AKTUALNO STANJE I RAZVOJNI POTENCIJALI PRIVATNOG SMJEŠTAJA NA PODRUČJU SREDNJIH POLJICA, OPĆINA OMIŠ

Mihanović, Lucija

Master's thesis / Diplomski rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:513823

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

AKTUALNO STANJE I RAZVOJNI POTENCIJALI PRIVATNOG SMJEŠTAJA NA PODRUČJU SREDNJIH POLJICA, OPĆINA OMIŠ

Mentor:
Prof.dr.sc. Lidija Petrić

Student:
Lucija Mihanović, 2152193

Split, rujan, 2018.

SADRŽAJ

1. UVOD 4

1.1 Problema istraživanja 4

1.2 Predmeta istraživanja 6

1.3 Istraživačke pretpostavke 6

1.4 Ciljevi istraživanja 7

1.5 Metode istraživanja 7

1.6 Doprinos istraživanja 9

2. RAZVOJ PRIVATNOG SMJEŠTAJA U SVIJETU 10

2.1 Počeci turizma i ugostiteljstva 10

2.1.1 Razvoj i počeci turizma 10

2.1.2 Razvoj i početak ugostiteljstva 13

2.1.3 Privatni smještaj kao oblik pružanja ugostiteljskih usluga 15

3. PRIVATNI SMJEŠTAJ U HRVATSKOJ 17

3.1 Ugostiteljstvo u Hrvatskoj 17

3.1.1 Razvoj ugostiteljstva 17

3.1.2 Zakonodavni okvir ugostiteljskih djelatnosti 20

3.2 Privatni smještaj kao segment ugostiteljsko-smještajne ponude 25

3.2.1 Povijesni razvoj privatnog smještaja 26

3.2.2 Institucionalna podrška razvoju privatnog smještaja 31

3.2.3 Aktualno stanje privatnog smještaja 33

3.2.3.1 Ponuda privatnog smještaja 34

3.2.3.2 Kvantitativna i kvalitativna analiza potražnje za privatnim smještajem 36

3.2.3.3 Socio-demografski profil tipičnog pružatelja usluga obiteljskog smještaja 40

3.2.3.4 Potporni programi Europske Unije razvoju privatnog smještaja 42

4. ANALIZA OBILJEŽJA PRIVATNOG SMJEŠTAJA NA PODRUČJU SREDNJIH POLJICA 46

4.1 Srednja Poljica – geografska i gospodarska obilježja 46

4.2 Povijesni značaj Poljica 48

4.3 Razvijenost turizma 51

4.3.1 Atrakcijski resursi za razvoj turizma 51

4.3.2 Prometna povezanost 54

4.3.3 Analiza privatnog smještaja 56

4.3.3.1 Turistička potražnja – analiza Srednjih Poljica i priobalnog dijela Omiša . 56

4.3.3.2 Obilježja ponude privatnog smještaja na području Srednjih Poljica 64

4.3.4 Empirijsko istraživanje stavova privatnih iznajmljivača na području Srednjih Poljica 66

4.3.4.1 Definiranje uzorka i metode istraživanja 66

4.3.4.2 Analiza i interpretacija podataka 67

4.3.4.3 Osvrt na istraživačke pretpostavke 79

5. PREPORUKE I SMJERNICE BUDUĆEG RAZVOJA PRIVATNOG SMJEŠTAJA U SREDNJIM POLJICIMA 89

LITERATURA 92

POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFOVA 95

SAŽETAK 98

SUMMARY 98

1. UVOD

1.1 Problema istraživanja

Turizam je sam po sebi veoma složena aktivnost koju je teško definirati i usporediti sa drugim industrijama. On je praksa putovanja, ali i posao koji pruža proizvode, usluge i sadržaje turistima. Kada se govori o turizmu, misli se na putovanje u svrhu rekreacije, ugode ili posla i najčešće je ograničenog trajanja. Najčešće se turizam povezuje s „putovanjem izvan domicilne zemlje, ali se također može odnositi i na putovanje na druge lokacije u tuzemstvu izvan mjesta stanovanja“.[1]

Temelj razvoja turizma je ugostiteljstvo, djelatnost koja osigurava gostima usluge smještaja, prehrane i posluživanje pića i napitaka u ugostiteljskim objektima, ali i izvan njih. Odnosno, ugostiteljstvo je pretežno uslužna gospodarska djelatnost koja se bavi pružanjem ugostiteljskih usluga u ugostiteljskim objektima.[2] Danas, u doba suvremenog turizma, ova je praksa nastavljena, naravno u bitno izmijenjenim okolnostima, i svakako ne iz čisto altruističnih i/ili religijskih motiva, već s ciljem pribavljanja ekonomske koristi domaćina.

Ugostiteljstvo je u širem i užem smislu od prvih naznaka iz antičkog doba pa sve do danas temelj i preduvjet razvoja turizma. Od skromnih početaka pružanja usluga u malim svratištima do sofisticiranih, katkad i tehnološki vrlo naprednih objekata bit je uvijek ista – pružiti siguran smještaj, prehranu i piće osobama koje su na putovanju.[3] Prve naznake ugostiteljske djelatnosti pojavile su se 4000 godina prije Krista kod Sumerana u Mezopotamiji. Smatra se da su Egipćani prvi započeli aktivnost koja se danas zove turizam. Veći zamah u razvoju ugostiteljstva, a naročito hotelijerstva, nastao je tek nakon primjene parnog stroja, a dostigao je svoj vrhunac promjenom električne energije. Željeznice, parobrodi, automobili postali su doskora brza i udobna transportna sredstva i doveli putnički promet na razinu koja je neminovno uvjetovala potpuni preobražaj ugostiteljstva, a posebno objekata za smještaj.[4]

---

[1] Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Keser, O. i suradnici: *Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, 2011., Zagreb

[2] Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Keser, O. i suradnici, op. cit., 2011., Zagreb, str. 158

[3] Ibidem, str. 157

[4] Ivanović, S., Ekonomika ugostiteljstva, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2012., str. 13

Ovisno o razvoju tržišta, potrebama i ponudi, svaka država je kreirala pravila i propise zadovoljavajući potražnju, pa danas tako svako tržište različito definira smještaj. Smještaj u vlastitim domaćinstvima u inozemnoj praksi se pojavljuje u velikom broju varijacija i pod različitim nazivima. Najčešće spominjani nazivi u zemljama engleskog govornog područja su *bed and breakfast inns (B&B's), homestays, pensions, guesthouses* i *agritourism.* Osnovno obilježje ovakvih objekata jest da gosti dijele objekt odnosno smještaj s obitelji ili pojedincima koji su ujedno i vlasnici objekta, te da upravo ta povezanost i kućna atmosfera čine značajan element privlačnosti ovakvog oblika smještaja. Objekti ovakve vrste su uglavnom malog kapaciteta, od 1 do 25 soba, iako broj smještajnih jedinica i uopće način njihova poslovanja ovisi o nacionalnim zakonodavstvima i smjernicama profesionalnih udruženja.[5]

Današnji trendovi turističkog razvoja baziraju se na aktivnijem, sadržajnijem i zdravijem provođenju godišnjeg odmora, što govori da prilikom donošenja odluke o izboru određene turističke destinacije, presudnu ulogu imaju cjelokupni doživljaj i uvjeti boravka u odabranoj destinaciji.[6] Hrvatski turizam temelji se na konceptu mora i sunca, te je ograničen zbog sezonalnosti što je vidljivo kod iskorištenosti smještajnih kapaciteta, pogotovo kod privatnog smještaja. Dinamika i struktura rasta hrvatskog turizma nudi mnoga saznanja i mnoge činjenice, prijeko potrebne za osmišljavanje strategije održivog rasta turističkog outputa.[7]

Na području Splitsko-dalmatinske županije većina gostiju boravi u privatnom smještaju (57%) dok je u hotelima ostvareno 26% noćenja.[8]
Ovakva struktura gostiju karakteristična je za priobalna područja duž Jadranske obale. Jedno od takvih područja je i Omiška rivijera i njeno zaleđe. Na području Grada Omiša raspoloživo je 1.527 smještajnih objekata sa 14.424 kreveta, u čijoj strukturi najveći broj zauzima privatni smještaj sa 1.455 objekata (95%) i 10.966 kreveta (76%).[9] Na području Omiša 2015. godine ostvareno je 427 198 noćenja u privatnom smještaju, dok je sljedeće godine ostvareno 528 683 noćenja. Porast noćenja vidljiv je i u hotelskom smještaju te kampovima.

---

[5] Petrić, L., Mimica J., Smjernice razvoja kapaciteta privatnog smještaja kao značajnog segmenta ponude smještaja u RH, Acta turistica nova, Vol.5 No.1, 2011., str. 7-51
[6] Gračan, D., Alkier Radnić, R., Analiza hrvatskog turističkog tržišta i potencijalne mogućnosti razvoja hrvatskog turizma, Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, 2003.
[7] Družić, I., Dugoročni trendovi i ograničenja Hrvatskog turističkog tržišta, Ekonomski preglednik, Vol. 61, 2010., str. 130 – 136
[8] Program rada TZ Splitsko-dalmatinske županije za 2017.godinu, Split, 2016., str. 7
[9] Bartulović, P., Godišnje financijsko izvješće turističke zajednice grada Omiša za 2016., Omiš, 2017., str 14.

U svim mjestima koja pripadaju Srednjim Poljicima zabilježen je porast broja dolazaka i noćenja u odnosu na 2015. godinu (u statistiku nisu uključena mjesta Srinjine i Sitno jer administrativno pripadaju gradu Splitu). Najveći porast zabilježen je u mjestu Naklice gdje je 2015. zabilježeno 175 dolazaka i 1 575 noćenja dok je već sljedeće godine ostvareno 4 358 noćenja uz 491 dolazak.[10]

1.2 Predmeta istraživanja

S obzirom na činjenicu da se većina stanovnika Srednjih Poljica ugostiteljskom djelatnošću bavi tek posljednjih godina, kao i da je TZ Omiš glavninu svog napora uglavnom usmjerila na priobalni dio gradskog područja, za očekivati je da iznajmljivači s ovog područja nemaju potrebna znanja a očito niti odgovarajuću pomoć relevantnih institucija. Zato je kao predmet istraživanja istaknuta upravo analiza aktualnog stanja ponude ugostiteljskih objekata privatnog smještaja, njihova kvaliteta, struktura gostiju, te istraživanje stavova ponuđača te usluge o odnosu s gostima i komunikaciji s nadležnim zakonodavnim tijelima kao što su turističke zajednice i ministarstva. Provođenjem istraživanja želi se doći do zaključaka kojima bi se pripomoglo daljnjem razvoju privatnog smještaja na području Srednjih Poljica.

1.3 Istraživačke pretpostavke

Na temelju postavljenog problema i predmeta istraživanja postavljaju se istraživačke pretpostavke koje će se empirijskim istraživanjem dokazati ili opovrgnuti:

IP 1: Pružanje usluga privatnog smještaja na području Srednjih Poljica dopunska je aktivnost domaćinstva kako bi se ostvario dodatni izvor prihoda

IP 2: Na području Srednjih Poljica stanovnici se bave iznajmljivanjem smještaja u prosjeku kraće od 10 godina

IP 3: Glavnina iznajmljivača kontinuirano radi na podizanju standarda kvalitete usluge kroz ulaganja u opremu, estetiku, edukaciju

[10] http://www.visitomis.hr/hr/dokumenti (7.05.2017)

IP 4: Smještajni objekti na području Srednjih Poljica imaju duže razdoblje popunjenosti od objekata na obali

IP 5: Postoji značajna razlika u načinu komuniciranja iznajmljivača s gostima s obzirom na demografska obilježja ispitanika (dob, spol, obrazovanje)

IP 6: Postoji značajna razlika u zadovoljstvu iznajmljivača suradnjom s različitim potpornim institucijama s obzirom na demografska obilježja ispitanika (dob, spol, obrazovanje)

1.4 Ciljevi istraživanja

Iz prethodno opisanih problema predmeta rada, proizlazi glavni cilj rada a to je analizirati stanje razvijenosti i probleme privatnog smještaja na području Srednjih Poljica u zaleđu Omiša.

Uz glavni cilj rada, izdvajaju se i sljedeći sporedni ciljevi:

- Teorijski definirati ugostiteljstvo
- Analizirati povijest razvoja ugostiteljstva
- Analizirati zakonodavni okvir ugostiteljske djelatnosti
- Istražiti trendove na tržištu privatnog smještaja
- Analizirati trendove privatnog smještaja na području Hrvatske a potom na području Srednjih Poljica
- Istražiti stavove pružatelja usluga privatnog smještaja na području Srednjih Poljica
- Dati smjernice za budući razvoj

1.5 Metode istraživanja

Sukladno definiranom problemu, predmetu i ciljevima istraživanja te postavljenim istraživačkim hipotezama koriste se različite metode koje su prilagođene teorijskom i praktičnom dijelu istraživanja:

- *Metoda idukcije* je sistematska i dosljedna primjena induktivnog načina zaključivanja u kojem se na temelju pojedinačnih ili posebnih činjenica dolazi do zaključka

- *Metoda dedukcije* je sustavna i dosljedna primjena deduktivnog načina zaključivanja u kojem se iz općih postavki dolazi do konkretnih pojedinačnih zaključaka

- *Metoda analize* je postupak znanstvenog istraživanja i objašnjenja putem raščlanjivanja složenih misaonih tvorevina (pojmova, sudova i zaključaka) na njihove jednostavnije sastavne dijelove i elemente i izučavanje svakog dijela za sebe u odnosu na druge dijelove, odnosno cjeline

- *Metoda sinteze* je postupak znanstvenog istraživanja i objašnjavanja stvarnosti putem spajanja, sastavljanja jednostavnih misaonih tvorevina u složene

- *Metoda deskripcije* je postupak jednostavnog opisivanja ili ocrtavanja činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza, ali bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja

- *Metoda klasifikacije* podrazumijeva sistematsku i potpunu podjelu općeg pojma na posebne

- *Povijesna metoda* je postupak kojim se na temelju raznovrsnih dokumenata u dokaznog materijala može egzaktno saznati ono što se u prošlosti dogodilo i po mogućnosti zašto se tako dogodilo

- *Metoda anketiranja* je postupak kojim se na temelju anketnog upitnika istražuju i prikupljaju podaci, informacije, stavovi i mišljenja o predmetu istraživanja.[11] U sklopu ovog istraživanja, anketiranje se provodi na području Srednjih Poljica nakon ljetne sezone 2017. kako bi se istražilo stanje i mišljenje pružatelja usluga privatnog smještaja. Uzorak istraživanja čini 78 objekata koji pružaju uslugu smještaja. Istima su ankete proslijeđene putem elektronske pošte, no zbog malog odaziva ankete su slane na *Facebook* profile ispitanika putem kojih promoviraju svoj smještaj. Anketa se sastoji od zatvorenih pitanja te ljestvica stavova pomoću kojih se preciznije izražava stav ispitanika.

[11] Zelenika, R., Metodologija i tehnologija izrade stručnog i znanstvenog rada, Rijeka, 2000., Ekonomski fakultet u Rijeci, str. 323-366

Za potrebe istraživanja podaci su prikupljeni iz primarnih i sekundarnih izvora. Izvori stručne literature, časopisa, knjiga, članaka, baza podataka su podaci prikupljeni iz sekundarnih izvora. Primarni izvor podataka je anketno istraživanje koje će se provesti na području Srednjih Poljica. Uz pomoć dobivenih i obrađenih informacija iznosi se zaključak o prihvaćanju, to jest odbacivanju postavljenih hipoteza.

1.6 Doprinos istraživanja

Privatni smještaj u Hrvatskoj ima sve veći udio u ukupnoj klasifikaciji smještajnih objekata, pa tako i na području grada Omiša.

Doprinos ovog istraživanja manifestira u teorijskom i empirijskom smislu. U teorijskom smislu izvršena je analiza ponude i potražnje za tom vrstom smještaja, institucionalne potpore razvoja te trendovi u razvoju.

Empirijskim dijelom istraživanja istraženo je stanje privatnog smještaja na području zaleđa Omiša, konkretno na području povijesno značajnih Srednjih Poljica. Metodom anketiranja istraženi su stavovi iznajmljivača o kvaliteti i ponudi privatnog smještaja na ovom području te njihov odnos s nadležnim potpornim tijelima.

Nakon provođenja istraživanja i obrade podataka došlo se do zaključaka te su dane preporuke i smjernice za daljnji razvoj privatnog smještaja. Rezultatima i zaključcima istraživanja može se utjecati na buduće odluke lokane zajednice i iznajmljivača privatnog smještaja dajući im uvid u probleme ali i načine rješavanja istih te tako pružiti smjernice kako kreirati ugodniju okolinu za daljnji razvoj lokane zajednice i njenih članova.

2. RAZVOJ PRIVATNOG SMJEŠTAJA U SVIJETU

2.1 Počeci turizma i ugostiteljstva

2.1.1 Razvoj i počeci turizma

Čovjek je već od samih početaka svoje povijesti putovao, selio iz raznih razloga i pobuda. Stoga se u teoriji često provlači teza da je i turizam, koji je nezamisliv bez putovanja, pojava stara koliko i čovječanstvo, odnosno da je započeo s prvim putovanjima i migracijama. Međutim, takav je stav teško prihvatljiv kada se zna da su ta prva putovanja uglavnom bila povezana s pitanjima egzistencije, kao što je potraga za boljim uvjetima za prehranjivanje ili pak iz ratničkih pobuda. Neki teoretičari zastupaju tezu da se turizam počeo razvijati u trenutku kada je čovječanstvo doseglo određeni stupanj civilizacije i razvoja, odnosno kada je čovjek počeo živjeti u organiziranim zajednicama što se poklapa s pojavom novca i razvojem trgovine oko 400 g.p.n.e. za što su zaslužni Sumerani (Babilon). U tom razdoblju se, naime počela javljati i prva putovanja motivirana trgovinom, stjecanjem novih znanja, kulturnim potrebama ili zdravstvenim razlozima. Već u trećem tisućljeću p.n.e. ljudi iz dotad poznatog svijeta posjećivali su Egipat u želji da vide piramide i druge spomenike, no pisani tragovi o putovanjima u tom razdoblju vezani su uz Babilon, Asiriju, pa tako doznajemo da je već tada postojala prva popločana cesta u Babilonu. U Kini i Japanu jednako se razvijaju putovanja iz zadovoljstva, ali često spominju i ona vezana uz trgovinu. Zahvaljujući trgovini razvili su se prometni putevi poput „Puta svile“ od Kine do Crnog mora, „Jantarskog puta“ na Baltiku do Sredozemlja te „Puta soli“ od Hadramauta do Arabije i Male Azije.

Razvoj putovanja zaustavljen je propašću Zapadnog Rimskog Carstva 476. godine. Tada započinje razdoblje najmračnijih godina u povijesti čovječanstva i traje skoro osam stoljeća. U tom razdoblju na putovanja su išli samo najhrabriji budući da su ceste i putevi postali utočištem razbojnika i skitnica. Nestala su putovanja motivirana razonodom i rekreacijom. Tek početkom ranog srednjeg vijeka europski putevi postaju sigurnijima. Dugotrajni ratovi su iscrpili Europu pa počinje razdoblje smirivanja i sređivanja prilika, oživljava proizvodnja, a s njome i trgovina. Tek u 12. stoljeću počinje se ponovo koristiti kočije kao prijevozno sredstvo, a putuju vitezovi, lutajući propovjednici i pustolovi. Prva masovnija putovanja u srednjem vijeku potiče Crkva organizirajući hodočašća vjernika u svetišta kao što su Loreto, Benares itd. Uz ceste se sve više dižu „prateći objekti“; svratišta, gostionice, prodavaonice a

ponovo se nakon rimskih vremena javljaju i „organizatori“ hodočasničkih putovanja koji se brinu o cjelokupnom putovanju, organiziraju smještaj i prehranu na putu i slično.

Sredinom 16. stoljeća pa sve do sredine 19. stoljeća u većem broju putuju i mladi pripadnici plemstva, aristokracije i bogatih trgovaca. Ta putovanja, poznatija pod imenom „Grand Tour of Europe“ postala su neizostavnim dijelom njihova školovanja i obrazovanja. Trajala su 2-4 godine, a obuhvaćala su uglavnom zemlje Mediterana-kolijevke civilizacije i kulture. Zbog mnogih svojih karakteristika, koje ih izdvajaju od putovanja u ranijim razdobljima, ova putovanja nazivamo pretečom pravih turističkih putovanja. Često je mišljenje da pojam turizam doalzi od pojma „Grand tour“, no očito je da korijen pojma dolazi od grčkog pojma tornos, što znači – kružno kretanje.

Turističkom epohom smatra se razdoblje koje počinje sredinom 19. stoljeća. Putovanja dobivaju na masovnosti, a sve više putuju i predstavnici ostalih slojeva društva, a ne samo aristokrati. Turisti sve više istražuju ambijent u kojem borave, sezona postaje pretežito ljetna, kupališna te sam i turizam postaje snažan ekonomski faktor i djeluje kao posljedica i faktor privrednog razvoja.

Pionirsku ulogu u razvoju turizma nosi Thomas Cook koji je 1841. koristeći se prometnim tehničkim dostignućem, proveo organizacijsku, ekonomsku i tehničku revoluciju putovanja organiziravši i oglasivši u tisku putovanje željeznicom na izlet. Izlet je pohodilo 500 ljudi te se smatra prvim organiziranim putovanjem. Nedugo nakon toga, 1845. Cook je osnovao prvu putničku agenciju te osnovao prvu poslovnu banku kao novčarsku instituciju koja radi s Cookovim putničkim čekom (voucher-om) i kreditnim pismima.

U to vrijeme karakteristična je i dominacija željeznice kao prijevoznog sredstva koje postaje i najvažniji tehnički činitelj pri povećanju b roja turista i preduvjet njihove protorne ekspanzije. Željeznička mreža se počinje postavljati najprije u Engleskoj, 1825. godine. Osim željezničkog, važnu ulogu u omasovljenju putovanja je odigrao i brodski prijevoz, naročito nakon izuma parnog stroja.

