

# Razvoj ruralnog turizma kontinentalnog dijela Zadarske županije

---

**Drlja, Mirjam**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2023**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:212943>

*Rights / Prava:* [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-24**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



**SVEUČILIŠTE U RIJECI**

**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

**Diplomski sveučilišni studij**

Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu

Smjer: Menadžment u turizmu

**MIRJAM DRLJA**

**Razvoj ruralnog turizma kontinentalnog dijela Zadarske županije**

**Development of rural tourism in the continental part of Zadar County**

Diplomski rad

Opatija, 2023.

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**

**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

**Diplomski sveučilišni studij**

Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu

Studijski smjer: Menadžment u turizmu

**Razvoj ruralnog turizma kontinentalnog dijela Zadarske županije**

**Development of rural tourism in the continental part of Zadar County**

Diplomski rad

Kolegij: **Turističko planiranje i razvoj**

Mentorica: **prof. dr. sc. Dora Smolčić  
Jurdana**

Studentica: **Mirjam Drlja**

Matični broj studentice: **ds3729**

Opatija, svibanj 2023.



SVEUČILIŠTE U RIJECI  
FAKULTET ZA MENADŽMENT  
U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU  
OPATIJA, HRVATSKA

## IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI RADA

**Ime i prezime studenta:** Mirjam Drlja

**Matični broj:** 1219058328/3729

Izjavljujem da sam diplomski rad pod naslovom

**RAZVOJ RURALNOG TURIZMA KONTINENTALNOG DIJELA ZADARSKE  
ŽUPANIJE**

(Naslov rada)

izradila samostalno te sam suglasna o javnoj objavi rada u elektroničkom obliku.

Svi dijelovi diplomskog rada, segmenti ili definicije koje su citirane u radu ili se zasnivaju na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, Internet izvori, zakoni, znanstveni ili stručni radovi i članci i sl. su u radu jasno označeni kao takvi, te su adekvatno navedeni u popisu literature.

U Opatiji, \_\_\_\_\_ 25.06.2023. \_\_\_\_\_

Mirjam Drlja

Potpis studentice

## Sažetak

Kontinentalni dio Zadarske županije karakterizira dobar geografski položaj i prometna povezanost, bogatstvo prirodnih i kulturnih atrakcija, te dobar odnos kvalitete i cijene koja predstavlja osnovu turističke ponude. Iznimno je važno postaviti viziju kao sliku budućeg željenog stanja županije i ciljeve kojima će se nastojati ostvariti viziju kojoj je cilj poboljšanje i poticanje održivog razvoja ponude koja bi posjetiteljima bila na raspolaganju tijekom cijele godine. U radu su navedeni ciljevi za buduća razdoblja koja se nastoje ostvariti kako bi se upravljalo razvojem ruralnih područja. Pomoću njih se nastoji više integrirati lokalno stanovništvo i poticati njihovu educiranost kako bi se spriječile migracije stanovništva, te kako bi se uključilo selektivne oblike turizma i djelatnosti unutar ruralnog turizma za poboljšanje gospodarstva kontinentalnog dijela Županije. Zadarskim ruralnim područjima za poboljšanje turizma općenito primarni ciljevi trebaju biti turistička i prometna infrastruktura, jačanje kvalitete smještajnog kapaciteta, te upravljanje sustavima zaštite okoliša, resursa i potencijala za razvoj turizma. U samom istraživanju lokalno stanovništvo navodi kako je ponudu ruralnih područja potrebno inovirati raznim oblicima turizma koji se mogu razvijati na ruralnim područjima ili su već zastupljeni, ali nisu u potpunosti iskorišteni poput kulturnog turizma, agroturizma, ciklo turizma, lovnog i ribolovnog turizma, te zdravstvenog turizma. Uz upotrebu financijskih sredstava županije, države i Europske unije, te uz uporabu marketinških aktivnosti i bogatije turističke ponude ruralna područja kontinentalnog dijela Zadarske županije mogu ostvariti značajan razvoj i uspjeh ruralnog turizma koji bi bio značajan za gospodarstvo, ali i za lokalno stanovništvo Županije.

**Ključne riječi:** razvoj turizma; ruralni turizam; ruralno područje; lokalno stanovništvo; Zadarska županija;

# SADRŽAJ

<b>UVOD</b> .....	1
<b>1. OBILJEŽJA RURALNOG TURIZMA</b> .....	3
<b>2. RURALNI TURIZAM KONTINENTALNOG DIJELA ZADARSKE ŽUPANIJE</b> ..	7
2.1. Turistička ponuda .....	9
2.2. SWOT analiza kontinentalno ruralnog područja Zadarske županije.....	12
2.3. Turistička potražnja .....	17
<b>3. ISTRAŽIVANJE STAVOVA LOKALNOG STANOVNIŠTVA O TRENUTNOM STANJU RURALNOG TURIZMA NA PODRUČJU ŽUPANIJE, TE O DALJNJEM RAZVOJU</b> .....	21
3.1. Metodologija istraživanja .....	22
3.2. Rezultati istraživanja .....	22
3.3. Zaključak istraživanja.....	36
<b>4. DALJNI RAZVOJ RURALNOG TURIZMA NA PODRUČJU ZADARSKE ŽUPANIJE</b> .....	37
<b>ZAKLJUČAK</b> .....	46
<b>POPIS BIBLIOGRAFIJE</b> .....	48

## UVOD

Kontinentalni dio Zadarske županije sa svojim položajem, klimom, kulturnim i prirodnim karakteristikama, te prometnom povezanošću i dostupnošću ima znatan potencijal za razvoj održivog ruralnog turizma. U prirodne atrakcije se ubrajaju park prirode Velebit, šume, rijeke, potoci i kanjoni, dok se u kulturne atrakcije ubrajaju spomenici, znamenitosti, događanja i manifestacije, te način života lokalnog stanovništva koji se kao takvi nalaze u turističkoj ponudi ruralnog turizma Zadarske županije. U nedostatke ruralnih područja županije se mogu ubrojiti iseljavanje u veće sredine ili u inozemstvo, nezaposleno stanovništvo zbog otežanog pronalaska posla, nedovoljno obrazovano ili educirano lokalno stanovništvo, te minimalan broj inovacija i involviranosti u gospodarstvu.

Predmet istraživanja rada je analizirati razvoj ruralnog turizma kontinentalnog dijela Zadarske županije kojim se nastoji prikazati problem, ali i donijeti rješenja za poboljšanje ruralnog turizma koji bi se posjetiteljima nudio tijekom cijele godine kako bi se produljila sezona, ali i način na koji bi se uključili drugi oblici selektivnog oblika turizma i djelatnosti unutar ruralnog turizma koji bi utjecali na cjelokupan razvoj regije.

Cilj ovog rada je definirati problematiku nerazvijenosti ruralnog turizma na kontinentalnim područjima Županije, te donijeti moguća rješenja pomoću kojih bi se sagledao cjelokupni potencijal i mogućnosti za razvoj uzimajući u obzir analizu sadašnjeg stanja i turističke ponude i potražnje ruralnog turizma putem kojih bi se donijeli ciljevi za razvoj ruralnih područja. Cilj istraživanja je dobiti stavove lokalnog stanovništva o trenutnom stanju i zadovoljstvo ponudom ruralnog turizma na području Županije, te mogućnosti za daljnji razvoj održivog turizma. Svrha rada je predočiti značaj postavljanja pametnih ciljeva koji će utjecati na razvoj jer će se pomoću njih odrediti pravac u kojem ruralna područja trebaju ići, te način na koji će se postići konkurentsku sposobnost ponude, odnosno ona koja će u odnosu na konkurentne regije privući veću pozornost, ali i veći broj posjetitelja.

Tijekom pisanja diplomskog rada na temu „Razvoj ruralnog turizma kontinentalnog dijela Zadarske županije“ su korištene metode: induktivna i deduktivna metoda, metoda analize i sinteze, te statistička metoda. Korištenjem literature raznih domaćih i stranih autora, knjiga, članaka, internetskih izvora, zakona, te podataka dobivenih od strane općine Gračac, Turističke zajednice Ravni kotari, te Turističke zajednice Zadarske županije, napisan je i osobni zaključak pomoću kojih je napisan diplomski rad. Rad se sastoji od četiri poglavlja.

Prvo poglavlje daje teorijski opis ruralnog turizma, ruralnog prostora i okruženja, ruralnih posjetitelj, ruralnog razvoja turizma, te učinaka ruralnog turizma. Drugo poglavlje daje pregled općih podataka kontinentalnog dijela Županije, prikazuje položaj, daje podatke internih snaga i slabosti koje Županija treba nastojati iskoristiti i eksterne prilike i prijetnje koje treba nastojati umanjiti ili otkloniti, te prikazuje analizu ponude i analizu potražnje odnosno statističke podatke Županije. Treće poglavlje daje detaljnu analizu provedenog istraživanja na lokalnom stanovništvu. Podaci su prikazani grafički i tekstualno objašnjeni. Četvrto poglavlje opisuje strategiju razvoja ruralnog područja kontinentalnog dijela Županije, definirana je vizija odnosno željena slika budućeg stanja u kojem se Županiju vidi kroz nekoliko godina, ciljevi koji se nastoje ostvariti za postizanje vizije, te prijedlozi što bi se moglo uvrstiti u turističku ponudu ruralnog turizma za održivi razvoj regije.



# 1. OBILJEŽJA RURALNOG TURIZMA

Ruralni turizam je zajednički naziv za različite aktivnosti i oblike turizma koji se javljaju izvan gradova i onih područja na kojima se razvio masovni turizam. Uvjetovan je turističkim atrakcijama koje se nalaze na ruralnim prostorima. Važnost ruralnog turizma se očituje u interakciji poljoprivredne proizvodnje tradicionalnih proizvoda, prezentiranja tradicije, tradicijske gastronomije i turističkih usluga, te upotrebi postojećih resursa.<sup>1</sup> Podrazumijeva i povremeni boravak posjetitelja na selu koja posjetiteljima, osim čistog zraka i prirodnog ambijenta, pruža različite mogućnosti aktivnog sudjelovanja u životu i radu seoskog gospodarstva uključujući i prisustvovanje prigodnim svečanostima.<sup>2</sup>

Ruralni prostor suprotan je urbanom prostoru<sup>3</sup> jer je ruralni turizam oblik turizma kojeg karakterizira prirodno okruženje i udaljenost od gradskih sredina.<sup>4</sup> To je prostor koji je izvorno služio kao životni i radni prostor poljoprivrednika, odnosno cjelokupno je obradiv i naseljav prostor izvan urbanog središta.<sup>5</sup> Određivanje ruralnog prostora ili sredine je otežano jer se u svakoj regiji drugačije definira i percipira. Za definiranje ruralnog prostora se koriste sljedeća obilježja:<sup>6</sup>

- prostor izvan urbanih središta,
- manji broj stanovnika,
- primarno korištenje zemlje i šume za opstanak ljudi,
- društvena struktura (običaji i seoski identitet),
- tradicija ruralnih zajednica.

Temeljem navedenih obilježja ruralno područje ili sredina bi se mogli definirati kao ruralni prostor s izrazito malom koncentracijom stanovništva kojemu je primarna djelatnost poljoprivreda koje karakterizira tradicija, običaji i seoski identitet.<sup>7</sup> Ruralni prostor obuhvaća aktivnosti kojima se čovjeka urbane sredine vraća prirodi<sup>8</sup>, odnosno privlači posjetitelje željne

---

<sup>1</sup> Demonja, D., Ružić, P., (2010.), Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, str. 12

<sup>2</sup> Geić, S., (2011.) Menadžment selektivnih oblika turizma, str. 368

<sup>3</sup> Institut za turizam (2006.), Hrvatski turizam plavo-bijelo-zeleno, str. 168

<sup>4</sup> Vučetić, Š., (2017.), The importance of using ICT in the rural tourism of the Zadar county, str. 176

<sup>5</sup> Institut za turizam (2006.), Hrvatski turizam plavo-bijelo-zeleno, str. 168

<sup>6</sup> Ružić, P., (2009.) Ruralni turizam, str. 12

<sup>7</sup> Isto

<sup>8</sup> Isto, str. 17

bijega od svakodnevnice i gužve, zdravog i individualnog odmora, te uživanja u prirodi kroz šetnju, penjanje i doživljaje sela.<sup>9</sup>

Ruralna područja pružaju velike mogućnosti za razvijanje turizma. Ta područja pružaju mogućnost različitih aktivnosti na strani potreba posjetitelja ili na strani ponude i zahtjeva na strani potražnje.<sup>10</sup> Takve aktivnosti mogu biti ture (jahanje, pješaćenje, vožnja bicikla, motora...), aktivnosti na vodi (boravak na rijekama - kanu i rafting, ribolov...), aktivnosti u zraku (baloni na topli zrak, jedrilice, mali zrakoplovi), sportske aktivnosti (planinarenje, golf, tenis), aktivnosti otkrivanja zanimljivosti radnih procesa, kulturne aktivnosti (radionice, tečajevi ručnog rada, folklor...), te aktivnosti zdravstvenog karaktera (zdravstvene pogodnosti, fitness).<sup>11</sup> Ponuda na ruralnom području je izrazito heterogena, jer su seljačka poljoprivredna gospodarstva različito razvijena, opremljena i pripremljena za pružanje usluga u turizmu, a osim njih brojni različiti segmenti ponude sami za sebe nisu dovoljno atraktivni da privuku posjetitelje,<sup>12</sup> dok je potražnja ta koja dovodi posjetitelje na ruralna područja čiji se motivi, zahtjevi, mogućnosti i sredstva individualno razlikuju od posjetitelja do posjetitelja.<sup>13</sup> Prema turističkoj potražnji ruralni se posjetitelji mogu podijeliti na one koji:<sup>14</sup>

- vjeruju da ruralno područje karakterizira spor tempo i jednostavan način života,
- čeznu za tradicionalnim načinom života,
- žele biti „dio lokalne zajednice“,
- nisu dio mase i imaju personaliziranu uslugu,
- žele učiti o tradicionalnom načinu života na ruralnim područjima.

Ruralni turizam se treba razvijati samo na onim područjima koja su ruralna u svim oblicima. Isto tako, bitno je uključivanje manjih poduzeća koja su u vlasništvu lokalnih obitelji jer bi se na taj način povezale turističke usluge s lokalnom poljoprivrednom proizvodnjom od kojih bi korist imalo lokalno stanovništvo i zajednica.<sup>15</sup> Lokalna zajednica igra veliku ulogu u

---

<sup>9</sup> Lane, B., Kastenholz, E., João Carneiro, M. (2022.), Rural Tourism and Sustainability: A Special Issue, review and update for the opening years of the twenty-first century, str. 2

<sup>10</sup> Ružić, P., (2009.) Ruralni turizam, str. 13-14

<sup>11</sup> Tubić, D., (2019.), Ruralni turizam: od teorije do empirije, str. 80

<sup>12</sup> Demonja, D., Ružić, P., (2010.), Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, str. 19

<sup>13</sup> Isto, 139

<sup>14</sup> Tubić, D., (2019.), Ruralni turizam: od teorije do empirije, str. 123

<sup>15</sup> Dimitrovski, D.D., Todorović, A.T., Valjarević, A.Dj., (2011.), Rural tourism and regional development: Case study of development of rural tourism in the region of Gruža, Serbia, str. 289

osiguranju i pružanju turističkih proizvoda i usluga, jer se na taj način pruža jedinstvena usluga koja uključuje gostoprimstvo i ljubaznost, ali i izravan kontakt s domaćinom.<sup>16</sup>

Lokalne vlasti koje upravljaju ruralnim turizmom moraju provoditi politike za promicanje njegova razvoja. Razvoj ruralne turističke djelatnosti pogoduje unapređenju razvoja ruralnih područja, te promiče razvoj ruralnog turizma i gospodarski rast destinacijskih područja, kojima je prioritet postizanje ciljeva ekonomske, sociokulturne i ekološke održivosti.<sup>17</sup>

Turistički razvoj ruralnog područja se temelji na iskorištavanju lokalnih prirodnih i kulturnih resursa u turističke svrhe, drugim riječima, ruralni turizam se temelji na otvorenom prostoru, podrazumijeva aktivno sudjelovanje lokalnog stanovništva u ugostiteljstvu posjetitelja, te se oblikuje kroz turističke proizvode.<sup>18</sup> Prema Zakonu o poljoprivredi, mjere ruralnoga razvoja su usmjerene na povećanje ekonomske učinkovitosti i unapređenje konkurentnosti proizvodnje i prerade poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, okolišno prihvatljivu i energetski učinkovitu poljoprivrednu djelatnost prilagodljivu klimatskim promjenama, poboljšanje kvalitete života, očuvanje naseljenosti i unapređenje gospodarskih djelatnosti u ruralnim područjima poštujući načela očuvanja i unapređenja okoliša, krajobraza i bioraznolikosti.<sup>19</sup> Svaki program ruralnog razvoja mora biti usmjeren na:<sup>20</sup>

- poticanje znanja i inovacija u poljoprivredi, šumarstvu i na ruralnim područjima,
- poticanje konkurentnosti u svim vrsta poljoprivrede i održivog upravljanja šumama,
- promicanje organizacije prehrambenog lanca i dobrobiti životinja,
- poticanje učinkovitosti resursa i prelaska na gospodarstvo s niskim udjelom ugljika,
- očuvanje i poboljšanje ekosustava,
- poticanje socijalne uključenosti, gospodarskog razvoja, te smanjenje siromaštva.

Učinci od ruralnog turizma mogu biti ekonomski i neekonomski. Ekonomski učinci ruralnog turizma su vidljivi kroz povećanje proizvodnje i prihoda. S time je usko povezano investiranje i zapošljavanje novih radnika.<sup>21</sup> Ruralni turizam je jedan od glavnih pokretača daljnjeg razvoja poljoprivrede jer omogućava značajno širenje tržišta. S uspjehom se osigurava

---

<sup>16</sup> Tubić, D., (2019.), Ruralni turizam: od teorije do empirije, str. 92

<sup>17</sup> López-Sanz, J.M., Penelas-Leguía, A., Gutiérrez-Rodríguez, P., Cuesta-Valiño, P., (2021.), Rural Tourism and the Sustainable Development Goals. A Study of the Variables That Most Influence the Behavior of the Tourist, str. 2

<sup>18</sup> WTO (1997.), Rural tourism: A Solution for Employment, Local Development and Environment, str. 7

<sup>19</sup> Zakon o poljoprivredi, NN 118/18, 42/20, 127/20, 52/21, 152/22, čl.10 [www.zakon.hr/z/232/Zakon-o-poljoprivredi](http://www.zakon.hr/z/232/Zakon-o-poljoprivredi) pristupljeno 11.5.2023.

<sup>20</sup> Agriculture and rural development, [https://agriculture.ec.europa.eu/index\\_hr](https://agriculture.ec.europa.eu/index_hr) pristupljeno 5.5.2023.

