.

C2: Utvrditi postoji li nesrazmjer između turističke ponude i potražnje na otoku Visu te ima li potencijala i inicijativa lokalne zajednice za razvoj ruralnog turizma.

C3: Provesti istraživanje među posjetiteljima otoka Visa u cilju utvrđivanja zadovoljstva ponudom ruralnog turizma i dobivanja novih prijedloga njegovog razvoja.

C4: Analizirati primjere dobre prakse na Mediteranu te postojeće i očekivane turističke trendove u cilju procjene održivosti projekta Eko-etno sela Kunjaninovo.

C5: Razraditi optimalni razvojni plan za održivi projekt Eko-etno sela Kunjaninovo.

1.3. Istraživačka pitanja

Istraživačka pitanja postavljena su na temelju prethodno postavljenih ciljeva rada.

IP1: Koje su značajke ruralnog turizma te na koji načini koliko učinkovito se koriste postojeći potencijali na otoku Visu za razvoj ruralnog turizma?

IP2: U kojoj mjeri je turistička ponuda na otoku Visu prilagođena turističkoj potražnji, odnosno potrebama i željama današnjih turista te koje aktivnosti provodi lokalna zajednica u cilju razvoja ruralnih područja

IP3: U kojoj su mjeri posjetitelji otoka Visa zadovoljni ponudom ruralnog turizma te imaju li prijedloge za njegov razvoj?

IP4: Koje trendove prate najuspješniji primjeri projekata ruralnog turizma na Mediteranu, poput, Eko-etno sela Kunjaninovo te jesu li održivi?

IP5: Koje sve aktivnosti treba provesti da bi se pokrenuo održivi razvojni projekt Eko-etno sela Kunjaninovo?

1.4. Metode istraživanja

Primarno ili terensko istraživanje je provedeno na ciljanoj skupini potrošača - turista (koji su u trenutku provođenja intervjua boravili na otoku), a kao glavni alat koristio se intervju s unaprijed strukturiranim pitanjima, sastavljenim na osnovu spoznaja dobivenih proučavanjem sekundarnih izvora, tj. literature, te u razgovoru

autora s ekspertima. Ispitanici su odgovorima na postavljena pitanja predstavili svoje preferencije, motiv dolaska i zadovoljstvo ponudom te su dali eventualne prijedloge za poboljšanje ponude.

Okvirno vrijeme potrebno za provođenje intervjua je bilo 15 minuta razgovora sa svakim ispitanikom u različitim vremenskim intervalima. Ispitivač je poticao ispitanike na sudjelovanje te ih je vodio kroz podsjetnik s pitanjima. Ispitanici su bili punoljetni turisti za vrijeme njihovog boravka na otoku Visu tijekom 2020. godine. Pri provođenju intervjua se koristila kombinacija otvorenog i zatvorenog tipa pitanja te pitanja s više ponuđenih odgovora.

Istraživanje sekundarnih ili "desk" podataka baziralo se na informacijama o već provedenim istraživanjima tržišta i tekstovima iz etablirane literature koja se odnosi na želje i potrebe potencijalnih potrošača, održivi seoski turizam te na implementaciju koncepta eko-etno sela. Do spoznaja i strateških smjernica za provedbu koncepta eko-etno sela, kao odgovarajućeg modela održivog turističkog razvoja u selu Kunjaninovo, došlo se korištenjem metoda deskripcije i analize navedene literature, zatim, literature koja se odnosi na ruralni i seoski turizam u širem smislu te metodama dedukcije i indukcije.

Nadalje, pomoću PEST analize su se iz sekundarnih izvora, također, istražili i politički, gospodarski, društveni i tehnološki faktori koji utječu na ekosistem za razvoj ruralnog turizma i ruralno-turističkog poduzetničkog djelovanja.

U fazi detaljne analize izvršila se segmentacija tržišta i predložilo se tržišno pozicioniranje, na temelju sakupljenih informacija vezanih uz potrebe tržišta, kupovnu moć potencijalnih potrošača, cijenu i uvjete prodaje usluge, zakonske okvire i standarde. Rezultati su prikazani pomoću slika i tablica te sažetog prikaza analize.

Na temelju rezultata navedenih istraživanja te proučene literature provedena je obrada sakupljenih podataka. Prilikom analize koristila se i komparativna metoda kojom se projekt usporedio s primjerima dobre prakse. U završnom dijelu rada, prilikom donošenja zaključka o isplativosti i održivosti projekta, koristile su se metode sinteze i analize.

1.5. Struktura rada po poglavljima

Rad je podijeljen u pet poglavlja. Započinje s uvodom u kojem je definiran problem, predmet, svrha, cilj, istraživačka pitanja, metode te struktura rada. U **drugom** poglavlju se obrađuje literatura o ruralnom turizmu, ruralni turizam u mediteranskim zemljama Europske unije, ruralni turizam u Republici Hrvatskoj, ruralni turizam na otoku Visu te zakonodavni okvir vezan uz ruralni turizam. **Treće** poglavlje prikazuje primjere dobre prakse vezane uz ruralni turizam. U **četvrtom** poglavlju su prikazani rezultati empirijskog istraživanja, a u **petom** je predstavljen prijedlog projekta Eko-etno selo Kunjaninovona Visu. Rad završava zaključkom.

2. PREGLED LITERATURE O RURALNOM TURIZMU I ZAKONODAVNI OKVIR

Ruralni turizam danas predstavlja selektivni turistički oblik koji podrazumijeva provođenje turističke aktivnosti izvan urbanih sredina, odnosno u ruralnim područjima. U ovom poglavlju je, pomoću proučavane literature, pojašnjen pojam i značaj ruralnog turizma te predstavljen ruralni turizam mediteranskih zemalja Europske unije, zatim, u Hrvatskoj te na otoku Visu.

2.1. Ruralni turizam

Ruralni turizam, kao turistički proizvod, može uključivati različite aktivnosti u seoskom području. Navedene aktivnosti mogu se odnositi na pružanje turističkih proizvoda u sklopu seoskog gospodarstva, na javnim seoskim površinama ili u cjelokupnom ruralnom području (eko selo). U ovom radu naglasak je na provođenju ruralnog turizma u eko selima te se ruralni turizam razmatra u smislu agroturizma, odnosno u kontekstu povezivanja autohtonog ruralnog područja, tradicije i poljoprivrede u jedinstven turistički proizvod.

Jelinčić (2007) ističe kako se agroturizam nadovezuje na ekoturizam te je usmjeren na pružanje turističke usluge povezane s poljoprivredom. Turist ima mogućnost upoznati se s radom u poljoprivredi (brati masline, raditi u polju, ići na ispašu, pecati), s tradicionalnim zanatima, lokalnom kulturom i običajima te, osim navedenog, može konzumirati lokalne proizvode pripremljene na tradicionalan način.

Ista autorica navodi: „Agroturizam je takav oblik turizma u kojem pripadnici lokalne zajednice nude obilazak u sklopu vlastitog poljoprivrednog projekta i na taj način dopuštaju posjetitelju izravno sudjelovanje u iskustvu sadnje, žetve/berbe i procesiranja hrane određenog lokaliteta, kao što su kokosovi orasi, ananas, šećerna trska, kukuruz ili bilo koji drugi proizvod koji posjetitelj inače ne susreće u domicilnoj zemlji.“ (Jelinčić, 2007, str. 270). To ukazuje na činjenicu da agroturizam nudi specifični turistički proizvod koji je sačinjen od autohtonih, tradicionalnih i edukativnih elemenata u jedinstvenom lokalnom ruralnom okruženju. Ovaj vid turizma je usmjeren prema stvaranju dodatne vrijednosti za lokalno stanovništvo.

Sve to ukazuje na činjenicu kako se ruralni turizam može na različite načine definirati. Definicija ruralnog turizma ovisi o specifičnostima turističkog proizvoda u ruralnom okruženju. Kao što je već navedeno, za potrebe ovog rada ruralni turizam jest definiran kao agroturizam čiji se turistički proizvod sastoji od aktivnosti, dodatnih sadržaja i usluga u ruralnom okruženju. Bitan čimbenik suvremenog ruralnog turizma jest i njegova održivost što znači da se sve više sudionika u ruralnim turističkim aktivnostima usmjerava na pružanje proizvoda i usluga na održiv način. Ključni elementi seoskog turizma prikazani su u Tablici 2.1.

Tablica 2.1. Ključni elementi seoskog turizma

KLJUČNI ELEMENTI SEOSKOG TURIZMA
<ul style="list-style-type: none"> - lociran u ruralnim područjima - funkcionalno je seoski: utemeljen na malom poduzetništvu, na otvorenom prostoru u izravnom dodiru s prirodom, zasniva se na naslijeđu i tradicijskim aktivnostima - dozvoljava sudjelovanje u aktivnostima, tradicijama i načinu života lokalnog stanovništva - osigurava personaliziran kontakt - naselja i građevine su ruralni (malih razmjera) - tradicijski po značenju, raste sporo i organski, povezan s lokalnim obiteljima - različitih vrsta, predstavlja kompleksan uzorak ruralnog okruženja, ekonomije, povijesti i lokaliteta - visok udio turističkog prihoda koji koristi lokalnoj zajednici

Izvor: Jelinčić, D.A. (2007). Agroturizam u europskom kontekstu. *Studia ethnologica Croatica*, 19(1), str. 275.

Kao što se vidi u Tablici 2.1., a što potvrđuju i Demonja i Ružić (2010), temeljne odrednice ruralnog turizma su prirodno okruženje i ruralna kultura. Navedene odrednice ruralni turizam čine specifičnim u odnosu na druge oblike turizma. Zbog specifičnosti sadržaja i okruženja u kojem se ruralni turizam ostvaruje, on nije sklon masovnim turističkim kretanjima.

Ruralni turizam, osim što se može razmatrati kao specifični turistički oblik, može se razmatrati i u kontekstu njegove specifičnosti u odnosu na druge turističke oblike. Tablica 2.2. prikazuje specifičnosti ruralnog turizma u odnosu na urbani turizam.

Tablica 2.2. Specifičnosti seoskog turizma naspram gradskoga i odmorišnog turizma

Tipične značajke gradskog/odmorišnog turizma	Tipične značajke seoskog turizma
Naselja s više od 10 000 stanovnika	Naselja s manje od 10 000 stanovnika
Izgrađen (urbaniziran) okoliš	Prirodni okoliš
Intenzivna infrastruktura	Slaba infrastruktura
Značajni zabavni i trgovački sadržaji	Snažne individualne aktivnosti
Veliki objekti	Mali objekti
Kompanije u nacionalnom/međunarodnom vlasništvu	Posao koji je u lokalnom vlasništvu
Samopodržavajući turistički interesi	Turizam podržava ostale interese
Zaposlenici mogu živjeti daleko od radnog mjesta	Zaposlenici često žive blizu radnog mjesta
Rijetko je pod utjecajem faktora sezonalnosti	Često je pod utjecajem faktora sezonalnosti
Odnosi s gostima su nepersonalizirani	Odnosi s gostima su personalizirani
Profesionalni menadžment	Amaterski menadžment
Etika rasta i razvoja	Etika očuvanja/ograničavanja rasta

Izvor: Jelinčić, D.A. (2007). Agroturizam u europskom kontekstu. *Studia ethnologica Croatica*, 19(1), str. 273.

Kao što se može vidjeti u Tablici 2.2., ruralni turizam, za razliku od urbanog turizma, pruža turističke sadržaje u prirodnom okolišu, u malim objektima sa slabo razvijenom infrastrukturom, ali s individualnim pristupom.

Eko-sela se mogu odrediti kao namjerne ili intencionalne zajednice, a u prošlosti su se smatrale komunama alternativnog životnog stila. Navedene zajednice su namjerno oblikovane te u njima ljudi biraju živjeti s ljudima s kojima dijele zajednički životni stil, uvjerenja, ponašanja i sl. (ili dovoljno blizu njih). Eko-sela se ubrajaju u novije fenomene, a namjera njihovog formiranja je stvaranje proekološkog, održivog života, života posvećenog okolišu ili usmjerenog na neoštećivanje okoliša. Ove vrijednosti upućuju na činjenicu da se radi o grupi ljudi koji potječu iz više od jedne obitelji i koji dijele isti svjetonazor te se ta grupa nastoji svojim načinom života integrirati u okoliš ne šteteći mu. Nadalje, ta grupa ostvaruje određene aspekte zajedničkog života te nastoji da njezine zajednice traju kroz vrijeme i prostor nedefinirano dugo. U smislu kulture, ova se zajednica razlikuje od dominantnog društva po vrijednostima koje su utemeljene na ublažavanju vlastitog utjecaja na okoliš i solidarizaciji u društvenim odnosima (Bokan, 2016).

Danas takva sela postaju sve više turistički proizvod. Naime, tradicija, prirodno okruženje, ruralna arhitektura, običaji, lokalna hrana i piće, odnosno prirodna i kulturna dobra ruralnog područja sve više su prepoznata kao resursi pomoću kojih se može

oblikovati jedinstven turistički proizvod koji može zadovoljiti potrebe suvremenih turista.

Etno element povezuje tradiciju i turizam u autohtonom ruralnom okruženju. Ovaj vid turističkog proizvoda najčešće se formira na zapuštenim seoskim imanjima gdje se prilikom obnove naglasak stavlja na originalni izgled interijera i eksterijera. Osim navedenog, u turističke svrhe se i grade takva sela na područjima gdje ona imaju potencijal u turističkom smislu (Čiča i Mlinar, 2010). Tepšić (2008) prepoznaje prednosti turizma u eko selima kako za lokalnu zajednicu i njezinu održivost tako i za turiste koji danas traže originalnost, autohtonost i jedinstven doživljaj tijekom odmora.

2.2. Ruralni turizam mediteranskih zemlja Europske unije

Selektivni turizam sve više dobiva na značaju u Europskoj uniji. Bitan dio turističke ponude na razini Europske unije čini i ruralni turizam. Ruralni turizam prepoznat je kao turistički oblik koji ruralnim područjima donosi brojne koristi. One se ponajviše očituju u smislu revitalizacije seoskog prostora, realizacije gospodarskih aktivnosti, smanjene depopulacije, očuvanja kulturne baštine, tradicije i autohtonog okruženja (Radnić, Gračan i Zadel, 2011). U ovom dijelu rada predstaviti će se razvoj ruralnog turizma u Španjolskoj, Portugalu, Francuskoj, Italiji i Sloveniji.

U Europskoj uniji strateški dokumenti povezani s provedbom Europske zajedničke poljoprivredne politike (ZPP) preporučuju integraciju alternativnih i/ili komplementarnih djelatnosti na poljoprivrednom području Cilj 5b i program LEADER pokazuju da se ruralni turizam smatra presudnim za poljoprivrednu politiku jer joj je cilj restrukturiranje i stvaranje ili održavanje radnih mjesta u ruralnim područjima. Inovacije se potiču na dva načina: širenjem doseg a i opsega turističkih proizvoda temeljenih na izvornim resursima i na razini zajednice preusmjerenjem naglaska na proizvodnju orijentiranu na slobodno vrijeme (Radnić, Gračan i Zadel, 2011).

Masovna migracija iz ruralnih u urbana područja u **Španjolskoj** uslijedila je mnogo kasnije, nego u većini industrijaliziranih europskih zemalja. To je posljedično dovelo i do toga da se ruralni turizam u Španjolskoj razvija tek dvadesetak godina. Prva aktivnost ruralnog turizma je bila brzo prihvaćena zbog potrebe održavanja razine stanovništva u ruralnim područjima suočenima s brzom depopulacijom. Novo seosko gospodarstvo temeljilo se na obiteljskim poduzećima i, kao i u ostatku Europe,

predstavljalo je strategiju za diverzifikaciju aktivnosti ruralnih gospodarstava. Drugi razlog poticanja ruralnog turizma, koji je jedinstven za Španjolsku, bio je sve veća ekološka svijest potaknuta svjesnošću negativnih učinaka masovnog turizma i njegovih posljedica na okoliš. Posljedično, tijekom posljednja dva desetljeća ruralni turizam u Španjolskoj je postigao svoje ciljeve: ublažavanje emigracije iz ruralnih područja i stvaranje koristi diverzifikacijom gospodarstva, kroz kulturnu razmjenu koja se razvila između ruralnih područjima i dodavanjem nove vrijednosti ruralnom životu. Ovaj novi turizam, potpuno različit od tradicionalnih oblika, potaknuo je uravnoteženije gospodarstva u rubnim, nerazvijenim pa čak i zanemarenim i nenaseljenim područjima, koja nisu toliko poznata kao priobalna područja i na koja masovni turizam nije utjecao (Maroto, Voth i Pinos, 2020). Slika 2.1. prikazuje primjer realizacije ruralnog turizma u Španjolskoj.

Slika 2.1. Ruralni turizam u Španjolskoj



Izvor: Iberia Nature. Preuzeto s:

http://www.iberianature.com/rural_tourism/rural_tourism_central_spain.htm (14. 12. 2020.)

Kao što se može vidjeti na Slici 2.1. turisti u Španjolskoj aktivno provode vrijeme na selu.

Ruralni turizam nema dugu povijest u **Portugalu**. Službeno se pojavljuje 1978. godine. U ranoj fazi ruralni se turizam zasnivao gotovo isključivo na konaku: sobama za najam u privatnoj kući vlasnika. Svrha ovih aktivnosti bila je nadopunjavanje prihoda od poljoprivrede. U drugoj fazi, turistički proizvod je evoluirao od jednostavnog smještaja do raznovrsnijih i specijaliziranih proizvoda i usluga, slijedeći strategiju za privlačenje raznolikijih i zahtjevnijih turista i poticanje ponovljenih posjeta. Da bi se razumio portugalski ruralni turizam, mora se znati tko su njegovi pokretači. Silva (2006) ukazuje na postojanje tri različite skupine pokretača ruralnog turizma. Prva skupina povezana je s tradicionalnim i plemićkim obiteljima koje se pridružuju toj aktivnosti

uglavnom kako bi zadržale i obnovile stara obiteljska dobra, posebno palače i vlastelinstva. Drugu skupinu čine poljoprivrednici koji žele zaraditi nešto novca na poljoprivrednim objektima, poput, staja i malih farmi. Treću skupinu čine pojedinci koji kupuju i obnavljaju stare kuće u tradicionalnim selima radi turističkih aktivnosti. U Portugalu je, kao i u ostatku Europe, ruralni turizam viđen kao dobro rješenje za europsku krizu obiteljske poljoprivrede tijekom 1980-ih, kroz razvoj i diverzifikaciju novih gospodarskih aktivnosti u ruralnim područjima (Duarte, 2010). Slika 2.2. prikazuje važnost organske poljoprivrede za ruralni turizam u Portugalu.

Slika 2.2. Ruralni turizam i organska poljoprivredna proizvodnja u Portugalu



Izvor: Portugal Farm experience. Preuzeto s: <https://www.portugalfarmexperience.com/rural-tourism/> (14. 12. 2020.)