S rastom broja putnika-turista, počinju se izdavati i posebni turistički vodiči za pojedine zemlje, a njihovo tiskanje je pokrenuo Nijemac Karl Beadecker.[12]

Važno obilježje turizma krajem 19.stoljeća je pojava turističkih mjesta, razvitak inicijativnih i receptivnih turističkih udruga te sve veća orijentacija prema moru kao izuzetno privlačnom čimbeniku u turizmu, najprije u zimskom, a kasnije i u ljetnom periodu. Na ubrzani turistički

[12] Petrić, L., Uvod u turizam, Ekonomski fakultet Split, 2013/2014, str. 5-23

razvitak potkraj 19. stoljeća utječe i razvitak sporta, posebice planinarstva-alpinizma, zatim Olimpijskih igara te drugih velikih manifestacija (svjetske izložbe i druge masovne priredbe). Ovo razdoblje obilježavaju i prve edicije turističkih vodiča te druge informativne turističke literature (Bedeker), stalno širenje turističke organizacije, ali i pojave državnih organa u turizmu. To rezultira sve jačim usponom hotelijerstva i ugostiteljstva pojavom prvih masovnih turističkih putovanja, donošenjem propisa koji reguliraju sektor turizma i ugostiteljstva, uz početak sustavnog obrazovanja kadrova.[13]

Ubrzani tehnički i tehnološki te gospodarski razvitak društva tijekom 19., a posebice 20. stoljeća rezultira stvaranjem sve povoljnijih uvjeta za nastanak i ekspanziju turističkih putovanja. Promjene koje su nastale u proizvodno tehnološkoj sferi industrijski razvijenih zemalja svijeta rezultirale su ekspanzijom zaposlenosti te povećanjem blagostanja društva kroz višestruko uvećani dohodak i osobni dohodak po glavi stanovnika. To je rezultiralo porastom životnog standarda i orijentacijom, prema tzv. potrošačkom društvu s porastom realne kupovne moći sve šireg dijela pučanstva.[14]

Turizam je sam po sebi veoma složena aktivnost koju je teško definirati i usporediti sa drugim industrijama. On je praksa putovanja, ali i posao koji pruža proizvode, usluge i sadržaje turistima. Kada se govori o turizmu, misli se na putovanje u svrhu rekreacije, ugode ili posla i najčešće je ograničenog trajanja. Najčešće se turizam povezuje s „putovanjem izvan domicilne zemlje, ali se također može odnositi i na putovanje na druge lokacije u tuzemstvu izvan mjesta stanovanja“.[15]

Rječnik turizma navodi definiciju prihvaćenu od AIEST-a i Svjetske turističke organizacije, prema kojoj je turizam skup odnosa i pojava vezanih za aktivnosti osoba koje putuju i borave u mjestima izvan mjesta svog stalnog boravka, i to neprekidno i najviše do godine dana radi provođenja slobodnog vremena, poslovnih i drugih razloga. Turizam je u svom razvitku doživio niz vanjskih i unutarnjih bitnih preobrazbi: poprimao različite pojavne oblike, služio se različitim sredstvima, proširivao opseg u prostornom i kvantitativnom pogledu, mijenjao obilježja i strukturu, obogaćivao se novim motivima, dobivao nove funkcije, različito utjecao i služio se različitim ciljevima. Turizam kao globalni proces migracija dio je povijesno ostvarenih društvenih i ekonomskih sloboda čovjeka. On je društvena, ekonomska, politička i

[13] Geić, S., Organizacija i politika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2007., str 168
[14] Geić, S., op. cit., 2007., str. 16
[15] Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Keser, O. i suradnici, op. cit., Zagreb, 2011.

kulturna činjenica suvremenog društva, nerazdvojiva od psihe, navika i potreba pojedinaca i naroda.[16]

2.1.2 Razvoj i početak ugostiteljstva

Turizam je započeo kao besplatno gostoprimstvo, moralna obveza iskazivanja gostoljublja svakom tko „kuca na vrata“ uz svu brigu i pažnju bez novčane naknade. Razvojem trgovine, razmjena dobara bila je motivom putovanja ljudi i razmjenom viška njihovih proizvoda, te je stvorila prve putnike i u daljnjem razvoju, uz razvoj prometa, potrebu stvaranja prvih ugostiteljskih objekata. Prvi tragovi ugostiteljstva susreću se tijekom starog vijeka u Egiptu, na Srednjem, Dalekom i Bliskom istoku, u antičkoj Grčkoj i Rimskom Carstvu u ugostiteljskim objektima nazvanima karavanseraji, krčme, pivnice, gostionice, taberne i prenoćišta za činovnike.
Razvoj prometnih sredstava, a naročito uvođenje putničkog i poštanskoga prometa na stalnim prugama u 16. i 17. stoljeću, te pojava željezničkoga i parobrodskoga prometa u prvoj polovici 19. stoljeća uvjetuje sve veću potrebu za korištenjem ugostiteljskih usluga. Putnici koji putuju na sve veće udaljenosti zahtijevaju veću udobnost, bolju kvalitetu i veći izbor usluga u ugostiteljskim lokalima. Zbog toga se oni bolje uređuju i pružaju raznovrsnije usluge. U tom razdoblju se otvaraju prvi tipovi ugostiteljskih objekata s poduzetničkim karakterom, kao samostalni objekti za prehranu i smještaj: prenoćišta, konačišta, restorani i hoteli.

Pod ugostiteljstvom se podrazumijeva gospodarska djelatnost pripreme, proizvodnje i usluživanja hrane, pića i napitaka na poseban ugostiteljski način, pružanje usluga smještaja u posebno opremljenim sobama i apartmanima te pružanje usluga zabave i rekreacije u ugostiteljskom objektu.
Prve naznake ugostiteljske djelatnosti pojavile su se 4000 godina prije Krista kod Sumerana u Mezopotamiji. Smatra se da su Egipćani prvi započeli aktivnost koja se danas zove turizam. Veći zamah u razvoju ugostiteljstva, a naročito hotelijerstva, nastao je tek nakon primjene parnog stroja, a dostigao je svoj vrhunac promjenom električne energije. Željeznice, parobrodi, automobili postali su doskora brza i udobna transportna sredstva i doveli putnički promet na razinu koja je neminovno uvjetovala potpuni preobražaj ugostiteljstva, a posebno

[16] Vukonić, B., Čavelk, N., Rječnik turizma, MASMEDIA, Zagreb, 2001.

objekata za smještaj. Ugostiteljstvo se može promatrati kao jedan od oblika turizma, odnosno ostvarenja ekonomske koristi u turizmu. Iz povijesnog pregleda razvoja ugostiteljstva može se uočiti da su ugostiteljski objekti nastajali i prije razvoja turizma. No, razvoj turizma uvjetovao je jači razvoj ugostiteljstva i s vremenom mijenjanje ugostiteljskih kapaciteta.

Djelatnost ugostiteljstva vezuje se uz prostor i kretanje ljudi. Masovnost kretanja odlika je turizma. Tijekom putovanja turisti zadovoljavaju egzistencijalne potrebe za smještajem, hranom i pićem, što se ostvaruje ugostiteljskom djelatnošću. Ugostiteljstvo, dakle, predstavlja materijalnu osnovu turističkoga gospodarstva. Ono je infrastrukturni preduvjet turizma te čini receptivnu osnovu turizma. Bez njegove prisutnosti ne može se ostvariti boravak turista na nekom prostoru.[17]

Valorizacija prostora u turizmu podrazumijeva ocjenu turističke privlačnosti pojedinih lokaliteta, odnosno sposobnosti određenog prostora da zadovolji turističke potrebe. Teoretičari su utvrdili da su čovjekove potrebe brojne i raznovrsne i čine sustav, a ostvaruju se određenim redoslijedom. Najprije se zadovoljavaju potrebe o kojima ovisi čovjekov život, odnosno njegov opstanak kao biološke jedinke. Te se potrebe nazivaju primarnim ili egzistencijalnim, a obuhvaćaju potrebu za hranom, pićem, stanovanjem itd. u sustavu potreba sadržane su turističke potrebe. Raznolikog su sadržaja i strukture, a zadovoljavaju se dobrima koja omogućuju raznovrsne oblike rekreacije, putovanjem, promjenom boravka na području izvan domicila ali i drugim čovjekovim aktivnostima. Ugostiteljstvo na turističkom putovanju omogućuje zadovoljenje egzistencijalnih čovjekovih potreba, potreba za hranom, pićem, i stanovanjem, ali i drugih potreba, kao što je potreba za zdravljem, rekreacijom, odmorom, novim znanjima, bijegom od svakodnevnice i slično. Prostorne aktivnosti od značaja za turizam nisu dostupne turistima ukoliko ne postoji ugostiteljstvo.[18]

Kuće za odmor izgrađene za vrijeme Hindu i budističkih hodočasnika (*dharamshalas*) još uvijek su u funkciji kako bi pružili sklonište i potporu hodočasnicima u brojnim mjestima Indije. Ostaci odmorišnih jedinica uz cestu vidljivi su i danas kroz Indiju i Izrael/Palestinu a mnoge koje su stare stoljećima još uvijek su u funkciji odmorišta za hodočasnike. Tijekom srednjeg vijeka, gostionice i rupe s vodom (za konje i putnike) razvijeni su kako bi osvježili putnike i pružili im mjesto za odspavati. Ove rane kuće za odmor hodočasnika i gostionice uz cestu često se navode kao izvorni koncept današnjeg modernog oblika ugostiteljstva.[19]

---

[17] Ivanović, S., op. cit., 2012., str. 11-15
[18] Ibidem., str. 15-16
[19] Dallen, J. T., Teye, V. B., Tourism and the Lodging Sector, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2009., str. 2

Današnji trendovi turističkog razvoja baziraju se na aktivnijem, sadržajnijem i zdravijem provođenju godišnjeg odmora, što govori da prilikom donošenja odluke o izboru određene turističke destinacije, presudnu ulogu imaju cjelokupni doživljaj i uvjeti boravka u odabranoj destinaciji.[20]

2.1.3 Privatni smještaj kao oblik pružanja ugostiteljskih usluga

Smještaj u vlastitim domaćinstvima u inozemnoj praksi se pojavljuje u velikom broju varijacija i pod različitim nazivima. Najčešće spominjani nazivi u zemljama engleskog govornog područja su *bed and breakfast inns (B&B's) , homestays , pensions , guesthouses i agritourism*. Osnovno obilježje ovakvih objekata jest da gosti dijele objekt odnosno smještaj s obitelji ili pojedincima koji su ujedno i vlasnici objekta , te da upravo ta povezanost i kućna atmosfera čine značajan element privlačnosti ovakvog oblika smještaja. Objekti ovakve vrste su uglavnom malog kapaciteta, od 1 do 25 soba, iako broj smještajnih jedinica i uopće način njihova poslovanja ovisi o nacionalnim zakonodavstvima i smjernicama profesionalnih udruženja. Tako npr. u SAD-u, B&B inns nude usluge doručka dok pansoni i guesthouse to rijetko čine.[21]

Gosti *bed and breakfast* i *country-inn* imaju pozitivan ekonomski učinak na cjelokupnu zajednicu te prema svim mjerama, B&B gosti čine utjecajnu grupu. Pogrešno je mišljenje kako su gosti koji odsjedaju u ovakvim vrstama smještaja lošijeg imovinskog stanja i razine obrazovanja.[22] Glavna briga vlasnika B&B je pružiti jedinstvenu i personaliziranu uslugu i iskustvo. Osobna ljubaznost svakog domaćina čini svaki B&B jedinstvenim. Koncept pružanja usluge s prijateljskom i znatiželjnom atmosferom srce je i bit B&B popularnosti.[23]

U Velikoj Britaniji kvaliteta i ponuda B&B's objekata varira u rasponu od nisko budžetnih kapaciteta do onih visoke razine usluge. Iako nužno ne moraju biti smješteni u poznatim turističkim destinacijama, oni to najčešće jesu jer je promet posjetitelja veći nego u neatraktivnim područjima. U Kanadi i SAD-u, ali i brojnim drugim državama, ova vrsta smještaja se smatra visoko kvalitetnim kapacitetima, s više soba, najčešće veoma lijepo

[20] Gračan, D., Alkier Radnić, R., op. cit., 2003.
[21] Petrić, L., Mimica J., op. cit., 2011., str. 4
[22] Zane, B., 1997., The B&B guest: a comprehensive view. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly 38 (4), str. 72
[23] Dawson, C.P., Brown, T.L., B&B: A Matter of Choice,, The Cornell H.R.S. Quarterly, 1988., str. 19-20

uređenih i s dodatnim sadržajima poput vinskih barova, wellness sadržaja i bežičnog Interneta. U većini europskih država, poput Njemačke, Austrije, Belgije i Švicarske ovakva vrsta smještaja (poznata pod nazivom „gasthaus“) redovito uključuje ponudu bara ili restorana, a objekti su najčešće locirani u malim gradovima i seoskim sredinama.

Ono što je svim vrstama smještaja u ovoj kategoriji zajedničko, jesu njihove male dimenzije. Nadalje, u situaciji nedostajućih investicija u djelatnosti turizma i ugostiteljstva, napose u zemljama u razvoju, otvaranje ovakvih vrsta kapaciteta čini se veoma prikladnom razvojnom opcijom koja uvelike ublažava i loše socijalne prilike lokalnog stanovništva. Osim toga, ovakvim angažmanom doprinosi se i boljem iskorištavanju domaćih resursa, primjerice lokalno proizvedene hrane , napose u seljačkim turističkim domaćinstvima te ublažavanju nezaposlenosti budući se jedan dio lokalnog stanovništva angažira u pružanju navedenih usluga. Osim toga, bliski kontakti domaćina s gostima svakako doprinose jačanju društvene i kulturne funkcije turizma, odnosno boljem upoznavanju kulture i običaja domaćina, napose ako je boravak gostiju dodatno oplemenjen sudjelovanjem u nekim aktivnostima i poslovima domaćina, primjerice, u sađenju poljoprivrednih kultura, berbi, žetvi, uzgoju stoke, obrtima i sličnim aktivnostima na seljačkim gospodarstvima.[24]

[24] Petrić, L., Mimica J., op. cit., 2011., str. 4

3. PRIVATNI SMJEŠTAJ U HRVATSKOJ

3.1 Ugostiteljstvo u Hrvatskoj

3.1.1 Razvoj ugostiteljstva

Pod ugostiteljstvom podrazumijeva se gospodarska djelatnost pripreme, proizvodnje i usluživanja hrane, pića i napitaka na poseban ugostiteljski način, pružanje usluga smještaja u posebno opremljenim sobama i apartmanima te pružanje usluga zabave i rekreacije u ugostiteljskom objektu. Predmet poslovanja, a posebice specifičan ugostiteljski način pružanja usluga razlikuju ugostiteljsku djelatnost od drugih gospodarskih djelatnosti. Osim zadovoljenja osnovnih ljudskih potreba za stanom, hranom i piće, ugostiteljstvo stvara pretpostavke za zadovoljenjem društvenih, kulturnih, zdravstvenih i drugih potreba koje su motivirane posjetom i potražnjom određenih usluga u nekom ugostiteljskom objektu. Omogućava odmor i razonodu, rekreaciju, prihvat i boravak ljudi na turističkom i drugom putovanju, prehranu domicilnom stanovništvu i turistima, posjet mjestu ili objektu, izlet, oporavak, rehabilitaciju nakon bolesti i slično. Znači, uz osnovne usluge, ugostiteljstvo nudi i sporedne (dopunske) i pomoćne usluge kojima nadopunjuje i poboljšavaju kvalitetu osnovnih usluga.

Tablica 1. Podjela ugostiteljskih usluga

OSNOVNE	DOPUNSKE	POMOĆNE
Usluge smještaja	Prijem i ispraćaj gostiju	Održavanje ugostiteljskih objekata i opreme
Usluge prehrane	Prijenos stvari i prijevoz osoba	Održavanje okoliša ugostiteljskih objekata
Usluge pića	Davanje obavijesti	Pranje i peglanje ugostiteljskog rublja
	Primanje i otpremanje pošte	Usluge pripreme mesa povrća i dr.
	Čuvanje vrijednosti gostiju	Usluge garažiranja i popravak automobila gostiju
	Čišćenje odjeće i obuće	
	Prodaja roba i predmeta	
	Sportske, zabavne i usluge animacije i slično	
	Pružanje frizerskih, brijačkih, zdravstvenih usluga i dr.	

Izvor: Ivanović, S., Ekonomika ugostiteljstva, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2012., str. 2

Posebnosti ugostiteljske usluge ogledaju se u sljedećim karakteristikama:

- Neopipljivost – usluga se ne može probati prije konzumacije; uspješnost usluge temelji se na stručnoj izvedbi zaposlenih u generiranju emocionalnih odgovora kupaca, primjerice, gosti restorana, barova, hotela i slično žele se osjećati dobrodošlima i željenima
- Heterogenost – svaka je usluga posebna, proizvedena posebnim ponašanjem davatelja usluge i zadovoljava jedinstvene zahtjeve kupaca
- Istodobnost stvaranja i potrošnje – usluge ne može biti proizvedena i skladištena prije konzumacije; usluge postoje samo u vrijeme njihove proizvodnje
- Neodvojivost – davatelj usluge i korisnik usluge moraju biti prisutni; usluga slobodnog vremena mora biti smještena tamo gdje kupac želi koristiti uslugu

Obavljanje ugostiteljske djelatnosti moguće je na različite načine koji oblikuju kriterije njezine klasifikacije. Podjela nastaje na temelju razlika koje proizlaze iz tehnološkog procesa, oblika finalnog proizvoda ili usluga, organizacijsko-tehničkih karakteristika i načina pružanja

usluga. Sa stajališta tehnološkoga procesa proizvodnje, namjena i načina pružanja usluga u ugostiteljskim objektima, ugostiteljstvo se uobičajeno dijeli na hotelijerstvo i restoraterstvo.[25]

Tablica 2. Podjela ugostiteljstva

KRITERIJ	PODJELA UGOSTITELJSTVA
Vrste usluga i tehnološki proces rada ugostiteljskog objekta	Hotelijerstvo i restoraterstvo
Vremensko razdoblje obavljanja djelatnosti	Opće i turističko
Segment korisnika ugostiteljskih usluga	Stalno i sezonsko
Dužina boravka gostiju	Prolazno i pansionsko
Mjesto pružanja ugostiteljskih usluga	Stacionarno i pokretno
Komercijalnost poslovanja	Komercijalno i nekomercijalno
Vlasništvo	Državno, privatno i mješovito

Izvor: Ivanović, S., Ekonomika ugostiteljstva, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2012., str. 2

Povijesni razvoj ugostiteljstva može se pratiti usporedno s kretanjem ljudi i razvojem trgovine. Već se u prvobitnim zajednicama trgovcima i putnicima pružalo gostoprimstvo, koje se može povezati uz običaj iskazivanja gostoljublja (gostoprimstva).

Ugostiteljstvo na teritoriju današnje Republike Hrvatske počelo se razvijati već u rimsko doba, i to uz važnije prometnice i u većim naseljima (ville rusticae). U srednjem vijeku grade se tzv. hospicije (domovi za smještaj putnika). U gradovima i većim mjestima ugostiteljstvo se sve više razvija u samostalan obrt. razvojem poštanskog prometa u 16.stoljeću otvaraju se prva svratišta i prenoćišta s izdavanjem kreveta i smještaja kola i konja. U drugoj polovici 19. stoljeća počinje izgradnja željezničke pruge i uvođenje parobrodskih linija, što je označilo i početak izgradnje hotela i drugih ugostiteljskih objekata za smještaj i prihvat putnika i usluživanje hrane i pića u gradovima i priobalnim mjestima. Prvi hotel na prostorima Republike Hrvatske otvoren 1868.godine osniva Higijeničarsko društvo Socita Igiencia, a kao prvi registrirani hotel spominje se i hotel – svratište A. Tocilja na Hvaru 1848. godine te gostionica sa sobama u Dubrovniku 1854. godine. Društvo južnih željeznica iz Beča od Opatije nastoji stvoriti organizirano morsko kupalište-ljetovalište i 1882. godine kupuje Vilu Angiolinu koju pretvara u hotel. Dvije godine poslije grade novi hotel „Kvarner“ koji se

[25] Ivanović, S., op. cit., 2012., str. 2-6

smatra prvim modernim hotelom na prostoru Hrvatske. time započinje razvoj ugostiteljstva te se grade i otvara veliki broj suvremenih hotela i drugih ugostiteljskih objekata za smještaj i prehranu u gradovima i priobalnom području.

Intenzivan razvoj ugostiteljstva datira iz druge polovice 20. stoljeća kada se pod utjecajem razvoja masovnog turizma grade hoteli i drugi ugostiteljski objekti za prihvat većeg broja turista. [26]

3.1.2 Zakonodavni okvir ugostiteljskih djelatnosti

Zakonski okvir pružanja usluga regulira se pomoću četiri zakona te njihovim popratnim pravilnicima.

Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 85/15; NN 121/16) definiraju se načini i uvjeti po kojima pravne i fizičke osobe mogu obavljati ugostiteljsku djelatnost. Prema istom, ugostiteljska djelatnosti odnosi se na pripremanje i usluživanje jela, pića i napitaka i pružanje usluga smještaja a obavljati je mogu ugostiteljski objekti s obzirom na vrstu ugostiteljskih usluga koje se u njima pružaju. Objekti se razvrstavaju u skupine: hoteli, kampovi, ostali ugostiteljski objekti za smještaj, restorani, barovi, catering objekti i objekti jednostavnih usluga.

Objekti iz skupina „Hoteli“, „Kampovi“ i „Ostali ugostiteljski objekti za smještaj“ kategoriziraju se ovisno o uređenju, opremi, uređajima, uslugama, održavanju i ostalim propisanim elementima.

Od članka 30. do članka 41. definiraju se ugostiteljske usluge u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu prema kojima usluge može pružati državljanin Republike Hrvatske, državljani ostalih država članica Europskog gospodarskog prostora i Švicarske Konfederacije. Prema Zakonu o ugostiteljskim uslugama u domaćinstvu smatra se:

1. Smještaj u sobi, apartmanu i kući za odmor, kojih je iznajmljivač vlasnik, do najviše deset soba, odnosno 20 kreveta, u koji broj se ne ubrajaju pomoćni kreveti
2. Smještaj u kampu i/ili kamp-odmorištu, organiziranim na zemljištu kojeg je iznajmljivač vlasnik, s ukupno najviše deset smještajnih jedinica, odnosno za 30 gostiju istodobno, u koje se ne ubrajaju djeca u dobi do 12 godina
3. Usluga doručka, polupansiona ili punog pansiona gostima kojima iznajmljivač pruža usluge smještaja u sobi, apartmanu i kući za odmor.

[26] Ivanović, S., op. cit., 2012., str. 10-18

Zakon propisuje obveze koje je pružatelj usluga dužan ispuniti prilikom pružanja usluge. Njegova obveza je vidno istaknuti natpis s oznakom vrste i kategorije objekta utvrđene rješenjem nadležnog objekta. Istaknuti vrstu i kategoriju objekta, cijene usluga koje nudi te informaciju o boravišnoj pristojbi, izdati račun s opisom usluge te voditi knjigu popisa gostiju. Pružatelj usluge dužan je omogućiti gostu podnošenje pisanog prigovora u objektu, putem pošte, telefaksa ili elektroničke pošte te odgovoriti na prigovor u roku od 15 dana.[27]

Također, kako bi se ugostiteljske usluge pružale, potrebno je ispunjavati minimalne uvjete za vrstu i uvjete za kategorije koje se propisuju pravilnikom istih u domaćinstvu.

Pravilnikom o razvrstavanju i kategorizaciji objekata propisuju se minimalni uvjeti za vrste objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu, kategorije, uvjeti za kategorije, oznake za kategorije i način označavanja kategorija.
Pravilnikom razvrstavaju se objekti pružanja usluga na:

- Soba
- Apartmane
- Studio apartman
- Kuća za odmor
- Kamp
- Kamp odmorišta.

Kategorizacijom objekata soba i studio apartman moguće je imati tri kategorije: dvije, tri, i četiri zvjezdice dok apartman, kuća za odmor i kamp imaju četiri kategorije: dvije, tri, četiri i pet zvjezdica. Visina kategorizacije određuje se na temelju propisanih uvjeta za uređenje, opremu, uređaje, usluge, održavanje i drugo.[28]

Novo izgrađeni objekti za pružanje usluga smještaja prema Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji drugih vrsta ugostiteljskih objekata za smještaj iz skupine „kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“ najmanju kategoriju koju mogu imati je dvije zvjezdice. Pravilnikom su navede vrste objekata definira:

[27] Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 85/15; NN 121/16), dostupno na http://www.mint.hr/UserDocsImages/dokumenti/170105_ZOUD-edit.pdf (preuzeto 14.4.2018.)
[28] Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu (NN 9/16; NN 54/16; NN 61/16; NN 69/17), dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_01_9_241.html (preuzeto 14.4.2018.)

- Soba za iznajmljivanje
- Apartman
- Studio apartman
- Kuća za odmor
- Prenoćište
- Odmaralište
- Hostel
- Planinarski dom
- Lovački dom
- Učenički dom ili studentski dom
- Objekt za robizonski smještaj.

Kako bi objekt bio razvrstan u pojedinu vrstu mora ispuniti opće uvjete za vrstu, minimalne uvjete, uvjete za najnižu kategoriju za objekte koji se kategoriziraju odnosno vrstu ako se ne kategoriziraju. [29]

Pravilnikom o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu (OPG) propisuju se minimalni uvjeti za vrste objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, kategorije, uvjeti za kategorije, oznake za kategorije, oznake kvalitete, način označavanja kategorija, sastav povjerenstva koje provodi očevid u objektu, što se smatra pretežito vlastitom proizvodnjom, a što hranom, pićima i napicima uobičajenim za kraj u kojem se obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo nalazi te vrste proizvoda koji ne moraju biti iz vlastite proizvodnje. Objekt na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu funkcionalna je cjelina u kojem se, ovisno o vrsti, pružaju ugostiteljske usluge pripremanja i usluživanja jela, pića i napitaka uobičajenih za kraj u kojem se nalazi OPG, iz poljoprivrednih proizvoda pretežito vlastite proizvodnje, usluge smještaja te ostale usluge u funkciji turističke potrošnje.