<sup>21</sup> Ružić, P., (2009.) Ruralni turizam, str. 115

ostvarivanje dodatnih prihoda, te ekonomskih i financijskih učinaka. Pokretanje poljoprivrednih i drugih djelatnosti u ruralnoj sredini stvara uvjete za zapošljavanje novih zaposlenika.<sup>22</sup> Neekonomski učinci ruralnog turizma su razni. Može ih se uočiti u različitim aktivnostima ruralnog područja, primjerice: očuvanje prirodne osnove življenja, oblikovanje životnog prostora i krajolika, prevladavanje tradicijskih vrijednosti, očuvanje identiteta, očuvanje građevina, obnavljanje sela, kreiranje novih sadržaja, uređenje okućnica, korištenje puteva na ruralnim područjima u rekreativne svrhe, te zaštita okoliša.<sup>23</sup> Sve navedeno se može svrstati u tri kategorije: utjecaj na prirodu, kulturu i društvo, zaustavljanje iseljavanja i zaštita okoline.<sup>24</sup>

Zaključno, ruralni turizam znatno doprinosi gospodarstvu regije i njenih pojedinačnih područja i kao takav se treba razvijati na prostorima koja su ruralna i koja će doprinijeti poboljšanju i kvaliteti života, ali i opstanka mladog lokalnog stanovništva. Razvijanje ovakvog oblika turizma je prilika za napredak razvoja turizma i ekonomije gospodarstva, ali i postizanje pozicije u svijesti inozemnih posjetitelja kako bi se poboljšala konkurentnost regije na globalnoj razini.

---

<sup>22</sup> Demonja, D., Ružić, P., (2010.), Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, str. 195

<sup>23</sup> Ružić, P., (2009.) Ruralni turizam, str. 115-116

<sup>24</sup> Demonja, D., Ružić, P., (2010.), Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, str. 201

## 2. RURALNI TURIZAM KONTINENTALNOG DIJELA ZADARSKE ŽUPANIJE

Ruralni turizam u Hrvatskoj sadrži vrlo raznoliku i privlačnu prirodnu i kulturno-povijesnu strukturu. Ono čime se proizvod ruralnog turizma razlikuje od ostalih proizvoda iz područja turizma je želja da posjetitelj/gost dobije osobni kontakt s prirodom i čovjekom, te da mu se omogući sudjelovanje u aktivnostima, tradiciji i životu lokalnog stanovništva.<sup>25</sup> Zadarska županija je geografski središnje položena regija uz obalu koja obuhvaća otoke, priobalje, ravnokotarsko i bukovičko zaobalje, velebitski, te ličko-pounski prostor.<sup>26</sup> Kontinentalni dio Županije se sastoji od područja Velebita i velebitskog kanala, Ravnih kotara, dijela Bukovice i donjeg pozrmanja, te ličko pounskog prostora<sup>27</sup> i izuzetno je povoljno za razvijanje ruralnog turizma. Ta područja karakterizira proces demografske i ekonomske degradacije, stoga bi u takvim uvjetima razvijanje ruralnog turizma doprinijelo poboljšanju opće sociogospodarske slike područja.<sup>28</sup>

Na području Velebita i velebitskog kanala lokalno stanovništvo je odavno prepoznalo važnost razvoja turizma na seljačkim domaćinstvima što je ujedno i najatraktivniji oblik ruralnog turizma. Na tim područjima postoji potencijal za razvijanjem kulturnog i gastronomskog turizma, te turizma događanja i manifestacija.<sup>29</sup>



**Slika 1.:** Položaj općine Gračac u Županiji

**Izvor:** Službeni glasnik općine Gračac

<sup>25</sup> Strateški plan Zajedničke poljoprivredne politike 2023. – 2027., str. 165

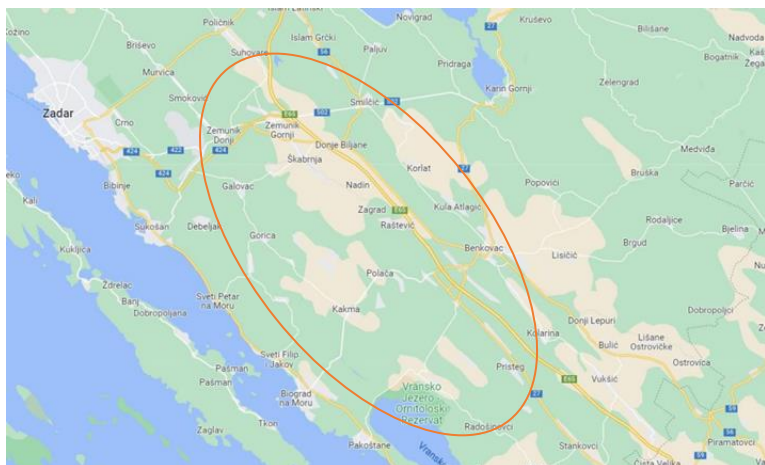
<sup>26</sup> Plan razvoja Zadarske županije 2021. – 2027., str. 13

<sup>27</sup> Isto

<sup>28</sup> Geić, S., (2011.) Menadžment selektivnih oblika turizma, str. 403

<sup>29</sup> Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije 2013. - 2023., str. 150

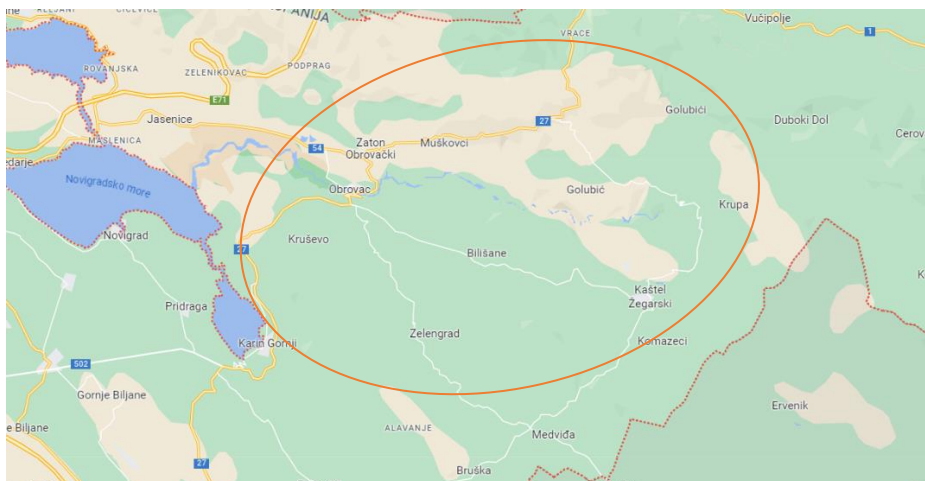
Ličko-pounsko područje, prikazano na karti Županije općina Gračac, nema značajnije razvijenu turističku ponudu, ali zahvaljujući prirodnim i kulturnim resursima koje posjeduje ima znatan potencijal za razvoj turizma. Na ovim područjima postoji potencijal za razvijanjem ruralnog turizma, turizma zaštićenih područja, avanturističkog, te lovnog i ribolovnog turizma.<sup>30</sup>



**Slika 2.:** Položaj Ravnih kotara u Zadarskoj županiji

**Izvor:** Strategija razvoja turizma Ravnih kotara 2022.- 2032.

Područje Bukovice, prikazano na karti, također nije značajnije razvijeno, ali posjeduje potencijal za razvoj ruralnog turizma, te avanturističkog oblika turizma.<sup>31</sup>



**Slika 3.:** Položaj Bukovice i Donjeg Pozrmanja u Zadarskoj županiji

**Izvor:** [www.google.com/maps/place/Zadarska+%C5%BEupanija/@44.162478,15.6137583,11.3z/data=!4m6!3m5!1s0x4761e262a01b101:0x300ad50862bb4e0!8m2!3d44.146939!4d15.6164943!16zL20vMDJienYw](https://www.google.com/maps/place/Zadarska+%C5%BEupanija/@44.162478,15.6137583,11.3z/data=!4m6!3m5!1s0x4761e262a01b101:0x300ad50862bb4e0!8m2!3d44.146939!4d15.6164943!16zL20vMDJienYw)

Područje Ravnih kotara, prikazano na karti, zahvaljujući atrakcijskoj osnovi ima najviše potencijala za razvijanje različitih oblika ruralnog turizma kao i kulturnog turizma. Klimatska

<sup>30</sup> Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije 2013. - 2023., str. 155-156

<sup>31</sup> Isto, str. 153

obilježja pospješuju poljoprivrednu proizvodnju, te osiguravaju ugodan i gotovo cjelogodišnji boravak na otvorenom prostoru. Neki od oblika ruralnog turizma koji se mogu razvijati na ovim područjima su: gastronomski i enogastronomski turizam, turizam na seljačkim gospodarstvima, ekoturizam i turizam zaštićenih područja, te lovni i ribolovni turizam.<sup>32</sup>

## 2.1. Turistička ponuda

Turistički proizvod na današnjem tržištu sve više traži personaliziranu „turističku uslugu” i ima neobične značajke primjerice složen i neopipljiv proizvod, nemogućnost prenošenja, ne može ga se skladištiti, te mjesto gdje ga se kupuje i konzumira nije isto.<sup>33</sup> Ruralni prostor se sve više promovira kao mjesto čija je ponuda autonomna i baš kao takva prepoznatljiva na tržištu. Današnji posjetitelji sve više traže obogaćivanje turističke ponude u unutrašnjosti županije.<sup>34</sup> Na ruralnim područjima je potrebno povećati razinu opremljenosti smještajnih kapaciteta, obogatiti ponudu organiziranim aktivnostima za goste primjerice, pješačenje, jahanje, lov i ribolov i slično. Isto tako, ruralni posjetitelji traže zdravu prehranu, razne aktivnosti i bavljenje sportom primjerice biciklizam, zatim radionice o tradicionalnom načinu života u ruralnim mjestima, o prirodnom okolišu, obnovljivim izvorima energije i sl. Okućnice na ruralnim prostorima bi trebale biti okružene zelenilom i cvijećem, dok bi staje sa domaćim životinjama ostavljale poseban dojam na posjetitelje kao svojevrsna atrakcija za turiste.<sup>35</sup> Stoga, može se zaključiti da Zadarska županija treba staviti naglasak na razvoj ruralnih područja, te obogatiti turističku ponudu proizvodima i uslugama koje će privući veću tržišnu segmentaciju gostiju.

Turistička ponuda je splet činitelja koji pokreću posjetitelja, omogućavaju mu privremenu promjenu boravka radi odmora i rekreacije. Njima se privlače posjetitelji, obavlja transport i prihvata, odnosno omogućava im se boravak u turističkoj destinaciji i stvara cjelovitost ponude.<sup>36</sup> Činitelji ponude su atraktivnost koja obuhvaća turističke atrakcije u destinaciji, komunikativnosti koja obuhvaća prometne uvjete za pristup odredištu, te receptivnost koja obuhvaća smještaj i prehranu u destinaciji.<sup>37</sup>

---

<sup>32</sup> Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije 2013. - 2023., str. 151-153

<sup>33</sup> Kušen, E., Turizam i prostor – klasifikacija turističkih atrakcija, str. 4

<sup>34</sup> Isto

<sup>35</sup> Stojanov, Slavo. Konceptija i strategija razvoja u funkciji konkurentnosti turizma Zadarske županije, str. 143

<sup>36</sup> Demonja, D., Ružić, P., (2010.), Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, str. 143-144

<sup>37</sup> Kušen, E. „Turizam i prostor – klasifikacija turističkih atrakcija“, str. 6

Atraktivnost ponude se dijeli na prirodne i od čovjeka stvorene resurse.<sup>38</sup> Od zaštićenih prirodnih resursa, na ličko pounskom području se nalazi jedno zaštićeno područje – Park prirode Velebit (Cerovačke spilje) i jedan spomenik prirode – vrelo rijeke Une.<sup>39</sup> Kulturne atrakcije obuhvaćaju folklorne i umjetničke izričaje, te deset zaštićenih kulturnih dobara:<sup>40</sup> ostatci staroga grada Zvonigrada, Stari most na rijeci Otuči, Crkva sv. Jurja Mučenika, Crkva Rođenja Presvete Bogorodice, Crkva Rođenja Blažene Djevice Marije, Crkva sv. Proroka Ilije, Crkva Uznesenja Presvete Bogorodice, Crkva Vaznesenja Gospodnjega Pravoslavna Crkva sv. Petke i Crkva sv. Jovana Preteče. Od aktivnosti koje se nude na ovim područjima su biciklizam i motociklizam, planinarenje, lov i ribolov, izletišta i vidikovci, Cerovačke spilje – centar izvrsnosti, te aktivnosti na vodi. Neke od manifestacije i događanja su: „Jesen u Gračacu“, „Božić u Gračacu“, „Extreme enduro Lika“, „Maskenbal u Gračacu“, „Ličko prvenstvo u amaterskom boćanju“, te „Popinjsko prelo“.<sup>41</sup>

Pod prirodne resurse Bukovice spadaju rijeke Bijela, Karišnica, Krupa, Zrmanja i kanjon Zrmanje, dok pod kulturnu baštinu spadaju:<sup>42</sup> Kudin most, Manastir Krupa, Tvrđava Kurjaković, Benediktinski samostan sv. Jurja Koprivskoga, Crkva Sv. Josipa, Crkva Sv. Jurja, Crkva Sv. Kuzme i Damjana, Crkva Sv. Gregorija, Crkva Sv. Trojice, Cvijina gradina, Donji most, Zelengradina, Stari Obrovac i Klisina, te zavičajni muzej Obrovac. Od aktivnosti koje se nude na ovome području, a koje su ujedno i privlačne posjetiteljima su biciklizam, vožnje brodom, rafting na Zrmanji, te trail staze.<sup>43</sup> Isto tako, nedaleko Bukovice se nalaze Tulove grede kao dio prirodnog resursa Velebita koji privlači brojne rekreativce i posjetitelje željne aktivnijeg oblika turizma.

U prirodne atrakcije Ravnih kotara se ubraja submediteranska klima i bogatstvo prirodnim resursima, dok se u kulturne atrakcije ubrajaju Asseria, Kaštel Benković, Tvrđava Kličevica, ostaci tamplarskog grada i Maškovića han na Vrani, Crkvine pod Šopotom i prvi napis koji spominje Hrvate, te Kula Jankovića. U kulturne resurse se mogu ubrojiti i razna događanja i manifestacije kojima se nastoji obogatiti ponuda, ali i privući posjetitelje koji će uživati u tradiciji i gastronomiji. Neka od događanja i manifestacija s područja Ravnih kotara su tradicionalni „Benkovački sajam“, vinske manifestacije „Vinifesta“ i „Bukare“ u Benkovcu, gastronomske manifestacije „Benkovački prisnac“ i „Benkovačka fišijada“ u kojima mogu

---

<sup>38</sup> Kušen, E. „Turizam i prostor – klasifikacija turističkih atrakcija“, str. 7

<sup>39</sup> Strateški program razvoja Općine Gračac za razdoblje 2021.-2025., str. 70-71

<sup>40</sup> Isto, str. 61-70

<sup>41</sup> Isto, str. 40-48

<sup>42</sup> TZ Obrovac, <https://tz-obrovac.hr/> pristupljeno 10.5.2023.

<sup>43</sup> Isto



sudjelovati i posjetitelji, kulturni događaj „Ojkanje - lišansko orcanje“, kulturno povijesne manifestacije „Luka i igara“ i „Dani Vitezova vranskih“, te sportsko događanje „Bike & Wine Ravni kotari tura“. Od aktivnosti koje se nude posjetiteljima, i u kojima oni rado uživaju su pješaćenje-trekking, biciklizam, kajaking i rafting, jahanje, jeep safari, lov i slatkovodni ribolov.<sup>44</sup>

Dakle, može se reći kako sve navedene prirodne i kulturne atrakcije, ali i događanja kontinentalnog dijela daju gospodarske, ekonomske, ali i promocijske doprinose što je izrazito bitno pri kreiranju ponude na ruralnim područjima, ali i da postoji veliki potencijal koji je neiskorišten, a koji bi se mogao iskoristiti u budućim razdobljima obogaćivanjem turističke ponude.

Komunikativnost kao jedan od elemenata ponude obuhvaća dobro sadašnje stanje prometne infrastrukture kontinentalnog dijela Zadarske županije. Područje Ravnih kotara je povezano autocestom s ostatkom Županije i regije jer njime prolaze dva važna europska autocestovna pravca,<sup>45</sup> dok na području Bukovice i na ličko-pounskom području autoceste nema. Državne i većina županijskih javnih cesta na ličko-pounskom području je modernizirana po postojećim trasama te je prometna povezanost pripadajućeg prostora međusobno i sa susjednim područjem Županije i regije zadovoljavajuća. Isto tako, postoji i prostor za razvijanje prometne infrastrukture kada se govori o nerazvrstanim cestama do određenih ruralnih područja.<sup>46</sup> Na regionalnoj razini Ravnih kotara i Bukovice prolaze dva važna cestovna pravca koja su vrlo značajna za kretanje turista. U Ravnim kotarima, točnije uz Benkovac je izgrađeno čvorište na autocesti za cjelokupno područje Ravnih kotara koje se povezuje s pomorskom lukom Gaženica u Zadru. Na tim istim prostorima, točnije u Zemuniku Donjem, se nalazi i zračna luka čiji se standard u budućim razdobljima nastoji poboljšati.<sup>47</sup>

Kroz Ravne kotare prolazi i željeznička pruga Knin-Zadar,<sup>48</sup> dok ličko-pounskim dijelom prolaze dvije željezničke trase „lička pruga“ i „unska pruga“ koje imaju karakter magistralne pomoćne pruge. Cjelokupna željeznička infrastruktura Županije je u iznimno lošem stanju stoga je potrebna modernizacija, te postizanje većih brzina i bržeg povezivanja središnjeg dijela Hrvatske i emitivnih tržišta s ostatkom Hrvatske za lakši i brži transport

---

<sup>44</sup> TZ Ravni kotari, [www.visitravnikotari.com/hr/naslovnica.html](http://www.visitravnikotari.com/hr/naslovnica.html) pristupljeno 10.5.2023.

<sup>45</sup> Strategija razvoja turizma Ravnih kotara 2022.- 2032., str. 8-9

<sup>46</sup> Strateški program razvoja Općine Gračac za razdoblje 2021.-2025., str. 16-20

<sup>47</sup> Strategija razvoja turizma Ravnih kotara 2022.- 2032., str. 8-9

<sup>48</sup> Isto

putnika u budućem razdoblju.<sup>49</sup> Dakle, može se reći kako zbog svog središnjeg prirodnog položaja Županija ima veliku i značajnu ulogu u prometnom povezivanju juga i sjevera Hrvatske.