Turisti koji traže mjesto za odmor i opuštanje u miru i tišini ruralne **Francuske** imaju na raspolaganju veliko i vrlo raznoliko područje. Oni kojima je glavni cilj seoskog odmora opustiti se u sjeni drveta ili pored bazena, imaju gotovo cijelu Francusku na izbor, dok oni turisti koji žele malo više od toga, tj. imati mirnu seosku bazu iz koje će moći istraživati zanimljive krajolike i divlje životinje, ili zanimljivo naslijeđe ili atrakcije u blizini, u Francuskoj imaju nešto sužen izbor. Općenito govoreći, francusko je selo zanimljivije u brdskim dijelovima. Razlog tome je i činjenica što su brdski dijelovi

Francuske ujedno područja na kojima je povijesno naslijeđe ruralnih krajeva najbolje očuvano.¹

Ruralni turizam bitan je čimbenik turizma **Italije**. Lokalna proizvodnja temeljni je pokretač ruralnog turizma u Italiji. Ruralni turizam Italije temelji se na očuvanom krajoliku, kulturnoj baštini i autohtonoj gastronomiji. Bitan čimbenik u ruralnom turizmu Italije jest gastronomija. Italija je prepoznata po svojem specifičnom kulinarstvu i upravo svoju turističku prednost u ruralnim područjima gradi na gastronomiji. Također, Italija svoj ruralni turizam gradi i na enološkoj ponudi i maslinarstvu. Slika 2.1. prikazuje vinske ceste u Italiji.²

Slika 2.3. Vinske ceste u Italiji



Izvor: Vaquero Pineiro, M., Salvo, P. i Giommi, F. (2019) Rural Tourism and Territorial Development in Italy. Preuzeto s: <https://www.intechopen.com/books/sustainability-assessment-at-the-21st-century/rural-tourism-and-territorial-development-in-italy> (20. 9. 2020.)

¹About-France.com, The Best of Rural France. Preuzeto s: <https://about-france.com/tourism/rural-france.htm> (20. 9. 2020.)

²Vaquero Pineiro, M., Salvo, P. i Giommi, F. (2019). Rural Tourism and Territorial Development in Italy. Preuzeto s: <https://www.intechopen.com/books/sustainability-assessment-at-the-21st-century/rural-tourism-and-territorial-development-in-italy> (20. 9. 2020.)

Kao što se može vidjeti na Slici 2.3. vinske ceste čine važan segment ruralne turističke ponude u Italiji.

Ruralni turizam u **Sloveniji** čuva tradiciju, etnološke posebnosti i održava život na selu. Od sedamdesetih godina prošlog stoljeća pa sve do danas suradnja države i seoskih domaćinstava podigla je ruralni turizam Slovenije na zavidnu razinu te se ruralni turizam u Sloveniji danas može uspoređivati s onim u Francuskoj ili Italiji (države koje se smatraju predvodnicama u ovom sektoru turizma). Seoski turizam u Sloveniji često uključuje i sadržaje, poput, toplica, wellness centre, saune i sl. Na taj način povezuje prirodni krajolik, tradiciju i zdravlje.³

Slovenija je zemlja u kojoj je razvoj ruralnog turizma omogućio dodatni prihod poljoprivrednim domaćinstvima, rast seoskih gospodarstava i zaustavljanje demografske devastacije ruralnih područja (Radović, 2016). Primjer dobre prakse na području ruralnog turizma u Sloveniji je Matjaževo domaćinstvo. „Matjaževo domaćinstvo sastoji se od kuće stare 150 godina, 200 godina staroga drvenog poda (objekt za sijeno) i kozolca (objekt za sušenje sijena). Na domaćinstvu nude poseban program koji se sastoji od tri dijela. U prvom domaćini u tradicionalnoj narodnoj nošnji dočekaju grupe turista i počaste ih pehtranovom poticom (tradicionalni kolač). Domaćini zatim pokazuju kuću i prezentiraju život na selu kakav je nekad bio. Gazda goste odvede u podrum, na čašu lokalnoga vina. Drugi dio odvija se na drvenom podu. Program započinje dvadeset minutnom multimedijalnom prezentacijom pod nazivom „Priča o cvičku“ kojom se predstavlja povijest vina, vinsko posuđe, zaštitnike vina, proizvodnju vina s naglaskom na cvičku koji je zaštićen na europskoj razini kao blago s geografskim porijeklom (DOC). Zbog laganog alkohola i blage kiseline vino je ljekovito, posebno prikladno za dijabetičare i snižavanje kolesterola. U zadnjem dijelu provodi se degustacija tri osnovna sastojka cvička i „kralj“ cvička odnosno najbolji cviček sezone. Uz to, servira se kruh od heljde s orasima i mladi kravlji sir. Program traje sat i trideset minuta.“ (Pavlin i Koščak, 2018, str. 186). Slika 2.4. prikazuje tipično seosko domaćinstvo na kojem se razvija ruralni turizam u Sloveniji.

³Agroplod.Seoski turizam u Sloveniji – specijalizacija domaćinstava. Preuzeto s: <https://www.agroplod.rs/seoski-turizam/seoski-turizam-u-sloveniji-specijalizacija-domacinstava/> (21. 9. 2020.)

Slika 2.4. Matjaževo domačinstvo



Izvor: Matjaževa-domačija. Preuzeto s: <https://www.matjazeva-domacija.si/programi-za-skupine.html> (15. 12. 2020.)

Naglasak je stavljen na tradiciju te se na Slici 2.4. može vidjeti da domaćini poštuju tradiciju u svakom pogledu (narodna nošnja, starinski izgled domačinstva i dr.).

2.3. Ruralni turizam Republike Hrvatske

U kontekstu prirodnih resursa i obilježja ruralnih područja, odnosno u kontekstu ruralne arhitekture i tradicije, u Hrvatskoj je identificirano sedam ruralnih područja (Demonja, 2014):

1. Slavonija, Baranja i Srijem,
2. Hrvatsko zagorje, Prigorje, Međimurje i Podravina,
3. Posavina, Pokuplje, Moslavina,
4. Gorski Kotar i Žumberak,
5. Lika i Kordun,
6. Istra i Hrvatsko primorje, te
7. Dalmacija.

Ruralni turizam u Hrvatskoj počeo se razvijati nakon rata za neovisnost (1991.-1995.) i to prvo u kontekstu promicanja razvoja kontinentalnog turizma, a kasnije kao bitan čimbenik u razvoju ruralnih područja i obnove sela. Razvijao se neravnomjerno, ovisno o ciljevima i programima pojedinih regija Hrvatske. U Istri se počeo razvijati kao sastavni dio odredišnog turističkog proizvoda obalnih turističkih destinacija. Sličan pristup kasnije su preuzele i ostale regije s ciljem podizanja kvalitete života u ruralnim područjima (Šarić, 2016).

Razne institucije poduzele su brojne akcije vezane uz razvoj turizma na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima (Hrvatska gospodarska komora,

Ministarstvo turizma, različite udruge proizvođača i potrošača, itd.), ali učinci tih radnji nisu bili u skladu s njihovim naporima. Najveći problem bila je veličina seoskih gospodarstava u Hrvatskoj, koja je u prosjeku iznosila 2,8 hektara poljoprivrednog zemljišta po poljoprivrednom gospodarstvu 1991. godine. Na tako malim gospodarstvima poprilično je teško bilo organizirati turističku ponudu (Šarić, 2016).

Sustavni razvoj seoskog turizma u Hrvatskoj može se podijeliti na dva važna razdoblja (Šarić, 2016):

- Od 1995. do 1999. – Hrvatska vlada usvojila je Nacionalni program za razvoj malih i srednjih poduzeća u turističkoj industriji s naglaskom na razvoju održivog turizma u ruralnim područjima.
- Od 2004. - kada se nova hrvatska vlada počela ozbiljno brinuti za ruralna područja i gospodarske aktivnosti u ruralnim područjima.

Prema Institutu za turizam (2015, prema Grgić i sur., 2017), vizija razvoja ruralnog turizma u Hrvatskoj do 2020. godine je podrazumijevala da će u 2020. godini ruralni turizam biti konkurentan, komercijalno formiran i sve više popularni izvozni proizvod. Uzimajući u obzir obilježja ambijenta i ekološko očuvanje okoliša, ruralni turizam u Hrvatskoj bi trebao privući domaću i međunarodnu turističku potražnju i to, uglavnom, zbog svoje autentične atmosfere, "topline doma" i prilagođenosti različitim potrebama turista.

Dinamični razvoj seoskog turizma u Hrvatskoj bi trebao biti rezultat stimulativnog poslovnog okruženja, odgovornog upravljanja destinacijom i visoke razine uključenosti i zalaganja svih nositelja turističke politike na nacionalnoj i regionalnoj razini. Cilj razvoja ruralnog turizma u Hrvatskoj je jačanje međunarodne konkurentnosti i prepoznatljivosti.

Ruralno područje **Slavonije i Baranje** (Slika 2.5.) bogato je turističkim atrakcijama koje imaju potencijal za razvoj turizma, poput, termalne i ljekovite vode, rijeke, svetišta, vinske rute, prirodni parkovi, kulturna baština itd.

Slika 2.5. Ruralna turistička područja Slavonije i Baranje



Izvor: Grgić, I. i sur. (2017). Could rural tourism revitalize rural areas in Croatia?. *Agroeconomia Croatica*, 7(11), 98-108.

Kao što se može vidjeti na Slici 2.5., ruralna turistička područja nalaze se u cijeloj Slavoniji i Baranji.

Ovo je posebno ruralno područje s nezagađenim okolišem, bogatom tradicijom, kuhinjom, poznatim slavonskim gostoprimstvom i niskim cijenama proizvoda i usluga u turizmu. Slavonija i Baranja nemaju zadovoljavajuće razvijen ruralni turizam što je posljedica nedovoljnog poduzetničkog znanja i vještina, zakonodavstva, promotivnih aktivnosti, itd. (Bolfek, Jakičić i Lončarić, 2012). Slavonija bi trebala iskoristiti svoje turističke potencijale, prirodne ljepote, tradiciju i kulturu na bolji i učinkovitiji način za brendiranje na tržište kao turistička destinacija koja nudi nešto novo i osebujno. Ljudi žive na tradicionalan način, ali u modernom duhu. Prednosti Slavonije kao turističke destinacije su (Bolfek, Jakičić i Lončarić, 2012):

- očuvana priroda Panonske nizine,
- tiho i mirno utočište idealno za bijeg urbanog načina života,
- bogatstvo povijesti, arhitekture i jedinstveno ruralno područje,
- poštivanje tradicionalnih vrijednosti,
- poznata gostoljubivost lokalnih ljudi koji boravak čine ugodnim,
- romantičnu atmosferu pružaju autentična sela i dvorci poznati po brojnim legendama, te
- bogata gastronomija.

Razvoj ruralnog turizma u **Međimurskoj županiji** pod pozitivnim je utjecajem susjedne Republike Slovenije, ali i ideja i iskustva emigranata koji se vraćaju iz Austrije, Švicarske i Njemačke, odnosno iz područja s dugom tradicijom ruralnog turizma (Mesarić-Žabčić, 2008). Razvoj ruralnog turizma u ovoj regiji potaknula je i mogućnost stvaranja dodatnog dohotka, a time i povećanje kvalitete života i ublažavanje depopulacije ruralnih područja u Međimurju.

Seoskom turizmu se pristupa planski, a cilj je revitalizacija ruralnih područja. Dodatna motivacija za ovo vrstu ulaganja su specifična seoska gospodarstva, prezentacija tradicije kroz narodne običaje i tradicionalne zanate, tradicionalna proizvodnja poljoprivrednih proizvoda i činjenica da je očuvanje prirodnog okoliša na visokoj razini. Tradicija se očituje u arhitekturi, u narodnim nošnjama, vjenčanjima, pjesmi, plesu, gastronomiji i dr. Međimurska županija je područje s zdravom klimom, dobrim uvjetima za rekreaciju i razonodu, dobrom prometnom povezanošću s ostatkom Hrvatske i državama u susjedstvu. Svi ti čimbenici mogu imati pozitivan učinak na daljnji razvoj turizma u Međimurskoj županiji (Mesarić-Žabčić, 2008).

Ova vrsta turizma prisutna je u **Istri** od 1996. godine. Istra je bila prva regija u Hrvatskoj koja je uvela ruralni turizam. U početku ruralni je turizam bio dopunska djelatnost glavnom obalnom turizmu. Danas je Istra brendirana kao najrazvijenija ruralna turistička regija te, također, ima specifičan oblik ruralnog turizma, u odnosu na druge hrvatske regije.

Ruralni turistički sadržaji proširili su turističku sezonu Istre od ranijih dva mjeseca na gotovo cijelu godinu. Istra je poznata po proizvodnji sira, šunke, maslina, maslinovog ulja, šparoge, tartufa, vina i likera. Istra generira najviše prihoda od seoskog turizma u Hrvatskoj te je dobar primjer za druge regije.

Seoski turizam je, također, razvijen u južnom dijelu Hrvatske, odnosno u **Dalmaciji**. Na ruralnom području Dalmacije identificirana je bogata tradicijska baština te se ona na različite načine predstavlja suvremenim turistima i tako se štiti od zaborava i izumiranja. Svržnjak i suradnici (2017, str. 119) ističu da Dalmacija ima sve preduvjete za razvoj ruralnog turizma jer ima „ukupno 158 zabilježenih atrakcija u obliku prirodne i kulturne baštine podijeljene na 33 specifična i drugačija mjesta za posjetu turista, 33 poučne staze, 45 etno zanimljivosti i 47 kulturnih događaja. Od analiziranih dalmatinskih regija u broju etno zanimljivosti 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“.
(Tablica 2.3.).

Tablica 2.3. 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: Svržnjak, K. i sur. (2017) Obilježja ponude ruralnog turizma dalmatinskih turističkih regija, *Agroconomia Croatia*, 7(1), str. 120.

Kao što se može vidjeti u Tablici 2.3. u Dalmatinskoj regiji specifičnih i drugih mjesta ima najviše Šibenik, a najviše poučnih staza, etno zanimljivosti i kulturnih događanja ima Split.

Ruralni turizam razvija se i u **Lici i Gorskom Kotaru**. Riječ je o gorskim regijama s vrlo ugodnom klimom i živopisnom prirodom. Svježi zrak, brojne kuće za odmor, netaknuta priroda i izostanak gužve te autohtona kuhinja glavni su resursi na kojima se temelji ruralni turizam ovog područja. Iako ruralni turizam Like i Gorskog Kotara još uvijek nije na zadovoljavajućoj razini razvijen, ipak, posljednjih godina se vide pomaci u smislu razvijanja individualnih projekata na seoskim domaćinstvima.⁴

Druge regije Hrvatske, također, prepoznaju potencijal ruralnog turizma te njegov utjecaj na održivost lokalnih zajednica, standard i kvalitetu života. Međutim, još uvijek lokalne zajednice nedovoljno ulažu u razvoj ruralnog turizma što znači da nedovoljno potiču lokalno stanovništvo za bavljenje ovim oblikom turizma te lokalni stanovnici najčešće samoinicijativno kreću u projekte vezane uz ruralni turizam.

Ruralni turizam u **Zagrebačkoj županiji** uključuje brojne raznolikosti. Neke od njih su: razgledavanje okolice balonom, vožnja kočijom, jahanje na poniju i većem konju, sportsko-rekreacijski sadržaji, pješačenje kroz šumu, razgledavanje vinograda i starih klijeti, posjete vinskim podrumima, razgledavanje zavičajnih etno-zbirki, demonstracija rada mlina ili tkalačkog stana i dr. Turisti mogu upoznati domaće životinje, ali i životinje koje nisu tipične za ove krajeve, primjerice, nojeve. Također,

⁴Rural-koncept: Seoski turizam Lika i Gorski Kotor. Preuzeto s: <http://www.rural-koncept.hr/hr/destinacije/kvarner/lika-i-gorski-kotar/> (22. 9. 2020.)

možu se okušati u mušnji koza.⁵ Poznate destinacije vezane uz ruralni turizam u Zagrebačkoj županiji su etno farma Mirnovec, klet Stari mlin, bio park Divlje vode, seoski turizam Kezele, Kršlinov, izletišta Dva Potoka, seoski turizam Stara preša te Repro eko farm.⁶

U hrvatskim ruralnim predjelima postoje uvjeti za razvoj različitih oblika turizma i to: agroturizma, stambenog, zavičajnog, sportskog i rekreacijskog, avanturističkog, obrazovnog, tranzitnog, kamping, nautičkog, ruralnog, kulturnog, vjerskog, lovnog, ribolovnog, vinskog, gastronomskog, ekološkog i dr.

Hrvatsko ruralno područje razvijalo se sporo tijekom povijesti i to je posljedično utjecalo na visoku razinu zastupljenosti očuvanog okoliša, a to je ekonomska osnova za buduće generacije. Lokalno stanovništvo često se usredotočuje na turizam iz ekonomskih razloga i jednostavnije zarade. Iz istih razloga manje se usredotočuje na poljoprivredu. Takve okolnosti dovode do toga da je lokalno stanovništvo previše ovisno o turizmu što u nekim dijelovima ruralni turizam čini neodrživim.

Ruralni turizam bi trebao biti razvijen na takav način da se ruralno područje razvija u skladu s njegovim prirodnim obilježjima. Također bi trebalo staviti postojeće objekte u upotrebu, angažirati lokalno stanovništvo i prilagoditi seoski turizam raspoloživom prostoru. Posjetitelje najviše privlače ruralna područja zbog njihovog prirodnog okoliša i kulturno-povijesne baština. S obzirom na ukupne površine, Hrvatska se ističe velikim brojem zaštićenih i turistički atraktivnih prirodnih područja, a po biološkoj raznolikosti okoliša, nalazi se na samom europskom vrhu. Prema Registru *Zaštićena područja Državnog zavoda za prirodu*, u Hrvatskoj ima 409 zaštićenih područja u različitim kategorijama. Zaštićena područja pokrivaju 8,56% hrvatskog prostora (Grgić i sur., 2017).

Kultura u ruralnom području je osnova razvoja ruralnog turizma i razlikuje jedno seosko mjesto od drugog. Kultura poljoprivrednika temelji se na lokalnom stvaranju i socijalnoj kontroli, tradiciji i oblicima kolektivnog djelovanja, a na njega utječu različiti lokalni okoliši i druge lokalne kulture (Cifrić, 2012). Ruralni turizam utemeljen je na kulturi, a kulturne atrakcije uključuju različite aspekte: kulturne spomenike, narodnu kulturu, kulturu stanovanja i hrane, narodne prakse, materijalnu kulturu starih zanata i

⁵Seoski turizam i izletišta. Preuzeto s: <http://www.visitzagrebcounty.hr/kroz-zupaniju/seoski-turizam-i-izletista/> (14. 12. 2020.)

⁶10 najboljih mjesta za obiteljski izlet u Zagrebačkoj županiji. Preuzeto s: <https://aroundzagreb.hr/kategorije/ideje-za-izlet/10-najboljih-mjesta-za-obicajski-izlet-u-zagrebackoj-zupaniji> (15. 12. 2020.)

proizvoda, suvenire, kulturne institucije i događanja te zabavne, sportske i komercijalne događaje.

Spomenici kulture su važan čimbenik u svakoj turističkoj destinaciji (pokretni i nepokretni predmeti sačuvani iz prošlosti). Narodna kultura ima važnu ulogu u ruralnom području, posebno narodna kultura sačuvana u folkloru seoskog stanovništva, a koja uključuje odijevanje, ples, pjevanje, glazbu, drevne tradicije, zanate i način življenja.

2.4. Ruralni turizam otoka Visa

Otok Vis pripada turističkom klasteru (srednje) Dalmacije te se stoga njegov budući razvoj turizma mora staviti u kontekst razvoja šire regije (srednjeg) turističkog klastera Dalmacije. Da bi odredišta ovog klastera mogla nastupiti na globalnom turističkom tržištu, moraju se zajednički pozicionirati kao brend dok istovremeno svako od ovih odredišta treba započeti proces stvaranja vlastitog imidža turističke destinacije.

Slika 2.6. Otok Vis



Izvor: Adriatic.hr. Preuzeto s: <https://www.adriatic.hr/hr/blog/4-razloga-za-posjetiti-otok-vis/383> (11. 11. 2020.)