Objekti na OPG-u razvrstani su sukladno obveznim ugostiteljskim uslugama u vrste:

- Vinotočje/Kušaonica,
- Izletište,
- Soba,

[29] Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine ostali ugostiteljski objekti za smještaj (NN 54/16; NN 69/17), dostupno na https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_04_49_1637.html (preuzeto 14.4.2018.)

- Apartman,
- Ruralna kuća za odmor,
- Kamp,
- Kamp odmorište.

Vrste Soba, Apartman, Ruralna kuća za odmor i Kamp imaju tri kategorije: dva, tri i četiri sunca koja se dodjeljuju na temelju propisanih uvjeta za uređenje, opremu, uređaje, usluge, održavanje i slično.
Oznaka kvalitete dodjeljuje se objektu koji ispunjava uvjete na višoj razini od propisanih za vrstu i kategoriju te se dodjeljuje za kategorije tri i četiri sunca. Oznaka kvalitete može se dodijeliti za vrste: Izletište, Soba, Apartman, Ruralna kuću za odmor i Kamp; na zahtjev OPG-a. [30]

Zakon o pružanju usluga u turizmu između ostalog, uređuje usluge u turizmu te načine i uvjete za pružanje tih usluga. Obveze pružatelja usluge bile bi objaviti uvjete, sadržaj i cijenu svake pojedine usluge, za svaku izvršenu uslugu izdati račun te omogućiti podnošenje pisanog prigovora. Turističke usluge radi odmora i rekreacije mogu se pružati na poljoprivrednom gospodarstvu, te se može omogućiti sudjelovanje u poljoprivrednim aktivnostima, prezentacija poljoprivrednog gospodarstva. Za goste koji ostvaruju noćenje na gospodarstvu mogu se pružati i usluge izleta i turističkog transfera ali uz ispunjavanje uvjeta propisanih istim zakonom za turističku agenciju. [31]

Zakonom o turističkoj inspekciji uređuje se ustrojstvo, poslovi i način rada turističke inspekcije te uvjeti za imenovanje, prava, obveze i ovlasti turističkih inspektora. Inspektori vrše nadzor nad primjenom zakona i drugih propisa kojima su propisani načini i uvjeti pod kojima pravne i fizičke osobe obavljaju ugostiteljsku djelatnost ili pružaju usluge. [32]

---

[30] Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, dostupno na https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_54_1408.html (preuzeto 14.4.2018.)
[31] Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN 130/17), dostupno na https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2017_12_130_2982.html, (preuzeto 14.4.2018.)
[32] Zakon o turističkoj inspekciji (NN 19/14), dostupno na https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_02_19_364.html, (preuzeto 14.4.2018.)

Zakon o boravišnoj pristojbi uređuje obveze plaćanja boravišne pristojbe, način utvrđivanja visine boravišne pristojbe, raspoređivanje prikupljenih sredstava boravišne pristojbe, rokovi i način naplate i uplate boravišne pristojbe te prijava i odjava turista.
Boravišna pristojba se definira kao prihod turističkih zajednica a pristojbu, između ostalih, plaćaju za svako ostvareno noćenje, osobe koje u turističkoj općini ili gradu u kojem nemaju prebivalište koriste uslugu smještaja u smještajnom objektu u kojem se obavlja ugostiteljska djelatnost, zatim osobe koje pružaju usluge smještaja u domaćinstvu ili seljačkom domaćinstvu te vlasnik kuće i stana za odmor u turističkoj općini ili gradu, koji nije smještajni objekt, za sebe i sve ostale osobe koje noće u toj kući ili stanu. Boravišnu pristojbu ne plaćaju

- djeca do 12 godina starosti
- osobe s invaliditetom od 70% i većim i jedan pratitelj
- sudionici školskih paket aranžmana odobrenih od strane školske ustanove
- sezonski radnici
- članovi uže obitelji stanovnika turističke općine ili rada
- putnici na putničkom brodu u međunarodnom pomorskom prometu kada se brod nalazi na vezu u luci
- vlasnici kuće za odmor i članovi njegove obitelji, ako je kuća izvorna stara obiteljska kuća stečena nasljeđivanjem od ostavitelja koji je imao posljednje prebivalište u turističkoj općini ili gradu, kada noće u toj kući
- osobe koje uslugu noćenja koriste u okviru ostvarivanja programa socijalne skrbi
- studenti i đaci koji nemaju prebivalište u općini ili gradu u kojem se školuju

Također iznimka Zakona se pojavljuje i kod načina plaćanja boravišne pristojbe. Osobe koje pružaju ugostiteljske usluge smještaja u domaćinstvu plaćaju godišnji paušalni iznos boravišne pristojbe za svaki krevet koji se koristi za pružanje usluga smještaja, osim na dodatne (pomoćne) krevete. Osobe u domaćinstvu koje iznajmljuju dvije sobe ili jedan apartman do najviše četiri postelje, u naseljima, općinama i gradovima u kojima je prosječna godišnja popunjenost kapaciteta u privatnom smještaju prema podacima turističke zajednice manja od 40 dana, boravišnu pristojbu mogu naplatiti istodobno s naplatom pružene usluge noćenja ili mogu boravišnu pristojbu platiti u paušalnom iznosu. Godišnji paušalni iznos umnožak je broja kreveta, koeficijenta razreda turističkog mjesta u kojem se pružaju usluge smještaja u domaćinstvu i visine boravišne pristojbe.

Turističkoj zajednici u roku 24 sata od dolaska gostiju u smještajni objekt, potrebno je prijaviti točan broj osoba koji koriste usluge te u roku 24 sata od odlaska gosta, odjaviti iste. [33]

3.2 Privatni smještaj kao segment ugostiteljsko-smještajne ponude

Žestoki životni stil i nedostatak slobodnog vremena u mjestu prebivališta doveli su do gubitka tihog obiteljskog života i obiteljske atmosfere koja je potaknula turiste da potraže na mjestu privremenog boravka, tj. tijekom blagdana atmosfera i toplina doma. Posljedica toga je nastavak rasta potražnje za kvalitetnim, udobnim i potpuno opremljenim kućama za odmor, apartmanima i studio apartmanima, koji mogu pružiti osjećaj doma, zajedništva i užitka.[34]

Elementi koji povećavaju značaj privatnog smještaja turistima i pružaju prednosti su: inovacije i fleksibilnost, bolja i kvalitetnija veza s korisnicima takvog smještaja i cjelokupnog društva, održavanje bolje konkurentnosti većih poslovnih subjekata, visoka kvalitetna ulaganja u zaposlenike, samozapošljavanje. Zbog svoje veličine nositelji ponude privatnog smještaja prilagođavaju se promjenama na tržištu jednostavno i odmah, a kao takvi su mnogo fleksibilniji u odnosu na veće poslovne subjekte u turizmu. U prevladavajućem broju slučajeva smještajni objekti u vlasništvu su obitelji koja kontrolira sve aspekte poslovanja, pa je pretpostavljena vizija i misija usmjerena na dugoročno postojanje. Oni su također izvor novih ideja, materijala, procesa i usluga koje veliki poslovni subjekti nisu u mogućnosti ponuditi. Oni nude visoku kvalitetu usluge, autentičnu ponudu, te toplu i prijateljsku interakciju s klijentom. Mogućnost individualnog pristupa gosta rezultira boljim kontaktom s korisnicima njihovih usluga, tzv. "jedan do jedan" marketing, koji je u zadnje vrijeme privlačio mnogo više gostiju od smanjenja cijena. Prijateljski ozračje i više podataka o gostu otvaraju mogućnost gostu da postane klijent i jednokratni posjet da se pretvore u ponavljajuće posjete.

Prednosti ponude privatnog smještaja za razvoj turizma u odredištu su višestruke:

- omogućuje prilično brzu i jednostavnu valorizaciju inače nerazvijenih područja
- proširuje postojeću opskrbu već razvijenim destinacijama
- pomaže u očuvanju urbanih i ruralnih središta
- povećava stopu zaposlenosti

[33] Zakon o boravišnoj pristojbi; (NN 152/08; NN 59/09; NN 97/13; NN 158/13; NN 30/14), dostupno na https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_12_152_4144.html (preuzeto 14.4.2018.)

[34] Portolan, A., Impact of private accommodation attributes on tourism demand, Dubrovnik International Economic Meeting, Vol. 1, 2013., str. 4

- zaustavlja depopulaciju
- ima pozitivan utjecaj na gospodarski razvoj drugih subjekata u ugostiteljskim uslugama, i
- oblikuje vezu između ostalih subjekata u turističkoj ponudi unutar odredišta (restorani, agencije za iznajmljivanje i iznajmljivanje brodova, suvenirnice itd.)[35]

Kako bi se daljnji razvoj obiteljskog smještaja razvijao prateći trendove na tržištu, 2013. godine u sklopu Strategije razvoja hrvatskog turizma do 2020. kreiran je program koji sadrži osnovne smjernice razvoja. Nacionalni program unapređenja obiteljskog smještaja akcijski je plan podizanja kvalitete smještajne ponude u domaćinstvima. Nacionalnim programom žele se naglasiti aktivnosti stvaranja primjerenijeg i poticajnijeg institucionalnog unapređenja kvalitete smještaja u domaćinstvima, podizanja razine znanja i stručnih vještina za uspješno vođenje poslovanja osmišljavanjem, pripremom i realizacijom cjelovitog programa edukacije pružatelja usluga obiteljskog smještaja te uspostavljanje primjerenijeg sustava financijskih i/ili fiskalnih poticaja za podizanje kvalitete smještaja, te moguću transformaciju u obiteljske hotele, pansione i difuzne hotele.[36]
Privatni je smještaj iznimno važan sektor turističke industrije, koji tijekom 20-godišnjeg rasta uglavnom po svom kapacitetu ukorak prati kampirališta. S rastom od također 2,5 puta između 1970. i 1990. godine, od cca 130 na 306 tisuća postelja, privatni je sektor uz kampove postao pretežit dio smještajne turističke ponude. Pri tome je, zbog osobitosti statističkog obuhvata, otvoreno pitanje stvarne veličine privatnog sektora, zbog značajnoga broja neprijavljenih/neregistriranih gostiju i postelja.[37]

3.2.1 Povijesni razvoj privatnog smještaja

Počeci razvoja privatnog smještaja u Hrvatskoj direktno su povezani s počecima organiziranog turizma. Očigledno je da je od samih početaka turizma u Hrvatskoj postojao problem adekvatnog smještaja turista. Ta činjenica je omogućila ubrzan razvoj privatnog smještaja, te je utjecala na njegovu atraktivnost kao tradicionalnog oblika dodatne aktivnosti stanovništva u turističkim odredištima.

[35] Portolan, A., The impacts od private accommodation attrbutes on economic development of tourist destination-the case of Dubrovnik-Neretva County,Oeconomica Jadertina, Vol.1, 2012., str. 36-37
[36] Nacionalni program unapređenja obiteljskog smještaja, Institut za turizam, Zagreb, 2013., str. 4
[37] Družić, I., op.cit., 2010., str. 112

Treće desetljeće dvadesetog stoljeća u hrvatskom je turizmu, osim osnivanja putničkih agencija, obilježio razvoj otočnog turizma. Zabilježen je pravi turistički boom na otoku Braču, u Bolu i Supetru. Godine 1926. Hrvatska je prvi put zabilježila više od sto tisuća posjetitelja i ostvarila više od milijun noćenja!

U mnogim primorskim mjestima, vlasnici bolje opremljenih kuća Osjetili su da bi iznajmljivanjem postelja mogli dopuniti izvore svojih primanja tijekom godine, koja su dolazila uglavnom od zanatskih i činovničkih poslova. Tako je na Kaštelanskoj rivijeri već 1926. godine bilo domaćinstava, tzv. „privatnih nastambi“, koja su primala goste.[38]

Razdoblje između dva rata obilježeno je sporim oporavkom ratnih razaranja uz pomoć stranih investicija. Najviše se ulaže u turistička središta Dubrovnik, Opatija i slično.

Neposredno prije 2. svjetskog rata privatni smještaj predstavlja najbrže rastući dio ukupnih smještajnih kapaciteta. Tako u Hrvatskoj, pred sam početak rata, postoji nešto više od 40.000 postelja u svim vrstama smještaja, od čega na hotelske krevete otpada 31%, a na privatne sobe 38,5%. Bio je to za ono vrijeme značajan kapacitet, koji je trebao garantirati još bolje rezultate u turizmu sljedećih godina no tih nekoliko godina do početka rata, ipak nije bilo dovoljno da se ostvare očekivani pozitivni pomaci u razvoju. Turistički promet u razdoblju 1938-1939 bio je rekordan i s obzirom na broj smještajnih kapaciteta koji je dosegnut tek poslije nekoliko poratnih godina.

Razdoblje nakon drugog rata obilježeno je strašnim materijalnim gubicima i drastičnim smanjenjem broja stanovnika. Gospodarstvo je prilično stradalo, što se ne može u potpunosti tvrditi za turističke objekte, pogotovo na obalnom prostoru. Tako je 1960. Hrvatska povećala broj postelja na 151 561 što je bilo gotovo 60% ukupnih postelja u smještajnim objektima u Jugoslaviji. Sa stajališta razvoja turizma, ipak je to pretežno bilo razdoblje uspona, iako relativno sporog, u gotovo svim segmentima razvoja: izgradnja novih smještajnih kapaciteta, izgradnja komunalne i prometne infrastrukture neophodne za razvoj turizma, bolja unutarnja organizacija „turističke privrede“, kvalitetnija edukacija kadrova i kvalifikacija struktura kadrova zaposlenih u turizmu. Poduzeti koraci rezultirali su povećanjem turističkog prometa i prihoda od turizma. U tom razdoblju država nastoji potaknuti razvoj domaćeg turizma pa je tako već 1946. godine na području cijele Jugoslavije zabilježeno je više od 460 000 posjeta domaćih turista. No 1955. godine inozemni turistički promet prvi put premašuje domaći promet. Država je prepoznala turizam kao izvor deviza pošto se nekonvertibilnom domaćom

[38] Vukonić, B., Povijest razvoja hrvatskog turizma, Prometej, Zagreb,2005., str. 103-115.

valutom nije moglo trgovati na međunarodnom tržištu. Uviđajući koristi deviznoga priljeva, država je neprestano raznim mjerama poticala inozemni turizam, karakteristika tog razvojnog razdoblja ipak je bilo paralelno primjenjivanje mjera za stimuliranje domaćeg i inozemnog turizma.[39]
Provođenjem privredne reforme turizam je postao jedan od strateških pravaca razvoja te mjesto u razvojnim planovima koji se, na žalost nisu realizirali.

Najuspješnije razdoblje hrvatskog turizma bilo je od 1986. do 1988. godine. 1986. ostvaren je najveći broj noćenja ikad zabilježen na prostoru Hrvatske, 68 milijuna od čega je 87% inozemnih a sljedeću godinu Hrvatsku je posjetilo gotovo 10,5 milijuna turista od kojih je 84% bilo inozemnih. U dvadeset godina broj postelja se povećao 2,5 puta s 375 000 na više od 920 000.[40] Oslonac tog razdoblja bio je privatni smještaj s udjelom od 42% u ukupnim kapacitetima dok je udio u noćenjima iznosi nešto više od 28%.
Očigledno je da je već tada privatni smještaj imao dominantan udio u turističkoj ponudi, te se slobodno može reći da je riječ o povijesno značajnom dijelu turističke ponude Hrvatske koji je omogućavao da se u veoma kratkom periodu na tržište stavi velik broj ležajeva sa znatno manjim ulaganjima. Na taj se način htjelo udovoljiti povećanoj potražnji i „kupiti vrijeme“ kako bi se izgradili osnovni smještajni kapaciteti.
Usprkos brojnim stručnjacima koji su kontinuirano upozoravali na probleme pretjeranog oslanjanja na privatni smještaj, ništa nije učinjeno kako bi se rastuća smještajna ponuda upotpunila ostalim oblicima turističke ponude, kako bi se povećala iskorištenost kapaciteta u privatnom smještaju, podigla kvaliteta smještajnih jedinica, organizirao sustav ponude privatnog smještaja, itd. Ovo povijesno razdoblje obilježeno je masovnim turizmom odmorišnog tipa (sun-sea-sand) s naglaskom na obiteljski turizam, te jednostavno nije bilo ni znanja ni volje da se nešto promijeni.[41]

Devedesetih godina hrvatski je turizam u cijelosti, kao i pojedini njegovi gospodarski subjekti, izgubio konkurentnost na međunarodnom planu, iako se počeci toga gubitka mogu uočiti i ranije, prije početka tranzicije. Neprirodni zastoj razvoja hrvatskog turizma, prouzročen ratom doveo je do negativnih posljedica koje se teško i sporo liječe. Promatrali se petogodišnje razdoblje od 1991. do 1995. godine, broj turista smanjen je na manje od 20%

[39] Vukonić, B., op. cit., 2005., str.131-138
[40] Ibidem, str. 169
[41] Petrić, L., Mimica J., op. cit., 2011., str. 4

predratnog broja, dok je broj noćenja smanjen na otprilike 15% predratnih noćenja. Kapacitet od 570 000 raspoloživih postelja u 1993. godini je 40% manji od kapaciteta iz 1988. Prema nekim analizama, takav je pad ujedno posljedica zakašnjele reakcije hrvatske turističke privrede na smanjenu potražnju, koja se jasno počela nazirati već oko 1987. godine.[42]

U drugoj polovici 1990-ih i u 2000-tim godinama dolazi do pravog boom-a privatnog smještaja u Hrvatskoj. Naime, u većini primorskih mjesta industrija je u potpunosti nestala, a s njom i većina radnih mjesta. Socijalni karakter privatnog smještaja je opet prevladao i državne vlasti, bez ikakvog razmišljanja, odobravaju gradnju i uređenje apartmana i soba svakome tko poželi. Osim „starih“ iznajmljivača koji ponovno stavljaju svoje kapacitete na tržište, javlja se i poplava nove gradnje, posebno apartmanskih objekata. Ovakva stihija u turizmu i urbanizmu rezultira time da 2007. Hrvatska ima više od 400.000 postelja u privatnom smještaju, a to je za 38% više nego u predratnim godinama. Problem nije toliko u ogromnom broju postelja u privatnom smještaju i brzom rastu, koliko u činjenici da se ovakav skok kapaciteta događa bez ikakve regulative i strategije koja bi odredila što želimo od privatnog smještaja, na koji način ćemo to postići, te gdje i u kojoj mjeri razvijati privatni smještaj![43]

[42] Vukonić, B., op. cit., Zagreb, 2005., str. 181-183
[43] Petrić, L., Mimica J., op. cit., 2011., str. 5

	ukupno *Total*	Sobe[1] *Rooms[1]* u kolektivnom smještaju *In collective accommodation*	u privatnom smještaju *In private accommodation*	ukupno *Total*	Postelje[2] *Beds[2]* u kolektivnom smještaju *In collective accommodation*	u privatnom smještaju *In private accommodation*
1975.	...	...	...	616	426	190
1976.	...	...	...	636	437	199
1977.	...	...	...	632	449	183
1978.	257	...	...	647	466	181
1979.	263	...	...	669	475	194
1980.	269	188	81	692	495	197
1981.	282	195	87	728	509	219
1982.	302	209	93	769	532	237
1983.	300	208	92	775	541	234
1984.	310	216	94	800	555	245
1985.	313	216	97	820	561	259
1986.	324	217	107	849	570	279
1987.	338	221	117	886	586	300
1988.	355	227	128	926	604	322
1989.	349	228	121	923	604	319
1990.	323	218	105	862	589	273
1991.	233	184	49	632	505	127
1992.	210	189	21	576	521	55
1993.	224	193	31	610	532	78
1994.	255	199	56	662	527	135
1995.	250	197	53	649	523	126
1996.	259	187	72	688	510	178
1997.	277	181	96	725	494	231
1998.	291	184	107	773	511	262
1999.	272	173	99	720	477	243
2000.	283	170	113	759	479	280
2001.	289	168	121	786	474	312
2002.	283	167	116	804	470	334
2003.	292	169	123	841	483	358
2004.	300	174	126	871	496	375
2005.	313*	175*	138	909	499	410
2006.	304	163	141	926	511	415
2007.	326*	180*	146	944	512	432
2008.	316	164	152	969	515	454
2009.	333	183	150	969	523	446
2010.	316	171	145	910	470	440
2011.	321	170	151	934	469	465
2012.	305	172	133	881	472	409

Slika 1. Smještajni kapaciteti po vrstama objekata 1980. – 2015. (stanje 31.kolovoza)

Izvor: Turizam u 2012., Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2013., str.12 (dostupno na https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2013/SI-1491.pdf , preuzeto 9.5.2018.)

Tablica 3. Smještajni objekti na području Hrvatske 2016.

	Broj postelja							
	1980.	1985.	1990.	1995.	2000.	2005.	2010.	2015.
Hoteli i aparthoteli	113.177	127.802	142.917	138.535	126.656	115.776	122.879	135.322
Turistička naselja	41.715	51.065	58.201	61.389	64.593	61.991	31.891	30.836
Kampovi	232.960	278.779	292.934	260.764	210.148	217.324	232.134	237.758
Privatne sobe	196.034	246.995	264.092	125.370	273.833	400.454	428.464	575.428
Lječilišta	1.045	2.292	2.906	2.683	2.830	2.258	2.547	2.510
Radnička odmarališta	68.228	76.061	69.319	6.996	11.657	11.124	7.429	2.749
Odmarališta za djecu/hosteli	25.742	27.397	19.853	3.321	6.192	4.667	5.934	11.692
Ostalo	13.099	9.860	12.458	9.568	14.279	95.616	78.673	33.017
UKUPNO	692.000	820.251	862.680	608.626	710.188	909.210	909.951	1.029.312

Izvor: Turizam u brojkama 2016., Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2017., str. 14

3.2.2 Institucionalna podrška razvoju privatnog smještaja

Ustrojstvo i organizacija potrebni su i neizbježni u svakom društvu. Tako i turizam podliježe mnogim organizacijama koje su neophodne za njegovo funkcioniranje.
Jedna od takvih institucija je Ministarstvo turizma[44], obavlja upravne i druge poslove koji se odnose na: turističku politiku Republike Hrvatske, strategiju razvitka hrvatskog turizma; razvoj i investicije u turizmu; razvitak kongresnoga, seoskoga, lovnoga, zdravstvenoga, omladinskoga i drugih selektivnih oblika turizma; unapređivanje i razvoj malog poduzetništva u turizmu i ugostiteljstvu; sanacijske programe u svezi s restrukturiranjem hotelsko-ugostiteljskih tvrtki, praćenje i sudjelovanje u procesu privatizacije; turističku informatiku, promicanje hrvatskog turizma u inozemstvu; sustav turističkih zajednica; turističku i ugostiteljsku statistiku; stanje i pojave na području turističkih i ugostiteljskih usluga; međunarodnu suradnju u svezi s turizmom; djelovanje instrumenata gospodarskog sustava i mjera gospodarske politike na razvoj ponude i pružanje turističkih i ugostiteljskih usluga i poslovanje turističkih i ugostiteljskih gospodarskih subjekata; uvjete obavljanja turističke i ugostiteljske djelatnosti, praćenje i analiziranje kvalitete turističke ponude, turističkih i ugostiteljskih usluga, uvođenje međunarodnih standarda kvalitete ponude smještaja i usluga; kategorizaciju turističkih i ugostiteljskih objekata; unapređivanje turističke i ugostiteljske djelatnosti. Ministarstvo obavlja inspekcijske poslove u području ugostiteljske djelatnosti i pružanja usluga u turizmu, osim nadzora nad naplatom proračunskih i ostalih prihoda koji su utvrđeni u djelokrugu Ministarstva financija. Ministarstvo u svojstvu resornog ministarstva sudjeluje u poslovima upravljanja i raspolaganja dionicama i poslovnim udjelima trgovačkih društava koji čine državnu imovinu u vlasništvu Republike Hrvatske, u pogledu trgovačkih društava koja se pretežno bave djelatnostima iz područja nadležnosti resornog ministarstva, utvrđenima ovim Zakonom. Ministarstvo obavlja poslove koji se odnose na sudjelovanje Republike Hrvatske u radu tijela Europske unije u područjima iz njegove nadležnosti.