Receptivnost ponude Zadarske županije je prikazana u sljedećoj tablici:

Godina / Turistička zajednica	2022.			
	Broj objekata	Broj kreveta	Broj dodatnih kreveta	Ukupno
TZ Zadarska županija	34	348	6	354
TZ Ravni kotari	1.976	13.257	462	13.719
TZ Obrovac	2.024	16.741	4.572	21.313
Općina Gračac	30	334	5	339
<b>Ukupno u Županiji</b>	<b>53.035</b>	<b>311.129</b>	<b>28.737</b>	<b>339.866</b>

Tablica 1.: Broj smještajnih kapaciteta u Zadarskoj županiji

Izvor: Izrada autorice prema TZ Zadarska županija **Broj smještajnih objekata 2022. po TZ i Broj smještajnih objekata 2022. po općinama**

Ukupan broj smještajnih kapaciteta u Zadarskoj županiji u 2022. godini je 311.129 kreveta, dok ukupan broj pomoćnih kreveta iznosi 28.737. Broj raspoloživih kreveta u Ravnim kotarima je iznosio 4,26% u ukupnom udjelu raspoloživih kreveta na području cijele Županije, dok je broj raspoloživih kreveta na području Obrovca i Bukovice iznosio 5,38%. U TZ Zadarska županija je bilo prijavljenih svega 0,11% kreveta, dok je na području općine Gračac broj prijavljenih kreveta iznosi 0,10%. Prema zastupljenosti, najveći broj posjetitelja odsjeda u privatnom smještaju. Ruralna područja su karakteristična po bogatoj gastronomskoj ponudi stoga posjeduju i nekolicinu ugostiteljskih objekata koji nude autohtona jela i domaće namirnice sa poljoprivrednih polja.

## 2.2. SWOT analiza kontinentalno ruralnog područja Zadarske županije

SWOT analiza ruralnog i kontinentalnog dijela Zadarske županije obuhvaća unutarnje snage (S) i slabosti (W), te vanjske prilike (O) i prijetnje (T) temeljem kojih se oblikuje turistička ponuda pomoću koje se nastoji privući pažnja turističke potražnje, te povećati broj zainteresiranih posjetitelja na ruralnim područjima. Unutarnji i vanjski čimbenici SWOT analize ruralnog područja Županije pridonose postavljaju znatno boljih ciljeva kako bi se stvorio održivi turizam na kontinentalnim i ruralnim područjima koji bi trajao tijekom cijele godine.

U SWOT analizi treba znati razlikovati prednosti i nedostatke koje predstavljaju unutarnji i vanjski čimbenici u obliku mogućnosti i opasnosti. Osnovna razlika je u tome da se na vanjske

<sup>49</sup> Strateški program razvoja Općine Gračac za razdoblje 2021.-2025., str. 16-20

čimbenike ne može utjecati, dok se na unutarnje može, odnosno može ih se popravljati, prilagođavati ili razvijati. Kada se definiraju snage utvrđuju se prednosti koje ruralna područja Zadarske županije posjeduju u odnosu na druga ruralna područja, destinacije i županije, te faktori pomoću kojih se pozicionirala na tržištu u svijesti ruralnih posjetitelja. Isto tako, obuhvaća i čimbenike koji mogu pozitivno utjecati na realizaciju poslovnih ciljeva. Prilikom definiranja slabosti utvrđuju se nedostatci, odnosno sve ono što se treba nastojati poboljšati kako bi se povećala turistička potražnja za ruralnim područjima, te kako bi se otklonili mogući problemi. Prilike ruralnog i kontinentalnog dijela Zadarske županije definiraju sve ono što se turističkom ponudom nudi, odnosno sve ono što bi se moglo iskoristiti u izvedbi ili uvrstiti u ponudu u bliskoj budućnosti, ono što Županija kao destinacija ruralnog turizma može razvijati, te sve ono uz pomoću čega se može pozicionirati u svijesti ruralnog posjetitelja na što bolji način u odnosu na turističku ponudu ruralnih konkurentskih područja ili destinacija. Na prijatnje Županija nema značajniji utjecaj, ali je izrazito važno identificirati ih na vrijeme i biti spreman suočiti se s njima ukoliko dođe do toga. Tablica u nastavku daje prikaz SWOT analize kontinentalno ruralnog područja Zadarske županije:

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Povoljan geografski položaj;</li> <li>- Povoljni klimatski uvjeti;</li> <li>- Autentičan krajolik;</li> <li>- Posjedovanje prirodnih (šumske i poljoprivredne površine, krški pašnjaci, voćnjaci...) i društvenih/kulturnih resursa za razvijanje turizma;</li> <li>- Prirodni resurs na prostoru općine - Cerovačke pećine;</li> <li>- Povoljno stanje okoliša (nezagađeno poljoprivredno zemljište za razvoj ekološke poljoprivrede);</li> <li>- Kulturna materijalna i nematerijalna baština i atraktivnosti;</li> <li>- Tradicija obrtništva i bavljenja stočarstvom i voćarstvom;</li> <li>- Lovno i ribolovno područje s raznim vrstama divljači i riba;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sezonalnost;</li> <li>- Nepostojanje tradicije turističkog privređivanja;</li> <li>- Nedovoljno razvijena svijest lokalnih dionika o mogućnostima koje može donijeti razvoj turizma i njegov utjecaj na društveni i gospodarski razvoj;</li> <li>- Manjak inovativnosti u poduzetništvu;</li> <li>- Manjak informiranosti i znanja lokalnih obrtnika i poljoprivrednih gospodarstava o mogućnostima i korištenju EU fondova za unapređenje proizvodnje;</li> <li>- Turizam nije doživljen kao stalni izvor prihoda</li> <li>- Turizam ne uključuje opciju stalnog zapošljavanja lokalnog stanovništva;</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dobra prometna povezanost (zračna luka Zadar, autoceste A1, Jadranska magistrala, luka u Gaženici);</li> <li>- Razvijena mreža cesta i dostupnost željezničkog prometa;</li> <li>- Ekološki očuvan prostor;</li> <li>- Područje zaštite Natura 2000;</li> <li>- Vjetroelektrane – obnovljivi izvori energije;</li> <li>- Neposredna blizina većih središta (Zadar, Gospić...) i laka dostupnost turista iz destinacija sa dnevnom turističkom potražnjom (izleti);</li> <li>- Blizina nacionalnih parkova i parkova prirode;</li> <li>- Uključenost lokalnog stanovništva u turizam i lokalne zajednice (turistički potencijal i postojeće kulturne vrijednosti Ravnih kotara);</li> <li>- Bogata tradicija i godišnje iskustvo povećanog broja lokalnog stanovništva u poljoprivrednoj proizvodnji (preduvjet za razvoj turizma);</li> <li>- Razvoj selektivnih oblika turizma: gastronomski, agroturizam, kulturni, avanturistički, lovni i ribolovni, ciklo turizam...;</li> <li>- Jačanje svijesti nositelja javne vlasti i zaposlenika javnog sektora (kulturne institucije) o mogućim značajima i koristima koje se mogu povezivati s razvojem ruralnog turizma;</li> <li>- Porast zainteresiranih regionalnih i lokalnih poduzetnika za ulaganje u pothvate s područja ruralnog turizma;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Slabo razvijena poljoprivredna djelatnost na području Općine u odnosu na raspoložive resurse;</li> <li>- Nedostatna iskorištenost potencijala za razvoj ekološke poljoprivrede;</li> <li>- Neorganiziranost i nedostatna povezanost poljoprivrednih proizvođača;</li> <li>- Nedostatna spoznaja lokalnih dionika i zajednice o održivom korištenju resursa koji predstavljaju osnovu turističke atraktivnosti područja;</li> <li>- Nerazvijen turistički lanac vrijednosti;</li> <li>- Manjak većih investicijskih projekata koji bi imali pozitivan utjecaj na imidž kontinentalnog dijela Županije na međunarodnoj razini;</li> <li>- Manjak turističkih proizvoda koji bi bili namijenjeni različitoj segmentaciji posjetitelja;</li> <li>- Manjak smještajnih kapaciteta (kampovi, hoteli, moteli...);</li> <li>- Nedostatna komunalna infrastruktura (zbrinjavanje otpada, odvodnja);</li> <li>- Nepovoljno stanje lokalnog i nerazvrstanog cestovnog prometa;</li> <li>- Nedovoljno izgrađena turistička infrastruktura i nedovoljno razvijene turističke usluge u blizini izvorišta i u prirodi;</li> <li>- Nedostatak financijskih sredstava za veća ulaganja u infrastrukturu;</li> <li>- Manjak promocijskih aktivnosti;</li> <li>- Slaba prepoznatljivost proizvoda i vrijednosti kulturnog i povijesnog značaja;</li> </ul>
---	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Čvrsta potpora u organizaciji turističkih manifestacija i događanja;</li> <li>- Edukacija lokalnog stanovništva u turizmu;</li> <li>- Kvalitetni lokalni poljoprivredni proizvodi (meso, povrće, voće, vino...);</li> <li>- Kvalitetni tradicijski proizvodi (kućne aktivnosti, kamen, drvo...);</li> <li>- Prepoznatljivost kvalitete ponude u domeni privatnih smještaja;</li> <li>- Profitabilnost privatnih smještaja;</li> <li>- Jedinstvena TZ Ravni kotari koja implementira razvoj turizma u svih 7 jedinica lokalne samouprave.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Slaba prepoznatljivost kontinentalnog područja kao destinacije;</li> <li>- Neprepoznatljivost kontinentalnog područja Županije na globalnoj razini zbog blizine turističkih destinacija (Zadar, Biograd na Moru...) koje preferiraju masovni turizam čiji su glavni motivi sunce, more, pijesak i plaža;</li> <li>- Potreba ulaganja u izgradnju/rekonstrukciju nogostupa i biciklističkih staza;</li> <li>- Nedovoljno informirano i educirano stanovništvo;</li> <li>- Nedovoljno poznavanje i razvijanje svijesti o očuvanju i održivom korištenju biološke i krajobrazne raznolikosti područja;</li> <li>- Manjak financijskih sredstava TZ Ravnih kotara da intenzivnije organizira promociju turizma.</li> </ul>
<b>PRILIKE</b>	<b>PRIJETNJE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brand-iranje turizma na kontinentalnom području Županije;</li> <li>- Jačanje svijesti o zaštiti i očuvanju okoliša na lokalnoj i javnoj razini;</li> <li>- Jačanje ekološke svijesti turista i njihove potrebe za očuvanjem okoliša;</li> <li>- Rast potrebe za provođenjem slobodnog vremena na ruralnim područjima (odmor, opuštanje...);</li> <li>- Rast potražnje za perifernim stanovanjem na kontinentalnim područjima;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Klimatske promjene;</li> <li>- Degradacija okoliša;</li> <li>- Nekontrolirano korištenje prirodnih resursa;</li> <li>- Kriza i recesija gospodarstva;</li> <li>- Mogućnost propadanja poljoprivrede i nepokretne kulturne baštine;</li> <li>- Postojanje neriješenih imovinsko-pravnih odnosa poljoprivrednih zemljišta;</li> <li>- Visoki kriteriji za ostvarivanje poticaja u poljoprivredi kojima poljoprivrednici ne mogu udovoljiti;</li> <li>- Zagađenja okoliša od strane posjetitelja;</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stvaranje zelenih puteva zbog povezivanja ljudi s prirodnim i kulturnim okolišem;</li> <li>- Razvoj gastronomske ponude i turizma (meso, ulje, sir, med, vino...);</li> <li>- Proizvodnja lokalnih namirnica visoke kvalitete proizvedenih iz ekološkog uzgoja (krumpir, med, voće...);</li> <li>- Ekološka poljoprivreda i proizvodi;</li> <li>- Eko brand-irano kontinentalno područje;</li> <li>- Rast potražnje za organski uzgojenim namirnicama;</li> <li>- Povezivanje lokalnih poduzetnika i obrtnika radi jačanja lokalnog turističkog lanca vrijednosti;</li> <li>- Razvijanje plani-morskog turizma (gosti koji bi s obale dolazi na ruralna područja na dnevne izlete);</li> <li>- Rast potražnje za manjim privatnim smještajnim objektima gdje odsjeda manji broj gostiju (seoska domaćinstva, kuće za odmor...);</li> <li>- Uključivanje u ponudu vinskih cesta, cesta maslinova ulja, selektivnih oblika turizma;</li> <li>- Rast broja obiteljskih poljoprivrednika, gospodarstava, proizvođača vina i sl. koji bi živjeli od turizma;</li> <li>- Adrenalinski parkovi;</li> <li>- Korištenje obnovljenih izvora energije (solarni paneli...);</li> <li>- Mogućnost korištenja sredstva iz EU fondova za poticanje i jačanje malog i srednjeg poduzetništva;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poremećaj eko sustava zbog neadekvatne komunalne infrastrukture;</li> <li>- Nedovoljno prepoznati ciljevi razvoja za održivi turizam kod nositelji lokalne politike, te nedostatna obaviještenost javnosti o tome;</li> <li>- Propadanje kulturnih i povijesnih objekata zbog zanemarivanja;</li> <li>- Nedovoljna potpora mjerodavnih ustanova za unapređenje turizma;</li> <li>- Manjak interesa poduzetnika za ulaganjem i jačanjem objekata turističke ponude;</li> <li>- Odljev stručnih i visokoobrazovanih kadrova u veće gospodarske centre;</li> <li>- Razvijanje ruralno turističkih destinacija van granica Županije i van granica države;</li> <li>- Izostajanje investicijskih turističkih projekta uslijed neriješenih imovinsko-pravnih odnosa i visokih troškova investicije;</li> <li>- Manjak ulaganja u popravljivanje postojeće i izgradnju nove prometne i komunalne infrastrukture;</li> <li>- Slabljenje već sada nepovoljne demografske situacije lokalnog stanovništva kontinentalnog područja.</li> </ul>
---	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jačanje edukacije (vještine, znanja i kompetencije) lokalnog stanovništva i poduzetnika;</li> <li>- Jače aktivnosti marketinga za privlačenje novih investicija i investitora;</li> <li>- Razvoj javne infrastrukture.</li> </ul>	
--	--

**Tablica 2.:** SWOT analiza kontinentalno ruralnog područja Zadarske županije

**Izvor:** Izrada autorice prema TZ Ravni kotari (2022.), **Strategija razvoja turizma Ravnih kotara 2022.-2032.** i Općina Gračac (2021.), **Strateški program razvoja općine Gračac za razdoblje 2021.-2025.**

Iz priložene SWOT analize kontinentalnog dijela Zadarske županije je vidljiv jednak broj snaga i slabosti, te malo veći udio prilika u odnosu na prijetnje ruralnih područja i razvoja turizma. Time se može zaključiti kako kontinentalni dio Županije treba nastojati jačati svoje snage kako bi umanjio slabosti, ali i iskoristiti prilike kako bi na iznenadne prijetnje mogla odgovoriti spremno. Kako bi Županija poboljšala razvoj ruralnog turizma na kontinentalnim područjima potrebno je pratiti zahtjeve tržišta, te želje i preferencije današnjeg posjetitelja jer se motivi putovanja mijenjaju iz godine u godinu ovisno o potrebama posjetitelja. Isto tako, potrebno je uključiti i inovacije, obogatiti ponudu novim aktivnostima poput razvijanja selektivnih oblika turizma (ciklo turizam, gastronomski, eko turizam...), poticati povezivanje poljoprivrednih i obiteljskih gospodarstava i obrtnika, poticati dobru radnu atmosferu i komunikaciju, te kreirati ponudu koja će biti namijenjena različitim segmentacijama, ali i potrebama posjetitelja. Osnovni zadatak je jačanje snaga koje već postoje na tržištu kojima bi se nadjačale slabosti, te iskorištavanje prilika pomoću kojih bi se povećala potražnja za kontinentalnim dijelovima Županije. To se nastoji ostvariti obogaćivanjem ponude, korištenjem nove tehnologije, uvođenjem ekološke proizvodnje, provođenjem programa očuvanja prirodnih i kulturnih atrakcija, te educiranjem lokalnog stanovništva i poduzetnika. Kako bi ruralna područja Županije zaista to i ostvarila moraju se postaviti dobri ciljevi, ali i strategija za postizanje tih istih ciljeva kako bi ruralna područja jačala svoju poziciju u Županiji, ali i u svijesti ruralnih posjetitelja.

### 2.3. Turistička potražnja

Zahvaljujući povoljnom geografskom položaju i povoljnim klimatskim uvjetima, ali i prirodnim i kulturnim resursima Zadarska županija privlači posjetitelje iz svih dijelova svijeta. Prema podacima Turističke zajednice Zadarske županije, Turističke zajednice Ravni kotari i Općine Gračac posjetitelji najčešće odsjedaju u privatnim smještajima. Najučestaliji posjetitelji

Županije su obitelji s djecom, mlađe populacije, te osobe starije životne dobi.<sup>50</sup> Tablica navedena u nastavku daje prikaz broja dolazaka i noćenja na području cijele Zadarske županije, uključujući i priobalno područje za razdoblje od pet godina:

Zadarska županija	2018.		2019.		2020.		2021.		2022.	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Domaći	288.123	3.918.752	307.263	4.253.619	255.367	3.759.165	318.243	3.703.269	314.678	3.685.638
Strani	1.629.284	10.567.137	1.708.454	10.874.557	725.453	6.088.793	1.217.494	8.989.930	1.616.886	11.200.637
<b>Ukupno</b>	<b>1.917.407</b>	<b>14.485.889</b>	<b>2.015.717</b>	<b>15.128.176</b>	<b>980.820</b>	<b>9.847.958</b>	<b>1.535.737</b>	<b>12.693.199</b>	<b>1.931.564</b>	<b>14.886.275</b>

**Tablica 3.:** Dolasci i noćenja u Zadarskoj županiji od 2018. do 2022. godine

**Izvor:** Izrada autorice prema Turistička zajednica Zadarske županije, **Analiza turističkog prometa** [www.zadar.hr/hr](http://www.zadar.hr/hr)

Iz tablice broj 3 koja prikazuje broj dolazaka i noćenja u Zadarskoj županiji je istaknuto 1.917.407 ostvarenih dolazaka u 2018. godini, te ostvarenih 2.015.717 ostvarenih dolazaka u 2019. godini što je 5,12% veće u odnosu na prethodnu godinu. Isto tako, vidljiv je prikaz od 15.128.176 ostvarenih noćenja u 2019. godini što je povećanje za 4,43% u odnosu na prethodnu 2018. godinu. U 2020. godini se bilježi znatan pad broja dolazaka za čak 51,34%, čiji indeks iznosi 48,66, te pad broja noćenja za 34,9%, čiji indeks iznosi 65,10 kojem je uzrok pandemija Covid-19. U 2021. godinu Županija je ostvarila 1.535.737 dolazaka, što je 56,58% više u odnosu na razdoblje pandemije, te 12.693.199 ostvarenih noćenja, što također označava povećanje broj noćenja za 28,9%. U 2022. godini se može vidjeti kako je broj dolazaka i noćenja sličan onome razdoblju prije pandemije. Navedena godina također bilježi rast u ostvarenim dolascima i noćenjima, pa se tako bilježi porast broja dolazaka za 25,77%, te broja noćenja za 17,28% u 2022. godini u odnosu na prethodnu godinu. Prema podacima Turističke zajednice Zadarske županije najzastupljeniji posjetitelji van granica Republike Hrvatske za razdoblje od posljednje tri godine su gosti s područja Njemačke, Slovenije, Austrije, Poljske, Slovačke, Češke, Italije, Nizozemske, Mađarske, Ujedinjenog Kraljevstva, te Bosne i Hercegovine.<sup>51</sup>