Slika prikazuje ključne vrijednosti otoka Visa, a koje se svode na netaknutu prirodu i jedinstven krajobraz. U turističkom smislu ključne vrijednosti otoka Visa su: „geoprometni položaj, prirodna bogatstva obalnog prostora, krajobrazne i kulturološke vrijednosti te ekološki praktički nezagađen okoliš“ (Dragičević i sur., 2009, str. 2).

Otok Vis obiluje prirodnim atrakcijama koje su zanimljive turistima. Među njima turisti najviše posjećuju Modru špilju, uvalu Stiniva, Zelenu špilju, viški arhipelag (otoci Biševo, Brusnik, Sv. Andrija, Palagruža i Laguna Budikovac), Krajcinu špilju, Hum i Viško polje. Događaji koji se organiziraju na otoku Visu su:

- regata,
- internacionalni karneval kazališnih amatera, te
- kulturno ljeto Visa.

Od kulturnih sadržaja koje otok Vis nudi turistima su zanimljivi muzeji, izložbe i manifestacije. Na otoku su dva muzeja. Turisti u tvrđavi Gospina Batarija mogu razgledati arheološku zbirku starog grčkog polica ISSA i zavičajnu zbirku starih predmeta. Ribarski muzej se nalazi u Komuni (mletačkoj utvrdi na komiškoj rivi). U njemu turisti mogu razgledati zbirku izvornih predmeta brodske i ribarske opreme Komižana te zbirku predmeta vezanih uz preradu ribe.⁷

Jedna od turističkih atrakcija otoka Visa je i obnovljena tvrđava Fort George. U njoj se nalazi restoran, bar i galerija. Tijekom ljetnih mjeseci u tvrđavi se organiziraju brojna događanja. Sakralna baština otoka Visa je jako bogata, no turisti najčešće posjećuju samostan Sv. Jeronima i crkvu Sv. Nikole. U ljetnim mjesecima se organiziraju Viško ljeto i Komiško ljeto. Tijekom navedenih manifestacija organiziraju se brojni koncerti, predstave i sportska natjecanja.

Vis turistima nudi i aktivni odmor. Turisti se mogu okušati u ribolovu s profesionalnim ribarima iz Visa i Komiže.⁸ Biciklizam je vrlo popularan na otoku Visu. Jedna od mogućnosti aktivnog provođenja vremena na otoku Visu jest i istraživanje otoka na biciklu (individualno ili organizirano od tamošnje agencije). Otok Vis je poznat po nekadašnjim vojnim objektima. Turisti vojne objekte mogu razgledati u sklopu *Military tour* po vojnim objektima. Podmorje otoka Visa je najatraktivnije na Jadranu za

⁷Vis-central. Preuzeto s: <https://vis-central.com/vodic/ribarski-muzej/> (16. 12. 2020.)

⁸Paiz-travel. Preuzeto s: <https://paiz-travel.com/tour-item/a-day-with-professional-fisherman/> (15. 12. 2020.)

ronjenje te otočki ronilački klubovi organiziraju edukaciju o ronjenju i samo ronjenje za turiste.

Otok Vis trenutno ima samo jedno selo koje je u određenom smislu eko-selo. To je selo Talež. Međutim, ono nudi samo smještajne kapacitete u ruralnom području. Osim navedenog, na otoku postoje i seoska gospodarstva koja poslužuju hranu i piće, no ne nude smještaj. Među njima su najpoznatija: Darko, Magić, Rokis, Pol Murvu i Ferol. U njihovoj ponudi nalazi se 20% hrane i pića iz vlastite proizvodnje. Restorani u selima su iznimno zanimljivi turistima što potvrđuje činjenica da iz godine u godinu raste potražnja za takvim objektima.

Otok Vis ima 50 obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava (OPG). Među njima postoji šest OPG-a koji su brendirali svoje proizvode. Otočki OPG-i su poznati po proizvodnji vina, maslinovog ulja, hiba (kolač od suhih smokava) i proizvoda od rogača. OPG Perna jedini je proizvođač ekološkog rogača u Hrvatskoj dok OPG Branko Zanki proizvodi džemove (od agruma, planika, divljeg šipka, šljiva, smokava, kupina i dr.), kapar i motar u vinskom octu, kandiranu koru naranče i limuna te sušenu koru od limuna i naranče.⁹

Uz sve navedeno, razvoj turizma na otoku Visu, pa tako i ruralnog turizma, suočava se i s određenim ograničenjima. Temeljna ograničenja su: „nepostojanje cjelovite koncepcije i strategije razvoja, odnosno aktivne razvojne politike, zatim, nepovoljna demografska osnovica, prometna izoliranost, koja još uvijek Vis stavlja u neravnopravnu gospodarsku poziciju“ (Dragičević i sur., 2009, str. 2). Na otoku Visu identificirani su i drugi nedostaci koji usporavaju razvoj ruralnog turizma. Među njima su ključni:

- infrastrukturni i komunalni nedostaci,
- loše stanje u gospodarstvu,
- ograničenja u kontekstu institucija i sustavne organizacije,
- loša državna politika vezana uz razvoj ruralnih područja i općenito prema razvoju otoka, te
- dugogodišnja zatvorenost otoka za turiste.

⁹Geopark-Vis. Preuzeto s: <https://geopark-vis.com/lokalni-proizvodaci>, (17.12. 2020.)

Razvijenost turizma na otoku Visu nije na zadovoljavajućoj razini. Otok ima samo otprilike 3.000 ležajeva za turiste. U smještajnoj ponudi dominira privatni smještaj (77% smještajnog kapaciteta). Hotelski kapaciteti na otoku nisu visoko kategorizirani. Također, turizam na otoku je sezonalan. Gotovo 90% turista otok posjećuje u ljetnim mjesecima.

Promocija događaja na otoku Visu nije odgovarajuća što posljedično dovodi do toga da ti događaji nisu previše poznati na turističkom tržištu. Otok ima brojne poljoprivredne prednosti (limun, ljekovito bilje, rasadnik palmi), no one su još uvijek nedovoljno uključene u turizam u smislu razvoja alternativnih turističkih oblika, odnosno u smislu razvoja agroturizma, eko turizma i sl.

Nadalje, na otoku još uvijek nema ozbiljnih investicija te je veći dio postojećih objekata neiskorišten (tvornica ribe, vojni objekti). Malo i srednje poduzetništvo na otoku Visu najviše je usmjereno na ugostiteljstvo. Sve te činjenice ukazuju na to da je otok u početnim fazama turističkog razvoja te se tek u budućnosti očekuje njegova potpuna iskorištenost u turističke svrhe. Ključni subjekti u turizmu na otoku Visu smatraju kako se turizam na otoku treba temeljiti na principima održivosti te da se treba poticati razvoj malog i srednjeg poduzetništva, ali i većih investicija. U turizam treba uključiti poljoprivrednu proizvodnju i kulturno-povijesne znamenitosti otoka.

Iako otok Vis ima desetak napuštenih sela, koja imaju potencijal za razvoj ruralnog turizma, pravog eko-etno sela na otoku još uvijek nema. Najveći potencijal među navedenim selima u kontekstu ruralnog turizma ima selo Dragodid (Slika 2.7.). Selo Dragodid se počelo obnavljati 2012. godine, no projekt obnove još uvijek nije dovršen.

Slika 2.7. Napušteno selo Dragodid



Izvor: Dragodid. Preuzeto s: <http://www.dragodid.org/selo-dragodid/> (17. 12. 2020.)

Potencijal ovog sela, ali i drugih napuštenih sela na otoku Visu, u turističkom smislu, je vrlo velik. No, razvijenost eko turizma na otoku Visu nije na zadovoljavajućoj razini. Ipak, bez obzira na navedeno, vidljivi su pomaci u pozitivnom smislu i to otkako je otok Vis postao UNESCO-ov Geopark. Od tada su brojna seoska domaćinstava pretvorena u ruralne restorane.

Otok bi se trebao usmjeriti na razvoj ruralnog turizma koji će se temeljiti na lokalnom obiteljskom poduzetništvu, ali i većim domaćim investicijama. Ljudski resursi i nedostatak financijskih poticaja temeljni su otežavajući faktor u razvoju turističkih potencijala otoka Visa. Osim što otok treba pronaći način kako prevladati ove ograničavajuće faktore, on treba odabrati strategiju visokih vrijednosti i provesti model održivog razvoja turizma koji na učinkovit način povezuje kulturne i prirodne vrijednosti otoka s agro-proizvodnjom, ribarstvom i marikulturom. Također, turistički proizvod otoka treba uključiti i sadržaje vezane uz rekreaciju na moru i u zaleđu otoka (Dragičević i sur., 2009).

Iako se danas nude brojne mogućnosti financiranja projekata vezanih uz ekotno sela, na otoku Visu takvi projekti još uvijek nisu zaživjeli. Naime, osiguravanje financijskih sredstava tek je jedno područje koje je nužno za razvoj takvih projekata. Međutim, danas je veći problem od osiguravanja financijskih sredstava činjenica da na otoku Visu živi jako malo mladih ljudi. Mladi koji ostaju na otoku Visu imaju mogućnost pohađati srednju školu za hotelijersko-turističkog tehničara, kuhara ili konobara. Ovo je dobar potencijal jer ovi smjerovi formiraju ljudske resurse koji mogu raditi u turizmu. No, problem je što brojni mladi odlaze s otoka te se najčešće više nikada trajno ne vraćaju na otok. To je za otok veliki problem, međutim, on bi se mogao smanjiti kada bi otok osiguravao više radnih mjesta tijekom cijele godine.

SWOT analiza prikazana Tablicom 2.4. ukazuje na ključne snage, slabosti, prilike i prijetnje turističke destinacije otok Vis.

Tablica 2.4. SWOT analiza destinacije otok Vis

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> - Prirodni profil područja - Socijalni profil područja - performanse destinacije - kultura - povijest - poljoprivreda - očuvanost okoliša 	<ul style="list-style-type: none"> - destinacijski marketing - turističke usluge destinacije - javne usluge - interesni subjekti i partnerstva - turistički razvoj
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> - trendovi industrije - profil suvremenih turista - sufinanciranje projekata iz EU fondova - sufinanciranje projekata iz državnih, regionalnih i lokalnih programa - tehnologija 	<ul style="list-style-type: none"> - konkurenti - pravno-političko okruženje - socio-kulturno okruženje - ekonomsko okruženje - okoliš

Izvor: Dragičević, M., Lisjak, S., Villi, M., Kasum Z., Bogunović, B. i Devčić, S. (2009). *Plan razvoja ekološkog i ruralnog turizma: Područje otok Vis*. Project COAST. Preuzeto s: <https://www.yumpu.com/xx/document/read/50227091/plan-razvoja-ekoloakog-i-ruralnog-turizma-podruaje-undp-croatia> (10. 11. 2020.)

SWOT analiza ukazuje na to da je destinacija otok Vis suočena s bitno većim intenzitetom slabosti od snaga. To ne iznenađuje jer se otok Vis nalazi na početku izgradnje profesionalnog i konkurentnog turizma. Otok Vis bi trebao iskoristiti prednost većeg broja mogućnosti u okruženju u odnosu na prijetnje kako bi formirao vlastitu prednost na turističkom tržištu. Razvoj turizma treba temeljiti na minimaliziranju vlastitih slabosti. Tablica 2.5. prikazuje ključne strateške prednosti i barijere destinacije otok Vis.

Tablica 2.5. Ključne strateške prednosti i barijere destinacije otok Vis

KLJUČNE STRATEŠKE PREDNOSTI	KLJUČNE STRATEŠKE BARIJERE
Izrazito atraktivan turistički prostor sa stajališta globalnih trendova i interesa	Problem stvaranje jasne vizije turističkog razvoja za nadolazeće razdoblje
Atraktivnost prirodnih, kulturno-povijesnih i ruralnih atrakcija otoka	Nedostatak jasno oblikovanih i fokusiranih turističkih proizvoda
Pozicija/prilike početnika	Nedostatak turističke infrastrukture
	Neadekvatna opća infrastruktura

Izvor: Dragičević, M., Lisjak, S., Villi, M., Kasum Z., Bogunović, B. i Devčić, S. (2009). *Plan razvoja ekološkog i ruralnog turizma: Područje otok Vis*. Project COAST. Preuzeto s: <https://www.yumpu.com/xx/document/read/50227091/plan-razvoja-ekoloakog-i-ruralnog-turizma-podruaje-undp-croatia> (10. 11. 2020.)

Kao što se može vidjeti u Tablici 2.5., jedna od strateških prednosti otoka su njegova ruralna područja. Ruralna naselja na otoku Visu Borovik, Duboka, Oključna, Podhumlje, Podšilje, Žena Glava i Biševo, nekoć pretežno orijentirana na poljoprivrednu proizvodnju, danas sve više postaju destinacije povremenog boravka. Manja poljoprivredna naselja na obodima polja središnjeg dijela južnog grebena (Dračevo polje, Marine zemlje, Plisko polje, Podselje i Podstražje) vezana su uz poljoprivredne površine i gravitiraju gradu Visu. Nekoć poljoprivredno orijentirana, danas se sve više pretvaraju u ladanjska područja koja, uz osmišljenu razvojnu politiku, mogu postati ekskluzivni turistički sadržaj ruralnog turizma.

Da bi ruralna područja na otoku Visu postala atraktivne turističke destinacije, trebala bi formirati turističke aktivnosti u skladu s potrebama suvremenih turista. Turističke aktivnosti na ruralnom području prikazane su u Tablici 2.6.

Tablica 2.6. Turističke aktivnosti na ruralnom području

TURE	Pješačenje, biciklizam, planinarenje, motociklizam
AKTIVNOSTI NA VODI	Ribolov, plivanje, boravak na moru, utrkivanje čamcima, jedrenje, ronjenje
AKTIVNOSTI U ZRAKU	Malim zrakoplovima, jedrilicama, hang-gilding, balonima na topli zrak
SPORTSKE AKTIVNOSTI	Cricket, Spuštanje i penjanje po stijenama, plivanje
AKTIVNOSTI OTKRIVANJA RADNIH PROCESA	Lokalna proizvodnja, poljoprivredna poduzeća, lokalna obrada (kamena, ribe)
KULTURNE AKTIVNOSTI	Arheologija, područje pod restauracijom, umjetničke radionice, tečajevi starih zanata, folklorne skupine, gastronomske radionice
AKTIVNOSTI ZDRAVSTVENOG KARAKTERA	Rad na seoskim imanjima

Izvor: Madžar, I. i Madžar, D. (2016). Analiza elemenata i preporuke za unaprjeđenje seoskog turizma na području Hercegovine. *Ekonomska misao i praksa*, (1), 159-176.

Kao što se može vidjeti u Tablici 2.6., turističke aktivnosti u ruralnom području uključuju aktivnosti na vodi i u zraku, sportske aktivnosti, aktivnosti otkrivanja radnih procesa, kulturne aktivnosti te aktivnosti zdravstvenog karaktera.

Partnerstvo na nacionalnom i lokalnom nivou, uz privatne inicijative, trebalo bi imati ključnu funkciju u poticanju ulaganja u osnovnu infrastrukturu na ruralnom području otoka Visa te bi ta ulaganja trebala biti pokretač cjelokupnog ruralnog područja otoka Visa. To ukazuje na činjenicu da bi se trebalo raditi na suradnji između investitora i lokalne vlasti. Postojanje zajedničke vizije u aktivaciji gospodarskog potencijala u obliku ruralnog turizma na otoku Visu osiguralo bi održivi razvoj s ekosustavom koji u ruralnom turizmu traži snažnu povezanost s tradicionalnim kulturnim i ostalim elementima turističkih posebnosti ruralnog područja otoka Visa (Madžer i Madžer, 2016).

Cjelokupan proces razvoja ruralnog turizma na otoku Visu trebao bi se izravno oslanjati na ekološke komponente prostora koje zajedno s društvenim komponentama trebaju biti privlačne turistima. Ove komponente trebaju turistima pružiti mogućnost konzumiranja seoskog načina života. Tablica 2.7. prikazuje ključne elemente seoskog turizma.

Tablica 2.7. Ključni elementi seoskog turizma

Smještaj u seoskim sredinama
Funkcionalno: utemeljen na malom obiteljskom poduzetništvu, u otvorenom i zatvorenom prostoru, temelji se na nasljeđu i tradicijskim aktivnostima
Dozvoljava sudjelovanje u aktivnostima, tradicijama i načinu života lokalnog stanovništva
Osigurava personaliziran kontakt
Naselja i građevine su seoske (malih razmjera)
Tradicijski po značaju, raste sporo i organski, povezan s lokalnim obiteljima
Različitih vrsta, predstavlja kompleksan uzorak seoskog okruženja, ekonomije, povijesti i lokaliteta (proizvodnja vina, sadnja maslina, proizvodnja maslinovog ulja, obrada kamena, sušenje ribe, priprema tradicionalnih jela, uzgoj domaćih životinja i dr.)
Visok udio turističkog prihoda koji koristi lokalnoj zajednici
Lokalnu zajednicu čini održivom

Izvor: Madžar, I. i Madžar, D. (2016). Analiza elemenata i preporuke za unaprjeđenje seoskog turizma na području Hercegovine. *Ekonomska misao i praksa*, (1), 159-176.

Kao što se može vidjeti u Tablici 2.7., ključni elementi seoskog turizma vezani su uz boravak na selu u izravnom dodiru s vlasnicima seoskih imanja te uz sudjelovanje u pojedinim seoskim radovima, provođenju vremena i dr. Ruralni turizma otoku Visu donio bi brojne prednosti u kontekstu održivosti sela, zadržavanju lokalnog stanovništva u ruralnim područjima, očuvanju kulturne baštine, podizanju standarda lokalnog stanovništva i dr. No, da bi ruralni turizam na otoku Visu zaživio, potrebno je razvijati projekte vezane uz obnovu ruralnih područja te njihovu promociju na turističkom tržištu.

2.5. Zakonodavni okvir za razvoj ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj i u Europskoj uniji

Temeljni zakonodavni okvir za obavljanje turističke djelatnosti u Republici Hrvatskoj čine: Zakon o turističkoj djelatnosti i Zakon o pružanju usluga u turizmu. Područje poslovanja u ruralnom turizmu regulirano je i Pravilnikom o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu.

Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 85/15, 12/16, 99/18, 25/19, 98/19, 32/20, 42/20) uređuje način i uvjete pod kojima pravne i fizičke osobe mogu obavljati ugostiteljsku djelatnost. Ovaj je Zakon u skladu s propisima Europske unije. Naime, njime su u pravni poredak Republike Hrvatske prenesene odredbe Direktive 2006/123/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 12. prosinca 2006. o uslugama na unutarnjem tržištu (SL L 376, 27. 12. 2006.).

Ugostiteljska djelatnost definirana je kao pripremanje i usluživanje jela, pića i napitaka te pružanje usluge smještaja. Također, ugostiteljska djelatnost podrazumijeva pripremanje jela, pića i napitaka za potrošnju na drugom mjestu, s ili bez usluživanja. Ugostiteljsku djelatnost mogu obavljati trgovačka društva, obrtnici i zadruge koje ispunjavaju zakonom propisane uvjete za obavljanje ugostiteljske djelatnosti.

Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN 130/17, 25/19, 98/19, 42/20) uređuje usluge u turizmu, način i uvjete za pružanje tih usluga, ugovor o putovanju u paket-aranžmanu i ugovor o povezanom putnom aranžmanu te prava i obveze trgovaca i putnika u vezi s tim ugovorima. Zakon je u skladu s propisima Europske unije. Njime su u pravni poredak Republike Hrvatske preuzete:

1. Direktiva 2006/123/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 12. prosinca 2006. o uslugama na unutarnjem tržištu.
2. Direktiva (EU) 2015/2302 Europskog parlamenta i Vijeća od 25. studenog 2015. o putovanjima u paket-aranžmanima i povezanim putnim aranžmanima, o izmjeni Uredbe (EZ) br. 2006/2004 i Direktive 2011/83/EU Europskog parlamenta i Vijeća te o stavljanju izvan snage Direktive Vijeća 90/314/EEZ.