Hrvatska gospodarska komora je neprofitna, nevladina, stručno poslovna udruga svih pravnih subjekata koji se bave gospodarskom djelatnošću. Ova udruga je teritorijalno ustrojena po županijama te organizacijski podijeljena po sektorima djelatnosti.[45] Pri komori djeluje više udruženja i zadruga ovisno o sektoru a jedan od sektora je i turizam. Cilj udruživanja gospodarskih subjekata u turizmu u pripadajuće institucionalne oblike pri HGK je strukovno

[44] http://www.mint.hr/o-ministarstvu/9 (preuzeto 14.4.2018)
[45] Geić, S., op. cit., 2007., str. 213.

povezivanje članica za potrebe rješavanja aktualne problematike, prezentiranja i zastupanja usuglašenih stavova prema resornim ministarstvima i institucijama, kao i promidžbenih aktivnosti na pružanju i unapređenju kvalitete usluga u turizmu na nacionalnom nivou.

Udruženja pri Hrvatskoj gospodarskoj komori:

- Udruženje ugostiteljskih djelatnosti
- Udruženje putničkih agencija
- Udruženje pružatelja usluga smještaja na plovilima – charter
- Udruženje turističkih brodara
- Udruženje hotelijera
- Udruženje kamping turizma
- Udruženje hotelijera

Zajednice pri Hrvatskoj gospodarskoj komori:

- Kulturnog turizma
- Zdravstvenog turizma
- Obiteljskog turizma
- Ronilačkog turizma
- Pustolovnog turizma

Zajednica obiteljskog turizma nastala je 2015. spajanjem zajednice ruralnog turizma i zajednice obiteljskog turizma kako bi zajedničkim naporima plasirali proizvode i usluge te što bolje predstavili obiteljski posao, tradiciju, gostoprimstvo domaćina i poljoprivrednu proizvodnju.

Hrvatska turistička zajednica je nacionalna turistička organizacija, a osnovana je radi stvaranja i promicanja identiteta i ugleda hrvatskog turizma, planiranja i provedbe zajedničke strategije i koncepcije njegove promocije, predlaganja i izvedbe promidžbenih aktivnosti u zemlji i inozemstvu od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu, te podizanja razine kvalitete cjelokupne turističke ponude Hrvatske. Neke od najznačajnijih zadaća HTZ-a su objedinjavati ponudu Republike Hrvatske, izrađivati programe i planove promocije turističkog proizvoda, analizirat i ocjenjivati svrhovitost i djelotvornost poduzetnih

promidžbenih poslova te na temelju izvješća prati, analizira i ocjenjuje rad turističkih zajednica županija.[46]

3.2.3 Aktualno stanje privatnog smještaja

Današnji trendovi turističkog razvoja baziraju se na aktivnijem, sadržajnijem i zdravijem provođenju godišnjeg odmora, što govori da prilikom donošenja odluke o izboru određene turističke destinacije, presudnu ulogu imaju cjelokupni doživljaj i uvjeti boravka u odabranoj destinaciji. Turizam ulazi u razdoblje stalnog rasta turističkog prometa i potrošnje, veće konkurencije među destinacijama, boljeg poznavanja ponude turističkih destinacija i mogućnosti putovanja i povećanih zahtjeva potrošača pri odabiru modela putovanja i turističkog proizvoda/usluge, pridavanja veće pozornosti utjecaju turizma na gospodarstvo, društveno-kulturni razvoj i okoliš, te razvoja tehnologije, posebno kompjutorskih informacijskih i rezervacijskih sustava.[47]

Također, i Nacionalni program unapređenja obiteljskog smještaja iz 2013. navodi ključne probleme i slabosti kroz SWOT analizu obiteljskog smještaja.
Snage obiteljskog smještaja čini rast obujma i kvalitete ponude pratećih uslužnih djelatnosti u turizmu, povećana raznolikost ponude pratećih uslužnih djelatnosti u turizmu, zatim udruživanje ponuđača usluga kroz sustav HGK te pružanje dobre vrijednosti za novac.

Prema SWOT analizi obiteljskog smještaja slabosti istog su:

- Nedostatak vertikalne i horizontalne suradnje pružatelja usluga
- Izražena sezonalnost poslovanja
- Zakonska (pre/ne)normiranost/institucionalni okvir
- Nedostatan sustav financijskog poticanja
- Kreditne institucije nedovoljno prate razvoj SME u turizmu
- Niska razina poslovnog optimizma/negativna poslovna klima
- Manjak stručno osposobljenog i/ili turistički obrazovanog kadra
- Neadekvatna promocija
- Nedostatak prepoznatljivih brendova/proizvoda

[46] https://htz.hr/hr-HR/opce-informacije/o-nama (preuzeto 14.4.2018)
[47] Gračan, D., Alkier Radnić, R., op. cit., 2003., str.

Prilike daljnjeg razvoja mogu se ostvariti pri dugoročnim povoljnim kretanjima potražnje te sve izrazitijom segmentacijom potražnje. Razvoj selektivnih vrsta turizma u ruralnom okruženju kao što je cikloturizam, „soft adventure“ turizam, korištenje EU fondova/ programa, e-marketing, privatno-privatne i javno-privatne suradnje čine prilike razvoja kako cjelokupnog turizma tako i privatnog smještaja.

Netransparentno poslovno okružje, gubitak interesa za obiteljskim poduzetništvom te stvaranje imidža jeftine ljetne „sunce i more“ turističke destinacije velike su prijetnje daljnjem razvoju cjelokupnog turizma.[48]

3.2.3.1 Ponuda privatnog smještaja

Prema statističkim podacima Državnog zavoda za statistiku u 2017. od ukupno 234 688 smještajnih jedinica, njih 74 123 su sobe i 160 565 apartmana. Iz te brojke vidljivo je da privatni smještaj drži više od 50% od ukupnih smještajnih jedinica kojih pruža 89 446 kućanstava. Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani i kuće za odmor pružaju 63 460 sobe i 160 523 apartman na ukupno 6 607 objekata. [49]

Razmatrajući pokazatelje razvoja turizma moguće je uvidjeti rast svih elemenata analize i povratak trenda nakon razdoblja Domovinskog rata. Pad prosječnog broja noćenja po dolasku turista može se pripisati i trendu češćeg putovanja s kraćim zaustavljanjem u destinaciji (*citybreak*). Turisti putuju češće u različite destinacije te u svakoj provode 2 do 3 dana.

Tablica 4. Osnovni pokazatelji razvoja turizma od 1980. do 2015.

	1980.	1985.	1990.	1995.	2000.	2005.	2010.	2015.
Broj postelja (u 000)	692	820	863	609	710	909	910	1.029
Broj turista (u 000)	7.929	10.125	8.498	2.438	7.136	9.995	10.604	14.343
Broj noćenja (u 000)	53.600	67.665	52.523	12.885	39.183	51.421	56.416	71.605
Prosječni broj noćenja po postelji	77	83	61	21	55	57	62	70
Prosječni broj noćenja po dolasku turista	6,8	6,7	6,2	5,3	5,5	5,1	5,3	5,0

Izvor: Turizam u brojkama 2016., Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb, 2017., str. 12

[48] Nacionalni program unapređenja obiteljskog smještaja, Institut za turizam, Zagreb, 2013., str. 26

[49] Dolasci i noćenja turista u 2017., Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2018., str. 23, dostupno na http://www.mint.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/180213_DZS_2017.pdf (preuzeto 26.5.2018.)

Ponuda privatnih soba u jednoj godini porasla je za skoro 100.000 te u ukupnoj ponudi privatnog smještaja imaju udjel od 59%. Broj lječilišta i odmarališta imaju najveći negativni trend te sve manji udjel u ukupnoj ponudi smještaja.

Tablica 5. Smještajni kapaciteti po vrstama objekata (stanje 31.kolovoza)

	BROJ POSTELJA		INDEX	STRUKTURA (u %)	
	2015.	2016.	2016./15.	2015.	2016.
Hoteli i aparthoteli	135.322	137.222	101,4	13,1	12,1
Turistička naselja	30.836	30.087	97,6	3,0	2,7
Turistički apartmani	15.371	14.753	96	1,5	1,3
Kampovi i kampirališta	237.758	227.559	95,7	23,1	20,1
Privatne sobe	575.428	668.830	116,2	55,9	59,0
Lječilišta	2.510	2.071	82,5	0,2	0,2
Odmarališta	2.749	1.849	67,3	0,3	0,2
Hosteli	11.692	15.176	129,8	1,1	1,3
Ostalo	15.515	31.927	205,8	1,5	2,8
Nekategorizirani objekti	2.131	4.277	200,7	0,2	0,4
UKUPNO	1.029.312	1.133.751	110,1	100,00	100,00

Izvor: Turizam u brojkama 2016., Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb, 2017., str. 14

Što se tiče Splitsko-dalmatinske županije, 2016. godine u svojoj ponudi nudila je 239 329 postelja, što je za 25 526 postelja više nego prethodne godine a čak 43 741 postelje više nego 2015. [50]

Prema podacima iz 2015., Splitsko-dalmatinska županija je nudila 45 226 soba ili apartmana, to jest 146 844 postelja u 16 844 kućanstva i u ukupnim smještajnim kapacitetima županije sudjeluje sa 68,4%, dok je udio u noćenjima 54,9%.[51]

[50] Turizam u brojkama 2016., Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb, 2017., str 17

[51] Statistička analiza turističkog prometa 2015, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Split, str. 10-13, dostupno na https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/statisticka-analiza-turistickog-prometa-2015-godine (preuzeto 24.5.2018.)

Tablica 6. Smještajni kapaciteti po vrstama ugostiteljskih objekata Splitsko-dalmatinske županije za 2016.

Objekt - vrsta objekta	Broj objekta	Broj kreveta
Hoteli	247	31.487
Kampovi	51	13.808
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	28	131
Objekti u domaćinstvu	21.679	141.611
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	1.356	19.006
Ostalo	3	670
Ukupno	23.364	206.713

Izvor: Statistička analiza turističkog prometa 2016., Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Split, 2017., str. 10

3.2.3.2 Kvantitativna i kvalitativna analiza potražnje za privatnim smještajem

U 2017. Hrvatsku je posjetilo 17,4 milijuna turista koji su ostvarili 86,2 milijuna noćenja u turističkim smještajnim objektima u Hrvatskoj. U 2017. u odnosu na 2016. ostvareno je 13% više dolazaka i 11% više noćenja turista.

U strukturi ukupno ostvarenih dolazaka turista, 89% čine dolasci stranih turista, a 11% dolasci domaćih turista. U 2017. u odnosu na 2016. došlo je 5% više domaćih turista, a 14% više stranih. U strukturi ukupno ostvarenih noćenja, 93% ostvarili su strani turisti, a 7% domaći. U 2017. u odnosu na 2016. domaći turisti ostvarili su 3% više noćenja, a strani 11% više. [52]

Tablica 7. Dolasci i noćenja turista po načinu dolaska (u 000)

	Individualno		Organizirano		Ukupno	
	2015.	2016.	2015.	2016.	2015.	2016.
Domaći	1.092	1.184	568	601	1.660	1.785
Strani	7.986	8.376	4.697	5.433	12.683	13.809
Ukupno	9.078	9.560	5.265	6.034	14.343	15.594

	Individualno		Organizirano		Ukupno	
	2015.	2016.	2015.	2016.	2015.	2016.
Domaći	3.966	4.038	1.777	1.818	5.743	5.856
Strani	43.362	44.941	22.500	27.252	65.862	72.193
Ukupno	47.328	48.979	24.277	29.070	71.605	78.049

Izvor: Turizam u brojkama 2016., Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb, 2017., str 19

[52] Dolasci i noćenja turista u 2017., Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2018., str. 1, dostupno na http://www.mint.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/180213_DZS_2017.pdf (preuzeto 26.5.2018.)

Turisti iz Njemačke ostvarili su najviše noćenja u 2017., i to 19,5 milijuna, što je 24% ukupno ostvarenih noćenja stranih turista. U prosjeku su ostvarili 8 noćenja po dolasku. Najviše su noćili u Istarskoj županiji, u kojoj su ostvarili 8,6 milijuna noćenja. U obiteljskom smještaju noćilo je 3,1 milijun domaćih gostiju a 40,85 milijuna stranih, što skupno čini 51% ukupnog noćenja.

U0spoređujući podatke o dolascima i noćenjima prema vrsti objekata, vidljivo je kako su najveće promjene ostvarene kod privatnih soba i hostela. Najveći pad dolazaka i noćenja ostvaren je u smještajnim jedinicama lječilišta.

Tablica 8. Dolasci turista po vrstama objekata (u 000)

	BROJ POSTELJA		INDEX	STRUKTURA (u %)	
	2015.	2016.	2016./15.	2015.	2016.
Hoteli i aparthoteli	5.378	5.617	104,5	37,5	36,0
Turistička naselja	481	495	102,9	3,4	3,2
Turistički apartmani	207	230	111,1	1,4	1,5
Kampovi i kampirališta	2.555	2.601	101,8	17,8	16,7
Privatne sobe	4.934	5.811	117,8	34,4	37,3
Lječilišta	33	21	63,6	0,2	0,1
Odmarališta	19	17	89,5	0,2	0,1
Hosteli	334	438	131,1	2,3	2,8
Ostalo	384	350	91,1	2,7	2,2
Nekategorizirani objekti	18	14	77,8	0,1	0,1
UKUPNO	14.343	15.594	108,7	100,00	100,00

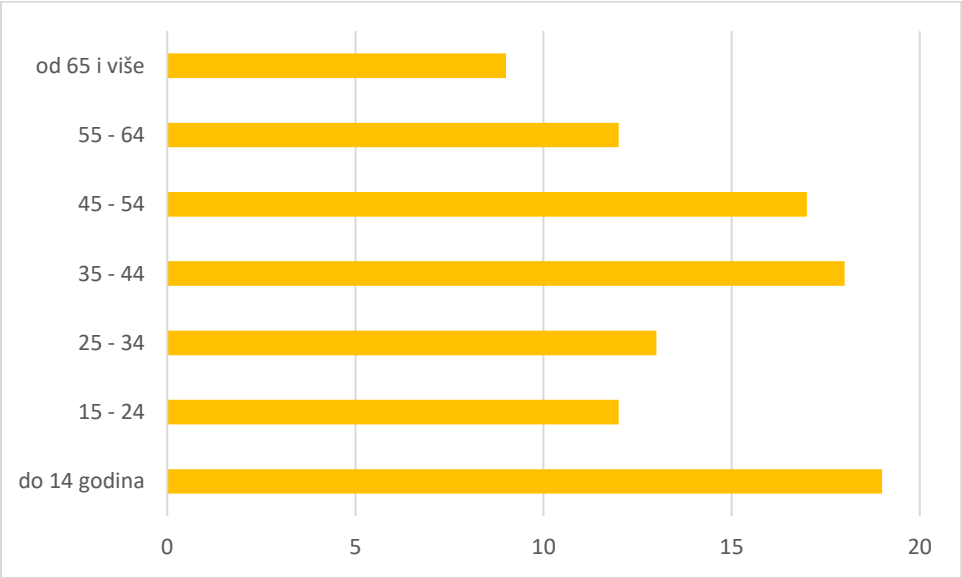
Izvor: Turizam u brojkama 2016., Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb, 2017., str. 24

Tablica 9. Dolasci turista po vrstama objekata (u 000)

	NOĆENJA TURISTA		INDEX	STRUKTURA (u %)	
	2015.	2016.	2016./15.	2015.	2016.
Hoteli i aparthoteli	17.461	18.435	105,6	24,4	23,6
Turistička naselja	2.901	2.936	101,2	4,1	3,8
Turistički apartmani	1.318	1.406	106,7	1,8	1,8
Kampovi i kampirališta	17.158	17.484	101,9	24,0	22,4
Privatne sobe	30.664	35.545	115,9	42,8	45,5
Lječilišta	204	154	75,5	0,3	0,2
Odmarališta	115	100	87,0	0,2	0,1
Hosteli	801	1.034	129,1	1,1	1,3
Ostalo	886	868	98,0	1,2	1,1
Nekategorizirani objekti	97	87	89,7	0,1	0,1
UKUPNO	71.605	78.049	109,0	100,00	100,00

Izvor: Turizam u brojkama 2016., Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb, 2017., str. 23

Analizirajući podatke o strukturi turista prema dobnoj skupini, najbrojniji su gosti između 35 i 44 godine a zatim gosti u razdoblju od 45 do 54 godine.



Graf 1. Struktura noćenja turista prema dobnim skupinama u 2017.

Izvor: Dolasci i noćenja turista u 2017., Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2018., str. 22, dostupno na http://www.mint.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/180213_DZS_2017.pdf (preuzeto 26.5.2018.)

Prema podacima Turističkih ureda turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, na području Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije boravilo je u tijeku 2016. godine

2 742 244 turista, od čega 2 503 810 stranih i 238 434 domaća koji su ostvarili zajedno 15 181 933 noćenja (91% stranih).

Tablica 10. Smještajni kapaciteti po vrstama ugostiteljskih objekata Splitsko-dalmatinske županije 2016.godine

Objekt - vrsta objekta	Broj dolazaka	Broj noćenja	ø popunjenost po krevetima
Hoteli	1.035.078	4.286.023	37,19%
Kampovi	170.559	986.500	19,52%
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	1.339	9.024	18,82%
Objekti u domaćinstvu	1.263.986	8.619.190	16,63%
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	271.076	1.280.234	18,40%
Ostalo	206	962	0,39%
Ukupno	2.742.244	15.181.933	20,07%

Izvor: Statistička analiza turističkog prometa 2016., Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Split, 2017., str. 10

U strukturi udjela u noćenjima po pojedinim zemljama primat su preuzeli turisti iz Poljske u Županiji, a u cijeloj Hrvatskoj već dugi niz godina turisti iz Njemačke. U 2016. godini je unatoč globalnoj ekonomskoj krizi ostvaren porast dolazaka turista i ostvarenih noćenja, kako na razini Županije, tako i u cijeloj Hrvatskoj (9% više dolazaka, a isto toliko više ostvarenih noćenja).

Najviše turista u Splitsko-dalmatinskoj županiji srednje je životne dobi, između 30 i 49 godina starosti (56%), pri čemu se dobna struktura gostiju u županiji nije znatnije promijenila u odnosu na 2010. godinu. Većina turista koji posjećuju Splitsko-dalmatinsku županiju ima više (33%) ili visoko obrazovanje (40%). Udio fakultetski obrazovanih gostiju povećan je u odnosu na 2010. godinu s 34% na 40%. Svaki drugi gost županije dolazi iz kućanstva s manje od dvije tisuće eura mjesečnih primanja. Udio gostiju s mjesečnim primanjima kućanstva većim od tri tisuće eura povećan je u odnosu na 2010. godinu s 13% na 19%.

Svaki drugi gost županije dolazi s članovima obitelji (52%), iako rjeđe nego li u 2010. godini kada je obiteljskih dolazaka bilo 58%. Znatan je i udio turista koji dolaze samo s partnerom (26%), iako ispodprosječan u odnosu na prosjek svih županija. Dolazak s prijateljima (16%) iznad je prosjeka svih županija.

Pasivni odmor i opuštanje primarni je motiv dolaska koji privlači više od tri četvrtine (77%) gostiju u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Više od trećine gostiju privučeno je i zabavom (36%), 29% gastronomijom, a svaki peti gost novim iskustvima i doživljajima te

upoznavanjem prirodnih ljepota. Turisti su u znatno većoj mjeri nego li 2010. godine privučeni gastronomijom, zabavom i novim iskustvima. Inozemni gosti koji su tijekom ljetnih mjeseci 2014. godine boravili u Splitsko-dalmatinskoj županiji 'vjerni' su gosti Hrvatske iako nešto manje od prosjeka za primorske županije. Županija privlači i 'nove' goste pa je tako u odnosu na 2010. godinu povećan udio inozemnih gostiju u prvom posjetu Hrvatskoj, s 19% na 22%. Tu je prvenstveno riječ o Skandinavcima, Francuzima i Poljacima.

Glavni izvori informacija za turiste u Splitsko-dalmatinskoj županiji su preporuke rodbine ili prijatelja (42%), to je znatno više nego 2010. godine kada se na preporuke oslanjalo 35% turista. S udjelom od 33% slijedi oslanjanje na prijašnji boravak te korištenje interneta (31%) koji je na razini 2010. godine.

Turisti koji borave u Splitsko-dalmatinskoj županiji u prosjeku ostvaruju 10 noćenja u Hrvatskoj, odnosno 8,6 noćenja u turističkom mjestu, to je nešto manje u odnosu na 2010. godinu. Primarne aktivnosti kojima se na odmoru bave gotovo svi turisti Splitsko-dalmatinske županije su plivanje i kupanje, odlazak u restorane, slastičarnice i kafiće, odlazak u kupnju i šetnje prirodom. Većina i razgledava znamenitosti te odlazi na lokalne zabave. Gosti županije iznadprosječno se, u odnosu na prosjek primorskih županija, bave planinarenjem i avanturističkim sportovima. U 2014. godini je zabilježena nešto smanjena aktivnost gostiju u odnosu na 2010.

Što se tiče potrošnje, gosti županije dnevno su u 2014. godini izdvajali u prosjeku 70 eura, što je za 27% više u odnosu na 2010. godinu. Rast prosječnih dnevnih izdataka zabilježen je u svim skupinama izdataka, pri čemu je najveći porast (34%) u skupini izdataka za usluge sporta, zabave, kulture i izleta.

Tako je i udio izdataka za te usluge povećan u odnosu na 2010. godinu za jedan postotni bod (s 12% na 13% ukupnih dnevnih izdataka). Najveću potrošnju ostvaruju gosti iz Skandinavije (109€), zatim Njemačke (70€) i Slovenije (67€).[53]

3.2.3.3 Socio-demografski profil tipičnog pružatelja usluga obiteljskog smještaja

U današnje vrijeme sve više kućanstava se okreće iznajmljivanju smještaja u cilju dodatnog prihoda kućnom budžetu. U Hrvatskoj nije provedeno istraživanje na nacionalnoj razini kako bi se detaljnije uočile karakteristike pružatelja usluga u domaćinstvu.