Detaljniji prikaz broja dolazaka i noćenja na kontinentalnom dijelu Županije je prikazan u sljedećim tablicama za područje Općine Gračac, Ravnih kotara i Bukovice u cjelini:

Općina Gračac	2018.		2019.		2020.		2021.		2022.	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Domaći	242	950	262	627	226	497	349	740	434	964
Strani	658	1.137	1.043	2.997	412	1.377	1.330	3.852	1.743	4.631
<b>Ukupno</b>	<b>900</b>	<b>2.087</b>	<b>1.305</b>	<b>3.624</b>	<b>638</b>	<b>1.874</b>	<b>1.679</b>	<b>4.592</b>	<b>2.177</b>	<b>5.595</b>

**Tablica 4.:** Dolasci i noćenja u Općini Gračac od 2018. do 2022. godine

**Izvor:** Izrada autorice prema Turistička zajednica Zadarske županije, **Analiza turističkog prometa** [www.zadar.hr/hr](http://www.zadar.hr/hr)

<sup>50</sup> TZ Zadarske županije, Analiza turističkog prometa

<sup>51</sup> TZ Zadarske županije, Turistički promet I-XII za dostavu



Iz tablice broj 4 koja prikazuje broj dolazaka i noćenja na području Općine Gračac se može vidjeti znatno nizak broj ostvarenih dolazaka i noćenja u odnosu na ukupan broj dolazaka i noćenja na području cijele Županije za razdoblje od pet godina. Općina Gračac u 2019. godini bilježi 1.305 ostvarenih noćenja, što je za 45% više u odnosu na 2018. godinu, te 3.624 ostvarenih noćenja, što označava porast u noćenjima za 73,65% u odnosu na prethodno razdoblje. U 2020. godini se također bilježi pad u dolascima i noćenjima čiji je uzrok pandemija Covid-19. Ostvareno je 638 dolazaka, što je za 51,11% manje u odnosu na 2019. godinu čiji indeks iznosi 48,89, te je ostvareno 1.874 noćenja što je za 48,29% manje u odnosu na prethodno razdoblje čiji indeks iznosi 51,71. U 2021. godini se bilježi oporavak, odnosno porast u dolascima za 163,17% (indeks iznosi 263,17), te porast u noćenjima za 145,04% (indeks iznosi 245,04). I u 2022. godini je vidljiv porast u dolascima i noćenjima posjetitelja. Ostvareno je 2.177 posjeta što je za 29,66% više u odnosu na prethodno razdoblje čiji indeks iznosi 129,66 te 21,84% više noćenja čiji indeks iznosi 121,84. Prema ostvarenim dolascima i noćenjima u 2022. godini se može zaključiti da se ovaj dio Županije tek razvija, te da raste turistička potražnja za ruralnim područjima Općine Gračac.<sup>52</sup> Sljedeća tablica daje prikaz podataka za područje Ravnih kotara:

Ravni kotari	2018.		2019.		2020.		2021.		2022.	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Domaći	984	11.080	1.057	9.742	927	10.288	1.186	8.553	1.106	7.480
Strani	10.145	107.128	12.310	121.127	6.985	73.590	11.911	114.201	16.404	154.636
<b>Ukupno</b>	<b>11.129</b>	<b>118.208</b>	<b>13.367</b>	<b>130.869</b>	<b>7.912</b>	<b>83.878</b>	<b>13.097</b>	<b>122.754</b>	<b>17.510</b>	<b>162.116</b>

**Tablica 5.:** Dolasci i noćenja u Ravnim kotarima od 2018. do 2022. godine

**Izvor:** Izrada autorice prema Turistička zajednica Ravnih kotara, **Turistički promet po turističkim zajednicama** [www.visitravnikotari.com/](http://www.visitravnikotari.com/)

Iz tablice broj 5 koja prikazuje dolaske i noćenja Ravnih kotara u cjelini je vidljivo da je u 2019. godini ostvareni broj dolazaka iznosio 13.367 što označava porast posjetitelja za 20,11%, te ostvareni broj noćenja koji je iznosio 130.869 čime se bilježi porast od 10,71%. Također, bilježi se pad broja posjetitelja u 2020. godini za 40,81% čiji indeks iznosi 59,19 te pad broja noćenja za 35,91% čiji indeks iznosi 64,09. U 2021. i 2022. godini se bilježi porast kako u dolascima tako i u noćenjima. U 2021. je ostvareno 65,53% više dolazaka, te 46,34% više noćenja u odnosu na razdoblje pandemije, dok je u 2022. ostvareno za 33,69% više dolazaka, te 32,07% više noćenja u odnosu na prethodno razdoblje. Sljedeća tablica daje prikaz podataka za područje Bukovice:

<sup>52</sup> TZ Zadarske županije, Analiza turističkog prometa

Bukovica	2018.		2019.		2020.		2021.		2022.	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Domaći	3.927	125.081	4.027	126.552	2.899	100.852	2.912	63.922	2.581	49.999
Strani	14.434	140.641	14.800	144.966	7.197	82.657	10.476	104.921	12.469	123.504
<b>Ukupno</b>	<b>18.361</b>	<b>265.722</b>	<b>18.827</b>	<b>271.518</b>	<b>10.096</b>	<b>183.509</b>	<b>13.388</b>	<b>168.843</b>	<b>15.050</b>	<b>173.503</b>

**Tablica 6.:** Dolasci i noćenja na području Bukovice od 2018. do 2022. godine

Izvor: Izrada autorice prema Turistička zajednica Zadarske županije, *Analiza turističkog prometa* [www.zadar.hr/hr](http://www.zadar.hr/hr)

Iz tablice broj 6 koja prikazuje dolaske i noćenja područja Bukovice se može vidjeti povećanje broja dolazaka u 2019. godini za 2,54%, te povećanje broja noćenja za 2,18% u odnosu na 2018. godinu. U 2020. godini se bilježi pad u dolascima za 46,37% (indeks iznosi 53,63), te pad u noćenjima za 32,41% (indeks iznosi 67,59) koji je uzrokovan pandemijom Covid-19. U 2021. godini je vidljivo povećanje broja dolazaka za 32,61%, dok se broj noćenja smanjio za 8% u odnosu na prethodno razdoblje. Posljednja 2022. godina bilježi poboljšanje situacije jer se broj dolazaka povećao za 12,41%, dok se broj noćenja povećao za 2,76%.<sup>53</sup>

Zaključno može se reći da kontinentalni i ruralni prostori posjeduju znatan broj prednosti, ali i nedostataka i prijatni na koje trebaju usmjeriti svoj fokus kako bi ih umanjili ili uklonili. Veliku ulogu na ovim područjima imaju položaj i klima, jer putem Županije prolaze važni prometni pravci kojima dolaze posjetitelji koji zahvaljujući pogodnoj klimi mogu bivati na tim područjima tijekom cijele godine. Kako bi posjetitelji uistinu dolazili tijekom cijele godine zaslužne su atraktivnosti koje se nude na ovim područjima. Atraktivnost se u budućim razdobljima zaista treba obogatiti raznim aktivnosti kako bi se poboljšala turistička ponuda, ali i povećala turistička potražnja koja bi Županiju učinila konkurentnijom destinacijom ruralnog turizma na turističkom tržištu.

<sup>53</sup> TZ Zadarske županije, *Analiza turističkog prometa*

### **3. ISTRAŽIVANJE STAVOVA LOKALNOG STANOVNIŠTVA O TRENUTNOM STANJU RURALNOG TURIZMA NA PODRUČJU ŽUPANIJE, TE O DALJNJEM RAZVOJU**

Tema diplomskog rada „Razvoj ruralnog turizma kontinentalnog dijela Zadarske županije“ prikazuje potencijal Županije za razvijanje ruralnog turizma na kontinentalnom području koji se temelji na prirodnim i kulturnim atrakcijama te prikazuje kako se Županija ne bi treba oslanjati samo na turizam uz obalno područje. Postoji veliki broj mogućnosti putem kojih se ruralni turizam na kontinentalnom području može pokrenuti, ali i postati jednako privlačan kao i ona vrsta turizma koja se odvija na područjima uz obalu koji će privući posjetitelje svih dijelova svijeta. Turizam Zadarske županije ima dovoljno potencijala, ali i kapaciteta za daljnji napredak i razvitak turističke ponude proizvoda i usluga, atraktivnosti, manifestacija, aktivnosti, dodatnih sadržaja, te mnoštvo drugih sadržaja. Anketirano je 112 ispitanika s područja Zadarske županije s ciljem dobivanja stavova lokalnog stanovništva o trenutno stanju ruralnog turizma na području Županije, ali i o daljnjem razvoju istog. Anketirane su žene i muškarci u dobi od 18 godina do 65 godina, odnosno stanovništvo koje je punoljetno i koje još uvijek nije u statusu umirovljenika, stanovništvo različitog obrazovanja, različitog financijskog statusa i radne aktivnosti. Postavljena pitanja su vezana uz sadržaj i trenutno stanje ruralnog turizma u Županiji, uz mišljenja i stavove o uslugama koje se nude, uz zadovoljstvo tim uslugama, uz mišljenje što po njima nedostaje u turističkoj ponudi, te uz to koliko su u konačnici zapravo upoznati sa samom ponudom ruralnog turizma kontinentalnog dijela Zadarske županije.

Cilj istraživanja je utvrditi stavove lokalnog stanovništva Županije o sadašnjoj ruralnoj turističkoj ponudi, te o potencijalu i mogućim aktivnosti za razvoj ruralnog turizma na kontinentalnim dijelovima Županije. Istraživanjem su dobivena saznanja koliko su zapravo stanovnici upućeni u ponudu ruralnog turizma Županije, odnosno u kojem je omjeru zastupljen, što se sve nudi, te njihovo mišljenje o tome treba li sam razvoj ruralnog turizma na ovim područjima razvijati, te ukoliko je odgovor pozitivan dobivene su ideje što bi se to novo moglo uvrstiti u ponudu za posjetitelje. Kako bi se Zadarska županija što bolje pozicionirala u odnosu na konkurentske Županije te što uspješnije odgovorila na potrebe i zahtjeve tržišta koje se u današnje vrijeme traže od strane posjetitelja potrebna su konstantna dodavanja sadržaja, obogaćivanje ponude, uključivanje inovacija i praćenje trendova koji se odvijaju na globalnoj razini. Bogatija i šira ponuda omogućava isto tako privlačenje različitih segmenata gostiju koji se pojavljuju na tržištu, na čije potrebe mogu odgovoriti bolje u odnosu na konkurenciju. Kako

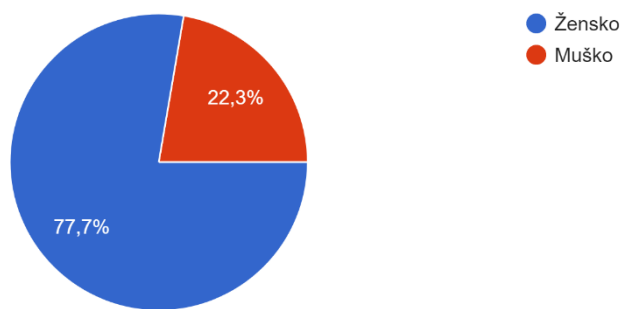
bi se ruralni turizam razvijao u pravcu koji je ispravan za sve dionike potrebni su strateški ciljevi, strateške smjernice za razvoj Županije, te strateški plan razvoja ruralnog turizma kako bi što bolje odgovorili na specifične zahtjeve posjetitelja. Isto tako, razvijanjem kvalitetnog marketinškog plana i njegovom implementacijom Županiju se može pozicionirati u svijest posjetitelja na globalnoj razini, što označava povećanje turističke potražnje za Županijom, ali i veća korist za lokalno stanovništvo kontinentalnog dijela Zadarske županije.

### 3.1. Metodologija istraživanja

Za potrebe istraživanja provedeno je empirijsko istraživanje. Upitnik je napravljen putem Google obrasca, dok je link distribuiran isključivo osobama s prebivalištem na području Zadarske županije koji su pozvani na to da pri završetku ispunjavanja prosljede taj isti link njima poznatim osobama, kako bi se na kraju dobio uzorak snježne grude. Upitnik je distribuiran putem društvenih mreža u razdoblju od ožujka do svibnja 2023. godine na uzorku od 112 ispitanika. U samom uvodu ankete je navedena svrha istraživanja i anonimnost podataka. Anketni upitnik se sastojao od 17 pitanja, od čega su 3 pitanja zahtijevala odgovore putem Likertove ljestvice, 13 pitanja je bilo zatvorenog tipa gdje je postojala mogućnost jednog ili više odgovora, dok je samo jedno pitanje bilo otvorenog tipa u sklopu jednog od zatvorenih pitanja. Upitnik je koncipiran u četiri dijela. Prvi dio se odnosi na socio-demografski profil ispitanika. Drugi dio se odnosi samo na osobe koje ne žive na kontinentalnom dijelu Zadarske županije, što bi značilo da žive u priobalnom području. Treći dio sadrži pitanja općenito o ruralnom turizmu, odnosno o tome koliko stanovnici uopće poznaju ruralni turizam i jesu li ikada posjetili neki oblik ruralnog turizma. Posljednji, četvrti dio ispituje ruralni turizam Zadarske županije, odnosno prikupljaju se mišljenja i zadovoljstvo ponudom ruralnog turizma i sadržaja koji se nudi, te sugestije lokalnog stanovništva o aktivnostima i proizvodima/uslugama koje bi se uspjele valorizirati i uključiti u turističku ponudu ruralnog turizma.

### 3.2. Rezultati istraživanja

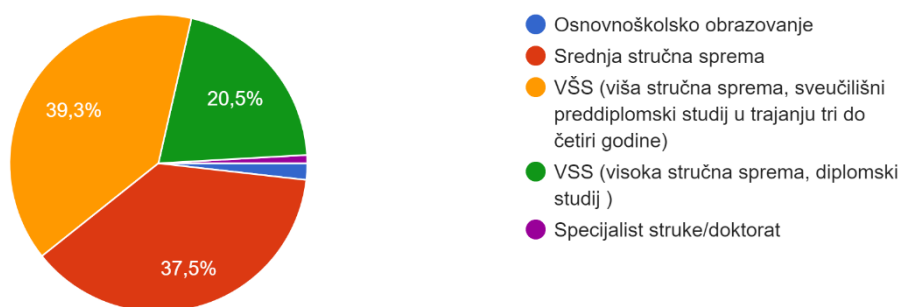
U nastavku diplomskog rada slijedi pregled rezultata koji su većinski interpretirani, dok su ona otvorena malo kompleksnija i prokomentirana kako bi se lakše razumjeli postotci i mogući razlozi određenih odgovora na pitanje.



**Grafikon 1.:** Spol ispitanika

**Izvor:** Izrada autora

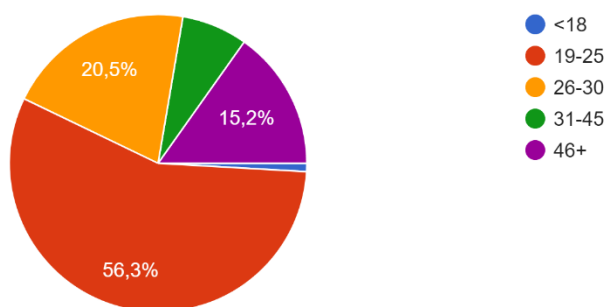
Iz grafikona broj 1 je vidljivo da je u anketi sudjelovalo 77,7%, odnosno 87 osoba ženskoga spola, dok je 22,3%, odnosno 25 osoba bilo muškoga spola.



**Grafikon 2.:** Stupanj stečenog obrazovanja

**Izvor:** Izrada autora

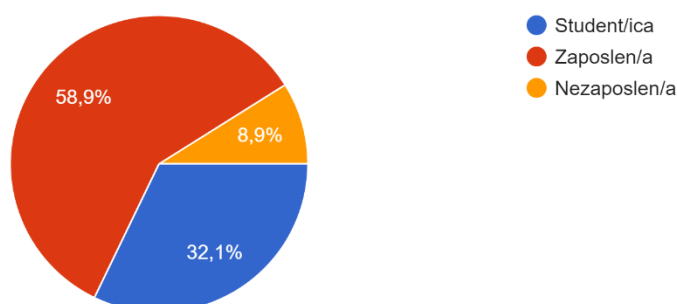
Grafikon broj 2 prikazuje kako je najviše ispitanika, njih 39,3% završilo višu stručnu sprema ili sveučilišni preddiplomski studij u trajanju tri do četiri godine. Zatim sa 37,5% slijede ispitanici sa srednjom stručnom spremom, dok je njih 20,5% završilo visoku stručnu sprema ili diplomski studij. Najmanje ispitanika, njih 1,8% je završilo osnovnoškolsko obrazovanje, dok je svega 0,9% ispitanika specijalist struke ili ima završen doktorat.



**Grafikon 3.:** Dob ispitanika

**Izvor:** Izrada autora

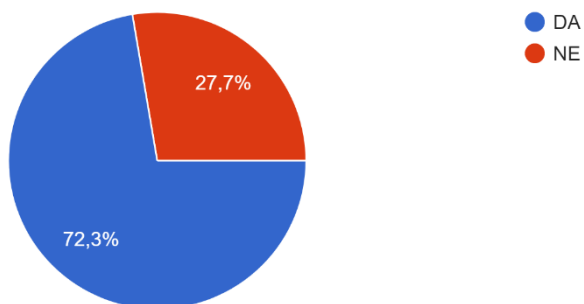
Iz grafikona broj 3 se može vidjeti dob ispitanika lokalnog stanovništva koji su sudjelovali u anketnom upitniku. Najveći broj ispitanika se nalazi u rasponu od 19 do 25 godina, njih čak 56,3%. Zatim slijede ispitanici u rasponu od 26 do 30 godina, odnosno njih 20,5% ispitanika. Na trećem su mjestu ispitanici koji imaju 46 godina i više, odnosno njih 15,2%. Zatim slijede ispitanici u rasponu od 31 do 45 godina života, odnosno njih 7,1%, dok je svega 0,9%, odnosno jedan ispitanik koji ima 18 godina.