Ovaj Zakon usluge u turizmu dijeli na:

- pružanje usluga turističke agencije, turističkog vodiča, voditelja putovanja, turističkog animatora, turističkog predstavnika,

- usluge u posebnim oblicima turističke ponude (turističke usluge u nautičkom turizmu, turističke usluge zdravstvenog turizma, turističke usluge u kongresnom turizmu, usluge aktivnog i pustolovnog turizma, turističke usluge ribolovnog turizma, turističke usluge na poljoprivrednom gospodarstvu, uzgajalištu vodenih organizama, lovištu i u šumi),
- usluge iznajmljivanja vozila,
- usluge turističkog ronjenja,
- usluge iznajmljivanja opreme za šport i rekreaciju turistima.

Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu (NN, 5/08) propisuje vrste, minimalne uvjete za vrste, kategorije, uvjete za kategorije, oznake za kategorije, način označavanja kategorija, način kategorizacije objekata u kojima se pružaju usluge smještaja, što se smatra pretežito vlastitom proizvodnjom, a što jelima, pićima i napicima uobičajenima za kraj u kojem je seljačko domaćinstvo te vrste proizvoda koji ne moraju biti iz vlastite proizvodnje. Objekt u seljačkom domaćinstvu je funkcionalna cjelina na seljačkom gospodarstvu u kojem se gostima pružaju ugostiteljske usluge pripremanja i usluživanja jela, pića i napitaka.

Zakonske regulative vezane uz poslovanje u ruralnom turizmu uključuju i odredbe koje se odnose na vrstu poslovnog subjekta (obrt, društvo s ograničenim odgovornošću, jednostavno društvo s ograničenom odgovornošću, OPG). Navedene zakonske regulative odnose se na uvjete poslovanja poslovnog subjekta bez obzira kojom se djelatnošću bave.

3. PRIMJERI DOBRE PRAKSE I TRENDОВI RAZVOJA RURALNOG TURIZMA

Dobro polazište za realizaciju projekata u ruralnom turizmu mogu biti primjeri dobre prakse. U nastavku ovog poglavlja prikazani su europski i hrvatski primjeri dobre prakse ruralnog turizma.

3.1. Le Cannet-des-Maures: Primjer dobre prakse ruralnog turizma u Provansi (Francuska)

Jedan od primjera dobre prakse ruralnog turizma jest Le Cannet-des-Maures (Slika 3.1.), odnosno selo u francuskoj provinciji Provansi. Riječ je o tradicionalnom selu izgrađenom u gotičkom stilu. U selu se nalaze tradicionalne kuće karakteristične na predmetno područje. Selo u svakom svojem dijelu odiše tradiciju, bilo kroz arhitekturu ili kroz uređenost prostora, kulturu, hranu i piće, lokalne običaje vezane uz svakodnevnicu i dr.

Slika 3.1. Le Cannet-des-Maures



Izvor: Toulon.org. Preuzeto s: <http://toulon.org/tourisme/le-cannet-des-maures.htm> (1. 11. 2020.)

Selo je maksimalno iskoristilo svoj potencijal te danas turistima nudi aktivan i avanturistički odmor u netaknutoj prirodi, kulturne i povijesne znamenitosti te brojne manifestacije. Ugostiteljski objekti su uređeni u tradicionalnom stilu, a u gastronomiji se preferira domaća kuhinja i tradicionalna jela. Budući da se radi o brdovitom području, aktivnosti u prirodi uključuju: planinarenje, biciklizam, brdski biciklizam, penjanje, *body jumping* i dr.

Turisti mogu sudjelovati u lokalnom životu zajednice te kušati lokalne proizvode. Glavna atrakcija su tržnice, vinogradi i vinarije, seoska domaćinstva, zoološki vrt s domaćim životinjama i dr. Turisti u razgledavanju sela mogu vidjeti brojne crkve, stare opatije, kurije i dvorce.¹⁰

Glavne atrakcije ovog ruralnog područja su¹¹:

1. Château Grimaud – dvorac na vrhu brda koji povezuje aktivni odmor (planinarenje) s kulturom kraja.
2. Moulin du Roch (Slika 3.2.) – vjetrenjača iz 16. stoljeća na vrhu brda koja povezuje planinarenje s poviješću življenja toga kraja.

Slika 3.2. Moulin du Roch



Izvor: Komoot.com. Preuzeto s: <https://www.komoot.com/guide/1269348/attractions-around-le-cannet-des-maures> (2. 11. 2020.)

3. Chapelle Saint-Roch – kapela na vrhu brda koja povezuje aktivni turizam sa sakralnim spomenikom kulture.
4. Route de Grimaud – biciklistička staza koja je vrlo atraktivna među turistima zbog svoje konstrukcije i panoramskog pogleda.
5. Le long Lac Sainte Suzanne – jezero koje pruža turistima mogućnost ribolova, konzumiranja lokalne hrane, vožnju biciklom oko jezera, uživanje u šetnjama, vožnju lađom po jezeru i dr.

¹⁰Provence-alpes-cotedazur.com. Preuzeto s: <https://provence-alpes-cotedazur.com/en/get-inspired/towns/var/le-cannet-des-maures/> (2. 11. 2020.)

¹¹Komoot.com. Preuzeto s: <https://www.komoot.com/guide/1269348/attractions-around-le-cannet-des-maures> (2. 11. 2020.)

Le Cannet-des-Maures je ruralno područje koje veliki naglasak stavlja na autohtonost povezanu sa suvremenošću. Turisti u tom ruralnom području, osim što mogu uživati u tradiciji, mogu koristiti smještajne kapacitete visokokategorizirane te wellness i spa usluge.

3.2. Villaggio ecologico di Granara: Primjer dobre prakse ruralnog turizma u Toskani (Italija)

Granara Ecovillage (Slika 3.3.) nalazi se u središtu Apenina, na granici regija Emilia-Romagna i Toskana. Bilo je to napušteno selo koje je skupina urbanih mladih ljudi polako obnavljala pretvarajući ga u jedno od prvih eko-sela u Italiji. Danas je to selo mjesto na kojem se mogu susresti različita iskustva iz ekologije.

Odgovarajuće tehnologije, obrazovanje o okolišu, kazalište i umjetnost, zajedno s nenasiljem i društvenom sviješću bila su područja istraživanja, prakse i razmjene koja su od početka srž ideje o selu. Mala organska poljoprivreda i ugostiteljski objekt pomažu u podizanju kvalitete proizvoda i usluga ovog eko sela.¹²

Slika 3.3. Granara Ecovillage



Izvor: Granara.org. Preuzeto s: <https://www.granara.org/en/village>, (4.11. 2020.)

¹²Granara.org. Preuzeto s: <https://www.granara.org/en/village>, (4.11. 2020.)

Ovo je ruralno područje poznato po festivalu Granara koji je u početku bio filmski festival, a kasnije je prerastao u glazbeno-filmski festival na kojem posjetitelji mogu uživati u lokalnoj gastronomiji, različitim radionicama i općenito u umjetnosti. Osim toga, tijekom cijele godine u ovom se ruralnom području održavaju radionice, seminari i performansi iz područja umjetnosti. Edukacije se provode i o drugim područjima te su njima obuhvaćene različite ciljane skupine: učenici, studenti i dr.

Osim što turisti na ovom području mogu sudjelovati u različitim aktivnostima vezanima uz svakodnevni život te tako naučiti kako se u prošlosti živjelo na ovom području, oni mogu kušati tradicionalna jela te uživati u tradicionalnim napicima. Ova turistička destinacija daje turistima mogućnost da uživaju i u autohtono uređenim ugostiteljskim objektima i smještajnim kapacitetima. Bitan čimbenik ove turističke destinacije jest i aktivni odmor. Destinacija nudi turistima mogućnost provođenja aktivnog odmora u prirodi (pješačenje, bicikliranje, trčanje, grupni sportovi) ili u zatvorenom prostoru (ples, aerobic, teretana).

Pritom se veliki naglasak stavlja na održivost ruralnog područja u ekonomskom, ekološkom i socijalnom smislu.

3.3. Eko-selo Kotli: Primjer dobre prakse ruralnog turizma u Istri (Hrvatska)

Mjesto Kotli zaštićena je ruralna sredina gdje su zaštićeni kort, baladure, volte i slikoviti dimnjaci. Selo je prepoznato po istarskim kamenim kućama i autohtonim smještajnim kapacitetima.¹³

Riječ je o mirnom okruženju primjerenom za bijeg od svakodnevnog urbanog života. Kotli su u prošlosti bili gospodarski najjače selo na Humštiti s nadaleko poznati milinarima i krojačima. Danas u ovom spomeniku kulture, na aleji glagoljaša, u 21. stoljeću živi tračak prošlosti. Današnji je izgled selo poprimilo u 18. stoljeću. Sačuvano je 15 kuća. Sukladno s uvjetima konzervatora, u cijelosti je bilo obnovljeno 8 kamenih kuća 2011. godine.

Osim smještaja, turistima se nudi zajednički otvoreni bazen, uređeno bočalište, roštilj, kameni stolovi, vanjski tuš, ležaljke za sunčanje u vlastitom ograđenom prostoru

¹³Punkufer. Preuzeto s: <https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/putovanja/ljetovanje-u-istri-uz-top-4-super-ponude---612232.html>. (7. 11. 2020.)

tradicionalni istarski kamin u sklopu kuće. Turisti mogu okolicom šetati, voziti bicikl, istraživati napuštena sela i netaknutu prirodu, brati šparoge ili tartufe. Mogu na ranču u blizini jahati konje. Onima koji vole adrenalin nudi se mogućnost organiziranje enduro vožnji po šumskim stazama.¹⁴ Slika 3.4. prikazuje smještajni kapacitet u eko selu Kolti.

Slika 3.4. Smještajni kapaciteti u eko selu Kolti



Izvor: Megabon.eu. Preuzeto s: <https://www.megabon.eu/hr/ponuda/hrvatska/kotli-istra/drugaciji-odmor-eko-selo-kotli-16433/photo/15> (8. 11. 2020.)

Kao što se može vidjeti na Slici 3.4., smještajni kapacitet odražava seoski unutarnji ambijent. U eko-selo integrirana je tradicija s potrebama suvremenih turista (TV, internet, udobnost), no specifičnost ambijenta, mir, netaknuta priroda i blizina popratnih sadržaja, ovaj turistički proizvod čini jedinstvenim.

3.4. Trendovi budućeg razvoja ruralnog turizma

Principi djelovanja eko-sela utemeljeni su na ekonomiji dijeljenja, donošenju odluka putem konsenzusa, orijentaciji na budućnost, reduciranju uloge nuklearne

¹⁴Kupnja.hr. Preuzeto s: <https://kupnja.hr/eko-selo-kotli-kotli-istra-hrvatska-1114-hrk-2x-nocenje-u-kucicama-2-3-4-ili-8-za-5-osoba-32-koristenje-bazena-i-lezaljki/> (8. 11. 2020.)

obitelji, rodnoj ravnopravnosti i proekološkom pristupu radu i svakodnevnom funkcioniranju. U posljednjih nekoliko desetljeća sve više se formiraju eko-sela kao turistički proizvod. Eko-sela nastaju izvan forme ranomodernog društva i to svjesnim pojedinačno-grupnim poduzimanjem promjene, odnosno oblikovanjem vlastitih života subpolitičnim izborima. Eko-sela će se i u budućnosti sve više razvijati kao turistički proizvod jer ovaj turistički proizvod može turistima pružiti jedinstven doživljaj, odnosno može zadovoljiti potrebe turista današnjice i budućih turista.

Pripadnici eko-sela motivirani su održivošću i to u dva smjera. Jedan je smjer kritički pristup društvenom poretku. Upravo pripadnici eko-sela društveni poredak smatraju neodrživim. Drugi smjer njihove motivacije jest stvaranje održivijeg poretka na mikrorazini. Po mišljenju pripadnika eko-sela, osnovni problemi, odnosno uzroci neodrživosti suvremenog društva nalaze se u industriji i intenzivnoj poljoprivredi, jer se ovim granama ubrzano uništava atmosfera, tlo i voda, a to su osnovni resursi za život cjelokupnog ekosustava. Problem vide i u kapitalističkim odnosima i u individualističkoj kulturi, jer smatraju da se time osiromašuje sve više ljudi, budući da su svedeni na zamjenjive radnike što posljedično dovodi do dezintegracije društvene solidarnosti i zajedništva. U takvim je okolnostima kvaliteta života svedena na materijalni standard dok osoba i njezin identitet dobivaju značaj samo u kontekstu potrošača (Bokan, 2016). Pripadnici ove životne filozofije i eko-selu kao turističkom proizvodu pristupaju iz perspektive održivosti. Turizam u eko-sela vraća ono autohtono i prirodno te se u budućnosti očekuje da će sve više turističkih djelatnika graditi svoje turističke proizvode upravo na tim vrijednostima.

Stvaranje alternativnog sustava u vidu eko-sela počiva na kritici zapadnjačkog načina življenja. U eko-selima, kao turističkim proizvodima, održivost se temelji na tri razine te se navedene razine međusobno nadopunjuju i preklapaju. To je ekološka, ekonomska i sociokulturna razina. Ekološka održivost očituje se kroz štedljivo korištenje energije, izbjegavanje trošenja neobnovljivih resursa, njegovanje bioraznolikosti, ekološku poljoprivredu i dr. Ekonomska održivost održava se kroz razvijanje otpornosti, odnosno neovisnosti i relativne samodovoljnosti u proizvodnji hrane, gradnji i energetskim potrebama. Također, ekonomska održivost se očituje kroz razvijanje lokalne ekonomije, turizma i ekološke poljoprivrede te kroz razvijanje kreativnosti kao uvjeta rada. Sociokulturna održivost podrazumijeva njegovanje sklopa vrijednosti koji obuhvaća preplitanje društvenog života i prirode, njegovanje identiteta

i međuljudskih odnosa, razvijanje konsenzusa, poštivanje različitosti, razvijanje kreativnog i timskog rada (Bokan, 2016).

Sve to ukazuje na činjenicu da se ideja o nastanku eko-sela temelji na promišljanju o načinu na koji društvo utječe na okoliš. Eko-selo svojim sklopom vrijednosti te djelovanjem osmišljavaju i razvijaju ideje i praksu održivosti. Ekološki pristup turizmu danas se sve više potiče jer brojni čimbenici ukazuju na to da je masovni turizam neodrživ te da takvom turizmu treba ponuditi alternativu. Eko-sela iznimno su dobra alternativa na područjima gdje postoje sela koja su napuštena i kao takva nisu održiva. Upravo takva sela danas se sve više obnavljaju za turističke potrebe. Taj trend nije prisutan samo u Hrvatskoj, već je prisutan i u drugim državama Europske unije.

Proekološko u eko-selima podrazumijeva poljoprivrednu praksu koja uključuje izbjegavanje kemizacije u uzgoju hrane te korištenje kombinacije tradicionalnih, perma kulturnih, biodinamičkih i sličnih znanja, potpuno izbjegavanje, odnosno samo nužno korištenje mehanizacije u poljoprivredi, proizvodnja humusa, kupovanje, prodaja ili razmjena lokalnih poljoprivrednih proizvoda, skupljanje, uzgoj, dijeljenje i razmjena ekološkog sjemena i očuvanje starih sorti, očuvanje bioraznolikosti, uzgoj hrane u šumskim vrtovima, razvijanje samostalne proizvodnje i razmjene dobara, skupljanje samoniklog bilja i divljih plodova. Ovaj pristup očituje se i u gradnji i to u kontekstu gradnje kuća od prirodnih i recikliranih materijala, pasivnoj solarnoj arhitekturi, izolaciji prirodnim materijalima, gradnji energetske efikasne peći i dr. Proekološki pristup u smislu energije podrazumijeva smanjivanje energetske potrebe, razvijanje energetske sustava neovisnih ili što manje ovisnih o energetskej infrastrukturi i dr. To uključuje i održivo gospodarenje otpadom te nastojanje smanjene proizvodnje otpada. Hrana proizvedenoj na ekološki način turisti pridaju sve veću pažnju i upravo se takva hrana dobro uklapa u koncept održivosti u eko selima namijenjenima za turiste.

U eko selu rad se u širem kontekstu doživljava kao svako čovjekovo djelovanje. Smatraju da bi taj rad trebao biti neprekinut proces u kojem čovjek izražava svoju kreativnost te time ostvaruje svoje društvene uloge. Ove uloge nisu jasno razdijeljene kao kod instrumentalnog rada, već se one isprepliću s drugima u komunikativnom djelovanju. S radom je neposredno povezana kreativnost te u eko-selima kreativnost smatraju neodvojivom od rada i nužnom za čovjekovo društveno djelovanje. Kreativnost se, također, podržava u turističkim eko-selima. Eko-sela razvijaju vlastite i

lokalne strategije ekonomskog opstanka, a jedan od načina jest formiranje eko-sela u turistički proizvod (Bokan, 2016).

Sociokulturna održivost čini sustav socijalnih odnosa u nekoj zajednici te uključuje i običaje, tradiciju i vrijednosti kao i njezino „organsko“ kontinuirano samoobnavljanje. U eko selima je uvriježeno mišljenje da neoliberalni kapitalizam stvara velike društvene i ekološke štete te se stoga u eko-selima razvijaju drugačiji mikrosustavi. Cilj im je približiti se (lokalnoj) samoodrživosti čime se i ovisnost o sustavu smanjuje, a povećava se povezanost s prirodom i suradnja među društvenim akterima. Razvijanje egalitarnosti i izvan antropocentričnog okvira podrazumijeva poštivanje prirodnih ciklusa, lokalnosti izvora/resursa i neugrožavanje prirodnog samoobnavljanja te priznavanje inherentne vrijednosti ekološkom sustavu mimo koristi za čovjeka (Bokan, 2016). U eko-selima karakteristični su primarni odnosi među pripadnicima. Nalaze se na kontinuumu između intenzivnog socijalnog susjedstva i obitelji. Eko-sela, kao turistički proizvod, podrazumijevaju individualni pristup turistima što se danas posebno cijeni. Djelatnici u eko-selima često su članovi iste obitelji te oni među turistima prenose obiteljsku atmosferu koju turisti današnjice iznimno poštuju.