[53] Program rada TZ Splitsko-dalmatinske županije za 2017. godinu, TZ SDŽ, Split, 2016., str. 6-10

Kako je navedeno u Nacionalnom programu unapređenja obiteljskog smještaja, Fakultet za managment u turizmu i ugostiteljstvu iz Opatije proveo je analizu na području Kvarnera te pruža uvid u socio-demografski profil tipičnog pružatelja usluga obiteljskog smještaja.
Istraživanje koje je proveo Fakultet za management u turizmu i ugostiteljstvu iz Opatije 2013. na području Kvarnera, iznosi nekoliko činjenica vezanih za profiliranje pružatelja usluga. Prema istraživanju u strukturi ponude najviše prevladavaju apartmani a zatim sobe dok su kuće za odmor u sve većem porastu. Prodaju apartmana vlastitim kanalima provodi 56% ispitanika dok 38% istih prodaju prepušta agencijama. Osobe koje pružaju usluge smještaja najčešće imaju srednjoškolsko obrazovanje te se poslom bave duže od sedam godina dok je ispitanika koji su te počeli s pružanjem usluga tek 13%.
Iznajmljivanje smještaja za većinu ispitanika čini iznimno važan ali sekundarni izvor prihoda. Za oko 40% pružatelja usluga prihodi od iznajmljivanja upotpunjuju plaću iz redovnog radnog odnosa, kod njih 30% prihod predstavlja dodatak zasluženoj mirovini a za 21% ispitanika to je osnovni izvor prihoda.
Iz aspekta budućih investicija, očekivana ulaganja se odnose na povećanje kvalitete unutarnjeg uređenja objekta i ulaganje u okućnicu, vrt i opremu u vrtu. Manji broj iznajmljivača planira ulagati u proširenje smještajnih kapaciteta.[54]

Za usporedbu može se uzeti i članak Petrić i Mimica (2011.) na temu privatnog smještaja s provedenim istraživanjem na širem splitskom području. Na tom području pružatelji usluga smještaja većinom se oslanjaju na vlastite sposobnosti prodaje smještajnih jedinica dok ostali posao prepuštaju agencijama ili web portalima, što domaćim što stranim. Također i iz ovog istraživanja može se zaključiti kako je iznajmljivanje dodatna aktivnost jer 49% ispitanih u radnom odnosu dok su ostalih 20% nezaposleni to jest 31% je umirovljenih. Gledano prema starosnoj skupini, najviše je osoba starijih od 51 godine. U skupinu od 31 do 40 godina spada 38% ispitanika, od 31 do 40 godina čini 18% a na skupinu od 51 do 60 godina spada 38% ispitanika.[55]
Domaći i inozemni turisti, osim prirodnih ljepota, kulturno-historijskih spomenika, komfornih hotela i dobre kuhinje, očekuju i dobrodošlicu ljubaznog domaćina. U sve oštrijoj konkurenciji između nositelja i organizatora turističke potrošnje, ljudski čimbenik, kultura kadrova i njihova spremnost da s iskrenim zadovoljstvom poslužuje goste postaje važan faktor uspjeha i odlučujući moment privlačenja konzumenata turističkih vrijednosti. Stoga je

[54] Nacionalni program unapređenja obiteljskog smještaja, Institut za turizam, Zagreb, 2013., str. 11
[55] Petrić, L., Mimica J., op. cit., 2011., str. 12-18

razumljivo da takve potrošače više privlači i osvaja ponuda koja uz ukusna jela, udobne spavaonice i sunčališta na obali toploga mora ima i bogat doživljajni aspekt, to jest zadovoljavanje gosta sa stajališta njegove potrebe za zabavom, razonodom i uljudnim gostoprimstvom. Doživljajni aspekt turističke ponude povećava zahtjeve u odnosu na izvršitelje ugostiteljskih usluga. Posluživanje gostiju biva složenije i proširuje se sposobnošću utjecaja na sveopću atmosferu u turističkim objektima. Biti gostoljubiv znači svakomu koga susretneš na svome putu otvoriti srce i svoj dom tako da drugi tvoju ponudu shvati kao po sebi razumljiv poziv i osjeti se počašćen, ne ponižen. Gostoljubivost je stav otvorenosti i spada u tajnu pravoga čovjeka. Upravo je turizam djelatnost u kojoj treba vladati najveća moguća ksenofilija, ljubav prema gostima, prema strancima.[56]

3.2.3.4 Potporni programi Europske Unije razvoju privatnog smještaja

Europska unija jedinstvena je gospodarska i politička unija 28 europskih zemalja koje zajedno pokrivaju velik dio kontinenta. Začeta nakon Drugog svjetskog rata poticanjem gospodarske suradnje, vjerovalo se da će zemlje koje međusobno trguju postati gospodarski ovisne jedna o drugoj i zbog toga vjerojatno izbjegavati sukobe.

Glavni je gospodarski pokretač EU-a jedinstveno tržište. Ono omogućuje slobodu kretanja većine robe, usluga, novca i ljudi. EU radi na razvoju tog golemog resursa i u drugim područjima poput tržišta energije, znanja i kapitala kako bi Europljani od njega imali što veću korist.

Zahvaljujući ukidanju graničnih kontrola među državama članicama EU-a ljudi mogu slobodno putovati gotovo čitavim kontinentom. Ujedno je postalo mnogo jednostavnije živjeti, raditi i putovati u inozemstvu unutar Europe. Svi građani EU-a imaju pravo i slobodu odabrati u kojoj zemlji EU-a žele studirati, raditi ili otići u mirovinu.[57]

Turizam ima važnu ulogu u ekonomiji Europske unije. Prema podacima Europske komisije, predstavlja treću po važnosti socio-ekonomsku aktivnost u Europskoj uniji, nakon trgovine i distribucije te građevinskog sektora. Ima pozitivan učinak na ekonomski rast i zaposlenost te doprinosi regionalnom razvoju Europe. Nadalje, njegova važnost ogleda se u oblikovanju identiteta europskog kontinenta te razvoju i održavanju prirodne i kulturne baštine.[58]

---

[56] Galičić, V., Između ugostiteljstva i turizma, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2009., str. 184-185

[57] https://europa.eu/european-union/about-eu/eu-in-brief_hr (preuzeto 9.5.2018.)

[58] https://europa.eu/european-union/about-eu_en (preuzeto 9.5.2018.)

Više od polovice stanovništva Unije putuje, a svaki šesti od deset stanovnika putuje unutar Unije. Oko polovice izdataka za putovanja ostvaruje se unutar Unije. Predviđa se da će u budućnosti broj turističkih putovanja iz Unije i u njenim okvirima rasti i to prije svega kao posljedica dogradnje integracijskih procesa, pojednostavljenja i pojeftinjenja samih putovanja i socio-demografskih promjena u društvu. Povećat će se putovanja turista treće dobi, mladi će se početi sve ranije osamostaljivati, žene će se češće zapošljavati te će se povećati njihova turistička aktivnost. Uslijed tehničko-tehnološkog napretka poboljšat će se uvjeti života i rada.[59] Hrvatska je kao navlastito receptivno turističko tržište smještena usred Europe kao najsnažnije turističke regije koja, iako postupno gubi tržišnu snagu, još čini više od 60% globalnog turističkog proizvoda. Štoviše, demokratska preobrazba i svekolika tranzicija istočnoeuropskih gospodarstava zasigurno će doprinijeti uvećanju turističkog proizvoda Europe za cca 50% u sljedećih 10 godina. Time se otvara značajno emitivno tržište na kojem Hrvatska, slijedom svojih potencijalnih komparativnih prednosti može bitno participirati. To je dakako i jedna od ključnih komparativnih prednosti hrvatske turističke industrije kao europske i sredozemne destinacije.[60]

Europska komisija procjenjuje da u turističkom sektoru Europske unije posluje gotovo 2 milijuna poduzeća, a većinom se odnosi na malo i srednje poduzetništvo, pružajući zaposlenje 5.2% od ukupne radne snage Europske unije. U 2013., samo smještajni i ugostiteljski sektor ponudio je oko 10 milijuna poslova (4% ukupno zaposlenih u Europskoj uniji).

Kao priznanje važnosti turizma kao industrije unutar ekonomije Europske unije i uzimajući u obzir trendove, Europska unija je poduzela niz različitih mjera u području turizma. Sporazumi i ugovori Europske unije isključuju harmonizaciju prava i zakona u turizmu te dopuštaju na razini Europske unije samo podupiranje, koordinaciju i nadopunjavanje aktivnosti zemalja članica, stoga je turistička politika na razini Europske unije ograničena, te se uglavnom sastoji od pružanja financijske potpore i legislative.[61]

Europska unija putem financijske pomoći projektima i programima pruža potporu u područjima kao što su regionalni i urbani razvoj, zapošljavanje i socijalna uključenost, poljoprivreda i ruralni razvoj, pomorska i ribarstvena politika, istraživanje i inovacije te humanitarna pomoć. Kako bi se nadzirala njihova upotreba i osiguralo transparentno i

[59] Vuković, I., Suvremeni trendovi u razvoju turizma u Europskoj uniji, Tourism and Hospitality Management, Vol. 12, No. 1., 2006., Str. 38

[60] Družić, I., op. cit., 2010., str. 113

[61] http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/568343/EPRS_IDA%282015%29568343_EN.pdf (preuzeto 9.5.2018)

odgovorno trošenje novca, sredstvima se upravlja u skladu sa strogim pravilima. Konačnu političku odgovornost za osiguravanje pravilne uporabe tih sredstava ima skupina od 28 povjerenika EU-a. Međutim, s obzirom da se najvećim dijelom sredstava upravlja u državama korisnicama, nacionalne vlade preuzimaju odgovornost za obavljanje provjera i godišnjih revizija.

Proračunom Europske unije upravlja se na dva načina. Više od 76 % proračuna Europske unije upravlja se u partnerstvu s nacionalnim i regionalnim tijelima sustavom zajedničkog upravljanja, uglavnom s pomoću pet velikih Strukturnih i investicijskih fondova. Tim se fondovima pridonosi provedbi strategije Europa 2020.:

- Europski fond za regionalni razvoj (EFRR) – regionalni i urbani razvoj
- Europski socijalni fond (ESF) – socijalna uključenost i dobro upravljanje
- Kohezijski fond (KF) – gospodarska konvergencija manje razvijenih regija
- Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj (EPFRR)
- Europski fond za pomorstvo i ribarstvo (EFPR)

Ostalim sredstvima izravno upravlja Europska unija, a osiguravaju se u obliku:

- bespovratnih sredstava za posebne projekte povezane s politikama EU-a, obično na temelju tzv. poziva na podnošenje prijedloga; sredstva djelomično potječu iz EU-a, a djelomično iz drugih izvora.
- ugovora koje dodjeljuju institucije EU-a za nabavu usluga, robe ili radova koji su im potrebni za rad, npr. izrada studija, osposobljavanje, organiziranje konferencija, informatička oprema; ugovori se dodjeljuju na temelju poziva na nadmetanje. [62]

Programi Europske unije predstavljaju integrirani niz aktivnosti koje usvaja Europska unija sa ciljem promicanja suradnje između država članica u različitim područjima povezanim sa zajedničkim politikama Europske unije. Europski parlament usvojio je nove zakonske okvire za Programe Unije u financijskom razdoblju 2014.-2020. dana 2. srpnja 2014. Vlada Republike Hrvatske usvojila je Zaključak o sudjelovanju Republike Hrvatske u Programima Unije u financijskom razdoblju 2014.-2020. godine kojim su imenovane nadležne institucije i odgovorne osobe za koordinaciju sudjelovanja Hrvatske u programima te tijela državne uprave koja su uključena u provedbu pojedinih programa u financijskom razdoblju 2014.-2020.

[62] https://europa.eu/european-union/about-eu_en (preuzeto 9.5.2018.)

Programi za turistički sektor:

- COSME
- Obzor 2020.
- Kreativna Europa
- Erasmus +
- Life
- Easi

U veljači 2018. Ministarstvo turizma raspisalo je natječaj za Program konkurentnosti turističkog gospodarstva za dodjelu bespovratnih novčanih sredstava Ministarstva za razvoj malog i srednjeg poduzetništva, unapređenje ponude malih obiteljskih hotela, unapređenje održivi razvoj, razvoj posebnih oblika turizma, te podizanje konkurentnosti hrvatskog turizma kroz:

- Mjera A - povećanje standarda, kvalitete i dodatne ponude, diversifikacija poslovanja i održivi razvoj, korištenje novih tehnologija, poboljšanje socijalne uključenosti, sljedećih vrsta ugostiteljskih objekata: Hotela, Kampova, Ostalih ugostiteljskih objekata za smještaj, OPG-a za seoski turizam
- Mjera B - razvoj posebnih oblika turizma
- Mjera C – dostupnost i sigurnost
- Mjera D – prepoznatljivost,

kojim se osigurava 24,6 milijuna kuna iz državnog proračuna.

Za privatne iznajmljivače najbitnija je mjera A3 koja se između ostalih smještajnih oblika odnosi i na Sobe, Apartmane, Studio apartmane, Kuće za odmor, Prenoćišta, Objekte za robizonski turizam te mjera A4 koja se odnosi na Obiteljska poljoprivredna gospodarstva koja pružaju ugostiteljske i/ili turističke usluge.[63]

[63] Programi Unije, dostupno na: http://www.mint.hr/default.aspx?id=27343 (pristupljeno 12.5.2018.)

4. ANALIZA OBILJEŽJA PRIVATNOG SMJEŠTAJA NA PODRUČJU SREDNJIH POLJICA

4.1 Srednja Poljica – geografska i gospodarska obilježja

Grad Omiš je malen dalmatinski grad, smješten na ušću rijeke Cetine, 25 km južno od Splita. S površinom od 266 km2, u službenom sastavu Grada definirano je, osim starog grada, trideset (30) naselja, a područje priobalja od zaobalnog područja dijeli planinski lanac - Poljička planina, Mosor i Omiška Dinara. Cjelokupan prostor grada podijeljen je vizualno planinom na dva područja, ali se funkcionalno grad dijeli na tri različite cjeline: Zagora i Poljica, stari grad Omiš i Rivijera koja se proteže na više od 20 km.[64]

Poljica su smještena u trokutu: Split – Omiš – Trilj oko planine Mosora i njegovih padina prema sjeveru do rijeke Cetine i prema jugu do Jadranskog mora. Na zapadu granicu predstavlja rijeka Žrnovnica.

Granice Poljičke Republike čine rijeka Cetina sa sjeveroistoka na od kule Nućak ispod Trilj do svoga ušća kod Omiša u dužini 50 km, s juga Jadransko more, sa zapada rijeka Žrnovnica i od njezina izvora prolazi mosorskim vrletima i spaja se s Cetinom ispod kule Nućak. Te su granice u *Poljičkom Statutu* iz XV. stoljeća vrlo precizno određene. Površina iznosi 250km^2. Konfiguracija terena i podneblja uvjetovali su podjelu poljičkog područja u tri mikroregije: Gornja ili *Zagorska* (kontinentalne zime), Srednja ili *Završka* (mediteranska klima) i Donja ili *Primorska* Poljica[65] te na 12 katuna koje su nazvali imenima 12 najvećih poljičkih sela te su tim katunima pridružena manja poljička sela. Prema tome slijedi podjela:

- *Gornja Poljica (Zagorska):* Dolac Donji i Gornje Polje (Putišići, Srijane, Trnbusi)
- *Srednja Poljica (Završka):* Kostanje (Podgrađe, Seoca, Smolanje), Zvečanje, Čišla (Ostrvica), Gata (Zakučac, Naklice), Dubrava (Zastinje, Račnik), Sitno (Donje i Gornje) i Srinjine (Osić, Čažin Dolac, Ume)
- *Donja Poljica (Primorska):* Duće (Truše), Jesenice, Podstrana[66]

[64] Strateški marketing plan turizma Grada Omiša, Turistička zajednica grada Omiša, Omiš, 2016., str. 7
[65] Poljica zemljovid, Godišnjak Poljičkog dekanata – Gata, Split 1996.
[66] Mihanović, F., Kratak pregled povijesti drevne Poljičke Republike, Matica hrvatska, 1992., str. 9-13

Slika 2. Poljička Republika

Izvor: http://gata.hr/wp/wp-content/uploads/2009/05/karta_velika.jpg (pristupljeno 15.4.2018.)

Prema popisu stanovništva Republike Hrvatske iz 2011. godine, najbrojnije mjesto su Tugare s 891 stanovnikom dok je u mjestu Smolonje registrirano samo 89 stanovnika.

Tablica 11. Popis stanovništva na području Srednjih Poljica, 2011.

Naselje	Ukupan broj stanovnika	Ukupan broj kućanstva	Stambene jedinice	
			Ukupno	Stanovi za stalno stanovanje
Čisla	305	84	136	97
Dubrava	298	91	117	100
Gata	557	174	243	209
Kostanje	602	177	300	257
Naklice	237	70	96	78
Ostrvica	197	54	98	85
Podgrađe	277	82	164	91
Seoca	145	37	71	71
Smolonje	89	28	54	49
Tugare	891	250	406	384
Zakučac	148	47	87	67
Zvečanje	195	66	120	120
UKUPNO	3941	1160	1892	1608

Izvor: Popis stanovništva, kućanstva i stanova 2011., Zagreb, 2011., str. 135, dostupno na https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2011/SI-1441.pdf (pristupljeno 26.5.2018.)

Grad Omiš obilježava dvije vrste klime, priobalni dio ima obilježja sredozemne klime s vrućim ljetom koja prema zaobalju (Mosor i Omiška Dinara) postupno prelazi u kontinentalnu klimu. Mediteransku klimu s vrućim ljetom obilježava maksimum padalina u jesen i zimi, blage zime i suha ljeta dok kontinentalnu klimu karakteriziraju niže temperature zraka i nešto veće količine padalina, a nerijetko se pojavljuje i snijeg. Godišnja insolacija Grada Omiša iznosi više od 2.630 sati, a dnevni prosjek iznosi 7,2 sata dok u ljetnim mjesecima dnevni prosjek iznosi čak i do 12 sati što pogoduje razvoju turističkih djelatnosti. [67]

U Poljičkoj Republici jedini izvor prihoda bila je poljoprivreda i stočarstvo. Iako je većinom polje u škrapama, manjih površina i ne tako prohodno, svaki komad je bio iskorišten kao vinograd, maslinik ili pašnjak. Prema Mihanoviću marljivost i urednost poljičkog kraja zabilježio je i francuski maršal Marmont u svojim *Memoarima*.[68]
More kao jedan od mogućih izvora prihoda nije bio u potpunosti iskorišten.

4.2 Povijesni značaj Poljica

Prije dolaska Hrvata u ove krajeve područje Poljica bilo je naseljeno Ilirima i djelomično, posebice u dalmatinskim krajevima, Rimljanima. Nazočnost Rimljana u Poljicima potvrđuju arheološki ostaci, na primjer 1982. oko i ispod župne crkve sv. Ciprijana u Gatima, u središtu Poljica, velika ranokršćanska bazilika a u susjednoj Ostrvici, vide se dobro sačuvani i još neistraženi ostaci goleme rimske „villae rusticae“.[69]
Kad se govori o počecima Poljičke Župe-Općine prenosi se priča o tri brata, Tišimir, Krešimir i Elem, sinovi hrvatskog kralja Miroslava, pribjegli iz Bosne u Poljica, današnju Ostrvicu. Nakon stanovita vremena svaki pod njih pođe na svoju stranu. Tišimir zaposjedne zemlje od brda Graca, usred Poljica, do Cetine kod Zadvarja; Krešimir od Graca do rijeke Žrnovnice, nastanivši se u Dubravi; a Elem pođe u Gornja Poljica i tu ostane. Njihovi potomci nazivaju se didići koji su kao nasljednici imali pravo i na didovinu (zemljišna dobra). Najstariji dokumenti koji spominju trojicu braće kao osnivače Poljičke Župe potječu iz XV. stoljeća. Prvi je pisan 10.veljače 1453. te se dokument nalazi u zbirci Libro d' oro splitske općine, a govori o razgraničenju Splita i Poljica. Drugi dokument je iz 1500. koji rješava vlasničko

[67] Strategija razvoja Grada Omiša do 2020., Urbanex d.o.o., Zagreb, 2017., str. 11
[68] Mihanović F., op. cit., 1992., str. 28.
[69] Ibidem, str. 10

pitanje, diobu komunalnog posjeda u Zvečanju a u njemu se spominju tri brata i njihov otac Miroslav.[70]

Prema predaji Poljica su se u župu organizirala oko godine 1015., za vrijeme kralja Krešimira III. To vrijeme ostavilo je dva vrijedna povijesna spomenika: crkvu i benediktinski samostan u Selu (današnji Sumpetar), koje je u vremenu od 1060. do 1069. godine podigao splitski plemić Petar Crni, sin Gumajev, rodom iz poljičkih Tugara. Taj gradski prior kupio je 1080. godine mnoge zemlje u nekoliko poljičkih sela i darovao ih benediktinskoj opatiji i njezinoj crkvi sv. Petra u Selu. Opisujući darovnice, kupovine i pogodbe, kartular pruža sliku običaja, te kulturnih, društvenih i političkih odnosa u Poljicima za vrijeme posljednjih hrvatskih kraljeva u ranom srednjem vijeku. prije utemeljenja Poljica splitska Crkva bila prisutna u Poljicima. Prema povelji kralja Trpimira iz godine 852., splitski nadbiskup Petar kupio je u poljičkim Tugarima neke zemlje zajedno sa slugama i sluškinjama. U jednoj ispravi hrvatskog kralja Petra Krešimira IV. iz godine 1070. prvi se put susrećemo sa slobodnom župom Poljica, a Poljica se poslije spominju i u listinama kraljeva Dmitra Zvonimira i Stjepana II.3 Može se kazati da s Petrom Gumajevim počinju povijesno dokazivi odnosi Splita i Poljica.

Ti su odnosi varirali od otvorenih neprijateljstava do bliske suradnje, što je ovisilo o nekoliko uzroka. Ponajprije su ovisili o gospodarima pod čijom su se vlašću nalazili, a do godine 1444. i mletačke prevlasti oni su se često mijenjali. Neki povjesničari vjeruju kako su se u početku sukobila dva naroda i dvije različite kulture: romanska iz Splita s hrvatskom iz Poljica. I poslije, u prvoj polovini 14. stoljeća i u 15. stoljeću, kada su većinu stanovnika Splita činili Hrvati, što su bili i Poljičani, sukobi nisu prestajali, pa otpada mišljenje kako su sukobi uzrokovani etničkom razlikom. Drugi su skloniji ocjeni da su sukobi imali gospodarske uzroke. Naime, osjećaj ugroženosti od feudalnog nadiranja iz Splita potaknuo je Poljičane na obrambenu akciju koja je dovela do osnivanja vlastite župe. Poljica su u hrvatskoj državi, koja je bila organizirana u županije, pripadala Primorskoj županiji sa sjedištem u Klisu. Ugarsko-hrvatski kraljevi cijepali su župe i županije i dodjeljivali ih odanim im plemićima. Poljičani se nisu s tim mirili nego su osnovali svoju župu kako bi što uspješnije štitili svoje interese. Sukobi su počeli kao gospodarski, a poslije su poprimili političke konotacije. Tek s turskim provalama u Dalmaciju i zaposjedanjem većeg dijela njezina područja, Split je na Poljica počeo gledati drugim očima. Još godine 1420. Poljica su *zmaj koji već otvara ralje prema Splitu*, a već početkom 16. stoljeća Poljica su postala *jedina nada Dalmacije, najprvi štit vlastitoga spasa, pokoj mira svoga*.[71]

---

[70] http://gata.hr/wp/?p=329 (pristupljeno 24.4.2018.)

[71] Kuvačić, M., Split i Poljica-odnosi kroz povijest, Kulturna baština, No.37, 2011., str. 8-9

1805. godine Napoleon je od Austrije dobia, uz ostalo, Istru, Dalmaciju i Mletačku Albaniju. Talijanski je potkralj za generalnog providura Dalmacije imenovao Mlečanina Vincenza Dandola, a Napoleon je za vojnog zapovjednika Dalmacije postavio svoga generala (poslije maršala) Augusta Marmonta. Napoleon se nadao da će mu Dalmacija dati dosta dobrih vojnika, ali je došlo do velike uzbune kada je Dandolo počeo s novačenjem. Dandolo je naredio da se u Poljicima (kao i u ostaloj Dalmaciji) provede novačenje. Poljičane je to pogodilo, jer nikada nisu služili u nepoljičkoj, stranoj, vojsci. Iako su nebrojeno puta sudjelovali u borbama s Turcima, zajedno s drugim vojnicima koje je Venecija prikupljala, oduvijek su predstavljali zasebnu vojnu jedinicu pod zapovjedništvom svoga vojvode.