**Grafikon 4.:** Poslovni status ispitanika

**Izvor:** Izrada autora

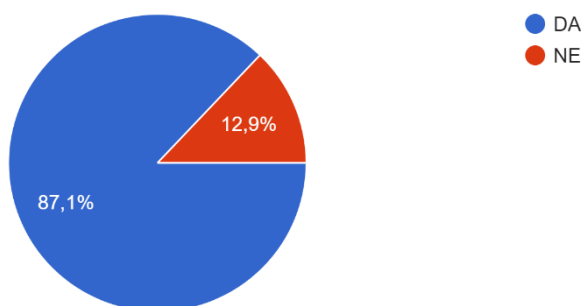
Sljedeći grafikon daje prikaz informacija o poslovnom statusu ispitanika lokalnog stanovništva. Najveći postotak zauzimaju zaposlene osobe, odnosno radno sposobne aktivne osobe, njih čak 58,9%. Na drugom se mjestu nalaze osobe koji se nalaze u statusu redovnog ili izvanrednog obrazovanja na fakultetu, njih čak 32,1%, dok se 8,9% ispitanika ne nalazi u radnom odnosu zbog različitih razloga, ali isto tako aktivno traže posao i sposobni su za rad.



**Grafikon 5.:** Postotak ispitanika koji živi na kontinentalnom dijelu Zadarske županije

**Izvor:** Izrada autora

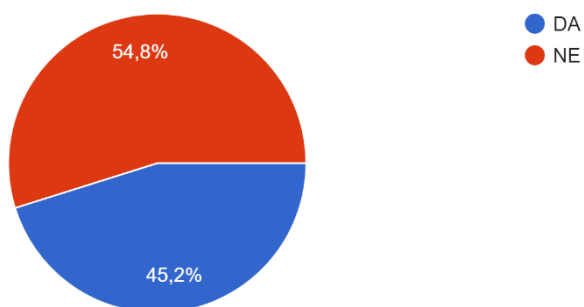
Grafikon broj 5 prikazuje postotak ispitanika koji živi na području kontinentalnog dijela Zadarske županije, njih čak 72,3% odnosno 81 osoba, dok se 27,7% ispitanika, odnosno 31 osoba, izjasnilo da ne živi na kontinentalnom području što znači da žive u priobalju Županije.



**Grafikon 6.:** Postotak ispitanika koji živi na priobalnom području Zadarske županije

**Izvor:** Izrada autora

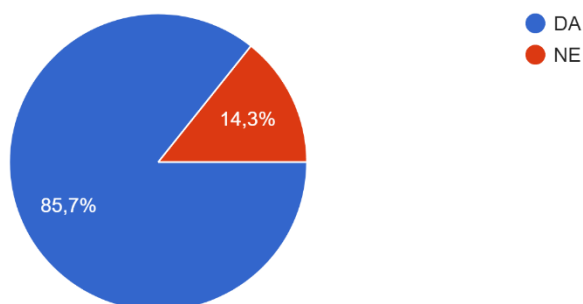
Na grafikonu broj 6 su vidljivi odgovori ispitanika koji su se izjasnili da ne žive na području kontinentalnog dijela Županije. Njih čak 87,1% se izjasnio da je nekada već posjetio kontinentalni dio Županije, odnosno njih 27 ispitanika, dok se 12,9% izjasnilo da nikada do sada nije posjetilo kontinentalni dio Županije, odnosno njih 4 ispitanika.



**Grafikon 7.:** Postotak ispitanika koji bi se vratio živjeti na kontinentalni dio pri razvitku ruralnog turizma

**Izvor:** Izrada autora

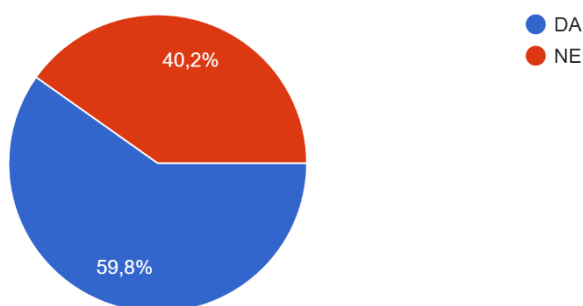
Grafikon broj 7 prikazuje postotke ispitanika koji su se odselili s kontinentalnog u priobalno područje Županije zbog raznih privatnih i poslovnih razloga. Njih 45,2% se izjasnilo kako bi se pri razvitku ruralnog turizma na kontinentalnom području vratili živjeti na to područje, dok se čak 54,8% izjasnilo da se ne bi vratilo živjeti na kontinentalno područje Županije.



**Grafikon 8.:** Postotak ispitanika koji je posjetio neki od oblika ruralnog turizma

**Izvor:** Izrada autora

Iz grafikona broj 8 se može vidjeti postotak ispitanika koji su posjetili neki od oblika ruralnog turizma ili gospodarstva i znaju što se nudi na takvim područjima. Njih 85,7% ispitanika se izjasnilo da su do sada posjetili neki od oblika ruralnog turizma, dok se 14,3% ispitanika izjasnilo kako do sada nije posjetilo niti jedan od oblika ruralnog turizma ili gospodarstva za što se pretpostavlja da su to uglavnom ispitanici priobalnog područja gdje prevladava masovni, odmorišni i kupališni turizam.

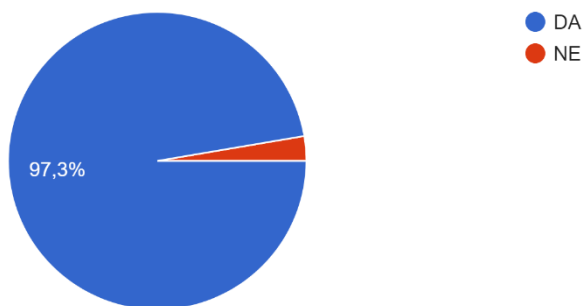


**Grafikon 9.:** Postotak ispitanika koji je upoznat s ponudom ruralnog turizma Zadarske županije

**Izvor:** Izrada autora

Grafikon broj 9 prikazuje postotke ispitanika koji su zapravo upoznati sa samom ponudom ruralnog turizma na kontinentalnom području Županije. Njih 59,8% ispitanika se izjasnilo kako uistinu zna što se nudi na tom području u okviru ruralnog turizma, dok se njih 40,2% ispitanika izjasnilo kako zapravo uopće ne znaju što se sve nudi na tome području. Razlog tome primjerice može biti loša promocija ili nedovoljna razvijenost ruralnog turizma na tim područjima.

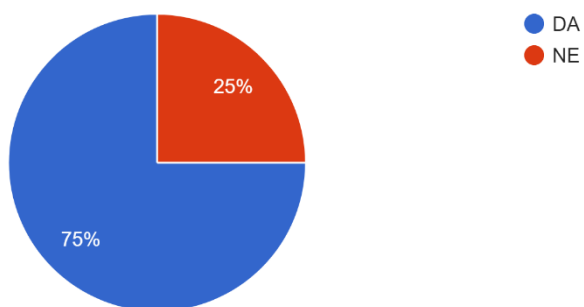




**Grafikon 10.:** Postotak ispitanika koji vidi potencijal i daljnji razvoj ruralnog turizma Zadarske županije

**Izvor:** Izrada autora

Grafikon broj 10 prikazuje postotak ispitanika koji smatraju da Zadarska županija, odnosno njen kontinentalni dio ima potencijal za daljnji razvoj i dugoročan uspjeh ruralnog turizma. Velika većina ispitanika, čak njih 97,3% ispitanika se izjasnila kako Županije ima potencijal za razvoj ruralnog turizma, dok se svega 2,7% ispitanika izjasnilo kako Županije nema potencijal za daljnji razvoj ruralnog turizma.



**Grafikon 11.:** Postotak ispitanika koji bi izdvojio veću količinu novca za odmor/boravak na ruralnom području ili gospodarstvu

**Izvor:** Izrada autora

Iz grafikona broj 11 je vidljiv postotak ispitanika koji bi bio spreman izdvojiti veću količinu novca za boravak ili odmor na kontinentalnom dijelu ruralnog područja koji bi uključivao odmor, boravak u prirodi, aktivan oblik turizma, domaću prehranu i gostoprimstvo domaćina, te mnoštvo drugih aktivnosti. Njih čak 75% ispitanika se izjasnilo kako bi bilo spremno izdvojiti određenu količinu novca za takvu vrstu odmora i iskustva, dok se 25% ispitanika izjasnilo suprotno, odnosno kako ne bi bilo spremno izdvojiti veću količinu novca za takvu vrstu odmora ili iskustva. Razlog tome može biti nedostatak vremena zbog poslovnih i privatnih obaveza, financijsko stanje stanovnika jer se dio kontinentalnog područja nalazi pod područjem posebne skrbi ili jednostavno ne postojanje želje da se odmor i slobodno vrijeme provodi na ruralnim područjima već radije biraju standardne motive odmora sunce, more i plaža.

Na sljedeće navedeno pitanje ispitanici su trebali ocijeniti svoje zadovoljstvo pojedinim elementima ponude ruralnog turizma Zadarske županije putem Likertove ljestvice ocjenama od jedan do pet, a po elementu su mogli dati samo jednu ocjenu. Ocjena jedan označava potpuno nezadovoljstvo, dok ocjena pet označava potpuno zadovoljstvo. Ispitanici su svoje ocjene trebali dati za sljedeće elemente:

**a) Ponuda i kvaliteta izleta**

Najveći broj ispitanika, njih 51, je ponudu i kvalitetu izleta ruralnog turizma kontinentalnog dijela Zadarske županije ocijenilo čtvorkom, odnosno njih 45,51% ispitanika. Ocjenu tri je dalo 33,02% ispitanika, ocjenu pet 13,35% ispitanika, ocjenu jedan 4,61% ispitanika, dok je ocjenu dva dalo 3,51% ispitanika. Prosječna ocjena ponude i kvalitete izleta iznosi 3,6.

**b) Gostoprimstvo domaćina**

Gostoprimstvo domaćina u destinacijama je od 42,86% ispitanika dobilo ocjenu četiri, njih 37,5% je dalo ocjenu pet, 13,39% je dalo ocjenu tri, 3,57% je dalo ocjenu dva, a 2,68% ispitanika je dalo ocjenu jedan. Prosječna ocjena gostoprimstva domaćina iznosi 4,1.

**c) Ljubaznost lokalnog stanovništva**

Ljubaznost lokalnog stanovništva na ruralnim područjima je od 44,64% ispitanika dobilo ocjenu četiri, 30,36% ispitanika je dalo ocjenu pet, 14,28% je dalo ocjenu tri, 6,25% je dalo ocjenu dva, dok je 4,47% ispitanika dalo ocjenu jedan. Prosječna ocjena ljubaznosti lokalnog stanovništva iznosi 3,9.

**d) Turističke informacije u destinaciji**

Dostupnost turističkih informacija u destinacijama je najveći broj ispitanika ocijenio čtvorkom, njih 43,76%, ocjenu tri je dalo 29,46% ispitanika, 16,07% njih je dalo ocjenu pet, 7,14% je dalo ocjenu dva, dok je 3,57% ispitanika dalo ocjenu jedan. Prosječna ocjena turističkih informacija u destinaciji iznosi 3,6.

**e) Kulturno povijesna baština**

Kulturno povijesnu baštinu kao dio ponude ruralnog turizma je 44,64% ispitanika ocijenilo čtvorkom, 30,37% njih je dalo ocjenu pet, 16,96% njih je dalo ocjenu tri, 4,46% ispitanika je dalo ocjenu dva, dok je 3,57% ispitanika dalo ocjenu jedan. Prosječna ocjena kulturno povijesne baštine iznosi 3,9.

#### **f) Zabavni program**

Zabavni program kao dio ponude je najveći broj ispitanika ocijenilo trojkom, njih čak 39,29%, ocjenu četiri je dalo 30,36% ispitanika, ocjenu pet 17,86% ispitanika, ocjenu dva 8,03% ispitanika, dok je ocjenu jedan dalo 4,46% ispitanika. Prosječna ocjena zabavnog programa iznosi 3,4.

#### **g) Uređenost i ponuda smještaja**

Uređenost i ponuda su ocijeni čtvorkom od strane 44,65% ispitanika, njih 25,89% je dalo ocjenu tri, 21,43% je dalo ocjenu pet, 4,46% je dalo ocjenu dva, dok je 3,57% ispitanika dalo ocjenu jedan. Prosječna ocjena uređenosti i ponude smještaja iznosi 3,8.

#### **h) Kvaliteta gastronomske ponude**

Kvalitetu gastronomske ponude najveći broj ispitanika je ocijenio čtvorkom, njih čak 45,54%, ocjenu pet je dao 31,25% ispitanika, ocjenu tri 15,18%, ocjenu dva 3,57% ispitanika, dok je ocjenu jedan dalo 4,46% ispitanika. Prosječna ocjena kvalitete gastronomske ponude iznosi 4,0.

#### **i) Odnos cijene i kvalitete**

Odnos cijene i kvalitete je ocijenjena čtvorkom od strane 41,07% ispitanika, ocjenu tri je dalo 34,82%, ocjenu pet 12,5%, ocjenu dva 6,25%, dok je ocjenu jedan dalo 5,36% ispitanika. Prosječna ocjena odnosa cijene i kvalitete iznosi 3,5.

#### **j) Obrazovanost ugostiteljskog kadra**

Obrazovanost ugostiteljskog kadra je od najvećeg broja ispitanika ocijenjena čtvorkom, njih čak 44,64%, ocjenu tri je dalo 30,36% ispitanika, ocjenu pet 10,72%, ocjenu dva 9,82% ispitanika, dok je 4,46% ispitanika dalo ocjenu jedan. Prosječna ocjena obrazovanosti ugostiteljskog kadra iznosi 3,5.

#### **k) Dostupnost sadržaja o ruralnom turizmu na internetu**

Dostupnost sadržaja o ruralnom turizmu na internetu je 41,07% ispitanika ocijenio čtvorkom, 27,68% je dalo ocjenu tri, 15,18% je dalo ocjenu pet, 10,71% je dalo ocjenu dva, dok je 5,36% ispitanika dalo ocjenu jedan. Prosječna ocjena dostupnosti sadržaja o ruralnom turizmu na internetu iznosi 3,5.

## **l) Ukupna ponuda ruralnog turizma**

Ukupna ponuda ruralnog turizma kontinentalnog dijela Zadarske županije je ocijenjena četvorkom, njih 44,64%, ocjenu tri je dalo 28,57% ispitanika, ocjenu pet 11,61%, ocjenu dva također 11,61%, dok je ocjenu jedan dalo svega 3,57% ispitanika. Prosječna ocjena ukupne ponude ruralnog turizma na kontinentalnom području Zadarske županije iznosi 3,5.

Na sljedeće navedeno pitanje ispitanici su trebali ocijeniti svoje slaganje s pojedinim elementima Zadarske županije putem Likertove ljestvice ocjenama od jedan do pet, a po elementu su mogli dati samo jednu ocjenu. Ocjena jedan označava potpuno neslaganje, dok ocjena pet označava potpuno slaganje. Ispitanici su svoje ocjene trebali dati za sljedeće elemente:

### **a) Na području Zadarske županije se treba razvijati ruralni turizam**

Tvrdnja da se na području Zadarske županije treba razvijati ruralni turizam je najveći broj ispitanika ocijenio ocjenom pet, njih čak 54,46%, ocjenu 4 je dalo 34,82% ispitanika, ocjenu tri 6,26% ispitanika, ocjenu dva 1,78% ispitanika, a ocjenu jedan 2,68% ispitanika. Prosječna ocjena tvrdnje da se na području Zadarske županije treba razvijati ruralni turizam iznosi 4,4.

### **b) Zadarska županija ima veliki potencijal za razvoj ruralnog turizma**

Tvrdnja da Zadarska županija ima veliki potencijal za razvoj ruralnog turizma je najveći broj ispitanika ocijenio ocjenom pet, njih čak 61,61% ispitanika, ocjenu četiri je dalo 29,46% ispitanika, ocjenu tri 4,46% ispitanika, ocjenu dva 2,68%, dok je ocjenu jedan dalo svega 1,79% ispitanika. Prosječna ocjena tvrdnje da Zadarska županija ima veliki potencijal za razvoj ruralnog turizma iznosi 4,5.

### **c) Ruralni prostori nisu u dovoljnoj mjeri privlačni posjetiteljima**

Tvrdnja koja glasi da ruralni prostori nisu u dovoljnoj mjeri privlačni posjetiteljima je najveći broj ispitanika ocijenio ocjenom tri, njih 27,68% je dalo takav odgovor, 25% ih je dalo ocjenu četiri, 20,56% njih je dalo ocjenu dva, 17,85% njih je dalo ocjenu pet, dok je 8,91% ispitanika dalo ocjenu jedan. Prosječna ocjena tvrdnje da ruralni prostori nisu u dovoljnoj mjeri privlačni posjetiteljima iznosi 3,2.

**d) Zadarska županija je primarno orijentirana na turizam u obalnom prostoru te je onaj u kontinentalnom dijelu nerazvijen**

Tvrdnja koja glasi da je Zadarska županija primarno orijentirana na turizam u obalnom prostoru, te da je onaj u kontinentalnom dijelu nerazvijen je ocijenjena čtvorkom od strane 41,07% ispitanika, ocjenu pet je dalo 39,29% ispitanika, ocjenu tri je dalo 11,61% ispitanika, ocjenu dva 4,46% ispitanika, dok je ocjenu jedan dao 3,57% ispitanika. Prosječna ocjena tvrdnje da je Zadarska županija primarno orijentirana na turizam u obalnom prostoru te da je onaj u kontinentalnom dijelu nerazvijen iznosi 4,1.

**e) Cijene ponude smještaja i hrane su previsoke u ruralnim područjima**

Tvrdnja da su cijene ponude smještaja i hrane previsoke u ruralnim područjima su ocijenjene trojkom, njih 38,52% je dalo tu ocjenu, 29,26% je dalo ocjenu četiri, 15,12% je dalo ocjenu pet, 11,44% je dalo ocjenu dva, dok je 5,26% ispitanika dalo ocjenu jedan. Prosječna ocjena tvrdnje da su cijene ponude smještaja i hrane previsoke u ruralnim područjima iznosi 3,4.

**f) Ruralno područje ne posjeduje dovoljno dodatnog sadržaja koje bi ih zadržalo nekoliko dana**

Tvrdnja koja glasi da ruralno područje ne posjeduje dovoljno dodatnog sadržaja koje bi posjetitelje zadržalo nekoliko dana je 33,04% ispitanika ocijenilo čtvorkom, 23,21% njih je dalo ocjenu tri, 19,64% je dalo ocjenu dva, 15,18% je dalo ocjenu pet, dok je 8,93% ispitanika dalo ocjenu jedan. Prosječna ocjena tvrdnje da ruralno područje ne posjeduje dovoljno dodatnog sadržaja koje bi posjetitelje zadržalo nekoliko dana iznosi 3,3.

Na sljedeće navedeno pitanje ispitanici su trebali ocijeniti važnost pojedinih elemenata ruralnog turizma Zadarske županije putem Likertove ljestvice ocjenama od jedan do pet, a po elementu su mogli dati samo jednu ocjenu. Ocjena jedan označava potpunu nevažnost, dok ocjena pet označava potpunu važnost. Ispitanici su svoje ocjene trebali dati za sljedeće elemente:

**a) Ponuda dodatnih sadržaja**

Ponuda dodatnih sadržaja ruralnog turizma je ocijenjena čtvorkom koju je dalo 50,89% ispitanika, ocjenu pet je dalo 37,5% ispitanika, ocjenu tri 7,14% ispitanika, ocjenu dva 1,79% ispitanika, dok je ocjenu jedan dalo 2,68% ispitanika. Prosječna ocjena važnosti ponude dodatnih sadržaja iznosi 4,2.