4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE I REZULTATI ISTRAŽIVANJA

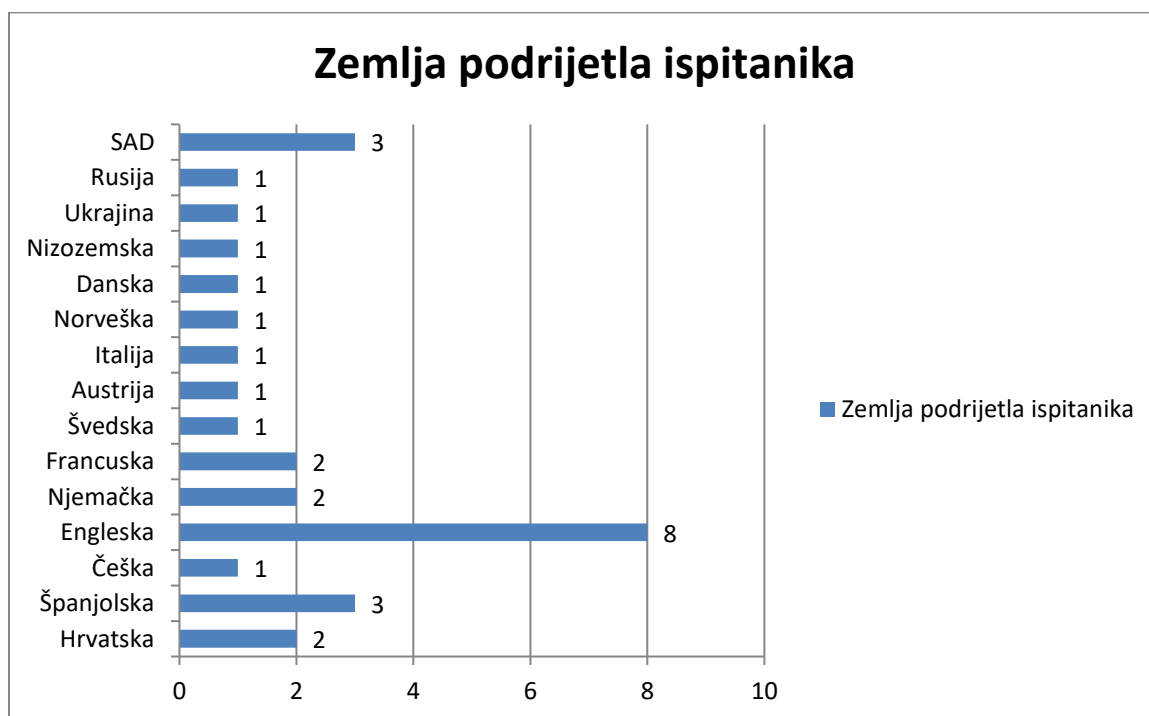
Selo Kunjaninovo na otoku Visu danas nije u funkciji kako u smislu za život lokalnog stanovništva tako i u smislu njegova korištenja u turističke svrhe. Stoga se empirijskim dijelom ovog rada ispitivao potencijal sela Kunjaninovo za njegovo pretvaranje u eko-etno selo koje bi se plasiralo kao novi turistički proizvod na tržište.

4.1. Metodologija i opis provedenog istraživanja

Istraživanje se provelo pomoću intervjua. Intervju se sastojao od 15 pitanja (Prilog 1). Pitanja u intervjuu su bila otvorenog i zatvorenog tipa. Intervju je imao osam pitanja zatvorenog tipa i sedam tvorenog tipa. Ispitanici su na pojedina pitanja zatvorenog tipa mogli ponuditi više odgovora.

Istraživanje se provodilo u ljetnim mjesecima 2020. godine. Autor rada je proveo istraživanje na otoku Visu (grad Vis), a ispitanici su bili turisti iz Hrvatske, Europe i SAD-a. U istraživanju je sudjelovalo 30 ispitanika. Slika 4.1. prikazuje zemlje podrijetla sudionika u istraživanju.

Slika 4.1. Zemlja podrijetla sudionika u istraživanju



Izvor: Izrada autora

Kao što se može vidjeti na Slici 4.1., najviše sudionika u intervjuu je iz Engleske (8 ispitanika) te slijede po tri ispitanika iz Španjolske i iz SAD-a. U intervjuu su sudjelovala dva ispitanika iz Hrvatske.

Svaki intervju trajao je od dvadeset do trideset minuta. Autor rada je snimao intervjue te ih je potom prenio u tekstualni oblik. Rezultati istraživanja u ovom poglavlju će biti prikazani grafički, tabelarno te opisno.

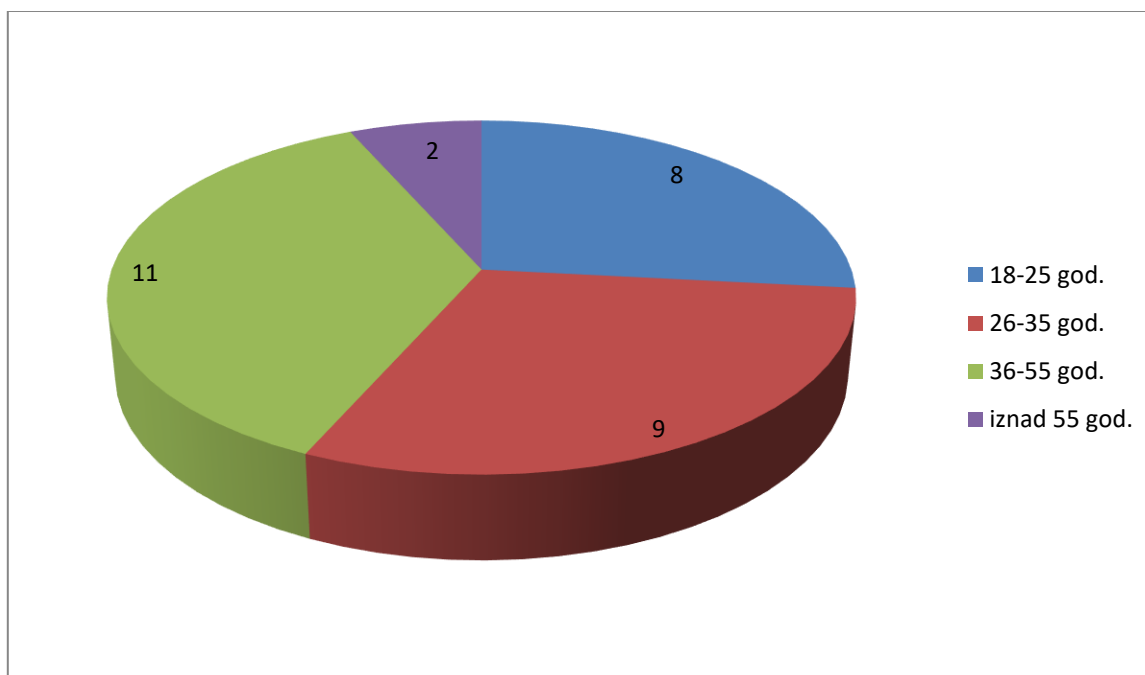
4.2. Rezultati istraživanja

Rezultati primarnog istraživanja su potvrdili spoznaje do kojih se došlo istražujući literaturu koja se bavi predmetnim područjem. Primarno istraživanje je pokazalo da postoji sve veći interes turista za boravkom u ruralnim područjima i za upoznavanjem obilježja određenog lokaliteta.

Ograničenje u provedbi primarnog istraživanja vezano je uz uzorak. Naime, u intervjuu je sudjelovalo samo 30 ispitanika.

U istraživanju su najviše sudjelovale osobe muškog spola (77% ispitanika). Dob sudionika u istraživanju je prikazana na Slici 4.2.

Slika 4.2. Dob sudionika u istraživanju

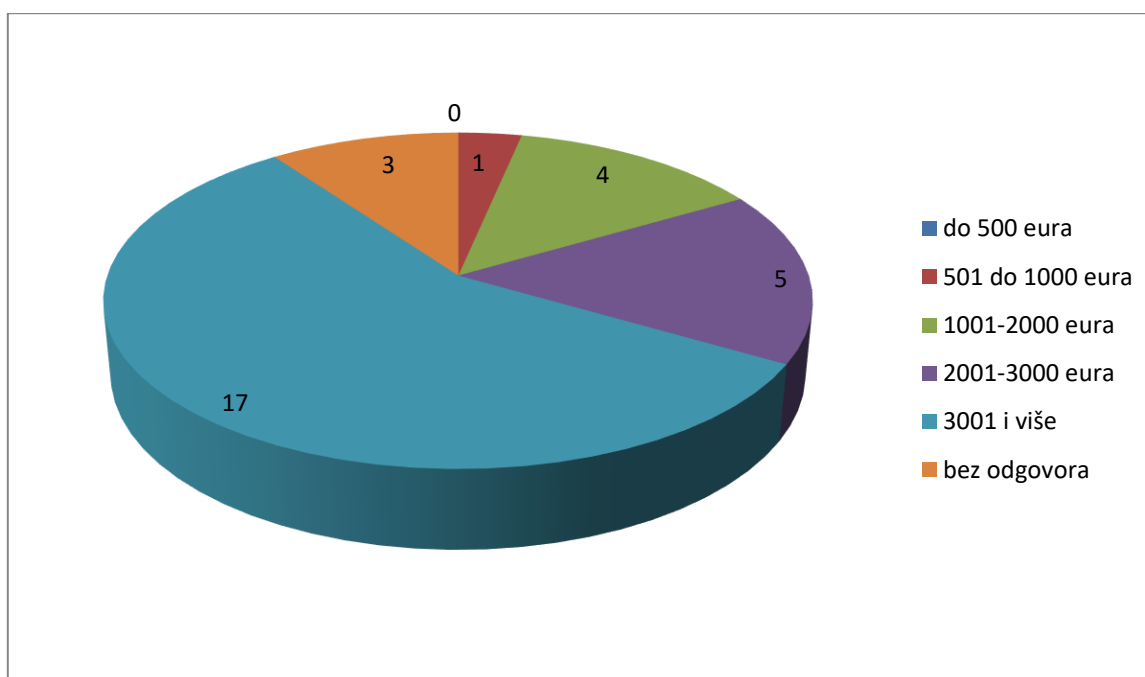


Izvor: Izrada autora

U istraživanju su najviše sudjelovale osobe starije srednje životne dobi, odnosno osobe u starosti između 36 i 55 godina (11 ispitanika). Slijedile su ih osobe u dobi između 26 i 35 godina (9 ispitanika). Istraživanju su najmanje pristupile osobe u dobi iznad 55 godina.

Slika 4.3. prikazuje podatke o prosječnim mjesečnim prihodima kućanstva sudionika u istraživanju.

Slika 4.3. Prosječni mjesečni prihodi kućanstva sudionika u istraživanju

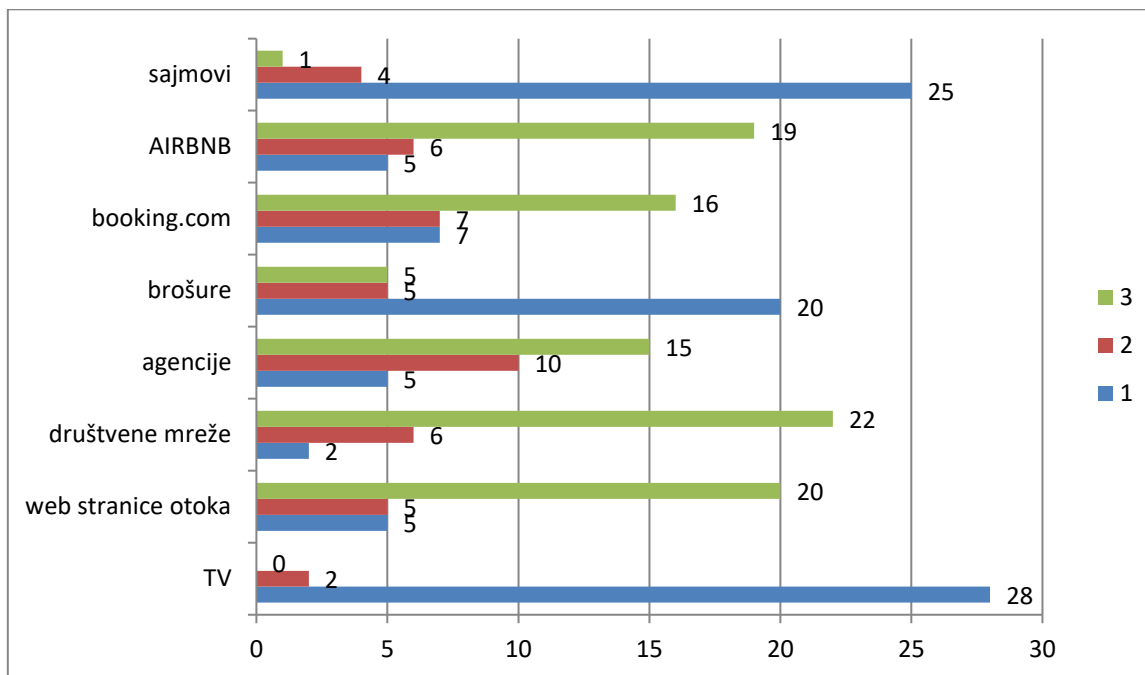


Izvor: Izrada autora

Kao što se može vidjeti na Slici 4.3., najviše sudionika u istraživanju živi u kućanstvu koje ima više od 3000 eura prosječnih mjesečnih primanja (17 ispitanika). Slijede ispitanici čija kućanstva imaju prosječne mjesečne prihode između 2001 i 3000 eura (5 ispitanika). Prosječna mjesečna primanja do 500 eura nema nijedno kućanstvo sudionika u istraživanju. Tri sudionika u istraživanju nisu dala odgovor na ovo pitanje.

Slika 4.4. prikazuje odgovore sudionika u istraživanju na pitanje koliko su zadovoljni kvalitetom i dostupnošću informacijama o otoku Visu u pojedinim medijima i kanalima distribucije (ispitanici su ocijenili kvalitetu i dostupnost informacija o otoku Visu u pojedinim medijima ocjenama od 1 do 3 gdje 1 znači loše, 2 dobro, a tri izvrsno).

Slika 4.4. Zadovoljstvo informacijama o otoku Visu u pojedinim medijima i kanalima distribucije

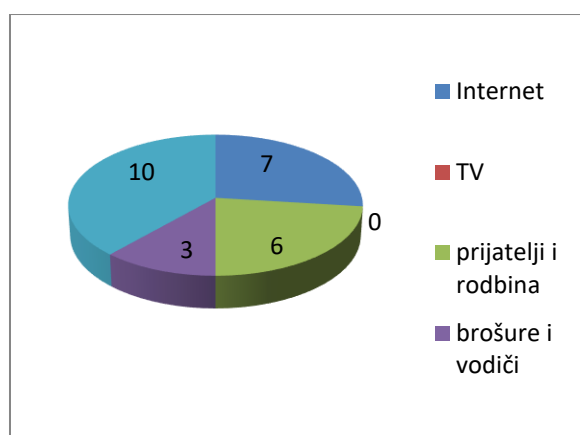


Izvor: Izrada autora

Podaci prikazani na Slici 4.4. ukazuju na to da su ispitanici dostupnošću i kvalitetom informacija o otoku Visu najmanje zadovoljni s televizijom (većina ispitanika je navela da su informacije loše – 28 ispitanika), sajmovima (loše za 25 ispitanika) te brošurama (loše za 20 ispitanika). Najviše su zadovoljni informacijama na društvenim mrežama, web stranicama otoka te na platformama booking.com i Airbnb.

Slika 4.5. prikazuje odgovore ispitanika na pitanje koji im je bio glavni izvor informacija o otoku Visu prije nego što su ga posjetili.

Slika 4.5. Glavni izvor informacija o otoku Visu prije posjete

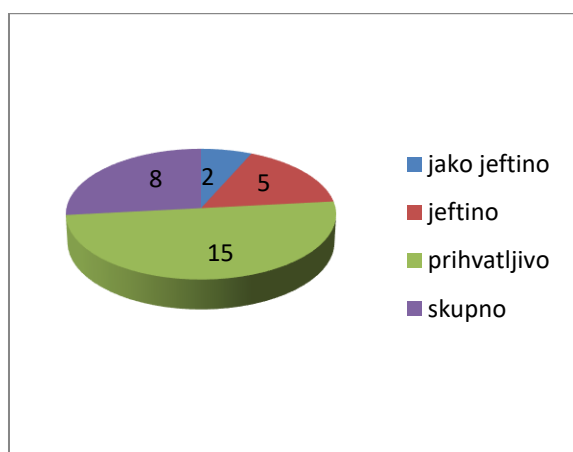


Izvor: Izrada autora

Kao što se može vidjeti na Slici 4.5. glavni izvor informacija o otoku Visu prije nego što su ga posjetili, ispitanicima je bio osobni kontakt (10 ispitanika) te Internet (7 ispitanika) i prijatelji i rodbina (6 ispitanika). Nikome od ispitanika glavni izvor informacija nije bio TV.

Slika 4.6. prikazuje ocjenu cjenovne pristupačnosti turističkih proizvoda i usluga otoka Visa od strane sudionika u istraživanju.

Slika 4.6. Cjenovna pristupačnost turističkih proizvoda i usluga na otoku Visu



Izvor: Izrada autora

Polovica ispitanika, odnosno 15 ispitanika cijene turističkih proizvoda i usluga na otoku Visu smatra prihvatljivima. Njih 8 smatra cijene turističkih proizvoda i usluga na otoku Visu skupima dok je 5 ispitanika navelo da su jeftine. Za 2 ispitanika cijene turističkih proizvoda i usluga su jako jeftine.

Tablica 4.1. prikazuje turističke atrakcije koje su prepoznali ispitanici na otoku Visu.

Tablica 4.1. Turističke atrakcije na otoku Visu

TURISTIČKA ATRAKCIJA	BROJ ISPITANIKA
Modra špilja	30
Tvrđava George King III	10
Plaža Zaglav	30
Uvala Sv. Jurja	30
Ronjenje	20
Biciklističke staze	15
Viško kulturno ljetovanje	10
Viška regata	10

TURISTIČKA ATRAKCIJA	BROJ ISPITANIKA
Viški plivački maraton	8
Utvrda grada Visa	11
Obiteljska domaćinstva	10
Glavica „Teutin svjetionik“	7
Vojne baze	7

Izvor: Izrada autora

Podaci prikazani u Tablici 4.1. ukazuju na to da velik broj ispitanika prepoznaje turističke atrakcije Visa u kontekstu najpoznatijih turističkih atrakcija otoka (Modra špilja, plaže, ronjenje i dr.). S druge strane, pojedine atrakcije su nedovoljno prepoznate od strane turista što znači da one nisu danas još uvijek dovoljno promovirane kao turističke atrakcije te da su nedovoljno razvijene kao turistički proizvod.

To se u velikoj mjeri odnosi i na ekološke segmente, odnosno na ruralni turizam. Iako pojedini turisti prepoznaju eko sela na otoku Visu, oni ne prepoznaju uključenost u pojedine aktivnosti unutar eko sela kao turističku atrakciju (primjerice, branje maslina, branje grožđa, pravljenje maslinovog ulja, sudjelovanje u ribolovu, obrada kamena, sušenje ribe i dr.). To su potencijali koje treba uključiti u eko-etno turistički proizvod.

Tablica 4.2. prikazuje odgovore sudionika u istraživanju na pitanje što, po njihovom mišljenju, nedostaje u turističkoj ponudi otoka Visa.

Tablica 4.2. Nedostaci turističke ponude otoka Visa

NEDOSTACI TURISTIČKE PONUDE OTOKA VISA
Nedostaju atrakcije gdje bi mogli kvalitetno provesti slobodno vrijeme i naučiti nešto novo
Nedostaje noćnog života, klubova i party turizma
Nedostaje aktivnosti vezane uz način života na otoku (ribolov, proizvodnja ribe, aktivnosti u maslinicima)
Nedostaje povezanosti otoka u jedinstveni turistički proizvod
Nedostaje aktivnosti u brdima
Nedostaje aktivnosti u eko selima
Nedostaje mogućnosti sudjelovanja u običajima
Vojne baze nisu pretvorene u atraktivan turistički sadržaj
Nije iskorišten potencijal Titove špilje
Nema dovoljno adrenalinskih turističkih sadržaja na vodi
Nema dovoljno adrenalinskih turističkih sadržaja u planinama

NEDOSTACI TURISTIČKE PONUDE OTOKA VISA
Špilje nisu povezane u jedinstveni turistički proizvod
Napuštena sela nisu iskorištena za ruralni turizam
Ponuda restorana nedovoljno uključuje tradicionalna jela
Tvornica ribe nije iskorištena u turističke svrhe
Stari zanati nisu iskorišteni u turističke svrhe
Kultura i kulturni običaji nisu dovoljno iskorišteni u turističke svrhe
Folklor je nedovoljno iskorišten u turističke svrhe
Nema dovoljno kvalitetnih smještajnih kapaciteta
U smještajne kapacitete nisu uključeni sadržaji, poput, jacuzzia, saune i dr.
Nakon turističke sezone otok ne nudi gotovo nikakve sadržaje
Nema sadržaja za nautičare izvan turističke sezone
Utvrde su nedovoljno uključene u turistički proizvod
Nedovoljno uključivanje kina, kazališta i muzeja u turizam
Nedovoljno uključivanje tradicionalne glazbe u turistički proizvod
Nedovoljno uključivanje arheoloških lokaliteta i muzejskih zbirki u turistički proizvod
Nedovoljno uključivanje sakralnih atrakcija te kulturnih i povijesnih atrakcija u turistički proizvod
Turistički proizvodi nisu formirani prema potrebama određene ciljane skupine, primjerice, prema potrebama aktivnog turista, turista usmjerenog na kulturu, povijest, tradiciju, turista usmjerenog na boravak u prirodi i u autohtonom ambijentu i dr.
Kulturno-povijesne cjeline nisu međusobno povezane u jedan turistički proizvod
Nedostaci turističke ponude otoka Visa su brojni i očituju se na svim razinama: ponudi smještaja, ponudi hrane, mogućnosti razgledavanja atrakcija, mogućnosti provođenja aktivnog slobodnog vremena i dr.