U Splitu i okolici te u Šibeniku i Trogiru došlo je do otvorene pobune, naročito su bili neraspoloženi Poljičani, koji su znali da će im biti ukinute stare povlastice; digoše na otvoreni ustanak: mala i nejaka Poljica protiv moćnog Napoleona. Kad je sloboda bila u pitanju, Poljičani nikada nisu gledali na cijenu. Bila je to Poljičanima posljednja, kao i uvijek, slavna i neravnopravna bitka. No, nisu bili usamljeni; uz Poljica je bio dobar dio Primorja, od Splita do Podgore, te kraj od mora do Imotskog i Vrgorca. Poljičani su s puškama nasrnuli na francuske vojnike u selu Dućama. Sutradan su iz Splita krenule velike francuske snage na Poljica. Oko 500 Poljičana zaustavilo ih je na rijeci Žrnovnici i u jednom manjem okršaju nanijeli su Francuzima poraz, na koji su ovi oštro reagirali. S tri pukovnije iz tri pravca general Marmont, koji je iz Zadra došao u Split poslije 18 sati neprekidnog jahanja, prodro je u Poljica. Malobrojniji i vojnički slabiji Poljičani nisu se mogli oduprijeti francuskoj sili, pa se jedan dio sklonio na rusko brodovlje, a drugi dio u omišku utvrdu. Pobuna je u krvi ugušena, a sela Podstrana, Jesenice i Duće na Primorju, te Srinjine, Tugare i Gata u Srednjim Poljicima bila su poharana. Zadivljen držanjem Poljičana, Marmont je međutim zapisao i slijedeće: *Poljica nemaju nikakvih komunikacija i mogu se lako braniti. Oni ne plaćaju nikakve poreze, vladaju sami sobom, imenuju svoje činovnike. Pogled na ovu malu zemlju govori u korist njezina načina upravljanja. Ništa ne bijaše pravilnijeg od njihovog poljodjelstva, ništa pitomijeg od njihovih sela*. Tim porazom došlo je do rasula Poljičke Republike, slavnog ostatka nezavisnoga Hrvatskog Kraljevstva, jer ih je generalni providur Vincenzo Dandolo dekretom razdijelio unutar omiške, sinjske i splitske općine. O Poljicima pjesnik August Šenoa sa zanosom pjeva: *Ne pokloni se Polje kralju, duždi, sad klanjat mu se*

valja goroj nuždi. Posljednji veliki poljički knez, Ivan Čović, otišao je s ruskim brodovljem u Petrograd, gdje je i umro godine 1816.[72]

Jedan od najvažnijih akata onog vremena ali i dan danas je Poljički statut. Isprava neprocjenjive vrijednosti iz čije materije se osim pravnih mogu proučavati povijesni, ekonomski, politički i drugi društveni odnosi. Statut je nastao kao rezultat zadovoljenja potrebe da se postigne što veća nezavisnost od srednjovjekovne Hrvatske i Venecije. Najstariji rukopis Poljičkog statuta iz 16. stoljeća pisan je bosančicom, hrvatskim autohtonim pismom.[73] Najstarija verzija kodificiranog Statuta iz 1440. sačuvana je u Hrvatskoj akademiji znanosti i umjetnosti u Zagrebu. Poljički statut je uz Vinodolski zakonik (1288.godina) najdragocjeniji povijesni i pravni ostatak hrvatskog srednjovjekovlja.
Također, radi se o dokumentu koji zorno pokazuje koliko su u napredni bili stari Poljičani koji su živjeli u jednom od malobrojnih istinski demokratski uređenih društava tog vremena. Poljička republika bila je toliko dobro uređen sistem da danas neki znanstvenici smatraju kako je upravo posjet ovom kraju velikog pisca Thomasa Moorea inspirirao za pisanje svog najvećeg djela indikativnog naziva - "Utopija".[74]

4.3 Razvijenost turizma

4.3.1 Atrakcijski resursi za razvoj turizma

Prirodna baština

Najvažnija prirodna atrakcija Poljičke Republike je rijeka Cetina koja ujedno i predstavlja granicu. Kanjon Cetine ima status zaštićenog krajolika još od 1963. godine i to na području od ušća rijeke do Radmanovih mlinica.[75] U svojoj dužini toka od 100km najviše je iskorištena za rafting i kanjoning koje predstavljaju pravo uzbuđenje i avanturu. Kanjon Cetine je moguće istražiti i iz priče perspektive putem *zip line*, spuštanjem niz žicu što pruža predivan pogled na zeleno plavi pejzaž.

[72] Kuvačić, M., op. cit., 2011., str. 21-23
[73] http://gata.hr/wp/?p=329 (pristupljeno 24.4.2018.)
[74] http://www.visitomis.hr/hr/poljica (pristupljeno 24.4.2018.)
[75] Strateški marketing plan turizma Grada Omiša, op. cit., Omiš, 2016. str. 9

Planina Mosor se sve više turistički iskorištava, osim za rekreativno pješačenje organiziraju se i treking utrke. U mjestu Zakučac, uređena je rekreativno-poučna staza Sv. Leopolda Mandića koji vuče korijene iz tog malog mjesta.

Kulturno – povijesna baština

Uz povijesno i pravno značajan Poljički statut, Republika se može pohvaliti s mnoštvom povijesnih kapelica od kojih je najpoznatija ona Gradcu posvećena sv. Juri na čiju svetkovinu bi se birao novi veliki knez.

Na litici iznad ušća rijeke Cetine, postavljen je kip Mile Gojsalić, autora Ivana Meštrovića kao znak sjećanja na njezin junački čin. S vidikovca se pruža predivni pogled na kanjon i ušće rijeke.

U mjestu Gata nalazi se Muzej Poljica i crkva iz 6. stoljeća, ranokršćanska crkva svjedoči od bogatom životu u Poljicima još od antičkih vremena, a u Povijesnom muzeju može se pronaći vrijedna povijesna zbirka o poljičkoj kulturi i životu starih žitelja.

Jedna od najvećih legendi u Hrvatskoj je ona o djevojci Mili Gojsalić. Tijekom vladavine Turaka 1527. Poljičani su odlučili ne plaćati harač. Razljutivši Admed-pašu, 1530, on kreče u napad te se stacionira u Gata. Brojčano nadmoćniji, turski osvajači bili su na korak od pobjede nad Poljičanima. Legenda kaže kako je te sudbonosne 1530. mlada Poljičanka Mila Gojsalić otišla u šator turskog osvajača Ahmed-paše i za slobodu svojih Poljičana žrtvovala ono najvrjednije što je imala - svoj život. Zavevši pašu, ušuljala se u spremište baruta turske vojske i zapalila ga. Osmanlije su Milu pokušali uhvatiti, ali, kao svaka prava junakinja, ona nije mogla dopustiti da padne u ruke neprijatelju. S turskom vojskom za leđima, hrabro je trčala do litice s koje puca veličanstven pogled na ušće Cetine te skočila u smrt.[76]

Gastronomija

U području gastronomije Poljička Republika se može pohvaliti kako je njihovo tradicionalno jelo soparnik prvi prehrambeni proizvod koji je dobio zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla na razini Europske Unije. Dobivanjem te oznake, proizvoditi i prodavati „Poljički soparnik“ smiju samo licencirani proizvođači. Soparnik, inače siromaško jelo neizostavno je

[76] http://www.visitomis.hr/hr/poljica (pristupljeno 17.4.2018.)

jelo svake svečanosti na području Poljica ali i šire. Jedinstvena kombinacija blitve, crvenog luka (kapule) u tankom tijestu pečenom u lugu zatim premazan maslinovim uljem i češnjakom sve češće se nalazi na stolu prilikom svake prigode na široj Poljičkoj okolici.
U Poljičkoj Republici život se odvijao na ognjištu, *kominu* stoga se slobodno može reći da tradicionalna kuhinja počiva na tom obliku spremanja. Sušenje mesa, pečenja ispod *cripnje*, kuhanje sočiva, raštike i pure u *bronzinu* samo su dio tradicionalne kuhinje.
Poljica su poznata kao poljoprivredno područje te obiljem domaćeg svježeg voća i povrća. Posljednjih godina žitelji se okreću sadnji bresaka, višnji i maslina. Mjesto Tugare poznato je po sočnim crvenim trešnjama čija sorta nosi ime „*Tugarka*“. Za vrijeme zadruga svježe ubrane „*trišnje*“ odvozili su kamioni-hladnjače na njemačko tržište.

Manifestacije

U mjestu Kostanje održava se manifestacija pod nazivom Dani Mile Gojsalić kao spomen na mladu junakinju. Tijekom trodnevnog slavlja organizira se natjecanje u pravljenju soparnika, susret klapa te ostalih glazbenih gostiju. U manifestaciju su uključena i djeca iz različitih osnovnih škola s područja Poljica, izradom soparnika i glazbenim točkama. Također, program je organiziran pod visokim pokroviteljstvom predsjednice Republike Hrvatske, Kolinde Grabar Kitarović.

Mjesto Tugare na datum prvog spomena imena u Povelji kneza Trpimira 4. ožujka 852., organizira vjerski i kulturno-zabavni program za mještane i goste. Umjetničke izložbe sumještana, nastupi klapa i crkvenih zborova, turniri u balotama i nogometu uz domaću hranu i piće samo su dio programa koji se već tradicionalno održava.

U organizaciji Kulturno umjetničke udruge Mosor iz mjesta Gata, već nekoliko godina Povijesni muzej Poljica sudjeluje u nacionalnoj Noći muzeja s prigodnim programom. U mjesnom domu kulture, između ostalih izvedena je i predstava čiji glumci su bili domaćini, članovi KUU Mosor.

Mosor Grebbening je sportsko natjecateljska treking utrka koja se održava na grebenima i padinama Poljičke planine Mosor u organizaciji Planinarsko-ekološke udruge Gata. Utrka je podijeljena u četiri kategorije: Sivonja (37 km), Tovar (17,3 km), Pule (6,7 km) i dječja utrka

(800m). Na utrci održanoj 2016. sudjelovalo je 275 trkača a na prvoj dječjoj utrci preko 60 djece.
U većini mjesta za vrijeme ljetnih mjeseci održavaju se smotre klapa i tradicionalnih pučkih pjevača, turniri u balotama i malom nogometu.

4.3.2 Prometna povezanost

Geografskim položajem u središnjem dijelu Jadranske Hrvatske i smještajem na dodiru Jadranskog mora i Dinarskog planinskog sustava, područje Grada Omiša ima povoljan geoprometni položaj.
Autocesta A1 od je velike društveno-gospodarske važnosti i omogućuje brzo povezivanje Grada Omiša s glavnim gradom i dalmatinskim te srednjoeuropskim i jugoistočno europskim središtima. Izlaz kojim se prilazi Poljičkoj Republici i gradu Omišu je izlaz Blato na Cetini.
Međutim, veliku važnost ima državna cesta D8, tzv. Jadranska turistička cesta koja je ključna za prometno povezivanje Grada Omiša. Ona prolazi kroz njegov priobalni dio pretežito kao cesta namijenjena daljinskom prometu, ali i kao gradska ulica kroz gradsko naselje Omiš što dovodi do problema u organizaciji prometa, posebice tijekom najvećih opterećenja koja se javljaju u tijekom ljeta.[77] Državna cesta D70 prolazi trasom od Omiša preko Gata, kroz Čišle, Ostrvicu, Zvečanje i Seoca pa do Blata na Cetini.
Županijskim cestama povezane su Tugare s Žrnovnicom i ostalim zapadnim dijelom županije te Smolonje sa Seocima, Kostanjama i Podgrađem na istoku. Ova ruta alternativa je u ljetnim mjesecima kako bi se izbjegle prometne gužve na priobalnom području državne ceste D8, to jest na području Donjih Poljica.

[77] Strategija razvoja Grada Omiša do 2020., op. cit., 2017., str. 9

Slika 3. Cestovna mreža grada Omiša

Izvor: Strategija razvoja Grada Omiša do 2020., Urbanex d.o.o., Zagreb, 2017., str. 9

Plovidbeni putevi također predstavljaju ograničavajući faktor razvoju. Na rijeci Cetini je otežan plov zbog nedostatka jasne regulacije vezova na obali rijeke, a luka za nautički turizam ne pruža za sada dostatne kapacitete za razvoj nautičkog turizma. Infrastruktura obalnog područja je relativno slaba, obalna šetnica ne postoji, a plaže su na pojedinim mjestima teško dostupne normalnim pristupom. Luka Omiš najveća je luka na području Grada te pripada II. kategoriji luka otvorenih za javni promet. Osim nje, na području Grada nalaze se morske luke za javni promet lokalnog značenja (Mimice i Pisek), sportske luke (Omiš, Brzet, Nemira, Stanići, Čelina, Lokva Rogoznica, Plani Rat, Mimice, Marušići i Pisak) i luke nautičkog turizma (Omiš-Ribnjak i Omiš-Garma). Luka Omiš nema izgrađenih trajektnih pristaništa stoga ne postoji razvijen javni pomorski promet što znači da se putnici usmjeravaju na najbliža pristaništa u Makarskoj i Splitu. Međutim, tijekom ljetne sezone razvijen je turistički oblik pomorskog prijevoza u obliku organiziranih izleta iz Omiške luke prema otoku Braču i

Hvaru. Ukupna površina akvatorija Omiške luke iznosi 8.848 m² dok ukupna duljina kopnene obale iznosi oko 1300 m².[78]

U zračnom prometu, Omiš je vezan. U pomorskom kao i u željezničkom prometu, Omiš je vezan na Split u kojem se nalazi najbliža pomorska luka i kolodvor.

Željeznički i zračni promet u Gradu Omišu nisu razvijeni te su u geoprometnim kontekstu potrebe za ovim vrstama prometa orijentirane na aerodrom Split udaljen 45 km ili za aerodrom u Dubrovniku koji je udaljen 216 km.[79]

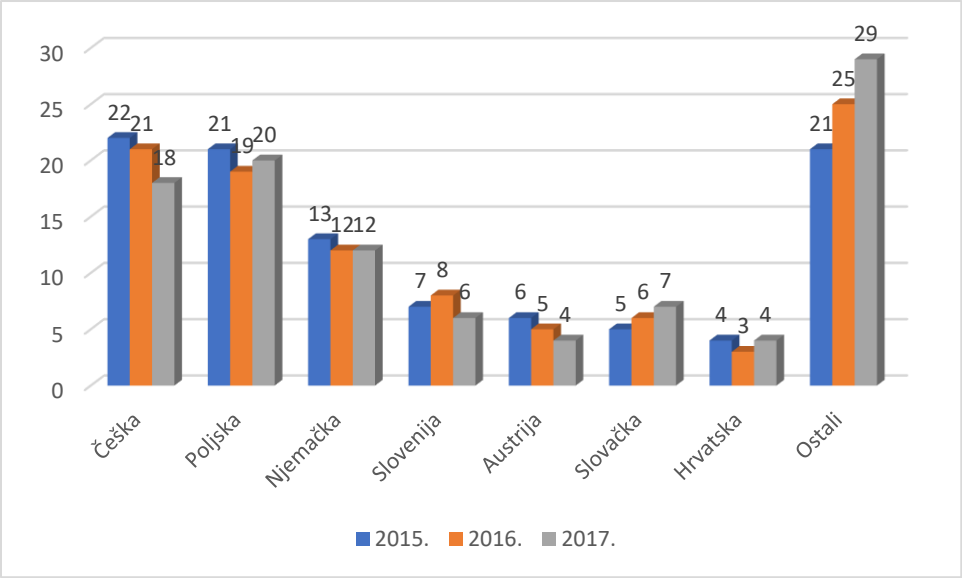
4.3.3 Analiza privatnog smještaja

4.3.3.1 Turistička potražnja – analiza Srednjih Poljica i priobalnog dijela Omiša

U nastavku su prikazani rezultati istraživanja koje provodi Turistička zajednica grada Omiša na području cjelokupne općine. U uzorku je zastupljeno 52% žena naspram 48% muškaraca, a prema dobnoj strukturi većina ispitanih (56%) spada u dobnu skupinu 30-49 godina. Nešto više od 13% uzorka mlađe je od 30 godina, dok je 22% ispitanih starije od 50 godina.

U skladu s podacima Turističke zajednice Grada Omiša, u uzorak je odabrano 64% ispitanika koji su ljetovanje proveli u privatnom smještaju, u kampovima je boravilo 23% uzorka dok je u hotelima odmaralo 12% ispitanih.
Također, u skladu s podacima iz 2016. godine, polovica ispitanih boravila je u samom naselju Omišu dok je druga polovica ljetovanje provela u mjestima Rivijere.

[78] Strategija razvoja Grada Omiša do 2020., op. cit., 2017., str. 55
[79] Strateški marketing plan turizma Grada Omiša, op. cit., Omiš, 2016. str. 8

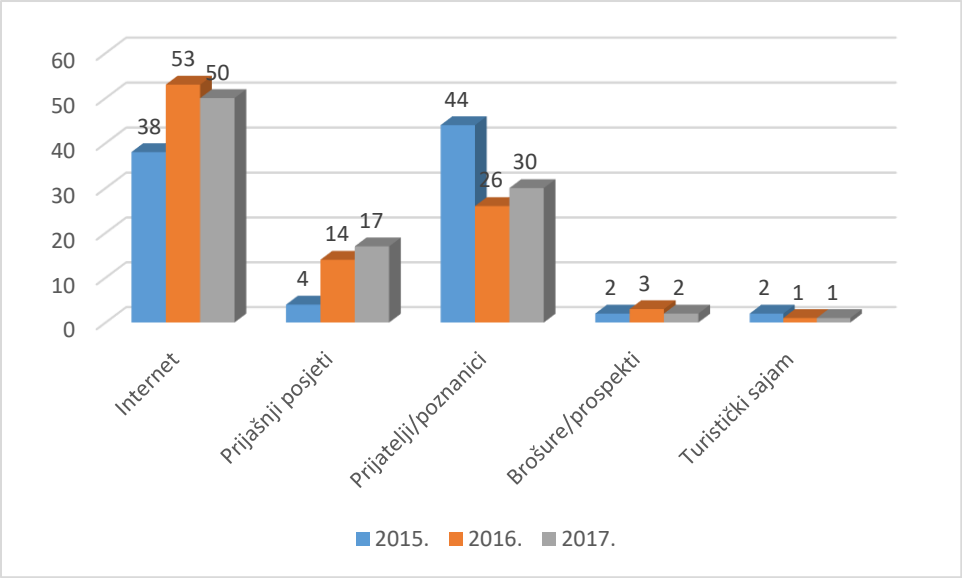


Graf 2. Struktura turista tijekom srpnja i kolovoza

Izvor: Istraživanje zadovoljstva posjetitelja za 2017., Turistička zajednica grada Omiša. Omiš, 2018., str. 1

Uzorci "sezona/van sezona" se značajnije razlikuju po dobnoj strukturi (u uzorku izvan sezone 45% ispitanika je starije od 50 godina), zemlji iz koje dolaze (22% ih je iz Njemačke, 18% Poljska, 10% Češka), većina (62%) ih boravi u samom gradu, od čega najveći broj u hotelima (42%) dok na privatni smještaj otpada 33%, a na kampove 25% uzorka gostiju izvan špice sezone.

Većina ispitanika za Omiš kao destinaciju za odmor doznala je putem interneta. U usporedbi s 2016. godinom primjetan je malen pad u ovoj kategoriji, ali on je unutar razine statističke pogreške te ne možemo tvrditi kako manje ljudi za Omiš prvi put doznaje na internetu. Ovaj medij i dalje za većinu ostaje prvo mjesto na kojem saznaju za destinaciju. Otprilike 30% ispitanika za Omiš je prvi put čulo od prijatelja/poznanika, a njih 17% za grad zna iz prijašnjih posjeta. Podaci su to u skladu s onima prethodnih godina.

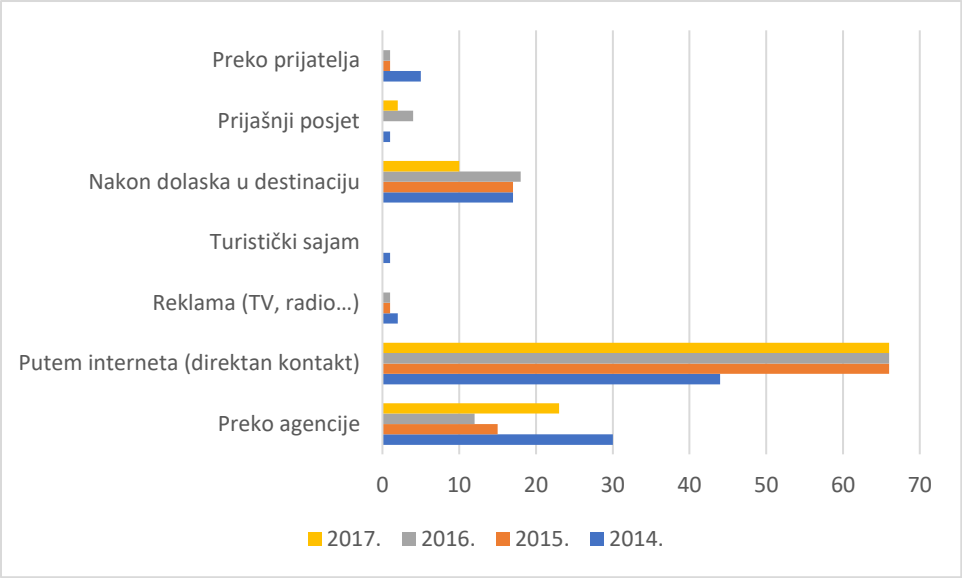


Graf 3. Kako gosti doznaju o destinaciji

Izvor: Istraživanje zadovoljstva posjetitelja za 2017., Turistička zajednica grada Omiša. Omiš, 2018., str. 2

Ako se uspoređuju uzorci u i izvan špice sezone, primjetno je također da je internet dominantan način informiranja o lokaciji (47%), dok je van sezone nešto više ispitanih za Omiš doznalo od prijatelja/poznanika. U oba slučaja, brošure, reklame i turistički sajmovi ostaju alati uz pomoć kojih je manje od 5% ispitanih saznalo za Omiš kao turističku destinaciju.

Nakon što su odabrali destinaciju putem interneta, većina ispitanih na isti način odabralo je i smještaj. Točno 66% ispitanih to je učinilo online (direktnim kontaktom s iznajmljivačem), 23% putem agencije, a 10% smještaj je pronašlo nakon dolaska u destinaciju.
Promatrajući vremenski okvir u kojem se provodi ovo istraživanje, vidljivo je kako je internet apsolutno dominantan medij za rezerviranje smještaja, a primjetno je kako u je u 2017. godini nešto veći broj ispitanih smještaj rezervirao preko agencije (+9% u odnosu na 2016., prvi rast nakon dvije uzastopne godine pada), a nešto manji broj (8% manje nego prethodnih godina) nakon dolaska u destinaciju.

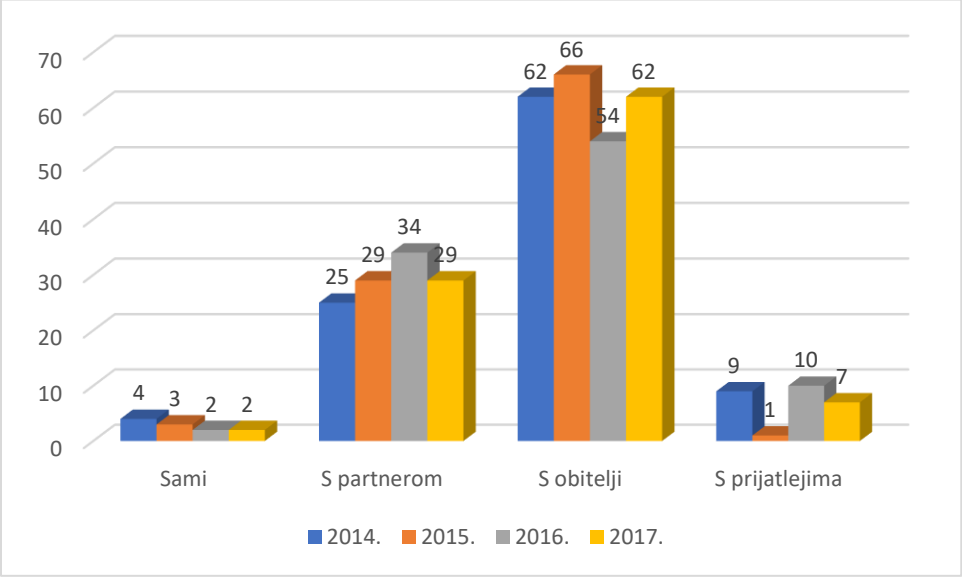


Graf 4. Način rezerviranja smještaja

Izvor: Istraživanje zadovoljstva posjetitelja za 2017., Turistička zajednica grada Omiša. Omiš, 2018., str. 4

Obitelji s djecom tradicionalno su najbrojniji tip gostiju u Omišu, a iznimka nije bila ni 2017. godina u kojoj su 62% turista činile obitelji. Nakon 2016. u kojoj je zabilježen malen pad ovog tipa turista, u 2017. godini se njihov postotak ponovno popeo iznad 60% te možemo reći kako je Omiš definitivno primarno destinacija za obiteljski odmor.