### **b) Cijene usluga hrane i pića, te noćenja**

Cijene usluga hrane i pića na ruralnim područjima Zadarske županije su ocijenjeni također čtvorkom koju je dao 45,56% ispitanika, ocjenu pet je dalo 40,18% ispitanika, ocjenu tri 10,71% ispitanika, ocjenu dva 2,65% ispitanika, dok je ocjenu jedan dao 0,9% ispitanika. Prosječna ocjena važnosti cijene usluge hrane i pića, te noćenja iznosi 4,2.

### **c) Povezivanje većeg broja obrtnika/poduzetnika kako bi se obogatila ponuda**

Povezivanje većeg broja obrtnika ili poduzetnika kako bi se ponuda ruralnog turizma obogatila, odnosno njegova važnost je ocijenjena peticom koju je dao 41,96% ispitanika što pokazuje kako je ova činjenica izrazito bitna za proširenje ponude. Ocjenu četiri je dalo 40,18% ispitanika, ocjenu tri 14,29% ispitanika, ocjenu dva 2,67%, dok je ocjenu jedan dao 0,9% ispitanika. Prosječna ocjena važnosti povezivanja većeg broja obrtnika/poduzetnika kako bi se obogatila ponuda iznosi 4,2.

### **d) Gostoprimstvo i ljubaznost domaćina**

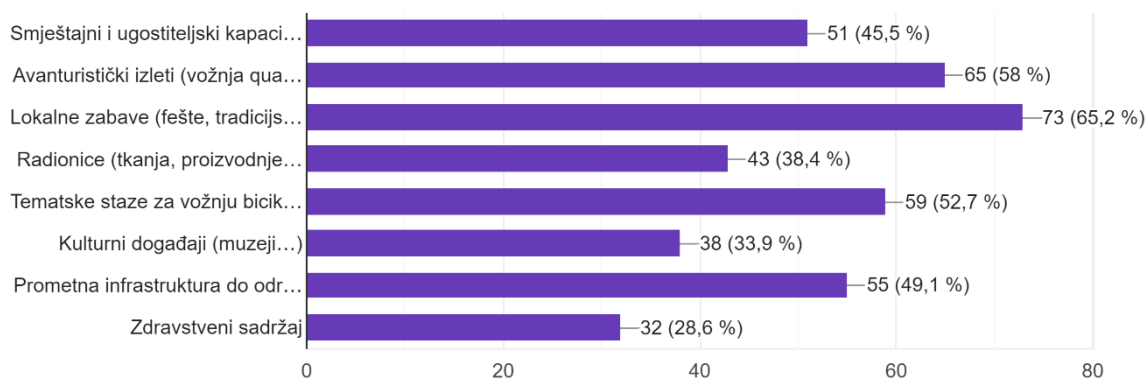
Gostoprimstvo i ljubaznost je izrazito važno u privlačenju posjetitelja, a to je vidljivo i iz ocjene za koju je 60,71% ispitanika dao ocjenu pet. Ocjenu četiri je dalo 33,03% ispitanika, ocjenu tri 3,57%, ocjenu dva 0,9% ispitanika, dok je ocjenu jedan dalo 1,79% ispitanika. Prosječna ocjena važnosti gostoprimstva i ljubaznosti domaćina iznosi 4,5.

### **e) Marketing ruralnog turizma**

Za marketing ruralnog turizma 50% ispitivača je dalo ocjenu pet što pokazuje da je promocija ruralnih područja putem web stranica izuzetno važna za privlačenje posjetitelja. Ocjenu četiri je dalo 34,82% ispitanika, ocjenu tri 12,5%, ocjenu dva 1,79% ispitanika, dok je ocjenu jedan dalo svega 0,9% ispitanika. Prosječna ocjena važnosti marketinga u ruralnom turizmu iznosi 4,3.

### **f) Dodatna pogodnost ukoliko je gost stalni posjetitelj**

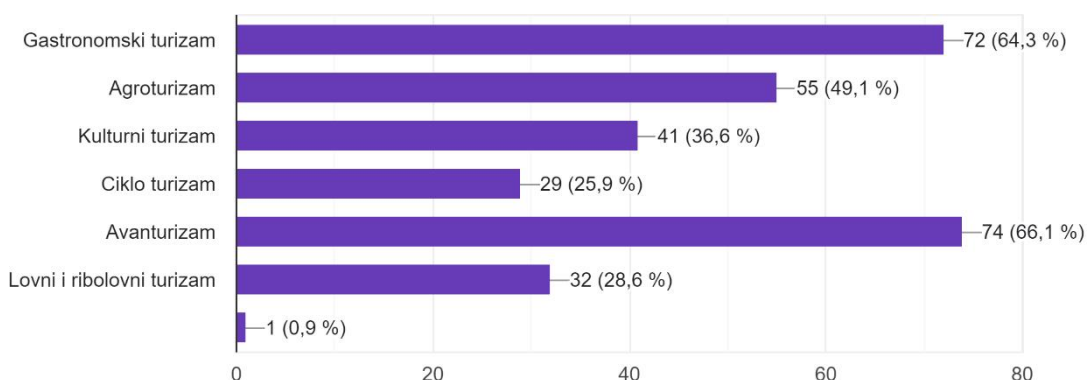
Dodatna pogodnost za goste koji su stalni posjetitelji je na skali važnosti dobila ocjenu pet koju je dao 50,89% ispitanika što pokazuje da se važnost zaista treba pridodati posjetiteljima koji se vraćaju jer se na taj način stvara lojalnost gosta. Ocjenu četiri je dao 34,82% ispitanika, ocjenu tri 9,84%, ocjenu dva 1,78% ispitanika, dok je ocjenu jedan dalo 2,67% ispitanika. Prosječna ocjena važnosti dodatne pogodnosti ukoliko je gost stalni posjetitelj iznosi 4,3.



**Grafikon 12.:** Postotci ispitanika o njihovom mišljenju koja vrsta ponude u ruralnom turizmu nedostaje na području kontinentalnog dijela Zadarske županije

**Izvor:** Izrada autora

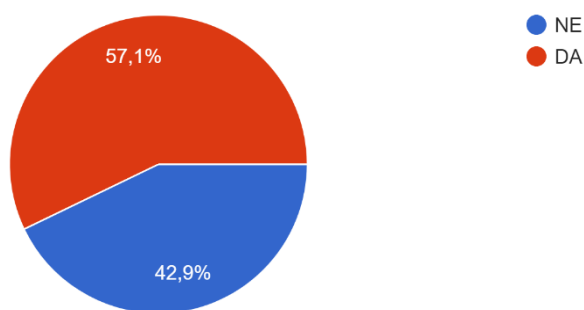
Grafikon broj 12 prikazuje različite ponude ruralnih oblika turizma za koje ispitanici smatraju da bi se trebali uvrstiti u turističku ponudu. Ispitanici su mogli izabrati više odgovora, a bili su im ponuđeni: Smještajni i ugostiteljski kapaciteti (OPG, konobe...), Avanturistički izleti (vožnje quad-om, buggy-em), Lokalne zabave (fešte, tradicijski sajmovi), Radionice (tkanja, proizvodnje sira...), Tematske staze za vožnju bicikala (ture kroz šumu), Kulturni događaji (muzeji...), Prometna infrastruktura do određenih ruralnih područja, te Zdravstveni sadržaj. Najveći broj ispitanika se odlučio za lokalne zabave kao aktivnost koju je potrebno uvrstiti u ponudu ruralnog turizma, njih čak 65,2% ispitanika. Zatim slijede avanturistički izleti sa 58% ispitanika, te tematske staze za vožnju bicikala sa 52,7% ispitanika. Slijede ih prometna infrastruktura do određenih ruralnih područja sa 49,1% ispitanika, te smještajni i ugostiteljski kapaciteti sa 45,5% ispitanika. Zatim dolaze radionice sa 38,4% ispitanika i kulturni događaji sa 33,9% ispitanika. Najmanji broj ispitanika, njih 28,6%, smatra da nedostaje zdravstvenih sadržaj.



**Grafikon 13.:** Postotci ispitanika o njihovom mišljenju koji oblik unutar ruralnog turizma bi se trebao razvijati na području kontinentalnog dijela Zadarske županije kako bi ga se učinilo održivim

**Izvor:** Izrada autora

Grafikon broj 13 prikazuje različite oblike ruralnog turizma koji se po mišljenju ispitanika treba razvijati na kontinentalnom području Zadarske županije. Ispitanici su mogli izabrati više odgovora, a bili su im ponuđeni: Gastronomski turizam, Agroturizam, Kulturni turizam, Ciklo turizam, Avanturizam, te Lovni i ribolovni turizam. Najveći broj ispitanika se odlučio za avanturizam, njih čak 66,1%, te za gastronomski turizam, njih 64,3% ispitanika. Slijede ih agroturizam za koji smatra 49,1% ispitanika da bi ga se trebalo uvesti, te kulturni turizam za koji se odlučilo 36,6% ispitanika. Zatim dolaze lovni i ribolovni turizam za koji smatra 28,6% ispitanika da bi ga se trebalo uvrstiti, te najslabije odabran ciklo turizam, kojeg je odabralo 25,9% ispitanika. Samo 0,9% ispitanika smatra da bi se trebao uvesti neki drugi oblik ruralnog turizma na kontinentalno područje.



**Grafikon 14.:** Postotak ispitanika koji je vidio primjere dobre prakse ruralnog turizma van granica Županije ili Republike Hrvatske

**Izvor:** Izrada autora

Na grafikonu broj 14 se može vidjeti prikaz postotka ispitanika koji su vidjeli ili doživjeli primjer dobre prakse van granica Županije ili Republike Hrvatske, a da to žele vidjeti u ponudi ruralnog turizma Zadarske županije. Veliki postotak ispitanika, njih čak 57,1% ispitanika su rekli da su vidjeli primjere dobre prakse van granica Županije koje su im se svidjele i za koje smatraju da bi uspjele na kontinentalnim područjima, dok se 42,9% ispitanika izjasnilo suprotno. Ispitanicima koju su pozitivno odgovorili na prethodno postavljeno pitanje bilo je postavljeno dodatno pitanje u kojem su zamoljeni da navedu što žele vidjeti u ponudi ruralnog turizma kontinentalnog dijela Zadarske županije što je ujedno bilo i posljednje pitanje postavljeno u anketi.

U nastavku su navedeni neki odgovori za koje je autorica smatrala da su najzanimljiviji.

1. „Vinske ceste popraćene lokalnom gastronomijom, razvoj i promidžba ciklo turizma, pješačke staze za sve dobne skupine, razvoj planimorskog turizma...”
2. „Uređene biciklističke staze, više autohtonih poljoprivrednih gospodarstava (Eko-etno sela)“



3. „Uključiti običaje i aktivnosti karakteristična za mjesta/sela (primjerice radionice), avanturistički turizam, zimski turizam...“
4. „Više sanjkališta ili skijališta sa prigodnim ugostiteljskim objektima u zimskim mjesecima“
5. „Branje primjerice jabuka, šljiva i raznoraznog povrća koje će posjetiteljima biti novo iskustvo, a ujedno će i spremiti i pojesti tu istu domaću hranu.“
6. „U Irskoj se primjerice može doći na farmu borovnica, uzeti košaricu i brati koliko tko želi (i naravno, platiti tu količinu). Smatram da bi se takvo nešto moglo primijeniti na branje masline izvan sezone, čime se može produžiti sezona - vlasnicima bi bilo lakše za vrijeme berbe, a posjetitelji bi bili upoznati s procesom branja i proizvodnje, te bi od tih maslina koje su skupili mogli napraviti ulje koje bi ponijeli sa sobom ili nešto drugo.“
7. „Luksuznije opremljeni objekti, sa ekskluzivnijim sadržajem, kako bi više privukli turiste iz svih dijelova EU. Također nedostaje sadržaja za mlade, kako bi oni imali razloga ostati duže na tim područjima.“
8. „Toscana Italija, regija koja nudi bogatu povijest, predivnu prirodu i pregršt ukusne hrane i vina, a sve tome slično se nalazi i u Zadarskom zaleđu.“
9. „Agroturizam, gastronomski turizam, više domaćih proizvoda.“
10. „Uključivanje kulturnih znamenitosti i muzeja.“
11. „Kućice na drveću kao na Plitvicama/naselja za odmor. Bijeg iz grada i odmor za dušu.“
12. „Kuće za odmor sa dobrom gastronomskom ponudom. Razvijen turistički informativni centar. Dodatno sportski sadržaji, uređene pješačke staze.“
13. „Obiteljski turizam (kada jedna obitelj koja dolazi na višednevni boravak ima aktivan i zabavan odmor).“
14. „Sadržaji za djecu i mlade, neiskorišten potencijal tijekom zimskih mjeseci, organizirane kulturne manifestacije.“
15. „Više staza kroz šumu koje su prikladne za šetnju/bicikl; degustacije pića (vina, rakija), hrane i ostaloga, s dostupnim informacijama online...“
16. „Organiziranje sajмова više puta godišnje na kojima bi bila dostupna reklama svim zainteresiranima, kao i ponuda i potražnja proizvoda s obiteljskih gospodarstava, te planinski avanturizam na Velebitu, primjerice Crnopcu.“
17. „Uključivanje više avanturističkih i zabavnih parkova, airsoft-a i paintball-a, aktivnog turizma, te bolja promocija ruralnog područja i Velebita kao bisera.“
18. „Glamping!“

### 3.3. Zaključak istraživanja

Nakon provedenog istraživanja i prikazanih rezultata se može zaključiti kako lokalno stanovništvo Zadarske županije smatra da kontinentalni dio Županije nije u potpunosti iskorišten, te da ima izrazito veliki potencijal za daljnji razvoj ruralnog turizma koji se kroz nekoliko godina može učiniti održivim turizmom. U tome može pomoći obogaćivanje ponude, uključivanje samog lokalnog stanovništva putem radionica i edukacija kojima bi se održala izvornost i tradicija, zatim povezivanje poduzetnika ili obrtnika, uključivanje u ponudu nekih dodatnih mogućnosti, te bolja promocija kako bi se područje što bolje oglasilo putem web portala i stranica, ali i kako bi informacije bile dostupne većem broju potencijalnih posjetitelja.

Prema provedenom istraživanju lokalno stanovništvo kontinentalnog područja Zadarske županije ukupnost ponude ruralnog turizma je ocijenilo ocjenom 3,5 odnosno preciznije kada se zaokruži na jednu decimalu ocjena iznosi četiri. Ovakva ocjena pokazuje da je dosadašnja ponuda zadovoljila određene zahtjeve lokalnog stanovništva i posjetitelja, ali da isto tako ima dosta prostora za daljnji napredak i razvoj kako bi ju se učinilo što boljom i privlačnijom. Potreba za posjetiteljima koji svoje slobodno vrijeme žele provesti na ruralnim područjima konstantno raste što dokazuju i podaci dobiveni u anketi jer su posjetitelji sve više željni mira i tišine. Zahtjevi tržišta se mijenjaju sve češće, stoga je potrebno biti što inovativniji kako bi se na svaki bijega od gužve, svakodnevice i stresa moglo odgovoriti ponudom koja se nalazi na ruralnim područjima. U prilogu tomu idu i posjetitelji koji nakon Covid-19 pandemije sve više žele izoliraniji način putovanja gdje se u potpunosti mogu opustiti i odmoriti, a ruralna područja su ta koja im to mogu i priuštiti. Zaključno, Zadarska županija se svakako, osim na priobalni turizam, treba orijentirati i svoj fokus staviti i na kontinentalna područja jer imaju veliki kapacitet za razvoj ruralnog turizma koji će donijeti velike koristi i za gospodarstvo, i za Županiju, ali i za ono najvažnije, a to je lokalno stanovništvo.

## 4. DALJNI RAZVOJ RURALNOG TURIZMA NA PODRUČJU ZADARSKE ŽUPANIJE

Strategija razvoja turizma treba biti usmjerena na usklađivanje turističkog sustava i svih njegovih dijelova kako bi se stvorila dodana vrijednost za posjetitelje. Strateški ciljevi razvoja trebaju eliminirati nedostatke ponude i prijetnje iz okruženja, te iskoristiti snage i prilike iz okruženja. Moraju se provoditi jer su dio vizije, ali isto tako moraju biti prihvatljivi lokalnom stanovništvu te moraju biti prilagodljivi brzim promjenama u okruženju.<sup>54</sup>

Vizija turizma ličko-pounskog područja bi označavala destinaciju čija je kvaliteta temeljena na očuvanom i uređenom okolišu, mjesto gdje se spajaju ruralni i avanturistički turizam. Turistička ponuda bi bogatim prirodnim ljepotama, gostoljubivošću lokalnog stanovništva i raznolikom ponudom doživljaja i aktivnosti omogućila jedinstveno iskustvo odmora svim posjetiteljima.<sup>55</sup> U nastavku su prikazani strateški ciljevi koji bi pridonijeli rješavanju problema i nedostataka, te razvoju turizma:

1. Razvoj prepoznatljive turističke infrastrukture,
2. Razvoj turističkih proizvoda i usluga,
3. Turističko brendiranje.

Ovo područje ima tri strateška cilja za razvoj turizma, ali uz svaki od ta tri su postavljeni manji ciljevi kojima se ostvaruje jedan od glavnih ciljeva.