Izvor: Izrada autora

Kao što se može vidjeti u Tablici 4.2., ispitanici imaju brojne zamjerke vezane uz turističku ponudu otoka Visa. One se odnose na gotova sva područja. Zamjerke su vezane uz smještajne kapacitete, odnosno izostanak kvalitetnih smještaja u vidu visokokategoriziranih smještaja, ponudu lokalne gastronomije, aktivni turizam, kulturno-povijesne atrakcije, sakralne atrakcije, arheološke lokalitete, vojne lokalitete, špilje i utvrde, manifestacije, nematerijalnu kulturnu baštinu, sadržaje za mlade, sadržaje za nautičare tijekom cijele godine, eko-etno sela i aktivan odmor na selu, povezanost turističkih atrakcija u jedinstven turistički proizvod usmjeren prema određenim ciljanim skupinama i dr. Svi ti nedostaci turističke ponude otoka Visa ukazuju na to da postoji veliki potencijal u kontekstu unapređenja turističke ponude otoka.

Tablica 4.3. prikazuje najčešće odgovore ispitanika na pitanje: jeste li upoznati s terminima seoski turizam, ruralni turizam i eko-etno selo.

Tablica 4.3. Upoznatost s terminima seoski turizam, ruralni turizam i eko-etno selo

UPOZNATOST S TERMINIMA SEOSKI TURIZAM, RURALNI TURIZMA I EKO-ETNO SELO	BROJ ISPITANIKA
Upoznata sam, ali trenutno me ne zanima to, možda, kad budem starija	1
Upoznat sam i mogu reći da sam do sada posjetio Toscanu u Italiji te da sam se oduševio ponudom	1
Poznati su mi termini, no nikada do sada nisam bio u eko selu, ali bi volio posjetiti eko selo jer se tamo jede domaća hrana pripremljena po tradicionalnim receptima	1
Više puta sam bio u eko selima i to na moru, u planinama i u ravninama, baš volim, osjetiti ugođaj neke lokalne zajednice	1
Eko sela su za mene bijeg od stresne svakodnevice	4
Uvijek kada posjetim neko ruralno područje naučim nešto novo, upoznam običaje neke zajednice i osjećam se ispunjeno	2
Eko-etno selo daje poseban ugođaj kako za dušu tako i za tijelo, čitao sam puno o tome, gledao ponude na internetu, ali nikada nisam posjetio eko-etno selo	1
Svako eko selo je jedinstveno i originalno i baš volim ići na takva mjesta	1
U posljednjih nekoliko godina prednost dajem zdravom i aktivnom odmoru te često biram eko sela koja nude takvu vrstu odmora	1
Volim posjećivati eko sela te uvijek biram one s raznovrsnom ponudom, mogućnošću sudjelovanja u određenim seoskim aktivnostima i ona koja daju doživljaj života nekadašnjeg stanovništva na određenom području.	1
Upoznat sam s ovim terminima i oni kod mene izazivaju pozitivne osjećaje	2
Volim drugačije oblike odbora i destinacija tako da ne znam puno o tim terminima	2
Upoznat sam s ovim terminima jer moji roditelji često godišnji odmor provedu u eko selu	3
Mislim da se ti termini odnose na zdrav i kvalitetan odmor u selu	1
Kada je nešto eko, uvijek kod mene izazove interes	3
Poznati su mi ovi termini jer su moji roditelji od napuštenog sela napravili eko selo	1
Znam što znače	4

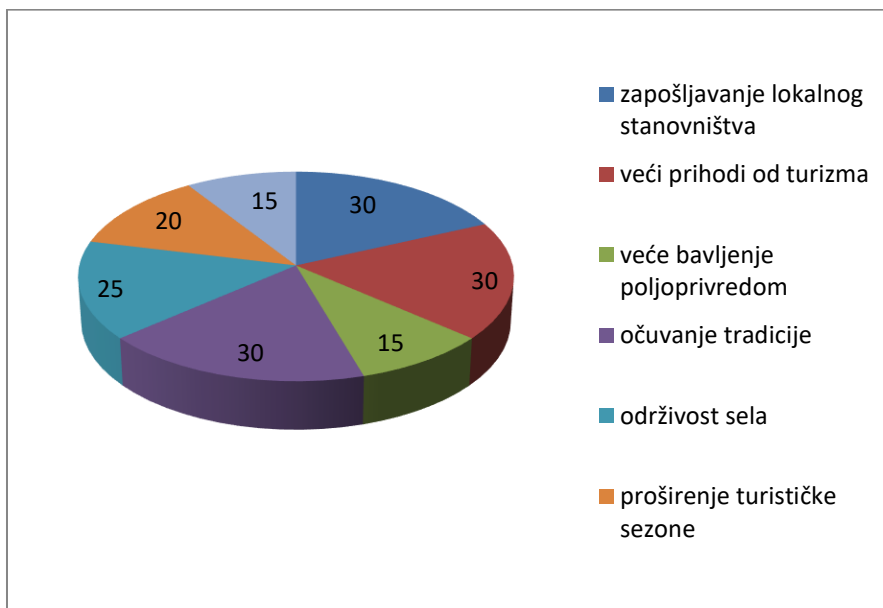
Izvor: Izrada autora

Podaci prikazani u Tablici 4.3. ukazuju na to da većina ispitanika poznaje termine seoski turizam, ruralni turizam i eko-etno selo. Također, velik broj ispitanika je boravio u takvim ambijentima te uz takve ambijente povezuje pozitivna iskustva. Tek manji broj ispitanika nije zainteresiran za ovu vrstu turističkog proizvoda, no ne isključuje mogućnost da u budućnosti ne će promijeniti mišljenje.

Više od polovice ispitanika (60%) nije zadovoljno ponudom eko-etno turističkih subjekata na otoku Visu. Ovi podaci ukazuju na to da treba na ovom području napraviti bitna poboljšanja kako bi eko-etno turizam bio privlačan turistima.

Slika 4.7.prikazuje odgovore sudionika u istraživanju na pitanje: koje koristi bi, po vašem mišljenju, veće ulaganje u seoski turizam u zaleđu otoka Visa donijelo cijeloj destinaciji? Sudionici u istraživanju su na ovo pitanje mogli ponuditi više odgovora.

Slika 4.7. Koje koristi bi veće ulaganje u seoski turizam u zaleđu otoka Visa donijelo cijeloj destinaciji?

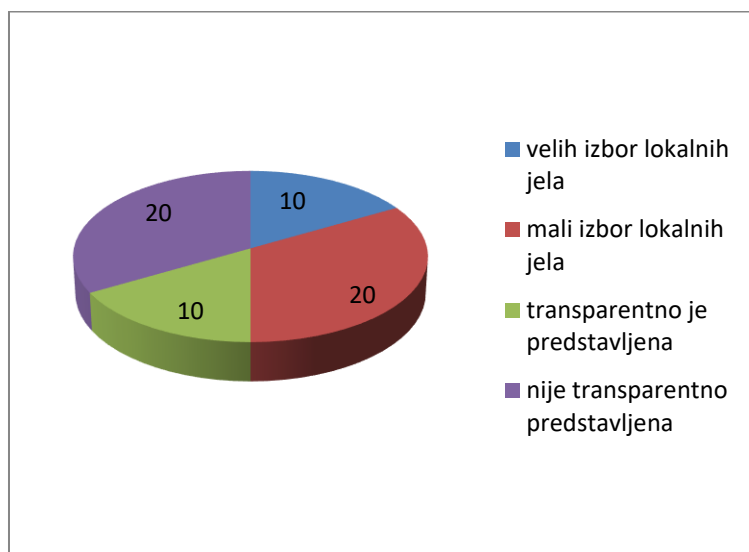


Izvor: Izrada autora

Ispitanici prepoznaju da bi cijela destinacija imala koristi od ulaganja u seoski turizam u zaleđu otoka. Svi ispitanici smatraju da bi se koristi očitovale u smislu zapošljavanja lokalnog stanovništva, većim приходima od turizma i očuvanju tradicije. Njih 20 smatra kako bi se time utjecalo na održivost sela i proširenje turističke sezone dok 15 ispitanika navodi da bi to dovelo do većeg bavljenja poljoprivredom i do bolje prepoznatljivosti na turističkom tržištu.

Slika 4.8. prikazuje stav ispitanika o lokalnoj autohtonoj gastronomskoj ponudi. Svatko od ispitanika na ovo pitanje je dao po dva odgovora. Drugi dio pitanja, a koji se odnosi na identifikaciju temeljnih nedostataka lokalne autohtone gastronomske ponude, prikazan je u tablici.

Slika 4.8. Mišljenje o lokalnoj autohtonoj gastronomskoj ponudi



Izvor: Izrada autora

Podaci prikazani u gornjem grafikonu ukazuju na to da većina ispitanika smatra kako je loš izbor lokalne autohtone gastronomije te da ona nije transparentno predstavljena turistima.

Tablica 4.4. Temeljni nedostaci lokalne autohtone gastronomske ponude na otoku Visu

NEDOSTACI LOKALNE AUTOHTONE GASTRONOMSKE PONUDE	BROJ ISPITANIKA
Lokalna hrana nije dovoljno zastupljena u restoranima	5
Tradicionalna jela se nude većinom u seoskim domaćinstvima	5
Turist treba sam istraživati gdje bi mogao pojesti nešto lokalno	2
Turist nije upoznat po čemu je neko jelo tradicionalno	2
Turist nije upoznat je li neko tradicionalno jelo pripremljeno od lokalnih namirnica	3
Otok se previše fokusira na brzu hranu	5
Lokalna hrana se može kušati samo u ljetnim mjesecima	3
Cijena lokalne hrane je previsoka	5

Izvor: Izrada autora

Podaci prikazani u Tablici 4.4. govore kako turisti nisu zadovoljni s lokalnog autohtonom gastronomskom ponudom kako na razini same ponude tako i na razini dostupnosti i cijene.

Tablica 4.5. prikazuje odgovore sudionika u istraživanju na pitanje: biste li posjetili otok Vis izvan turističke sezone – u proljeće ili jesen kada bi postojala

mogućnost sudjelovanja u tradicionalnim poljoprivrednim ili zanatskim aktivnostima (branje grožđa i izrada vina, branje maslina i izrada maslinovog ulja, aktivnosti vezane uz tradicionalne zanate).

Tablica 4.5. Interes za posjet otoku Visu na proljeće ili u jesen

INTERES ZA POSJETU OTOKU VISU IZVAN TURISTIČKE SEZONE	BROJ ISPITANIKA
Da, svakako bi	5
Da, volim putovati tijekom cijele godine	3
Da, volim upoznavati tradicijske zanate	4
Da, volim se upoznavati s načinom proizvodnje u poljoprivredi	2
Da, volim putovati u vrijeme kada nema u destinaciji puno turista	4
Da, volim naučiti nešto novo	5
Da, volio bi posjetiti otok Vis u jesen ili na proljeće	1
Bi ako bi dobio preporuku vezano uz to da se radi o kvalitetnim aktivnostima	1
Možda, kada bi postojali zanimljivi popratni sadržaji	1
Najčešće putujem samo ljeti tako da vjerojatno ne bi	1
Nisam zainteresiran za takve aktivnosti pa vjerojatno ne bi	1
Možda kada budem stariji, sada ne	1
Ne znam odgovor na ovo pitanje	1

Izvor: Izrada autora

Tablica 4.6. prikazuju odgovore na pitanja: što za vas znači zastupljenost „lokalnih ljudi, običaja i kulture“ u turističkoj ponudi otoka te smatrate li jesu li dovoljno zastupljeni, što bi željeli vidjeti u većem broju/omjeru.

Tablica 4.6. Interpretacija termina „zastupljenost lokalnih ljudi, običaja i kulture u turističkoj ponudi otoka“

ZNAČENJE ZASTUPLJENOSTI „LOKALNIH LJUDI, OBIČAJA I KULTURE“ U TURISTIČKOJ PONUDI OTOKA	BROJ ISPITANIKA
To znači da lokalno stanovništvo predstavlja sebe i svoj način života	5
To znači da gosti od lokalnog stanovništva saznaju o njihovim običajima i kulturi	5
To znači da je otok predstavljen u svojem lokalnom izdanju	5
To znači da su stanovnici otoka dio svoje tradicije i običaja	5
To podrazumijeva harmoniju i sklad između suvremenosti i prošlosti	1
To znači originalnost otoka	2
To znači prenošenje gostima ono po čemu je otok specifičan	2
To znači da su posvuda prisutni ljudi, lokalni običaji i kultura	5

Izvor: Izrada autora

Kao što se može vidjeti u Tablici 4.6., termin „zastupljenost lokalnih ljudi, običaja i kulture u turističkoj ponudi otoka“ ispitanici povezuju s prisutnošću lokalnih ljudi, običaja i kulture u predstavljanju otoka te navedeno povezuju s nečim što otok čini specifičnim, odnosno originalnim. Tablica 4.7. prikazuje stav ispitanika o tome koliko su „lokalni ljudi, običaji i kultura“ zastupljeni u turističkoj ponudi otoka Visa.

Tablica 4.7. Zastupljenost „lokalnih ljudi, običaja i kulture“ u turističkoj ponudi otoka

ZASTUPLJENOST „LOKALNIH LJUDI, OBIČAJA I KULTURE“ U TURISTIČKOJ PONUDI OTOKA	BROJ ISPITANIKA
Nisu dovoljno zastupljeni, lokalno stanovništvo nedovoljno predstavlja svoj način života, svoje običaje i kulturu	5
Nisu dovoljno zastupljeni, premalo se na otoku može saznati o kulturi i običajima te velik broj poslova rade sezonci, a ne lokalno stanovništvo koje bi moglo ispričati ono po čemu su specifični	5
Ništa od navedenog nije dovoljno zastupljeno te smatram kako bi se ljudi trebali predstaviti turistima i kako bi trebali staviti naglasak na svoju kulturu i običaje	5
Turist najbolje može upoznati neku turističku destinaciju kroz lokalne ljude, običaje i kulturu, a na otoku Visu nije na to stavljen naglasak	10
Na odmor dolazim kako bi se opustio i zabavio pa mi ne smeta što lokalni ljudi, običaji i kultura nisu dovoljno zastupljeni	5

Izvor: Izrada autora

Rezultati pokazuju da sudionici u istraživanju većinom nisu zadovoljni zastupljenošću lokalnih ljudi, običaja i kulture u turističkoj ponudi otoka Visa. Takvi rezultati ukazuju da i na ovom području postoji prostor za poboljšanje.

Nakon što je sudionicima u istraživanju predstavljen projekt Eko-etno selo Kunjaninovo, postavljeno im je pitanje: što misle je li ovaj projekt održiv te imaju li neke sugestije vezane uz projekt.

Tablica 4.8. Održivost projekta i sugestije

ODRŽIVOST PROJEKTA I SUGESTIJE	BROJ ISPITANIKA
Projekt ima budućnost ako će imati kvalitetne sadržaje te ako će dati neku dodatnu vrijednost u odnosu na konkurenciju	6
Projekt ima budućnost ako će se temeljiti na originalnosti, lokalnim proizvodima, zanimljivim aktivnostima, lokalnim običajima, lokalnoj kulturi i dr.	4
Projekt ima budućnost ako će se ponuda prilagođavati potrebama turista	5
Projekt ima budućnost ako će se naglasak stavlјati na ekološke, ekonomske i socijalne segmente	7
Projekt ima budućnost ako će gostima pružiti jedinstven doživljaj tijekom cijelog vremena boravka	8

Izvor: Izrada autora

Ispitanici u istraživanju su naveli kako ovaj projekt može biti održiv ako će se znati prilagoditi tržištu te ako će ponuditi originalne sadržaje utemeljene na lokalnim običajima i kulturi te povezane s lokalnim stanovništvom. Primarno istraživanje je pokazalo da turisti preferiraju boravak u prirodi, upoznavanje lokalne kulture i običaja, domaću hranu te aktivnosti u ruralnim sredinama. Upravo navedeni podaci ukazuju na to da eko-etno selo na otoku Visu jest projekt koji može ponuditi turistima novi doživljaj i drugačiji boravak na otoku. Ovim projektom mogu se zadovoljiti potrebe turista koje se trenutno na otoku djelomično ili uopće ne zadovoljavaju. Turisti su svjesni da ruralni turizam na otoku Visu nije dovoljno razvijen te ističu da bi im boravak na otoku bio bitno sadržajno potpuniji i zanimljiviji kada bi im se ponudili sadržaji na selu. Na temelju ovih spoznaja dobivenih primarnim istraživanjem razvit će se projekt eko-etno sela.

4.3. Rasprava

Otok Vis danas je vrlo popularna turistička destinacija. Navedena popularnost posebno je došla do izražaja u vrijeme kada, poradi pandemije COVID-19, turisti sve više biraju destinacije koje su na neki način izolirane, odnosno one u kojima ne obitava velik broj turista.

Sudionici u empirijskom istraživanju su većinom osobe srednje starije životne dobi koje imaju bitno veća prosječna primanja u domaćinstvu od onih u Hrvatskoj. To su osobe koje dolaze iz Velike Britanije, SAD-a, Španjolske, Francuske i dr. Riječ je o turistima kojima su cijene turističkih proizvoda na otoku prihvatljive te oni o otoku najviše informacija dobivaju preko interneta i usmenom predajom.

To su turisti koji veliku pažnju posvećuju originalnosti, tradiciji, kvaliteti, lokalitetima, kulturi, običajima, autohtonosti i svemu onome što jednu destinaciju razlikuje od druge. Njihove potrebe su visoko rangirane i spremni su platiti visokokvalitetan turistički sadržaj. Ovaj se rezultat podudara s rezultatima pregleda literature.

Otok Vis im je vrlo zanimljiva turistička destinacija, no oni prepoznaju brojne deficite u ovoj turističkoj destinaciji. Navedeni deficiti identificirani su na brojnim razinama, od organizacije do realizacije turističkih proizvoda, kvaliteti turističkih proizvoda i uključenosti lokalnog stanovništva u turističke proizvode.

Ispitanici navode kako otok Vis nedovoljno iskorištava svoje potencijale: prirodne, kulturne, tradicijske, arheološke, gastronomske, manifestacijske, povijesne i dr. Otok ima brojne potencijale na temelju kojih može graditi kvalitetan turistički proizvod. Međutim, današnja razina kvalitete, odnosno razvijenosti tog turističkog proizvoda nije zadovoljavajuća te su na brojnim područjima identificirane mogućnosti za napredovanje. To je samo potvrda onoga što se doznalo prethodnim proučavanjem literature.