Nešto manje od 30% ispitanih u grad je došlo s partnerom, a njih 7% s prijateljima, što su podaci sasvim u skladu s onima koje smo zabilježili u prethodne tri godine.

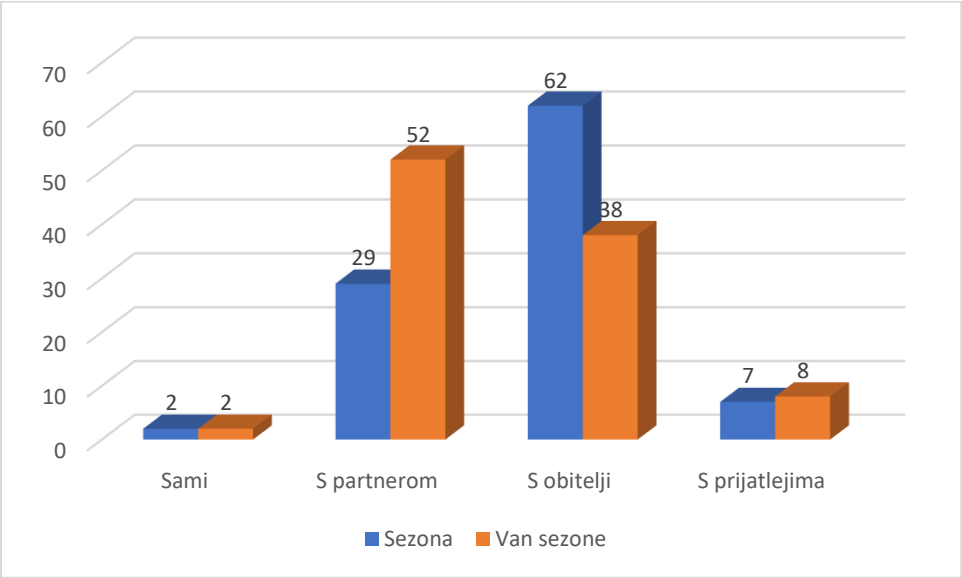


Graf 5. Struktura gostiju grada Omiša

Izvor: Istraživanje zadovoljstva posjetitelja za 2017., Turistička zajednica grada Omiša. Omiš, 2018., str. 5

Kada se uspoređuju dva uzorka (sezona i van sezone), sasvim očekivano, primjetne su značajne razlike u tipu turista koji dolaze u destinaciju. Dok je u srpnju i kolovozu Omiš destinacija za obitelji s djecom, u svibnju, lipnju i rujnu većina turista u grad stiže s partnerima (52%).

Obitelji s djecom i u post-sezoni su brojne te na njih otpada 38% uzorka, dok samaca i turista koji stižu s prijateljima u svim mjesecima ima približno jednako.



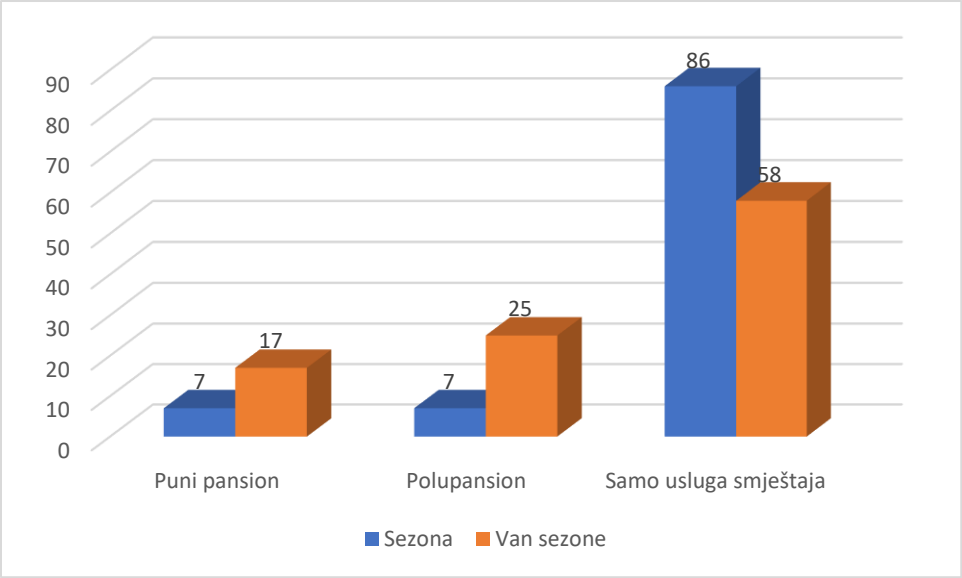
Graf 6. Struktura gostiju tijekom i van sezone

Izvor: Istraživanje zadovoljstva posjetitelja za 2017., Turistička zajednica grada Omiša. Omiš, 2018., str. 6

Podaci koji se u protekle 3 godine nisu gotovo uopće mijenjali, a trend se nastavio i u 2017., su oni o tipu smještaja. Tu je, sasvim očekivano budući da većina turista u sezoni boravi u privatnom smještaju, većina ispitanih (86%) koristila samo uslugu smještaja. Polupansion je odabralo 7% ispitanih, a isti postotak odlučio se za puni pansion.

Još jednom, i u ovom aspektu zabilježene su značajne razlike između vrhunca sezone i mjeseci izvan sezone. U uzorku ispitanika koji su u gradu boravili tokom svibnja, lipnja i rujna, njih 58% koristilo je samo uslugu smještaja, 25% ih se odlučilo za polupansion, a u punom pansionu uživalo je 17% gostiju. [80]

[80] Istraživanje zadovoljstva posjetitelja za 2017., Turistička zajednica grada Omiša. Omiš, 2018., str. 1



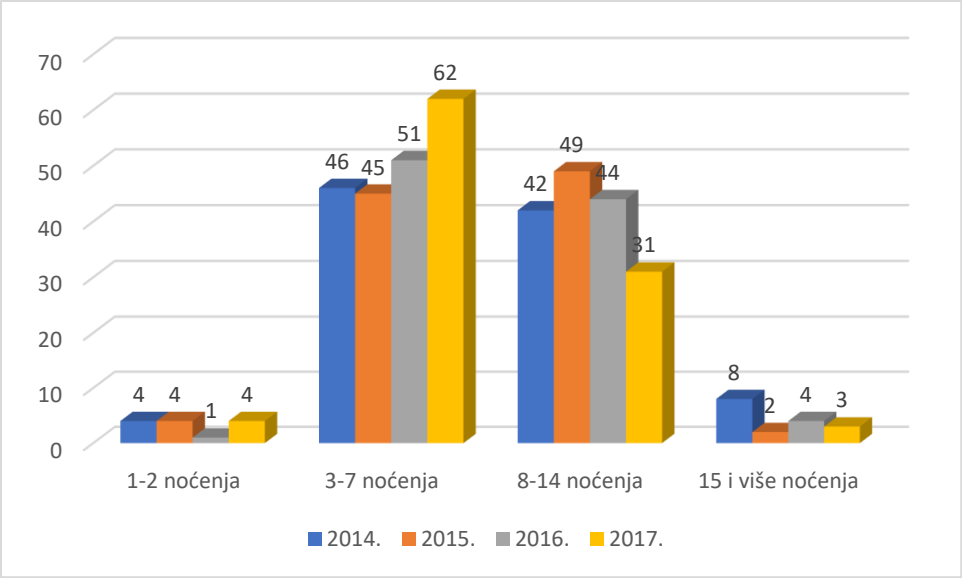
Graf 7. Vrsta smještaja gostiju na području Grada Omiša

Izvor: Istraživanje zadovoljstva posjetitelja za 2017., Turistička zajednica grada Omiša. Omiš, 2018., str. 6

Što se tiče dužine boravka u destinaciji, najveći postotak gostiju odlučio se na 3-7 noćenja (62%), dok je drugi najpopularniji odabir bio nešto duži boravak - 8 do 14 noćenja (31%). Samo jednu ili dvije noći u gradu je ostajalo 4% ispitanih, a 15 ili više planiranih noćenja prijavilo je 3% ispitanih.

U usporedbi s prijašnjim godinama, u 2017. je zabilježen nešto kraći boravak u destinaciji. Broj najkraćih boravaka (1-2 noći) četvrtu godinu zaredom je stabilan (ispod 5%), no u 2017. je zabilježen nastavak trenda povećavanja ostanaka duljine 3-7 noćenja (+9% u odnosu na 2016., +16% u odnosu na 2014. godinu).

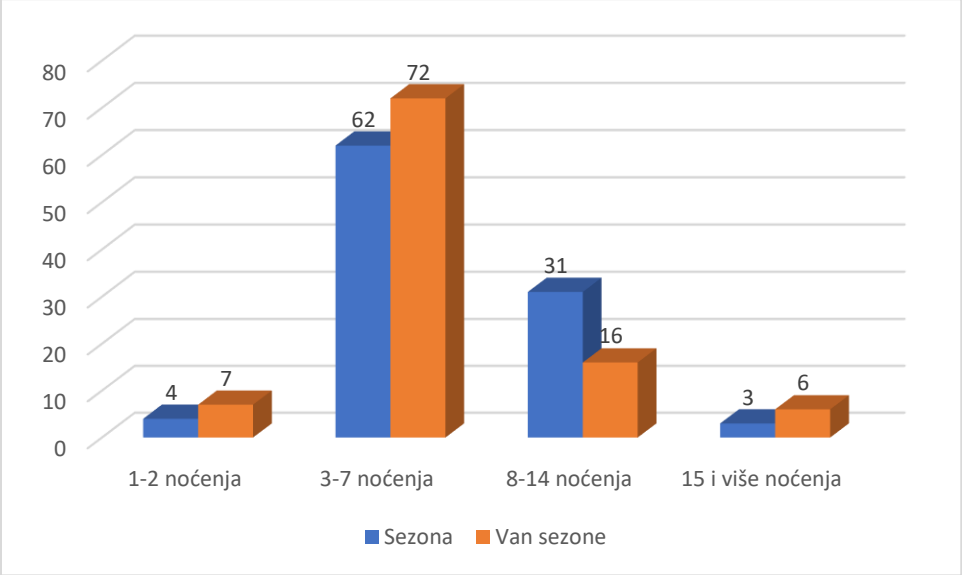
Također, treću godinu zaredom smanjio se boravak duljine 8-14 noćenja. Dok je u 2015. otprilike 50% gostiju boravilo u gradu dulje od jednog tjedna, u 2017. godini isto ih je učinilo 31%.



Graf 8. Duljina noćenja u destinaciji

Izvor: Istraživanje zadovoljstva posjetitelja za 2017., Turistička zajednica grada Omiša. Omiš, 2018., str. 7

U srcu sezone većina ispitanih u gradu boravi 3-7 dana, a ovaj trend još je izraženiji van sezone kada 72% u gradu provodi najviše tjedan dana. Također, izvan sezone značajno manje turista se odlučuje za boravke od 8 do 14 noćenja (16%) dok se, zanimljivo, u usporedbi sa srcem sezone, nešto više ljudi odlučuje za najduže boravke, one dulje od 15 dana.



Graf 9. Duljina noćenja u destinaciji tijekom i van sezone

Izvor: Istraživanje zadovoljstva posjetitelja za 2017., Turistička zajednica grada Omiša. Omiš, 2018., str. 8

Ljeto 2017. godine za 66% ispitanih bilo je prvo koje su proveli u Omišu. Nešto više od 14% turista u gradu je već boravilo 1 ili 2 puta, a 20% njih su već stalni gosti.
Ovi podaci potvrda su trenda u kojem sve više turista otpada na one koji u gradu borave prvi put (u 2015. bilo ih je 49%, a u 2017. 66%).

U konačnici, otprilike 34% ispitanih u Omiš se vratilo nakon prethodnog posjeta, što je smanjenje postotka od 4% u odnosu na prošlu godinu i 17% u odnosu na 2015. Godinu. Podaci za sezonu i van sezone s obzirom na ovu varijablu gotovo su identični. U oba uzorka točno 66% ispitanih u gradu je boravilo prvi put, dok je van sezone po 17% gostiju u Omišu već boravilo 1-2, odnosno 3 ili više puta.

Na području Srednjih Poljica zabilježen je rast broja dolazaka i noćenja u svim mjestima tog područja. Najveći porast zabilježen je u mjestima Naklice i Tugare gdje je broj dolazaka porastao za 114, odnosno 214. Broj noćenja se povećao za 991, to jest za 2 007.

Tablica 12. Dolasci i noćenja na području Srednjih Poljica-Općina Omiš 2016. i 2017. godine

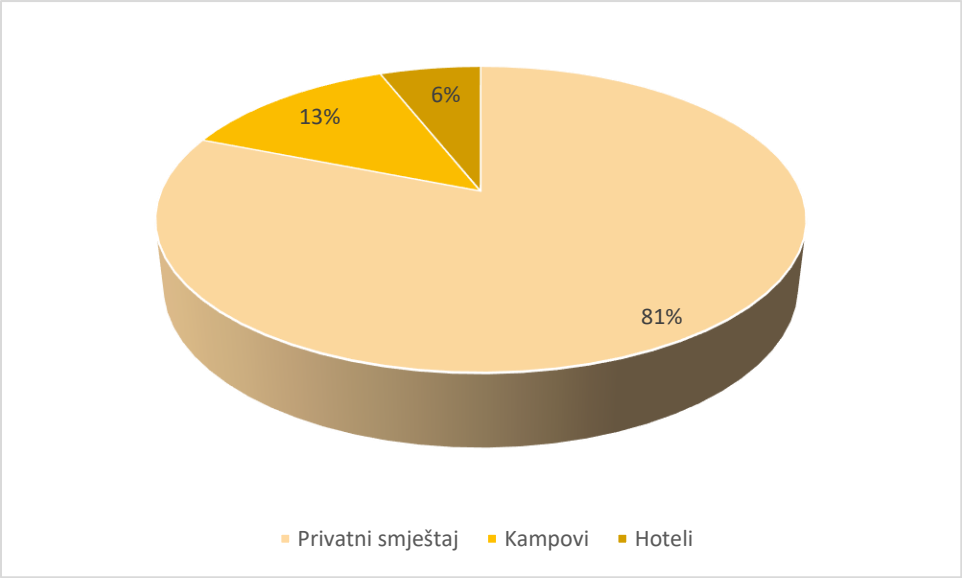
Objekt lokacija	**2016.**		**2017.**	
Naselje	**Dolasci**	**Noćenja**	**Dolasci**	**Noćenja**
Čisla	106	1.163	177	1.904
Dubrava (Omiš)	-	-	38	398
Gata	941	8.618	1.177	11.206
Kostanje	136	1.035	145	1.176
Naklice	491	4.358	605	5.349
Ostrvica (Omiš)	139	1.446	243	2.195
Seoca	121	1.137	136	1.185
Smolonje	74	775	110	728
Tugare	203	1.759	417	3.766
Zakučac	227	1.761	217	1.394
Zvečanje	95	999	124	1.427
UKUPNO	**2.533**	**23.051**	**3.389**	**30.728**

Izvor: http://www.visitomis.hr/hr/dokumenti

4.3.3.2 Obilježja ponude privatnog smještaja na području Srednjih Poljica

Počeci turizma u Omišu pojavljuju se nešto prije Prvog svjetskog rata, a najstariji hotel Balkan izgrađen je na današnjem Poljičkom trgu početkom 20. stoljeća. Ubrzo je izgrađen hotel Jadran te pansioni Adrija i Zagreb. Prvi gosti na području Omiša bili su Česi i Austrijanci, a Omiš se vrlo brzo etablirao kao poznata turistička destinacija. Nakon Drugog svjetskog rata, zbog fokusa na industrijski razvoj, turizam se zapostavlja i pada na drugo mjesto prioriteta lokalnih vlasti i razvoja grada.[81]

Na području grada Omiša, situacija je slična onoj županijskoj, ali s još većim udjelom privatnog smještaja, od čak 81% u ukupnim smještajnim kapacitetima grada. Hotela ima malo i oni predstavljaju samo 13% kapaciteta, uz kampove koji zauzimaju 6% raspoloživih smještajnih jedinica. Odnos udjela smještajnih kapaciteta u Omišu prikazan je na grafu koji slijedi.



Graf 10. Udio smještajnih kapaciteta u gradu Omišu

Izvor: Strateški marketing plan turizma Grada Omiša, Turistička zajednica grada Omiša, Omiš, 2016. str. 13

Od ukupno 12.592 registriranih kreveta u Omišu, navedenih 81% (10.200 kreveta) raspoređeno je u 389 smještajnih jedinica privatnog sektora (kuće, apartmani). Na području Omiša posluje 5 hotela, od kojih su dva hotela u kategoriji četiri zvjezdice (4****) i tri hotela u kategoriji tri zvjezdice (3***) uz jedno manje hotelsko naselje također u kategoriji od tri zvjezdice. Broj smještajnih jedinica (kreveta) u svakom od navedenih objekata i registriranog

[81] Strateški marketing plan turizma Grada Omiša, op. cit., Omiš, 2016. str. 9

smještaja u 2014. godini, prikazan je u sljedećoj tablici.[82] Prema podacima Turističke zajednice grada Omiša, u 2016. ukupni broj objekata na tom području iznosi je 1 526 s ukupno 14 523 kreveta. Noviji i detaljniji podaci za 2016. i 2017. godinu nisu dostupni.

Tablica 13. Ponuda smještajnih jedinica na području grada Omiša

Razdoblje	hoteli	kampovi	ostalo	Ukupno
2005.	564	2.277	4.810	7.651
2013.	792	1.600	10.200	12.592
2013./2005.	56%	-30%	112%	65%

Izvor: Strateški marketing plan turizma Grada Omiša, Turistička zajednica grada Omiša, Omiš, 2016. str. 13

Tablica 14. Smještajni kapaciteti grada Omiša

Vrsta smještaja	Kreveti
Plaža ****	180
Diadem ****	25
Sagitta ***	159
Villa Dvor ***	41
Pleter ***	55
Hotelsko naselje Brzet ***	176
Ukupno hoteli	636
Turističko naselje Ruskamen	156
Privatni smještaj	10.200
Kampovi	1600
Ukupno Omiš	12.592

Izvor: Strateški marketing plan turizma Grada Omiša, Turistička zajednica grada Omiša, Omiš, 2016. str. 13

Jedini dostupni statistički podaci za područje Srednji Poljica prikazani su u tablici 15, no bez podataka za mjesto Podgrađe. Na području Srednjih Poljica ukupno se nalaze 72 objekta koja u svojoj ponudi nude 408 kreveta s 136 dodatnih ležajeva. Analizirajući tablicu vidljivo je da se u Gatima nalazi najviše objekata privatnog smještaja čak njih 29, s 142 kreveta te 53 dodatna ležaja što čini 35% ukupne smještajne ponude ovog područja. U mjestima Smolanje i Dubrava nalazi samo jedan objekt, odnosno 16 osnovnih ležajeva te 4 dodatna. Zaključiti je da se radi o kućama za iznajmljivanje s većim brojem ležajeva. Najveći prosječni broj noćenja po stanovnika ostvaren je u Naklicama. U mjestu Dubrava zabilježen je najniži odnos kreveta i noćenja po stanovniku.

[82] Ibidem, str. 13

Tablica 15. Ponuda privatnog smještaja na području Srednjih Poljica-Općina Omiš, 2017.

Objekt lokacija / Naselje	Broj objekata	Broj kreveta	Broj dodatnih kreveta	Udio broja kreveta	Prosječni broj kreveta po stanovniku	Prosječni broj noćenja po stanovniku
Čisla	7	41	12	10,05%	0,13	6,24
Dubrava (Omiš)	1	6	2	1,47%	0,02	1,34
Gata	29	142	53	34,80%	0,25	20,12
Kostanje	3	18	6	4,41%	0,03	1,95
Naklice	7	48	12	11,76%	0,20	22,57
Ostrvica (Omiš)	6	44	9	10,78%	0,22	11,14
Seoca	3	22	6	5,39%	0,15	8,17
Smolonje	1	10	2	2,45%	0,11	8,18
Tugare	7	38	16	9,31%	0,04	4,23
Zakučac	5	25	12	6,13%	0,17	9,42
Zvečanje	3	14	6	3,43%	0,07	7,32
UKUPNO	72	408	136	100,00%	0,10	7,80

Izvor: http://www.visitomis.hr/hr/dokumenti (pristupljeno 30.4.2018.)

4.3.4 Empirijsko istraživanje stavova privatnih iznajmljivača na području Srednjih Poljica

4.3.4.1 Definiranje uzorka i metode istraživanja

Kao instrument istraživanja korišten je anketni upitnik. Istraživanje je provedeno tijekom ožujka, travnja i svibnja 2018. Anketni upitnici proslijeđeni su pružateljima usluge smještaja u privatnim objektima na području Srednjih Poljica. Pri slanju anketnih upitnika, vodilo se računa da se pokrije cijelo područje a ne samo jedno mjesto. Prvi korak bio je kontaktiranje turističke zajednice grada Omiša kako bi proslijedili kontakt podatke pružatelja usluga. Njihov odgovor da podatke ne mogu proslijediti te da iste potražimo na njihovoj internetskoj

stranci nije urodio plodom kako podaci traženih iznajmljivača nisu objavljeni na istoj. Sljedeći korak je bio da samostalno pronađemo buduće ispitanike.

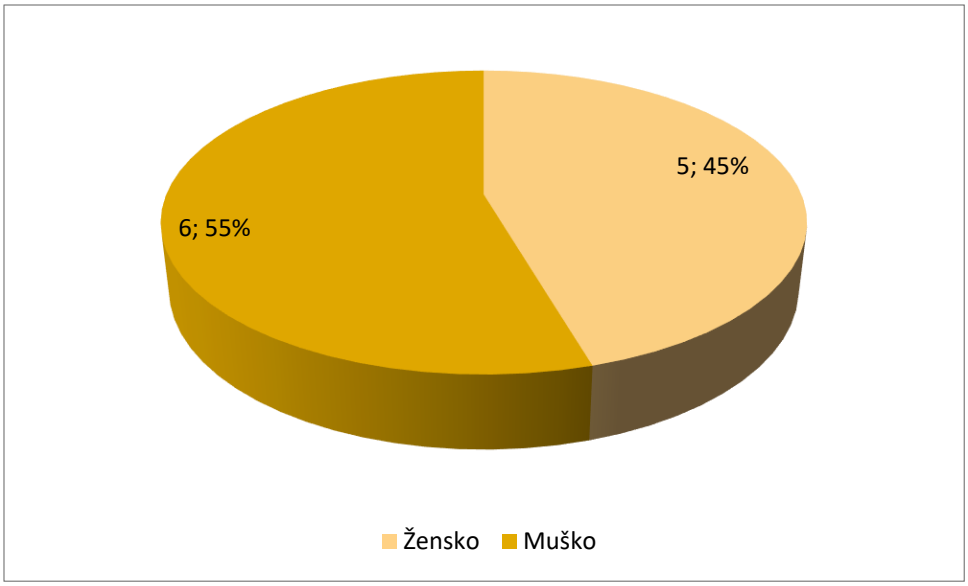
Prvotno, anketni upitnici poslani su na 13 od ranije poznatih elektroničkih adresa, od čega je anketu ispunilo šest osoba. Drugi korak slanja anketnog upitnika bio je pretraživanje lokacijske mape, te pronalazak pružatelja usluga na društvenoj mreži Facebook. Koristeći ovaj kanal, poslano je osam poruka na službene profile oglašavanja smještaja. Na području Srednjih Poljica, administrativno pripadajući općini Omiš, nalaze se 72 objekta koja pružaju usluge privatnog smještaja. Kada se gleda ukupni zbroj, od 21 poslane poruke kao molbe da se ispuni anketa, odgovorilo je 11 pružatelja smještaja. U prosjeku gledano, odgovorilo je 15% cjelokupne populacije ispitivanog područja a procječni odaziv na poslani anketni upitnik je 52%.