Uz prvi cilj - razvoj prepoznatljive turističke infrastrukture se vezuje ulaganje u komunalnu i u turističku infrastrukturu.<sup>56</sup> Primjerice, poboljšanje prirodnih i društveno kulturnih resursa, vidikovaca, izgradnja centra izvrsnosti Cerovačkih spilja, centra za posjetitelje, pješačko-planinskih stana, staza zdravlja, staza za skijaško trčanje, te seljačka tržnica.<sup>57</sup>

Uz drugi cilj - razvoj turističkih proizvoda i usluga se vezuje razvoj i uređenje smještajne ponude i pratećih sadržaja i razvoj i unaprjeđenje turističke i ugostiteljske ponude.<sup>58</sup> Primjerice, B&B koncept, eko etno selo, kamp odmaralište, obnova motela, izgradnja active hotela,

---

<sup>54</sup> Program ruralnog razvoja – Općina Gračac (2017.), Strategija razvoja turizma općine Gračac za razdoblje 2017.-2022., str. 25

<sup>55</sup> Isto

<sup>56</sup> Isto, str. 26-27

<sup>57</sup> Isto, str. 30-40

<sup>58</sup> Program ruralnog razvoja – Općina Gračac (2017.), Strategija razvoja turizma općine Gračac za razdoblje 2017.-2022., str. 28

avanturističkog parka, centra na vodi s ribolovnim platformama, interpretacijskog centra Vrela Zrmanje, izletišta na vrelu Une, izgradnja parka brdskog biciklizma ili snowboard parka.<sup>59</sup>

Uz treći cilj – turističko brendiranje se vezuje pokretanje destinacijskog marketinga i poticanje marketinških aktivnosti u svrhu razvoja turizma.<sup>60</sup> Primjerice, razvoj komplementarne ponude - lokalna proizvodnja, edukacija lokalnog stanovništva i zaposlenih u turizmu, povezivanje ponude s okolnim mjestima i ekološko-edukacijski centar<sup>61</sup>

Isto tako, područje obiluju prostorom koje je pogodno za razvoj poljoprivredne djelatnosti i uključivanje lokalne i ekološke proizvodnje gdje bi se uključilo mala i obiteljska gospodarstva. Uključivanjem nekih od obiteljskih poljoprivrednih domaćinstava u turističku djelatnost (agroturizam, OPG-a ili dr. oblici smještajnog domaćinstva) stvorio bi se specifičan oblik poslovanja koji bi rezultirao pozitivnim utjecajem na lokalno stanovništvo i odnose jer bi se poboljšala kvaliteta života. Cilj je i povećanje broja specijaliziranih poljoprivrednih proizvođača (rakija, sušeni proizvodi), ali i uključivanje stočarstva, pčelarstva, ribarstva, povrtlarstva i voćarstva.<sup>62</sup>

Definiranje razvoja turizma Ravnih kotara se povezuje uz kvalitetu doživljaja, povećanje zadovoljstva i potrošnje posjetitelja, te produljenje sezone. Strateški ciljevi razvoja turizma Ravnih kotara definiraju ono što dionici trebaju napraviti kako bi implementirali i ostvarili misiju, te realizirali viziju.<sup>63</sup> Vizija turizma dalmatinske zagore i Ravnih kotara bi označavala jedinstven boravak u ekološki očuvanom prostoru kroz razvoj održivog turizma, autentičnih doživljaja, atraktivnih proizvoda u cilju zadovoljenja potreba turista i interesa poduzetnika i lokalnog stanovništva, dok bi misija označavala održiv, organiziran i konkurentan turizam koji osigurava ekonomski prosperitet i društveni razvoj svim stanovnicima Ravnih kotara.<sup>64</sup>

Njihova provedba kroz strateške ciljeve bi omogućila razvoj turizma koji se gradi na prirodnoj atrakcijskoj osnovi u kombinaciji s kulturom života i rada koja je usmjerena različitim segmentima tržišta koji traže aktivniji oblik odmora u ekološki čistom okruženju. U nastavku su prikazani strateški ciljevi kojima bi se to moglo i ostvariti.<sup>65</sup>

---

<sup>59</sup> Program ruralnog razvoja – Općina Gračac (2017.), Strategija razvoja turizma općine Gračac za razdoblje 2017.-2022., str. 40-57

<sup>60</sup> Isto, str. 29

<sup>61</sup> Isto, str. 57-61

<sup>62</sup> Isto, str. 65-69

<sup>63</sup> TZ Ravni kotari (2022.), Strategija razvoja turizma Ravnih kotara 2022.- 2032., str. 52-53

<sup>64</sup> TZ Ravni kotari (2022.), Strategija razvoja turizma Ravnih kotara 2022.- 2032., str. 52-53

<sup>65</sup> Isto, str. 55

1. Učinkovito upravljanje turističkim razvojem,
2. Stvaranje pretpostavki za razvoj održivog turizma,
3. Tržišna valorizacija kroz unapređenje postojećih i razvoj novih turističkih proizvoda,
4. Povećanje tržišne prepoznatljivosti.

Ovo područje ima četiri strateška cilja za razvoj turizma, ali uz svaki od ta tri su postavljeni manji ciljevi kojima se ostvaruje jedan od glavnih ciljeva.

Uz prvi cilj - učinkovito upravljanje turističkim razvojem se vezuje jačanje učinkovitosti i umrežavanja rada javnih vlasti, unapređenje svijesti lokalnog stanovništva i dionika turističke ponude o potrebi zaštite okoliša, ekološko poslovanje u svim oblicima, poimanje nosivosti kapaciteta i kvalitete okoliša, te sustav poslovnog povezivanja turizma sa poljoprivrednim proizvođačima.<sup>66</sup> Primjerice, povećanje korištenja obnovljivih izvora energije, recikliranje otpada i energetske učinkovitosti objekata, promocija poduzetničkih mogućnosti u turizmu lokalnom stanovništvu, stvaranje informatičke podlogu za razvoj turističkih proizvoda, te povezivanje subjekata u turizmu s poljoprivrednim i ostalim proizvođačima.<sup>67</sup>

Uz drugi cilj - stvaranje pretpostavki za razvoj održivog turizma se vezuje promocija o važnosti održivog turizma, razvijanje novih znanja, tehnologija i inovacija u održivom turizmu, preduvjeti za financiranje projekata komunalne infrastrukture, preduvjeti za financiranje obnove postojećih i izgradnju novih smještajnih kapaciteta, te pružanje podrške poduzetničko-razvojnim inicijativama.<sup>68</sup> Primjerice, zelena i ekološka naselja, poboljšanje cestovnog prometa u naseljima, izgradnja pitoreskkih sela, cjelovitog sustava biciklističkih ruta i pješačkih staza, uspostava tematskih i poučnih staza, te promidžba ekološke poljoprivredne proizvodnje.<sup>69</sup>

Uz treći cilj - tržišna valorizacija kroz unapređenje postojećih i razvoj novih turističkih proizvoda se vezuje tržišna promocija poljoprivrednih proizvoda, podizanje kvalitete i obogaćivanje postojeće turističke ponude, poboljšanje kvalitete gastronomske ponude, povećanje broja lokalnih proizvoda/usluga u turizmu, uređenje turističkih atrakcija objektima turističke ponude, uređenje objekata za smještaj u ruralnom ambijentu, te eko i agroturizam.<sup>70</sup> Primjerice, kreiranje puteva baštine, unapređenje eno i gastronomske ponude, uvođenje turizma događanja, seoskog i eko turizma, plana obilaska biciklom, turističkog paketa proizvoda za

---

<sup>66</sup> TZ Ravni kotari (2022.), Strategija razvoja turizma Ravnih kotara 2022.- 2032., str. 56

<sup>67</sup> Isto, str. 58

<sup>68</sup> Isto

<sup>69</sup> Isto

<sup>70</sup> Isto, str. 57

dnevni, vikend i tjedni boravak, te upravljanje kvalitetom obiteljskih kuća za odmor i turističkih apartmana.<sup>71</sup>

Uz četvrti cilj - povećanje tržišne prepoznatljivosti se vezuje jačanje međunarodne prepoznatljivosti turizma, razvijanje prepoznatljivog turističkog brenda, optimiranje marketing plana, inovacija marketing materijala, uspostava promocijskog prodajnog web portala, te redovito praćenje zadovoljstva boravka posjetitelja.<sup>72</sup> Primjerice, stvaranje turističkog brenda Ravnih kotara, te operativnog marketing plana za eko i agroturizam, enofilski turizam, turizam događanja i cikloturizam.<sup>73</sup>

Ovo područje raspolože bogatom resursno atrakcijskom osnovom za razvoj različitih oblika ruralnom turizma koje će privući različitu segmentaciju posjetitelja posebnih interesa. Primjerice uvođenje ili poboljšanje „primarnih“ proizvoda poput eko turizma, seoskog, vinskog, gastronomskog, ciklo turizma, te turizma događanja može doprinijeti povećanju broja posjetitelja, ali i poboljšanje ili uvođenje „sekundarnih“ proizvoda poput kulturnog turizma, turizma baštine, pješačenje, konjički turizam, turizam „opuštanja i duhovnog sklada“, te golf. Ovakva ponuda bi stvorila preduvjet za razvoj održivog turizma koji bi trajao tijekom cijele godine, te bi omogućio geografsku i vremensku rasprostranjenost turističke potražnje, odnosno proširila bi se na cijelo područje Ravnih kotara.<sup>74</sup>

Kako je u strateškim dokumentima i istaknuto, naglasak je na razvoju i iskorištavanju potencijala i prostora koji mogu značajno doprinijeti poboljšanju životnog standarda, ali i povećanju posjećenosti ovih područja koji predstavljaju prirodno bogatstvo Županije. Poboljšanjem postojeće i izgradnjom nove infrastrukture olakšala bi se i poboljšala kvaliteta življenja, ali i sama ponuda koji bi značajnije privlačila posjetitelje jer bi se kao takvima nudila kvalitetna turistička infrastruktura. Uz poboljšanje infrastrukture naglasak se stavlja i na unapređenje postojećih i razvoj novih turističkih proizvoda i usluga čiji bi naglasak bio na iskustvu i doživljaju, odnosno na onome što posjetitelji da sada nisu imali prilike posjetiti, a time bi ih mogli privući i zadržati dulje od jednog dana. Primjer takvog doživljaja je osmišljavanje kućica na drveću odnosno glamping ponude na ličko pounskom području u blizini parka prirode kojom bi se nastojala produžiti sezona posjeta. Infrastruktura bi bila osmišljena i za boravak u hladnijim mjesecima, a sama ponuda bi uključivala i obližnje lokalno

---

<sup>71</sup> TZ Ravni kotari (2022.), Strategija razvoja turizma Ravnih kotara 2022.- 2032., str. 59

<sup>72</sup> Isto

<sup>73</sup> Isto

<sup>74</sup> Isto, str. 89

stanovništvo i njihove primjerice ugostiteljske ponude, ali i dodatne aktivnosti koje bi se mogle nuditi posjetiteljima na takvim područjima, primjerice birdwatching. Primjer ponude koja bi poboljšala turistički doživljaj i iskustvo na području Ravnih kotara je branje voća i povrća u koje bi bili uključeni i sami posjetitelji. Na taj način bi se povećavala uključenost posjetitelja u život lokalnog stanovništva i sam doživljaj „života na selu“ koja bi ujedno predstavljala i bijeg od stresne svakodnevnice i užurbanog načina života urbanih sredina. Kako bi takve ponude zaista bile i ostvarive, te kako ne bi ostale samo napisane u strateškim dokumentima, potrebno je poboljšati umrežavanje i povezivanje, ali i marketinške aktivnosti jer bi se time stvorila prepoznatljivost, ali i turistički brend koji bi ujedinio cijelo kontinentalno ruralno područje Županije. Isto tako, putem strateških dokumenata naglasak je stavljen i na stvaranje pretpostavki za razvoj održivog turizma, ali i na učinkovito upravljanje turističkim razvojem kojim bi se turizma na kontinentalno ruralnim područjima Županije nudio cijele godine i koji bi kao takav privlačio različite segmente domaćih i inozemnih posjetitelja.

Turistička djelatnost ruralnih područja determinira i niz izravnih i neizravnih utjecaja na sektor gospodarstva što pokazuje mogući učinak turizma na ruralna područja Zadarske županije. Jasna slika ruralnog učinka u turizmu se dobiva utvrđivanjem turističke potrošnje posjetitelja i njenog utjecaja na gospodarstvo, odnosno prikazuje ruralni turizam i agroturizam kao djelatnosti koje proizvode alternativne prihode čime se stvaraju nove prilike za ruralni razvoj kontinentalnih područja. Kako bi se prihodi materijalizirali na turistički potencijalnom području, potrebni su procesi modernizacije, razvoja i inovacija turizma, te provedba aktualnih i konkurentnih turističkih usluga.<sup>75</sup> Prihodima od turizma se može financirati i zaštita prirodnih područja, ali i povećati njihov gospodarski značaj.<sup>76</sup> Utjecaje na ruralna područja se može promatrati s ekonomskog i sociokulturnog stajališta, te utjecaja na okoliš. Ekonomski utjecaji će stvarati nova radna mjesta za opstanak mladog stanovništva i prihode koji će s vremenom rasti prilikom otvaranja novih obiteljskih i poljoprivrednih gospodarstava. Isto tako, postoji mogućnost povećanja inozemnih sredstava i potrošnje, povećanje potražnje za ostalim proizvodima i uslugama kontinentalnog područja, poboljšanje javnih usluga, modernizacije poljoprivrede i drugih ruralnih aktivnosti, te ostvarenje koristi za male lokalne poduzetnike. Utjecaj na okoliš može doprinijeti svijesti lokalnog stanovništva i posjetitelja o važnosti očuvanja okoliša i zdravog načina života, primjerice očuvanjem prirodnih resursa i održavanju parka prirode, očuvanje prirodnih staništa i bioraznolikosti povijesnih spomenika, te korištenje

---

<sup>75</sup> Abdo, K. (2021.) The Impact of Rural Tourism on the Development of Regional Communities, str. 4

<sup>76</sup> Isto, str. 2

suvremene tehnologije i alata u svrhu sprječavanja negativnih utjecaja na okoliš. Sociokulturni utjecaj je moguće poboljšati sprječavanjem iseljavanja ruralnih područja putem raznih mjera zapošljavanja i poticanja na rad i opstanak, podizanjem kulture stanovništva i obrazovanjem, brzim prihvaćanjem kulturne promjene od strane posjetitelja, te poboljšanjem zdravlja lokalne zajednice. Isto tako, utjecaju mogu doprinijeti i viši standardi života ruralnog stanovništva, te razvijanje tržišta za poljoprivredne proizvode i rukotvorine gdje će poljoprivrednici i obrtnici imati izravnu interakciju s posjetiteljima, primjerice na raznim sajmovima i manifestacijama.<sup>77</sup> Kako bi se spriječilo negativne sociokulturne utjecaje iseljavanja mladih ljudi s ruralnih područja uzrokovane nedostatkom pronalaska zaposlenja i poduzetničkih prilika u poljoprivredi i povezanim ruralnim gospodarskim aktivnostima, sastavljene su opće preporuke kojima se to nastoji spriječiti. Neke od općih preporuka za razvoj ruralnih područja na području Županije su plasiranje ruralnog turizma kao strateškog stupa u politiku ruralnog razvoja Županije, turizam kao korist i blagostanje ruralne zajednice (održavanje sajma, otporan i održiv sektor), nove prilike za turizam i ruralni razvoj (inovacije, tehnologija i digitalizacija), razvoj proizvoda i lanca vrijednosti (integracija za održivi turizam, poboljšanje iskustva putovanja), te upotrebljavanje održive politike i prakse u ruralnim područjima/destinacijama.<sup>78</sup>

Kako i samo lokalno stanovništvo Zadarske županije navodi, nedovoljnu iskorištenost potencijala kontinentalno ruralnih područja je potrebno poboljšati. Bez obzira na uključenost ruralnog turizma u glavne strateške dokumente, ova područja su nedovoljno razvijena, ali i kao takva nedovoljno prepoznata na tržištu. Ruralna bi se područja trebala više uključivati u strateško planiranje kako bi se ostvarile vizije ruralnih područja. Isto tako, postoji i potreba za omogućavanjem mikro kreditiranja kao jednim od glavnih razloga nemogućnosti pokretanja poslovanja, ali i uključivanje zakonske regulative u proces planiranja ruralnog razvoja regije.<sup>79</sup> Preporuka za razvoj ruralnih područja Zadarske županije je model koji bi implementirao sustav razvoja ruralnog turizma na tri razine. Model povezuje institucije različitih razina i kategorija čiji pristup korištenja ide odozdo prema gore, odnosno uključivanje raznih lokalnih čimbenika u procese donošenja odluka vezanih uz strategiju i odabir prioriteta koje treba uključiti na

---

<sup>77</sup> Rathore, N. (2012.) Rural tourism impact, challenges and opportunities, str. 254-256

<sup>78</sup> UNWTO, [www.unwto.org/rural-tourism](http://www.unwto.org/rural-tourism) (pristupljeno 1.6.2023.)

<sup>79</sup> Sikirić, D., Krajnović, A., Rajko, M., (2015.), Model for the Implementation of the Rural Tourism Development Strategy in the Count of Zadar, str. 1021



određenom ruralnom području.<sup>80</sup> Konstrukcija modela se sastoji od tri razine: makro razine, mezo razine i mikro razine.<sup>81</sup>

Makro razina obuhvaća podjelu na dva dijela, odnosno na Europsku Uniju i Vladu Republike Hrvatske. Zadaće subjekata na ovoj razini u pogledu razvoja ruralnog turizma su stvaranje jasnih i učinkovitih institucionalnih osnova za razvoj poslovanja, te stvaranje učinkovitog sustava financijske, obrazovne i konzultantske potpore sadašnjim i budućim poduzetnicima u ruralnom turizmu Zadarske županije.<sup>82</sup>

Mezo razina obuhvaća privatni i javni sektor na regionalnoj razini. U javne se ubrajaju Zadarska županija s pripadajućim gradovima i općinama, obrtničkim komorama, Sveučilište u Zadru, te Agencija za ruralni razvoj Zadarske županije, dok se u privatne ubrajaju banke, turoperatori, turističke agencije, poduzetnici, te privatni iznajmljivači na obali. Turistička zajednica Zadarske županije se nalazi u središtu modela i ima središnju ulogu u upravljanju razvojem turističke destinacije. Ona bi trebala biti „pokretač“ razvoja pojedinih destinacija. Njene uloge se dijele na strateške i operativne. Strateška se odnosi na dugoročno povezivanje javnog i privatnog sektora, dugoročnu suradnju sa subjektima na makro razini (HTZ i nadležna ministarstva), te sudjelovanje u izradi strateških turističkih i gospodarskih dokumenata Županije. Operativna se odnosi na konkretnije operativne korake koje TZ mora obavljati svaki dan, te analiziranje svih informacija dobivenih s terena iz svih segmenata mezo razine. Neki od glavnih zadataka su informiranje potrošača na tržištu o samoj destinaciji i o njejoj ponudi, osiguravanje distribucije te ponude, kreiranje platforme za marketing destinacije, te osiguravanje visoke razine koordinacije svih sudionika.<sup>83</sup>

Mikro razina je najniža razina i obuhvaća agro-turistička obiteljska gospodarstva. Karakterizira ih izravan kontakt s posjetiteljima kojima pružaju ugodnu atmosferu i osjećaj dobrodošlice, kvalitetnu domaću hranu, priliku za upoznavanje tradicionalnih zanata, te mogućnost kupnje autentičnih i ekološki prihvatljivih proizvoda kojima će se stvoriti turistički doživljaj. Za razvoj ovakvog oblika gospodarstva je potreban rad agencija za gospodarstvo. Isto tako, potrebno je i osnivanje udruga pružatelja usluga koje bi doprinijele u koordinaciji pojedinačnih akcija, ali i u osmišljavanju i kreiranju vlastitih ideja, te iznošenje vlastitih

---

<sup>80</sup> Sikirić, D., Krajnović, A., Rajko, M., (2015.), Model for the Implementation of the Rural Tourism Development Strategy in the Count of Zadar, str. 1022-1026

<sup>81</sup> Isto

<sup>82</sup> Isto

<sup>83</sup> Isto

stajališta koje bi se prosljeđivale na više razine čiji predstavnici trebaju biti članovi svih registriranih OPG-ova određenog područja.