Osim što turisti uviđaju deficite turističkog proizvoda otoka Visa, oni brojne turističke sadržaje i lokalne vrijednosti ni ne prepoznaju kao turističke atrakcije. Upravo takve proizvode treba uvrstiti u turističku ponudu. Kreiranje kvalitetnog turističkog proizvoda te njegova prepoznatljivost na turističkom tržištu bitni su da se spoji turistička ponuda i potražnja.

Jedno od područja koje je, također, prema mišljenju ispitanika nedovoljno razvijeno na otoku Visu jest i ruralni turizam. Iako ispitanici razumiju pojam ruralni, seoski, eko-etno turizam, oni smatraju da ovaj vid turizma na otoku nije na zadovoljavajućoj razini te da ne nudi dovoljno atraktivnih sadržaja i zanimljivih programa.

Istraživanje je, također, pokazalo da predmetni projekt, odnosno revitalizacija sela Kunjaninovo u eko-etno selo može biti održiva. Međutim, navedena održivost uvelike ovisi o samom pristupu projektu, načinu njegove realizacije te načinu pristupa samim turistima. Ispitanici su naveli kako bi njima takav projekt, odnosno turistički proizvod bio zanimljiv ako bi nudio kvalitetne i originalne turističke sadržaje. Stoga, je navedeno iznimno važno uzeti u obzir kako bi se projektom maksimalno približilo potrebama turista.

4.4. Zaključna razmatranja

Empirijsko istraživanje je dovelo do određenih zaključaka. Na temelju provedenog empirijskog istraživanja zaključuje se:

- Eko-turizam je danas vrlo popularan kod turista te turisti često odabiru ovaj turistički proizvod.

- Otok Vis je privlačna turistička destinacija turistima veće platežne moći koji, osim zabave, naglasak stavljaju i na odmor u osami, odnosno daleko od gužvi, buke, stresa, urbanih sredina.

- Otok Vis je privlačan selektivnim turističkim skupinama te se turistički proizvodi otoka trebaju usklađivati s potrebama i preferencijama svake identificirane selektivne skupine.

- Otok Vis ima široku paletu mogućnosti, odnosno sadržaja koje može uključiti u turistički proizvod te turistički proizvod može prilagođavati potrebama turista, odnosno može razvijati individualizirane turističke proizvode.

- Otok Vis ima kvalitetnu gastronomiju koja tek treba biti dobro predstavljena turistima i više uključena u turističku ponudu.

- Otok Vis ima kvalitetno lokalno stanovništvo koje može predstaviti lokalni način života, tradiciju, običaje, lokalne specifičnosti, lokalni identitet i sve ono što otok razlikuje od drugih turističkih destinacija.

- Otok Vis ima brojna područja koja su napuštena i u fazi propadanja, a koja mogu biti uključena u turističku priču i doprinijeti turističkoj ponudi otoka Visa.

- Otok Vis ima brojna sela koja su napuštena i zapuštena te kao takva propadaju.

- Otok Vis u tim napuštenim selima ima veliki potencijal u kontekstu eko-etno turizma.

- Jedno od takvih sela je i predmetno selo koje danas stoji napušteno te kao takvo propada.

- Predmetno selo ima veliki potencijal u smislu razvoja eko-etno sela utemeljenog na eko i etno sadržajima.

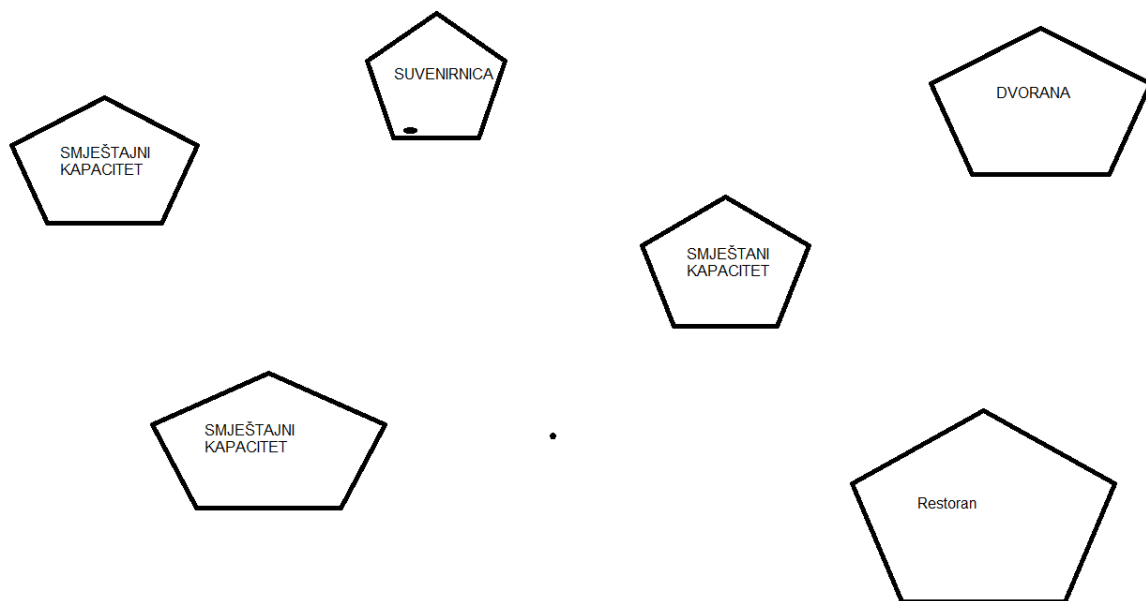
- Osim što je autor ovog rada prepoznao potencijal predmetnog eko-etno sela, navedeni potencijal su prepoznali i sudionici u empirijskom istraživanju.

- Ovaj turistički proizvod je održiv jer su rezultati primarnog istraživanja pokazali da postoji velika potražnja za turističkim sadržajima i aktivnostima u ruralnom području te da su turisti skloni upoznavati ruralna područja na određenom lokalitetu. Također, ovaj projekt je održiv i iz razloga što će turistima dati jedinstven doživljaj, a upravo je nešto što se posebno cijeni kod suvremenih turista.

5. PRIJEDLOG PROJEKTA EKO-ETNO SELA KUNJANINOVO NA VISU

Selo Kunjaninovo je smješteno u zaleđu na otoku Visu. Projekt će se odnositi na cijelo selo Kunjaninovo koje će biti pretvoreno u eko-etno selo. Selo ima tri kamene kuće te nekoliko objekata u kojima su nekoć živjele životinje. Ovim projektom će se kamene kuće pretvoriti u smještajne kapacitete dok će veći objekt u kojem su nekoć živjele životinje biti pretvoren u restoran. Manji objekti u kojima su nekoć živjele životinje će se pretvoriti u suvenirnicu te u objekt za održavanje različitih radionica, predavanja, predstava, gledanje filmova i sl. Postojećim objektima ostavit će se autohtoni vanjski izgled. Svi postojeći objekti su kameni. Prozori, vrata i krovište će se, također, obnoviti na način da se naruši tradicionalni originalni izgled objekata. U unutrašnjosti će se objekti urediti prema autohtonom dalmatinskom seoskom dizajnu unutrašnjosti prostora. Slika 5.1. prikazuje shematski prikaz razmještenosti objekata u eko-eno selu Kunjaninovo.

Slika 5.1. Shematski prikaz razmještenosti objekata u eko-etno selu Kunjaninovo



Izvor: Izrada autora

Svi postojeći objekti u selu će biti obnovljeni te će imati funkciju u eko-etno selu (Slika 5.1.).

Tablica 5.1. prikazuje podatke vezane uz objekte i njihovu opremljenost. Navedena tablica nije napravljena na temelju provedenog intervjua, već na temelju mogućnosti koje nude postojeći objekti u selu i ideje samog autora o tome koje bi objekte trebalo imati eko-etno selo.

Tablica 5.1. Objekti u selu i plan njihove opremljenosti

OBJEKT	PROSTORIJE I OPREMLJENOST
<p>Tri smještajna kapaciteta (kamene kućice) – svaki smještajni kapacitet za najviše četiri osobe</p> <p><i>Kvaliteta:</i> na razini tri zvjezdice</p>	<p>U svakom smještajnom kapacitetu nalazit će se dvije sobe i kupaonica te predsoblje. Smještajni kapaciteti će biti opremljeni: TV-om, internetom, tuš-kabinom, ručnicima, posteljinom, kuhalom za kavu.</p> <p>Smještajni kapaciteti bit će uređeni u dalmatinskom stilu. Svaka soba će imati bračni krevet ili dva kreveta za jednu osobu, ormar, stolić, dvije stolice, dva noćna ormarića i ogledalo.</p>
<p>Restoran za maksimalno 15 osoba</p> <p><i>Kvaliteta:</i> Visoka razina kvalitete</p>	<p>Restoran će se sastojati od unutrašnjeg dijela (prostor za posluživanje jela i pića, kuhinja i sanitarni čvor) i natkrivene terase. U objektu će biti dostupan Internet. Interijer i eksterijer restorana bit će uređen u dalmatinskom stilu. U sklopu restorana nalazit će se i recepcija za prijavu i odjavu gostiju.</p>
<p>Jedna suvenirnica</p> <p><i>Kvaliteta:</i> Visoka razina kvalitete</p>	<p>Suvenirnica će nuditi lokalne proizvode koje će gosti moći kupiti (vino, maslinovo ulje, svježe voće i povrće, suvenire od školjki, sušenu ribu i dr.). U sklopu suvenirnice nalazit će se i kušaonica u kojoj će gosti moći kušati određene proizvode prije nego li se odluče za kupnju. Ovaj će prostor biti uređen u dalmatinskom stilu.</p>
<p>Objekt za održavanje različitih aktivnosti</p> <p><i>Kvaliteta:</i> Visoka razina kvalitete</p>	<p>Ovaj objekt će biti sačinjen od dvorane i sanitarnog čvora. U dvorani će biti postavljen projektor, zvučnici i adekvatna rasvjeta. U objektu će biti dostupan Internet.</p>

Izvor: Izrada autora

Bitan preduvjet za realizaciju projekta jest i infrastruktura. Kod promišljanja o infrastrukturi nastojalo se maksimalno ići u smjeru održive infrastrukture. Tablica 5.2. prikazuje infrastrukturu koju će Eko-etno selo Kunjaninovo imati.

Tablica 5.2. Infrastruktura

INFRASTRUKTURA	NAČIN OPSKRBE	KVALITETA
Električna energija	Vjetroelektrana na otoku Visu	visoka
Zagrijavanje vode	Solarne panele u selu	visoka
Voda	Gradski vodovod	visoka
Put po selu (cesta)	Asfalt	visoka
Internet	Lokalna mreža	srednja
Parking mjesta	Asfalt	srednja
Navodnjavanje	Otpadne vode	visoka
Dostupnost javnog prijevoza	Autobus	niska

Izvor: Izrada autora

Ponuda u restoranu bit će isključivo bazirana na lokalnim, odnosno tradicionalnim jelima. Također, i na razini pića, maksimalno će se nastojati uvesti lokalna pića. Tablica 5.3. prikazuje ponudu jela i pića u restoranu.

Tablica 5.3. Ponuda jela i pića u restoranu

PONUĐA JELA I PIĆA U RESTORANU	PRIPREMA	KVALITETA
Lokalne juhe	Na bazi svježih i sezonski dostupnim namirnica	visoka
Lokalni sir	Od lokalnih OPG-ova	visoka
Lokalni pršut	Od lokalnih OPG-ova	visoka
Janjetina, ovčjetina, peradina	Od lokalnih OPG-ova pripremljena na tradicionalni način	visoka
Riba	Od lokalnih OPG-ova pripremljena na tradicionalni način: srdela na ražnju, slana srdela, fish paprikaš, juha od ribe i dr.	visoka
Prilozi	Od vlastitih namirnica i od lokalnih OPG-ova	visoka
Pašta fažol na bruje	Pripremljena na tradicionalni način od namirnica nabavljenih od lokalnih OPG-ova	visoka
Kulin	Pripremljen na tradicionalan način od namirnica nabavljenih od lokalnih OPG-ova	
Komiška pogača	Pripremljena na tradicionalni način od namirnica nabavljenih od lokalnih OPG-ova	visoka
Salate	Od vlastitih namirnica i od lokalnih OPG-ova	visoka
voće	Vlastito i od lokalnih OPG-ova	visoka
slastice	Pripremljene od lokalnih namirnica po tradicionalnoj recepturi	visoka
Negazirani sokovi	Pripremljeni od domaćih namirnica	visoka
Vino	Vlastito i od lokalnih OPG-ova	visoka
Rakija i likeri	Vlastito i od lokalnih OPG-ova	visoka
Ostala bezalkoholna i alkoholna pića	Kupljena u trgovačkim centrima	srednja

Izvor: Izrada autora

Bitan segment u ponudi Eko-etno sela Kunjaninovo će biti i sadržaji u kojima će turisti moći sudjelovati u dvorani. Tablica 5.4. prikazuje sadržaji koji će se kontinuirano, povremeno ili na zahtjev turista odvijati u dvorani.

Tablica 5.4. Sadržaji u dvorani

SADRŽAJI U DVORANI	OPIS	KVALITETA
Slušanje priča, legendi i zanimljivosti o selu i otoku Visu	Gosti će moći od vlasnika sela i lokalnih stanovnika slušati priče, legende i druge zanimljivosti koje su vezane uz selo, ali i cijeli otok	visoka
Gledanje video snimaka	Turisti će se moći upoznati sa svim atrakcijama i ponudom vezanom uz turiste preko video snimaka koje će za njih napraviti domaćini. Te će snimke turistima ukazati na sve specifičnosti otoka i njegove turističke ponude	visoka
Slušanje lokalnog folklor	Turisti će moći sudjelovati na koncertu od strane lokalnog folklor i klapa	visoka
Predstave	Gledanje predstava koje će izvoditi lokalni stanovnici	visoka
Film	Turisti će moći gledati hrvatske filmove s prijevodom na engleski, njemački, francuski i španjolski jezik	visoka
Predavanja	Turisti će moći sudjelovati u različitim tematskim predavanjima, primjerice, o povijesti sela i otoka, o lokalnoj tradiciji, lokalnim običajima. Navedena predavanja će održavati lokalno stanovništvo	visoka
Izložbe	U ovom prostoru će se povremeno postavljati izložbe vezane uz lokalni način života, tradicijske zanate, narodne običaje i dr.	visoka
Radionice	Turisti će povremeno moći sudjelovati u različitim tematskim radionicama vezanima uz lokalni način proizvodnje, gradnje, obrade materijala i dr.	visoka
Tematski dani	Za vrijeme tematskih dana predstavljat će se značajne osobe iz otočke prošlosti, značajni gospodarski aspekti otoka, vojna povijest otoka i dr.	visoka

Izvor: Izrada autora

Osim što će turisti moći sudjelovati u brojnim događanjima u dvorani, oni će moći sudjelovati i u drugim različitim aktivnostima u selu. Navedene aktivnosti su prikazane u Tablici 5.5.

Tablica 5.4. Druge aktivnosti u Eko-etno selu Kunjaninovo

DRUGE AKTIVNOSTI U EKO-ETNO SELU	OPIS	KVALITETA
Sudjelovanje u branju maslina, grožđa i drugog voća i povrća	Turisti će se moći sami okušati u branju voća i povrća posađenog u selu i njegovoj okolini	visoka
Prerada voća i povrća	Turisti će se moći okušati i u izradi vina, maslinovog ulja, likera, rakija i sokova od lokalnih namirnica	visoka
Sušenje srdele	Turisti će se moći sudjelovati i u preradi srdela, odnosno u sušenju srdela	visoka
Tradicionalni zanati	Turisti će se moći okušati i u tradicionalnoj obradi kamena, drveta i drugih materijala dostupnih na otoku	visoka

Izvor: Izrada autora

Osim što će se turistima nuditi sadržaji u eko-etno selu, također, turistima će biti predstavljeni i turistički sadržaji na otoku i okolnim otocima te će im se ponuditi mogućnost organizacije obilaska navedenih sadržaja, mogućnost organizacije sudjelovanja u pojedinim aktivnostima te mogućnost prilagodbe pojedinih aktivnosti njihovim individualnim potrebama. Tablica 5.6. prikazuje sadržaje i aktivnosti koje će turistima biti na raspolaganju izvan eko-etno sela.

Tablica 5.6. Aktivnosti i sadržaji izvan eko-etno sela

AKTIVNOSTI IZVAN SELA	OPIS	KVALITETA
Organizacija obilaska okolnih otoka	Turistima će se ponuditi mogućnost organizacije posjeta okolnim otocima uz stručnog vodiča	visoka
Organizacija obilaska kulturnih, arheoloških, sakralnih i povijesnih znamenitosti	Na temelju individualnih želja turista organizirat će se takva razgledavanja uz pratnju stručnog vodiča	visoka
Organizacija razgledavanja vojnih objekata	Navedeno razgledavanje će uključivati i stručnog vodiča	visoka
Posjet tvornici ribe	Organizacija posjeta tvornici i edukacija o načinu prerade ribe	visoka
Organizacija odlaska u ribolovu	Turistima će se nuditi mogućnost da sudjeluju u ribolovu koji se izvodi na tradicionalan način	visoka
Planinarenje	Turisti će moći planinariti po otočnim brežuljcima uz stručnu pratnju	visoka
Škola ronjenja	Na zahtjev turista organizirat će se za njih škola ronjenja	visoka
Adrenalinske vožnje	Na zahtjev turista, po makaradnim terenima organizirat će se adrenalinske vožnje	visoka

Izvor: Izrada autora

Rezultat ovog projekta bit će turistički proizvod koji će turistima biti na raspolaganju tijekom proljeća, ljeta i jeseni što znači da ovaj turistički proizvod ne će biti vezan isključivo uz ljetnu turističku sezonu. Naglasak će se staviti na individualne potrebe turista, njihove preferencije, životni stil i sugestije koje će iznijeti.

Projekt će se financirati iz fondova Europske unije. Daljnji razvoj projekta, odnosno proširenje ponude financirati će se od ostvarene dobiti, a uključivat će proširenje zasada maslima, vinove loze i voćaka te vlastiti uzgoj životinja. Također, uključit će i mini zoološki vrt u kojem će se nalaziti životinje koje obitavaju na otoku.

6. ZAKLJUČAK

Diplomski rad na temu revitalizacije i razvoja Eko-etno sela Kunjaninovo prema principima održivog turizma pokušao se dotaknuti problema oskudne turističke ponude otoka Visa s obzirom na njegov turistički potencijal, te se usmjerio na nedostatak turističke ponude u ruralnom području na otoku Visu i mogućnost njezina poboljšanja.

Prvi cilj ovog rada je bio predstaviti značajke ruralnog turizma te utvrditi na koji način i koliko učinkovito se koriste potencijali za razvoj ruralnog turizma na otoku Visu. Uz ovaj cilj vezano je prvo istraživačko pitanje (*IP1: Koje su značajke ruralnog turizma te na koji načini koliko učinkovito se koriste postojeći potencijali na otoku Visu za razvoj ruralnog turizma?*). Odgovor na ovo istraživačko pitanje je predstavljen u drugom poglavlju ovog rada.