Budućem razvoju ruralnog područja Županije mogu doprinijeti i kvalitetniji zakonski temelji i porezni propisi, kreiranje proizvoda čiji bi naglasak bio na regionalnim posebnostima kao osnovnim resursima, korištenje inovativne tehnologije u poljoprivredi i tehnologije za stvaranje rezervacijskih baza podataka na selima, održivim i uspješnim inicijativama u ruralnom turizmu, praćenjem ljudskih resursa i razvijanjem njihovih znanja i sposobnosti, te unapređenje i očuvanje osnovnog resursa ruralne sredine, odnosno prirode i ljudi.

Pozornost je potrebno posvetiti i promociji ruralnog turizma na cjelokupnom kontinentalnom području Županije jer će se relevantnim marketingom i uz pomoć brojnih oblika potpore pridonijeti boljoj prepoznatljivosti potencijala kontinentalnog područja, raznolikosti i atraktivnosti jedinstvenih proizvoda ruralnog turizma, te boljoj kapitalizaciji.<sup>84</sup> Isto tako, ruralni turizam ne bi trebao ići na masovni marketing, kao takav treba razviti različite strategije za različite segmente kako bi bio uspješan.<sup>85</sup>

Zaključno može se reći kako kontinentalno područje posjeduje bogatu prirodnu i kulturnu društvenu baštinu, koje je do sada neiskorišteno u potpunosti. Kako i samo lokalno stanovništvo u anketi navodi neiskorištenost prostora i potencijala, vidljivo je i po broju dolazaka i noćenja posjetitelja na ovim područjima. Izrazito je bitna marketinška aktivnost kako bi za ova područja znao što veći broj potencijalnih posjetitelja, ali i očuvanje i poboljšanje svih vrijednosti koje posjeduje. Društvene se vrijednosti mogu poboljšati educiranjem lokalnog stanovništva, poboljšanjem kvalitete života, izgradnjom lokalnog zajedništva, te uključivanjem posjetitelja u proizvodnju, radionice ili događanja kako bi se osjećali dijelom lokalnog stanovništva. Kulturne se vrijednosti mogu poboljšati razvijanjem kulturnog identiteta, promoviranjem tradicionalnih običaja, razvijanjem kulturnog stvaralaštva, te unapređenjem kulturne baštine. Ekonomske se vrijednosti mogu poboljšati razvijanjem lokalnog poduzetništva, otvaranjem novih radnih mjesta i ostvarivanjem dodatnih prihoda, promocijom destinacije, te renovacijom prometne i komunalne infrastrukture. Te ekološke vrijednosti koje se mogu poboljšati povećanjem svijesti lokalnog stanovništva i posjetitelja o važnosti zaštite okoliša, te promoviranjem aktivnog i zdravog stila života. Osobno smatram kako ovo područje nije ni približno u potpunosti iskorišteno, ali da će se njegova uloga u ukupnom turizmu

---

<sup>84</sup> Abdo, K. (2021.) *The Impact of Rural Tourism on the Development of Regional Communities*, str. 4

<sup>85</sup> Rathore, N. (2012.) *Rural tourism impact, challenges and opportunities*, str. 258

Županije poboljšati, te da će doprinosti očuvanju prirode i kvaliteti života lokalnog stanovništva.

## ZAKLJUČAK

Zadarska županija je destinacija koja obiluje prirodnim i kulturnim resursima, i koja svoju privlačnost temelji upravo na tim atrakcija. Uz prekrasnu prirodu i bogatstvo resursima na kojima gradi razvoj i turizam bitno je istaknuti geografski položaj i prometnu povezanost Županije s ostatkom Hrvatske kroz koju prolaze važni prometni pravci. Kontinentalni dio Županije karakterizira ugodna mediteranska klima koja je ugodna za boravak tijekom cijele godine, ali i oštra i hladna klima u zimskim mjesecima na planinskim predjelima regije. Ruralna područja karakterizira manji broj stanovnika, iseljavanje, te sve veći broj starijeg stanovništva. S ciljem sprječavanja daljnjeg iseljavanja mlađe populacije potrebno je donošenje mjera od strane Županije za smanjenje iseljavanja putem otvaranja radnih mjesta, omogućavanjem fondova za pokretanje vlastitog poslovanja, educiranjem stanovništva, te poboljšanjem kvalitete života kako bi se mlado stanovništvo zadržavalo i razvijalo ruralna područja Županije.

Primarna djelatnost Županije je turizam, stoga i ruralna područja trebaju ići u tome smjeru i iskoristiti vlastiti potencijal za daljnji razvoj. Županija svoj fokus i sredstva treba nastojati usmjeriti na ruralna područja i poduzeti mjere za razvoj istih kako bi se razvijao turizam koji bi donio velike koristi za gospodarstvo, ali i za lokalno stanovništvo. U turističku je ponudu potrebno uključiti dostupne resurse kako bi se poboljšala potražnja, primjerice u poljoprivredu se mogu uključiti dodatne aktivnosti poput branja voća i povrća, začinskog bilja ili kreiranje radionica u koje bi se uključivali posjetitelji jer bi sudjelovali u tradicionalnom načinu pripreme jela. Takav bi proizvod bio karakterističan za to područje, a ujedno i kao takav prepoznatljiv na tržištu. Uz to, poboljšanju ponude može doprinijeti i povećanje broja smještajnih kapaciteta (obiteljski smještaj, kamp...) koji bi odisali tradicijom.

Razvoju ruralnog turizma može doprinijeti otvaranje novih radnih mjesta, povećanje dohotka, razvijanje infrastrukture, pokretanje vlastitih obrta, te uključivanje u lokalnu zajednicu. Sve to može imati pozitivan utjecaj i na očuvanje ruralnih područja, ali i na opstanak i zadržavanje mladih u ruralnim sredinama. Isto tako, razvoj ruralnog oblika turizma može doprinijeti i razvoju selektivnih oblika turizma unutar kojih bi se uključivale i ostale gospodarske djelatnosti koje bi se međusobno nadopunjavale i osnaživale kao turistički proizvod na tržištu.

Kako je i vidljivo u samome istraživanju lokalno stanovništvo se izjašnjava da njihova područja nisu u potpunosti iskorištena za razvoj, da nisu u potpunosti upoznati s ponudom ruralnog turizma, ali i da postoji još dosta prostora koji se može iskoristiti za daljnji razvoj.

Poboljšanju može doprinijeti uključivanje novih proizvoda povezivanjem različitih područja u jedan proizvod koji bi se posjetiteljima ponudio kao jednodnevni, vikend putovanje, ali i višednevni izlet koji bi bio zanimljiv svim generacijama. U proizvod bi se uključile primjerice aktivnosti poput jahanja i branja voća na području Ravnih kotara, zatim drugi dan odlazak na rafting na Zrmanju, dok bi se treći dan uključilo ličko pounsko područje gdje bi se primjerice vozio bicikl ili planinarilo u park prirode Velebit. Dakle, ideja je objediniti cijeli kontinentalni dio kako bi se stvorio autohtoni kontinentalni proizvod ruralnih područja koji bi privlačio individualce, ali i grupe posjetitelja. Kako se i samo stanovništvo izjasnilo turizmu nedostaju, ili su zastupljeni u manjoj mjeri, određeni oblici turizma poput agroturizma, kulturnog, ciklo ili lovnog i ribolovnog turizma koji mogu povećati broj dolazaka, a u što je izrazito važno uključiti promociju što dokazuju statistički podaci jer je važnost marketinga ocijenjena najvišom ocjenom. Također, razvoju turizmu bi pridonijelo poboljšanje kvalitetnijih smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta uređenih u tradicijskom stilu čija bi se ponuda hrane temeljila na domaćim namirnicama, kreiranje staza za pješaćenje, te vožnju bicikla, ali i posebnih ruta za avanturistički oblik turizma za vožnju motocikala i quad-ova, kulturni turizam u koji bi se uključilo edukacije i radionice za posjetitelje koji bi se upoznali s lokalnim načinom života, te zdravstveni turizma koji bi uključivao boravak uz rijeke, šetnje, te odmor na svježem i čistom zraku. Kako bi to sve bilo ostvarivo, te kako bi područja bila dostupna potrebno je obnavljanje, ili čak kreiranje cijele infrastrukture kako bi posjetitelji lakše dolazili, a lokalno stanovništvo imalo bolje uvjete za život.

Zaključno, kontinentalni dio županije je slabije razvijen usprkos bogatoj i raznovrsnoj atrakcijskoj osnovi. No, bez obzira na nerazvijenost, ima dovoljno prostora kako bi se u budućim razdobljima kvalitetno razvijala. Prema resursnoj osnovi ne zaostaje za drugim regijama/županijama koje su nenadmašno razvile svoj ruralni turizam, naprotiv svojim ruralnim bogatstvom nadilazi mnoge od njih. Izuzev atrakcijske osnove čovjek je najvažniji resurs koji zapravo ima ključnu ulogu u razvoju turizma. Izrazito je bitno uključiti lokalno stanovništvo i zajednicu ruralnih područja u donošenje odluka i provođenje projekta razvoja ruralnog turizma jer bi zajedničkih naporima doprinijeli cjelokupnoj zajednici, poboljšanju kvalitete života, ali i razvoju održivog turizma koji bi poboljšao ponudu, ali i potražnju ruralnog turizma kontinentalnog dijela Zadarske županije.

## POPIS BIBLIOGRAFIJE

Abdo, K. (2021.) The Impact of Rural Tourism on the Development of Regional Communities, Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics, Bucharest Academy of Economic Studies,  
[www.researchgate.net/publication/354412213\\_The\\_Impact\\_of\\_Rural\\_Tourism\\_on\\_the\\_Development\\_of\\_Regional\\_Communities](http://www.researchgate.net/publication/354412213_The_Impact_of_Rural_Tourism_on_the_Development_of_Regional_Communities) (pristupljeno 1.6.2023.)

Agriculture and rural development, [https://agriculture.ec.europa.eu/index\\_hr](https://agriculture.ec.europa.eu/index_hr) (pristupljeno 5.5.2023.)

Demonja, D., Ružić, P., (2010.) Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, Meridijani, Zagreb

Dimitrovski, D.D., Todorović, A.T., Valjarević, A.Dj., (2011.), Rural tourism and regional development: Case study of development of rural tourism in the region of Gruža, Serbia, Procedia Environmental Sciences, Bucharest  
[www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1878029612004987](http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1878029612004987) (pristupljeno 10.5.2023.)

Geić, S., (2011.) Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split

Institut za turizam (2006.), Hrvatski turizam plavo-bijelo-zeleno, knjiga br. 3, Zagreb

Kevrić, V., Peričić, S., Krce Miočić, B., Razović, M., Klarin, T., Magaš, D., Brkić Vejmelka, J., Krajnović, A., Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije 2013. - 2023. (2013.) Zadar, Zadarska županija i Turistička zajednica Zadarske županije, Razvojna agencija Zadarske županije - ZADRA d.o.o. i Sveučilište u Zadru

Kušen, E., „Turizam i prostor – klasifikacija turističkih atrakcija“, Zagreb, Institut za turizam, 2.01.02 – Urbanističko i prostorno planiranje, 2002. <https://hrcak.srce.hr/file/16581> pristupljeno 9.5.2023.

Lane, B., Kastenholz, E., João Carneiro, M. (2022.), Rural Tourism and Sustainability: A Special Issue, review and update for the opening years of the twenty-first century, Eurac Research, Bolzano-Bozen, Italy & Research Unit, Aveiro, Portugal, [www.mdpi.com/2071-1050/14/10/6070](http://www.mdpi.com/2071-1050/14/10/6070) (pristupljeno 11.5.2023.)

López-Sanz, J.M., Penelas-Leguía, A., Gutiérrez-Rodríguez, P., Cuesta-Valiño, P., (2021.), Rural Tourism and the Sustainable Development Goals. A Study of the Variables That Most Influence the Behavior of the Tourist, Faculty of Economics, Business and Tourism,

Universidad de Alcalá, Alcalá de Henares, Spain & Faculty of Economic and Management Sciences, Universidad de León, León, Spain  
[www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2021.722973/full](http://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2021.722973/full) (pristupljeno 12.5.2023.)

Ministarstvo poljoprivrede (2022.), Strateški plan Zajedničke poljoprivredne politike 2023. – 2027., [www.ruralnirazvoj.hr/files/Strateski-plan-Zajednicke-poljoprivredne-politike-Republike-Hrvatske-2023.-2027..pdf](http://www.ruralnirazvoj.hr/files/Strateski-plan-Zajednicke-poljoprivredne-politike-Republike-Hrvatske-2023.-2027..pdf) (preuzeto 9.5.2023.)

Općina Gračac, <https://gracac.hr/> (pristupljeno 10.5.2023.)

Općina Gračac - Program ruralnog razvoja, (2017.), Strategija razvoja turizma općine Gračac za razdoblje 2017.-2022. koja je važeća do 2027. godine

Općina Gračac (2021.), Strateški program razvoja Općine Gračac za razdoblje 2021.-2025.

Općina Gračac (2023.), Službeni glasnik općine Gračac

Rathore, N. (2012.) Rural tourism impact, challenges and opportunities, ZENITH International Journal of Business Economics & Management Research, Faculty of Management Studies,  
[www.zenithresearch.org.in/images/stories/pdf/2012/Feb/ZIJBEMR/22\\_ZIJBEMR\\_VOL2\\_ISSUE2\\_FEB2012.pdf](http://www.zenithresearch.org.in/images/stories/pdf/2012/Feb/ZIJBEMR/22_ZIJBEMR_VOL2_ISSUE2_FEB2012.pdf) (pristupljeno 1.6.2023.)

Ružić, P., (2009.) Ruralni turizam, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Poreč

Sikirić, D., Krajnović, A., Rajko, M., (2015.), Model for the Implementation of the Rural Tourism Development Strategy in the Count of Zadar, University of Zadar,  
[www.bib.irb.hr/764881/download/764881.SikircKrajnovicRajko.pdf](http://www.bib.irb.hr/764881/download/764881.SikircKrajnovicRajko.pdf) (pristupljeno 1.6.2023.)

Stojanov, S., (2008.), Konceptija i strategija razvoja u funkciji konkurentnosti turizma Zadarske županije, poslijediplomski znanstveni magistarski studij – menadžment u suvremenom hotelijerstvu, II. dio., Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Svjetska turistička organizacija – UNWTO, [www.unwto.org/rural-tourism](http://www.unwto.org/rural-tourism) (pristupljeno 1.6.2023.)

Tubić, D., (2019.), Ruralni turizam: od teorije do empirije, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, Virovitica

Turistička zajednica Obrovac, [www.tz-obrovac.hr/](http://www.tz-obrovac.hr/) (pristupljeno 10.5.2023.)

Turistička zajednica Ravni kotari, [www.visitravnikotari.com/hr/naslovnica.html](http://www.visitravnikotari.com/hr/naslovnica.html) (pristupljeno 10.5.2023.)

Turistička zajednica Ravni kotari (2022.), Strategija razvoja turizma Ravnih kotara 2022.- 2032.

Turistička zajednica Zadarske županije, [www.zadar.hr/hr](http://www.zadar.hr/hr) (pristupljeno 1.5.2023.)

Vučetić, Š., (2017.), The importance of using ICT in the rural tourism of the Zadar county, Faculty of Economics in Rijeka, Croatia <https://hrcak.srce.hr/187378> (pristupljeno 10.5.2023)

Zadarska županija (2021.), Plan razvoja Zadarske županije 2021. – 2027., [www.zadarska-zupanija.hr/images/dokumenti/314/Plan\\_razvoja\\_Zadarske\\_%C5%BEupanije\\_za\\_razdoblje\\_od\\_2021.\\_do\\_2027.\\_godine.pdf](http://www.zadarska-zupanija.hr/images/dokumenti/314/Plan_razvoja_Zadarske_%C5%BEupanije_za_razdoblje_od_2021._do_2027._godine.pdf) (preuzeto 9.5.2023.)

Zakon o poljoprivredi, NN 118/18, 42/20, 127/20, 52/21, 152/22, čl.10 [www.zakon.hr/z/232/Zakon-o-poljoprivredi](http://www.zakon.hr/z/232/Zakon-o-poljoprivredi) (pristupljeno 11.5.2023.)

World Tourism Organization (1997.), Rural tourism: A Solution for Employment, Local Development and Environment, Madrid, Spain

## **Popis slika**

**Slika 1.:** Položaj općine Gračac u Županiji

**Slika 2.:** Položaj Ravnih kotara u Zadarskoj županiji

**Slika 3.:** Položaj Bukovice i Donjeg Pozrmanja u Zadarskoj županiji

## **Popis tablica**

**Tablica 1.:** Broj smještajnih kapaciteta u Zadarskoj županiji

**Tablica 2.:** SWOT analiza kontinentalno ruralnog područja Zadarske županije

**Tablica 3.:** Dolasci i noćenja u Zadarskoj županiji od 2018. do 2022. godine

**Tablica 4.:** Dolasci i noćenja u Općini Gračac od 2018. do 2022. godine



**Tablica 5.:** Dolasci i noćenja u Ravnim kotarima od 2018. do 2022. godine

**Tablica 6.:** Dolasci i noćenja na području Bukovice od 2018. do 2022. godine

## **Popis grafikona**

**Grafikon 1.:** Spol ispitanika

**Grafikon 2.:** Stupanj stečenog obrazovanja

**Grafikon 3.:** Dob ispitanika

**Grafikon 4.:** Poslovni status ispitanika

**Grafikon 5.:** Postotak ispitanika koji živi na kontinentalnom dijelu Zadarske županije

**Grafikon 6.:** Postotak ispitanika koji ne živi na području kontinentalnog dijela Zadarske županije

**Grafikon 7.:** Postotak ispitanika koji bi se vratio živjeti na kontinentalni dio pri razvitku ruralnog turizma

**Grafikon 8.:** Postotak ispitanika koji je posjetio neki od oblika ruralnog turizma

**Grafikon 9.:** Postotak ispitanika koji je upoznat s ponudom ruralnog turizma Zadarske županije

**Grafikon 10.:** Postotak ispitanika koji vidi potencijal i daljnji razvoj ruralnog turizma Zadarske županije

**Grafikon 11.:** Postotak ispitanika koji bi izdvojio veću količinu novca za odmor/boravak na ruralnom području ili gospodarstvu

**Grafikon 12.:** Postotci ispitanika o njihovom mišljenju koja vrsta ponude u ruralnom turizmu nedostaje na području kontinentalnog dijela Zadarske županije

**Grafikon 13.:** Postotci ispitanika o njihovom mišljenju koji oblik unutar ruralnog turizma bi se trebao razvijati na području kontinentalnog dijela Zadarske županije kako bi ga se učinilo održivim

**Grafikon 14.:** Postotak ispitanika koji je vidio primjere dobre prakse ruralnog turizma van granica Županije ili Republike Hrvatske