Drugi cilj rada je bio utvrditi postoji li nesrazmjer između turističke ponude i potražnje na otoku Visu te ima li potencijala i inicijativa lokalne zajednice za razvoj ruralnog turizma, a pokušalo ga se postići pomoću drugog istraživačkog pitanja (*IP2: U kojoj mjeri je turistička ponuda na otoku Visu prilagođena turističkoj potražnji, odnosno potrebama i željama današnjih turista te koje aktivnosti provodi lokalna zajednica u cilju razvoja ruralnih područja?*). Na ovo istraživačko pitanje odgovarano je u drugom poglavlju ovog rada. Turistička ponuda na otoku Visu nedovoljno je prilagođena turističkoj potražnji, odnosno nedovoljno je usklađena s potrebama i željama današnjih turista. To se ponajviše odnosi na razvoj ruralnih područja za turističke potrebe. Lokalna zajednica nedovoljno je motivirana za pokretanje projekata vezanih uz ruralni turizam.

Vezano za prva dva cilja, rezultati istraživanja su, dakle, pokazali da na otoku Visu ruralni turizam uključuje tek jedno selo u kojem se nudi usluga smještaja i nekoliko seoskih domaćinstava u kojima se poslužuje hrana i piće, odnosno koja su pretvorena u restorane. To ukazuje na činjenicu da je razvijenost ruralnog turizma na otoku Visu vrlo skromna i da se postojeći potencijali nedostatno koriste, a što potvrđuje i činjenica da otok ima desetak napuštenih sela koja u ovom trenutku nisu ni na koji način uključena u ruralni turizam.

Treći cilj je bio provesti istraživanje među posjetiteljima otoka Visa u cilju utvrđivanja zadovoljstva ponudom ruralnog turizma i dobivanja novih prijedloga

njegovog razvoja. Uz ovaj cilj se veže treće istraživačko pitanje (*IP3: U kojoj su mjeri posjetitelji otoka Visa zadovoljni ponudom ruralnog turizma te imaju li prijedloge za njegov razvoj?*), na koje se pokušalo odgovoriti u četvrtom poglavlju ovog rada. Naime, posjetitelji otoka Visa skloni su posjećivati ruralna područja na otoku. Međutim, ponudom ruralnog turizma nisu zadovoljni. Oni smatraju da se potencijali ruralnog područja nedovoljno koriste u turističke svrhe (lokalna kultura, običaji, hrana, način života, stari zanati, uključenost u poljoprivredne radove, folklor i dr.) te da ruralni turizam treba uključivati identitet lokaliteta kako bi se formirao originalan turistički proizvod.

Nadalje, četvrti cilj je bio analizirati primjere dobre prakse na Mediteranu te postojeće i očekivane turističke trendove u cilju procjene održivosti projekta Eko-etno sela Kunjaninovo. Osim proučene literature (drugo poglavlje rada), na temelju koje se stekao uvid u iskustva francuskog, talijanskog, portugalskog i slovenskog ruralnog turizma, četvrto istraživačko pitanje (*IP4: Koje trendove prate najuspješniji primjeri projekata ruralnog turizma na Mediteranu, poput, Eko-etno sela Kunjaninovo, te jesu li održivi?*) doprinijelo je dobivanju mogućnosti učenja iz odabranih primjera dobre prakse iz francuskog, talijanskog i hrvatskog ruralnog turizma, što je predstavljeno u trećem poglavlju ovog rada. Najuspješniji primjeri projekata ruralnog turizma na Mediteranu oslanjaju se na lokalne vrijednosti, lokalnu kulturu, običaje, način života, lokalnu hranu i piće te sadržaje koji turistima mogu dati dodatnu vrijednost, primjerice, uključivanje turista u poljoprivrednu proizvodnju, edukacija o načinu proizvodnje, različite radionice vezane uz lokalitet, aktivnosti na selu i dr.

Peti cilj ovog rada je bio razraditi optimalni razvojni plan za održivi projekt Eko-etno sela Kunjaninovo. Odgovori na peto istraživačko pitanje, vezano uz ovaj cilj (*IP5: Koje sve aktivnosti treba provesti da bi se pokrenuo održivi razvojni projekt Eko-etno sela Kunjaninovo?*) doprinijeli su izradi prijedloga projekta Eko-etno sela Kunjaninovo, koji je predstavljen u petom poglavlju ovog rada. Da bi se pokrenuo održivi razvoj projekta Eko-etno sela Kunjaninovo, potrebno je osmisliti originalnu priču, istražiti potražnju na tržištu, napraviti kalkulaciju isplativosti ulaganja te osigurati financijska sredstva koja će se investirati u projekt.

Ograničenje u ovom istraživanju je bilo što je u primarnom istraživanju sudjelovao mali uzorak ispitanika. Međutim, dobiveni rezultati mogu poslužiti primjeni u praksi, ali i kao polazište za daljnja istraživanja vezana uz ruralni turizam na otoku

Visu i u Dalmaciji općenito. Za bolje razumijevanje razloga poradi kojih ruralni turizam na otoku Visu nije razvijen na zadovoljavajući način, potrebno je istražiti i stav lokalnog stanovništva o ovoj problematici.

Osobni doprinos autora očituje se u empirijskom dijelu rada, odnosno u prikazu mišljenja turista o ruralnom turizmu na otoku Visu te u prijedlogu projekta eko-etno sela.

LITERATURA

Knjige

1. Cifrić, I. (2012). *Leksikon socijalne ekologije*. Zagreb: Školska knjiga.
2. Demonja, D. i Ružić, P. (2010). *Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima*. Zagreb: Meridijani Samobor.

Članci:

1. Bokan, N. (2016). Ekosela: subpolitični odgovor na neodrživost. *Sociologija i prostor*, 54(1), 45-70
2. Bolfek, B., Jakičić, D. i Lončarić, B. (2014). Utjecaj marketinga na razvoj turističkog brenda Slavonije i Baranje. *Ekonomska misao i praksa*, 1(1), 247-276.
3. Čiča, Z. i Mlinar, A. (2010). Etno-sela između očuvanja identiteta i poduzetničkog trenda. *Etnološka tribina*, 40(33), 117-128.
4. Demonja, D. (2014). The Overview and Analysis of the State of Rural Tourism in Croatia. *Sociologija i prostor*, 52(1), 69-90
5. Duarte, P. (2010). Evaluation of rural tourism in Portugal. *eRTR*, 8(3), 41-55.
6. Grgić, I. i sur. (2017). Could rural tourism revitalize rural areas in Croatia?. *Agroeconomia Croatica*, 7(11), 98-108.
7. Jelinčić, D.A. (2007). Agroturizam u europskom kontekstu. *Studia ethnologica Croatica*, 19(1), 269-289.
8. Madžar, I. i Madžar, D. (2016). Analiza elemenata i preporuke za unaprjeđenje seoskog turizma na području Hercegovine. *Ekonomska misao i praksa*, (1), 159-176.
9. Maroto, J. C., Voth, A. i Pinos, A. (2020). The Importance of Tourism in Rural Development in Spain and Germany u: *Neoendogenous Development in European Rural Areas*. Granada: University of Granada, 181-205.
10. Mesarić-Žabčić, R. (2008). Rural tourism and enterprises: the example of Međimurje County. *Acta turistica nova*, 2(2), 181-204.

11. Pavlin, M. i Koščak, M. (2018). Inovativni pristup u razvoju ruralnog turizma – primjer jugoistočne Slovenije. *4. međunarodni kongres o ruralnom turizmu. Zbornik radova*. 183-193.
12. Radnić, A. i sur. (2011). Analiza ruralnog turizma u Europskoj uniji i Hrvatskoj, u: *The 5th International Scientific Conference "Entrepreneurship and Macroeconomic Management: Reflections on the World in Turmoil"*, Pula: Sveučilište u Puli, 1593-1621.
13. Silva, L. (2006). O Turismo em Espaço Rural: Um Estudo da Oferta e dos Promotores. *CIES*, 1(2), 2-29.
14. Svržnjak, K. i sur. (2017). Obilježja ponude ruralnog turizma dalmatinskih turističkih regija. *Agroconomia Croatia*, 7(1), 117-125.
15. Tepšić, Ž. (2008). Eko-destinacija Mediterana: od teorije do prakse. *Acta turistica nova*, 2(2), 235-247.

Internetski izvori:

1. About-France.com, The Best of Rural France. Preuzeto s: <https://about-france.com/tourism/rural-france.htm> (20.9. 2020.)
2. Adriatic.hr. Preuzeto s: <https://www.adriatic.hr/hr/blog/4-razloga-za-posjetiti-otok-vis/383>(11.11.2020.)
3. Agropod, Seoski turizam u Sloveniji – specijalizacija. Preuzeto s: <https://www.agropod.rs/seoski-turizam/seoski-turizam-u-sloveniji-specijalizacija-domacinstava/> (21.9.2020.)
4. Dragodid. Preuzeto s: <http://www.dragodid.org/selo-dragodid/> (17.12.2020.)
5. Granara.org. Preuzeto s: <https://www.granara.org/en/village> (4.11.2020.)
6. Iberia Nature. Preuzeto s: http://www.iberianature.com/rural_tourism/rural_tourism_central_spain.htm (14.12.2020.)
7. Komoot.com. Preuzeto s: <https://www.komoot.com/guide/1269348/attractions-around-le-cannet-des-maures> (2.11.2020.)

8. Kupnja.hr. Preuzeto s: <https://kupnja.hr/eko-selo-kotli-kotli-istra-hrvatska-1114-hrk-2x-nocenje-u-kucicama-2-3-4-ili-8-za-5-osoba-32-koristenje-bazena-i-lezaljki/> (8.11.2020.)
9. Matjaževa-domačija. Preuzeto s: <https://www.matjazeva-domacija.si/programi-za-skupine.html>(15.12.2020.)
10. Megabon.eu. Preuzeto s: <https://www.megabon.eu/hr/ponuda/hrvatska/kotli-istra/drugaciji-odmor-eko-selo-kotli-16433/photo/15> (8.11.2020.)
11. Portugal Farm experience. Preuzeto s: <https://www.portugalfarmexperience.com/rural-tourism/> (14.12.2020.)
12. Prevence-alpes-cotedazur.com. Preuzeto s: <https://provence-alpes-cotedazur.com/en/get-inspired/towns/var/le-cannet-des-maures/> (2.11.2020.)
13. Punkufer. Preuzeto s: <https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/putovanja/letovanje-u-istri-uz-top-4-super-ponude---612232.html> (7.11.2020.)
14. Rural-koncept, Seoski turizam Lika i Gorski Kotor. Preuzeto s: <http://www.rural-koncept.hr/hr/destinacije/kvarner/lik-a-i-gorski-kotar/> (22.9.2020.)
15. Toulon.org. Preuzeto s: <http://toulon.org/tourisme/le-cannet-des-maures.htm> (1.11.2020.)
16. Vaquero Pineiro, M., Salvo, P. i Giommi, F. (2019). Rural Tourism and Territorial Development in Italy. Preuzeto s: <https://www.intechopen.com/books/sustainability-assessment-at-the-21st-century/rural-tourism-and-territorial-development-in-italy> (20.9.2020.)

Ostali izvori

1. Dragičević, M., Lisjak, S., Villi, M., Kasum, Z., Bogunović, B. i Devčić, S. (2009). *Plan razvoja ekološkog i ruralnog turizma: Područje otok Vis*. Project COAST. Preuzeto s: <https://www.yumpu.com/xx/document/read/50227091/plan-razvoja-ekoloskog-i-ruralnog-turizma-podruaje-undp-croatia> (21.9.2020)

2. Narodne novine (2008). *Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu*. NN 5/08. Preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_01_5_112.html (20.10.2020.)
3. Narodne novine (2020). *Zakon o pružanju usluga u turizmu*. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/343/Zakon-o-pru%C5%BEanju-usluga-u-turizmu> (20. 10. 2020.)
4. Narodne novine (2020). *Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti*. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/151/Zakon-o-ugostiteljskoj-djelatnosti> (20.10. 2020.)
5. Šarić, M. (2016). *Obilježja ponude seoskog turizma u Dalmaciji*. Završni rad. Križevci: Visoko gospodarsko učilište u Križevcima.

POPIS TABLICA I SLIKA

Popis tablica

Tablica 2.1. Ključni elementi seoskog turizma	7
Tablica 2.2. Specifičnosti seoskog turizma naspram gradskoga i odmorišnog turizma	8
Tablica 2.3. Usporedba prirodne i kulturne baštine Dalmatinskih regija	18
Tablica 2.4. SWOT analiza destinacije otok Vis	25
Tablica 2.5. Ključne strateške prednosti i barijere destinacije otok Vis	26
Tablica 2.6. Turističke aktivnosti na ruralnom području	26
Tablica 2.7. Ključni elementi seoskog turizma	27
Tablica 4.1. Turističke atrakcije na otoku Visu	42
Tablica 4.2. Nedostaci turističke ponude otoka Visa	43
Tablica 4.3. Upoznatost s terminima seoski turizam, ruralni turizam i eko-etno selo	45
Tablica 4.4. Temeljni nedostaci lokalne autohtone gastronomske ponude na otoku Visu	47
Tablica 4.5. Interes za posjet otoku Visu na proljeće ili u jesen	48
Tablica 4.6. Interpretacija termina „zastupljenost lokalnih ljudi, običaja i kulture u turističkoj ponudi otoka“	48
Tablica 4.7. Zastupljenost „lokalnih ljudi, običaja i kulture“ u turističkoj ponudi otoka	49
Tablica 5.1. Održivost projekta i sugestije	49
Tablica 5.2. Objekti u selu i plan njihove opremljenosti	54
Tablica 5.3. Infrastruktura	55
Tablica 5.4. Ponuda jela i pića u restoranu	55
Tablica 5.5. Sadržaji u dvorani	56
Tablica 5.6. Druge aktivnosti u Eko-etno selu Kunjaninovo	57
Tablica 5.7. Aktivnosti i sadržaji izvan eko-etno sela	57

Popis slika

Slika 2.1. Ruralni turizam u Španjolskoj	10
Slika 2.2. Ruralni turizam i organska poljoprivredna proizvodnja u Portugalu	11
Slika 2.3. Vinske ceste u Italiji	12
Slika 2.4. Matjaževo domaćinstvo	14
Slika 2.5. Ruralna turistička područja Slavonije i Baranje	16
Slika 2.6. Otok Vis	20
Slika 2.7. Napušteno selo Dragodid	24
Slika 3.1. Le Cannet-des-Maures	30
Slika 3.2. Moulin du Roch	31
Slika 3.3. Granara Ecovillage	32
Slika 3.4. Smještajni kapaciteti u eko selu Kolti	34
Slika 4.1.. Zemlja podrijetla sudionika u istraživanju	38
Slika 4.2. Dob sudionika u istraživanju	39
Slika 4.3. Prosječni mjesečni prihodi kućanstva sudionika u istraživanju	40
Slika 4.4. Zadovoljstvo informacijama o otoku Visu u pojedinim medijima i kanalima distribucije.....	41
Slika 4.5. Glavni izvor informacija o otoku Visu prije posjete	41
Slika 4.6. Cjenovna pristupačnost turističkih proizvoda i usluga na otoku Visu	42
Slika 3.7. Koje koristi bi veće ulaganje u seoski turizam u zaleđu otoka Visa donijelo cijeloj destinaciji?	46
Slika 4.8. Mišljenje o lokalnoj autohtonoj gastronomskoj ponudi	47
Slika 5.1. Shematski prikaz razmještenosti objekata u eko-etno selu Kunjaninovo ..	53

PRILOZI

PRILOG 1: Podsjetnik - pitanja za intervju

1. Spol (autor sam odgovorio na pitanje)
 - a) M
 - b) Ž

2. Dob
 - a) 18-25
 - b) 26-35
 - c) 36-55
 - d) iznad 55

3. Prosječni mjesečni prihod je vašeg kućanstva je:
 - a) do 500 eura
 - b) 501-1000 eura
 - c) 1001-2000 eura
 - d) 2001- 3000 eura
 - e) 3000 i više
 - f) ne želim odgovori na ovo pitanje

4. Koliko ste zadovoljni kvalitetom i dostupnošću informacija o otoku Visu (1- loše, 2. dobro, 3 – izvrsno) u pojedinim medijima
 - a) TV
 - b) agencije
 - c) web stranice otoka
 - d) društvene mreže
 - e) brošure
 - f) sajmovi
 - g) booking.com
 - h) Airbnb

5. Koji vam je bio glavni izvor informacija o otoku Visu prije nego ste ga posjetili.
 - a) Internet
 - b) TV
 - c) prijatelji i rodbina

- d) brošure i vodiči
 - e) osobni kontakt
6. Ocijenite cjenovnu pristupačnost turističkih proizvoda i usluga otoka Visa
- a) jako
 - b) jeftino
 - c) jeftino
 - d) prihvatljivo
 - e) skupo
7. Koje turističke atrakcije na Visu poznajete? Što, po Vašem mišljenju, nedostaje u turističkoj ponudi otoka Visa?
8. Jeste li upoznati s terminima *Seoski turizam*, *Ruralni turizam* i *Eko-etno selo*?
9. Jeste li zadovoljni ponudom eko-etno turističkih subjekata na otoku Visu?
- a) da
 - b) ne
10. Koje koristi bi, po Vašem mišljenju, veće ulaganje u seoski turizam u zaleđu otoka Visa donijelo cijeloj destinaciji?
- a) zapošljavanje lokalnog stanovništva
 - b) veći prihodi od turizma
 - c) veće bavljenje poljoprivredom
 - d) očuvanje tradicije
 - e) održivost sela
 - f) proširenje turističke sezone
 - g) bolja prepoznatljivost na tržištu
11. Vaše mišljenje o lokalnoj autohtonoj gastronomskoj ponudi:
- a) velik izbor lokalnih jela
 - b) mali izbor lokalnih jela
 - c) transparentno predstavljanje
 - d) nije transparentno predstavljanje
- Te - koji su njezini temeljni nedostaci?
12. Biste li posjetili otok Vis izvan turističke sezone – u proljeće ili jesen kada bi postojala mogućnost sudjelovanja u tradicionalnim poljoprivrednim ili zanatskim

aktivnostima (branje grožđa i izrada vina, branje maslina i izrada maslinovog ulja, aktivnosti vezane uz tradicionalne zanate)?

13. Što za vas znači *zastupljenost „lokalnih ljudi, običaja i kulture“ u turističkoj ponudi otoka* te smatrate li da su dovoljno zastupljeni? Što biste željeli vidjeti u većem broju/omjeru?

14. Što mislite, je li ovaj projekt održiv te imate li neke sugestije vezane uz projekt?

ŽIVOTOPIS

IME I PREZIME: Nikola Baržić

DATUM ROĐENJA 16. 04. 1993.

OBRAZOVANJE:

- Hotelijersko turistički tehničar
Srednja Hotelijersko turistička škola Split, Split
2013 – završena s vrlo dobrim uspjehom.
- Stručni prvostupnik ekonomije
Ekonomski fakultet, Split
2016 - završen smjer Turističko poslovanje

CERTIFIKATI

- Certifikat za turističkog vodiča
- Certifikat za voditelja poslovnice
- Engleski jezik - napredna razina
- Talijanski jezik - osnovna razina
- Internet marketing - Google Ads i Social media
- Profesionalno poznavanje Airbnb i Booking.com

RADNO ISKUSTVO

- Recepcionar i *concierge*, Hotel Vestibul Palace – Split (6/2015 – 9/2015)
(rad na recepciji, *check in/check out*, rezerviranje izleta i restorana, pomoć oko prtljage i upita, vođenje rezervacija i rad na portalu booking.com, organizacija transfera i vodiča.
- Djelatnik u agenciji, Vis Special - Otok Vis (6/2016 – 9/2016)
(prodaja izleta, najam bicikala, skutera, automobila i plovila, vođenje luksuznih vila, posredovanje u prodaji smještaja i drugih usluga, izrada plakata i *flyera* za agenciju)

POSEBNA ZNANJA I VJEŠTINE

B kategorija vozačke dozvole