Anketni upitnik sastoji se od 17 pitanja koja se dijelom odnose na osobne karakteristike ponuđača smještaja, zatim njihovu ponudu na tržištu te pitanja koja izražavaju njihovo mišljenje o danoj temi.

4.3.4.2 Analiza i interpretacija podataka

Na temelju anketnog upitnika te daljnjom obradom podataka, došlo se do informacija o stanju privatnog smještaja na području Srednjih Poljica općine Omiš. Grafovi su prikazani u tortnom i stupčastom obliku na kojima su istaknute apsolutne i relativne vrijednosti.

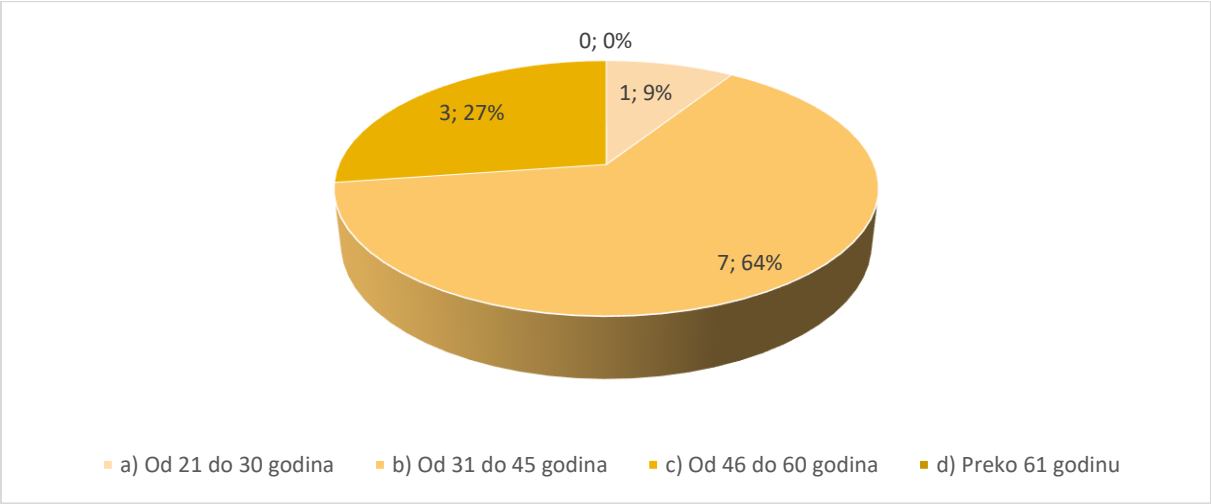
Od 11 ispitanika koji pružaju usluge privatnog smještaja, 55% ispitanika je muškog spola što je vidljivo na grafu 11.



Graf 11. Spol pružatelja usluge privatnog smještaja

Izvor: Izrada autora, 2018.

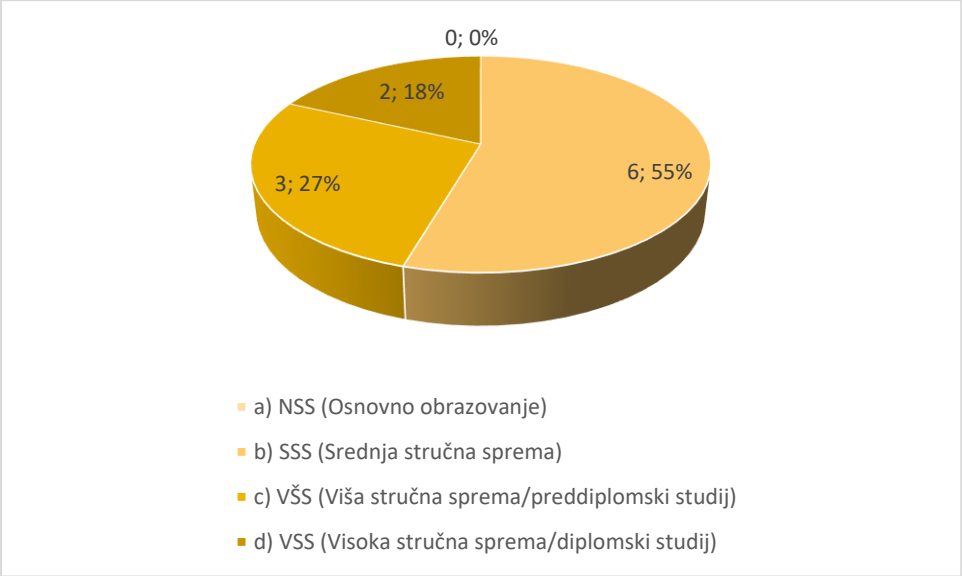
Graf 12 prikazuje dobnu skupinu ispitanika. Vidljivo je kako najveći broj ispitanika, njih 7, pripada dobnoj skupini od 31 do 45 godina. Dobna skupina utječe na načine promoviranja privatnog smještaja stoga je pogodno da uslugu pružanja smještaja pružaju mlađe dobne skupine. Iznenađujući je podatak da nijedan od iznajmljivača nema preko 61 godinu.



Graf 12. Dob pružatelja usluge

Izvor: Izrada autora, 2018.

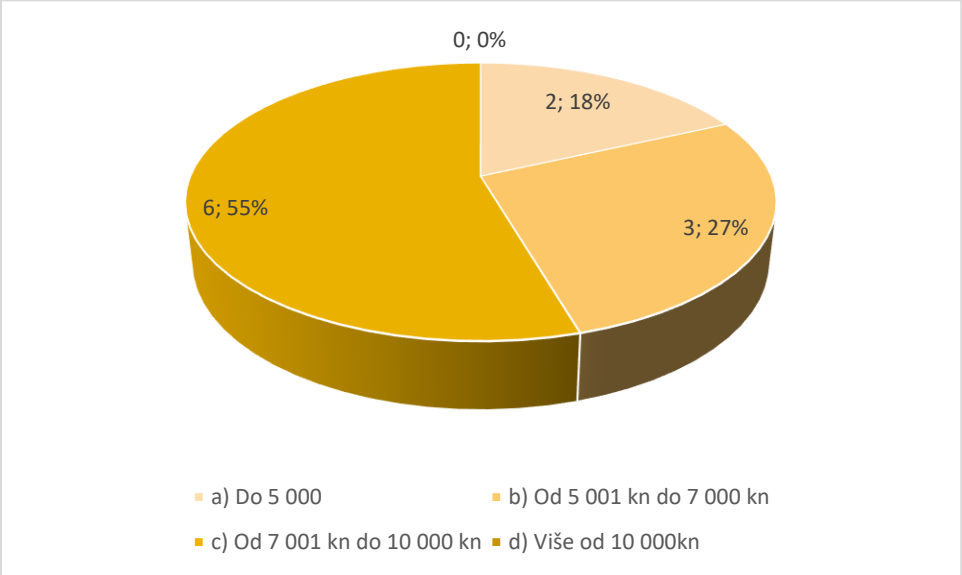
Gledajući s aspekta obrazovnog statusa pružatelja usluge, većina ispitanika ima srednju stručnu spremu, njih 55%. Ni jedan od ispitanika nije naveo da ima samo osnovno obrazovanje, dok je ostali obrazovni status pružatelja usluge prikazan na grafu 13.



Graf 13. Obrazovni status pružatelja usluge

Izvor: Izrada autora, 2018.

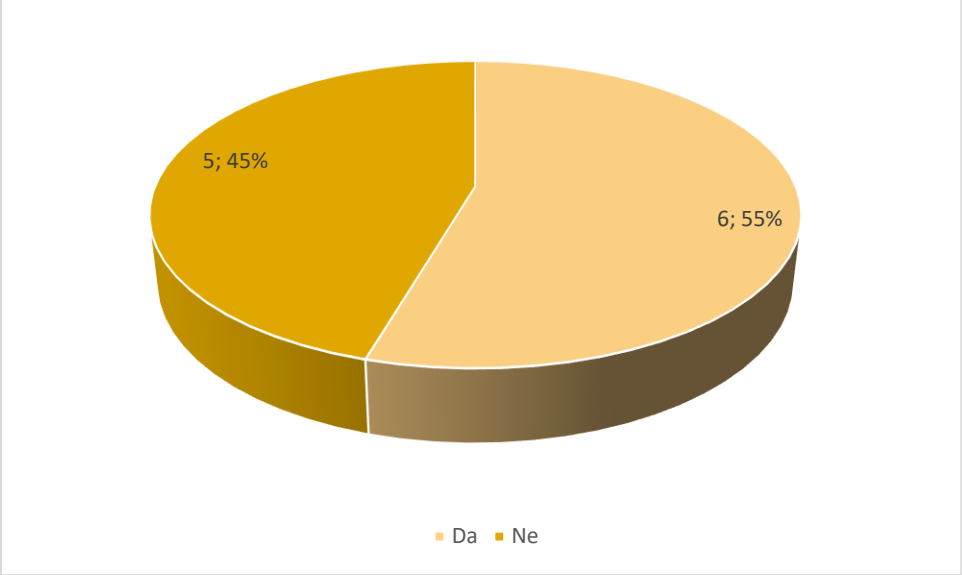
S obzirom na dobnu skupinu ispitanika i njihovo obrazovanje, moguće je očekivati da ispitanici koriste suvremene medije i tehnologije kako bi promovirali vlastiti smještaj. Time je moguće postići povezivanje s većim brojem turista koja traže smještaj na navedenom području.



Graf 14. Osnovna novčana primanja u kućanstvu (plaće, mirovine, doplatci), bez dodatnih djelatnosti

Izvor: Izrada autora, 2018.

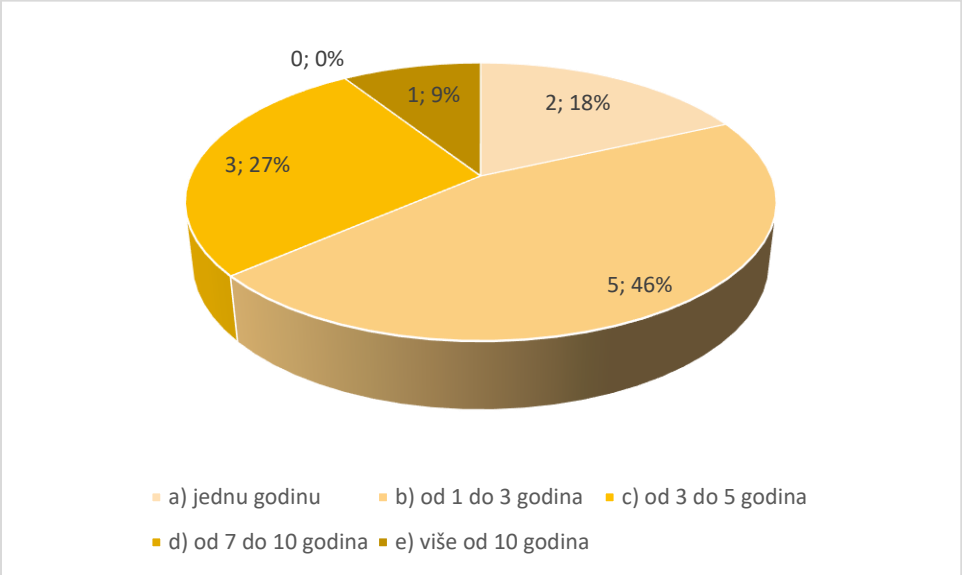
Što se tiče osnovnih primanja, kod 55% ispitanika oni iznose između 7 0001 kn i 10 000 kn. Ostalih 45% ispitanika ima primanja manja od 7 000 kn. Kako bi povećali kućni budžet, okreću se dodatnim izvorima prihoda, a jedan od takvih je i iznajmljivanje smještajnih jedinica.



Graf 15. Turizam kao jedini izvor dodatnih primanja

Izvor: Izrada autora, 2018.

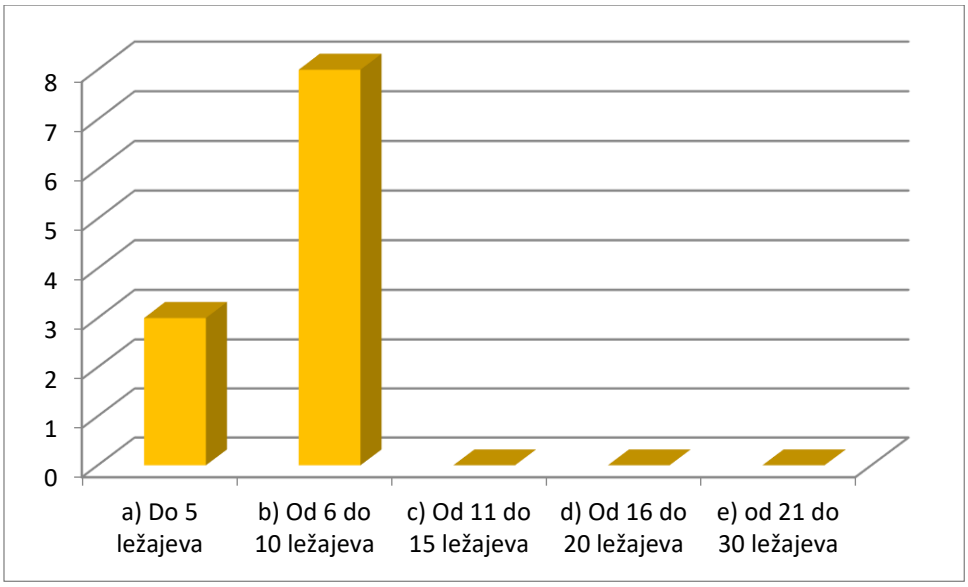
Kod 55% ispitanika, turizam je jedini oblik dodatnog izvora primanja dok ostali ispitanici imaju dodatan oblik zarade, tj. bave se nekom drugom aktivnošću kako bi povećali svoj budžet. Navedeno je vidljivo na grafu 15.



Graf 16. Bavljenje pružanjem usluga smještaja u domaćinstvima

Izvor: Izrada autora, 2018.

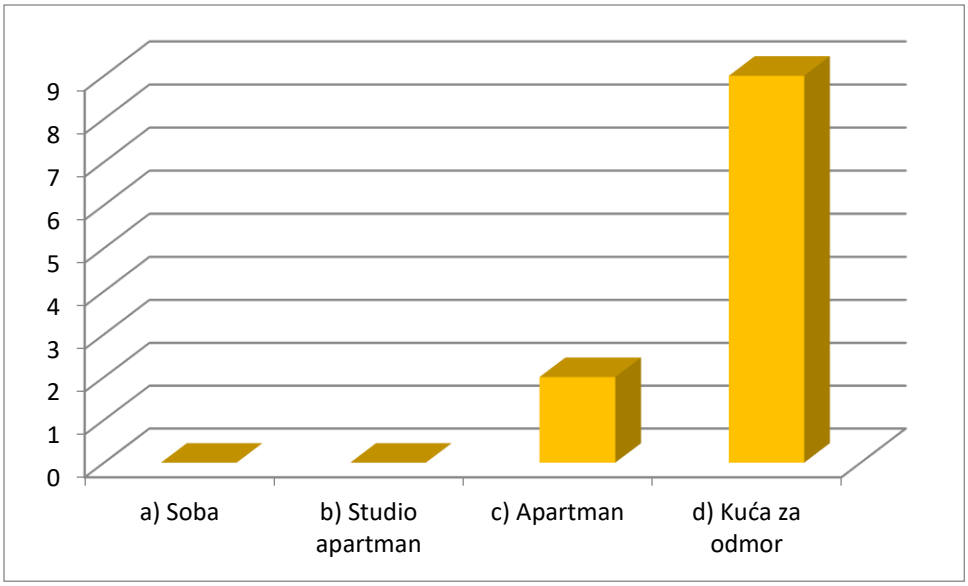
Ispitanici su bili pitani koliko dugo se bave pružanjem usluge smještaja na navedenom području. Najveći broj ispitanika, njih 46%, navedenim radom bavi se od jedne do tri godine. Sveukupno, 91% ispitanika pruža usluge smještaja kraće od pet godina, što je i za očekivat, budući je na ovim prostorima trend razvoja ruralnog turizma relativno novijeg datuma.



Graf 17. Broj smještajnih ležajeva (kreveta) po objektu

Izvor: Izrada autora, 2018.

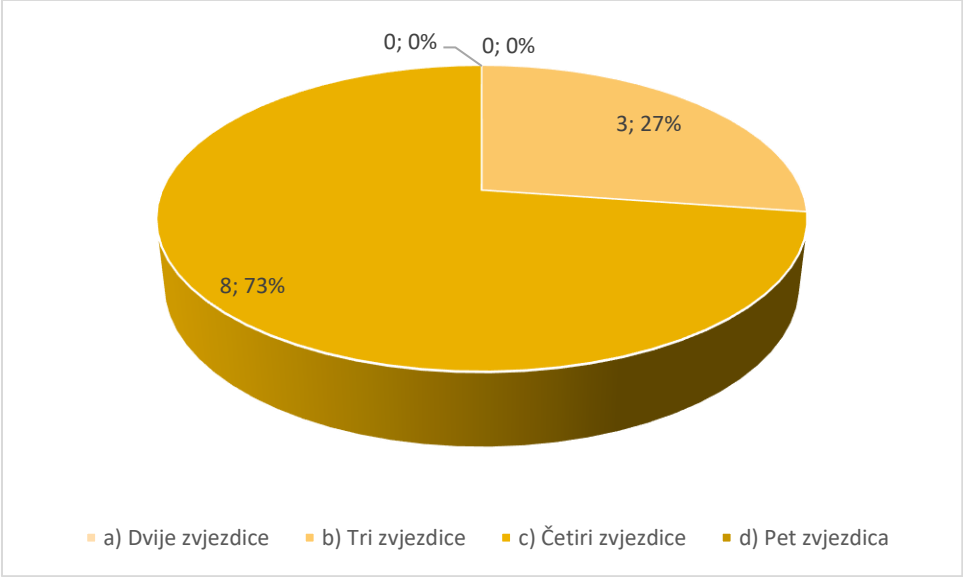
Ispitanici su bili pitani o smještajnim ležajevima koje iznajmljuju turistima što je vidljivo na grafu 17. Tako je osam ispitanika odgovorila da u svojoj ponudi nudi šest do deset ležajeva, dok tri ispitanika nude smještajne jedinice do pet ležajeva. Navedenim rezultatom istraživanja moguće je zaključiti kako ponudu za turiste većinom čine manji objekti namijenjeni za obitelj.



Graf 18. Vrsta smještaja

Izvor: Izrada autora, 2018.

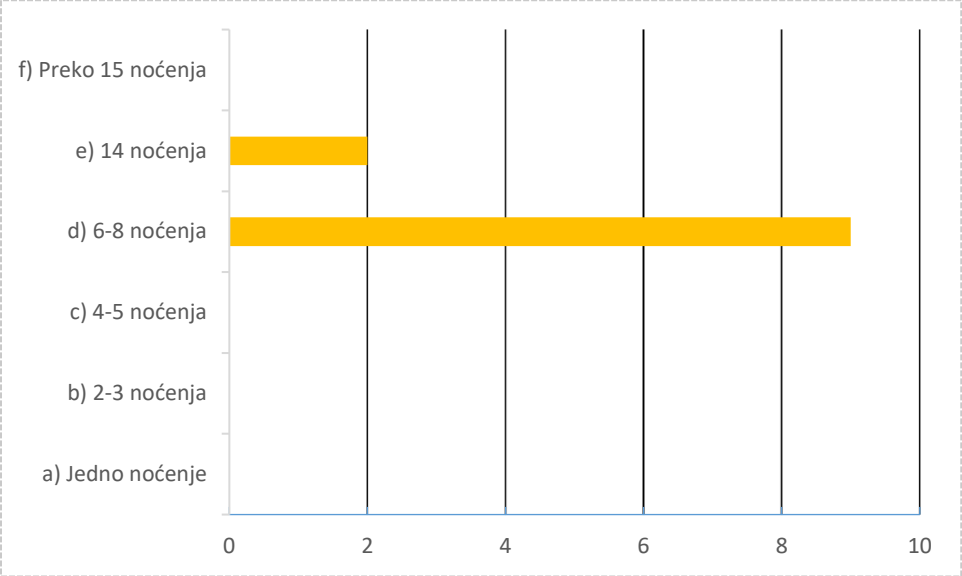
Vrsta smještaja koja je zastupljena na prostoru Srednjih Poljica je kuća za odmor. Očekivani rezultat je da devet ispitanika pruža usluge smještaja u ovom tipu što je vidljivo na grafu 18. Samo dva ispitanika nude drugačiju vrstu smještaja, apartmanski smještaj.



Graf 19. Stupanj kategorizacije smještaja

Izvor: Izrada autora, 2018.

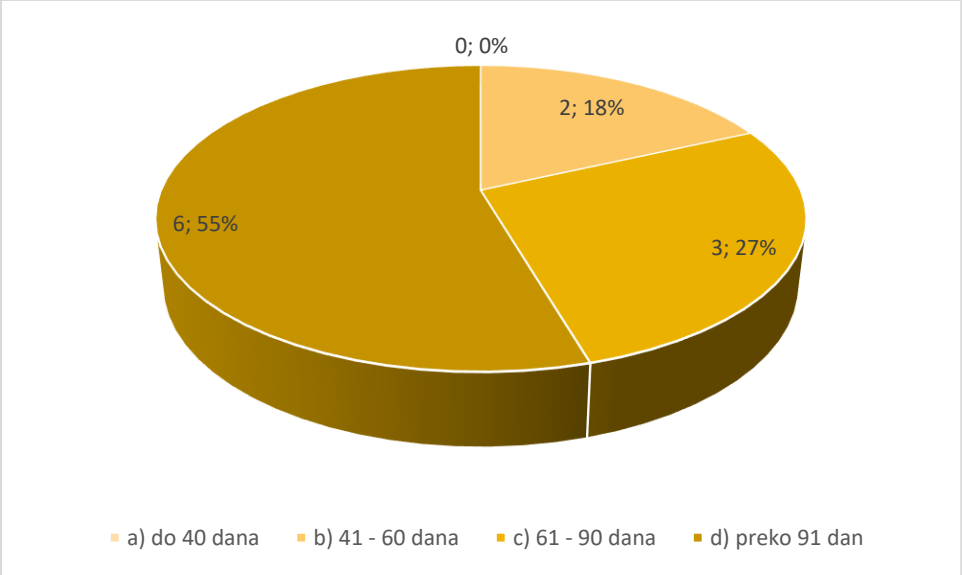
73% ispitanika nudi smještaj kategorizacije četiri zvjezdice dok njih troje, to jest 27% nudi usluge u smještajnim objektima s tri zvjezdice.



Graf 20. Prosječan broj noćenja po gostu u objektu

Izvor: Izrada autora, 2018.

Grafom 20 prikazan je prosječan broj noćenja po gostu u smještajnim jedinicama. Iznenađujući je podatak da nijedna smještajna jedinica nema manji broj noćenja od šest dana.

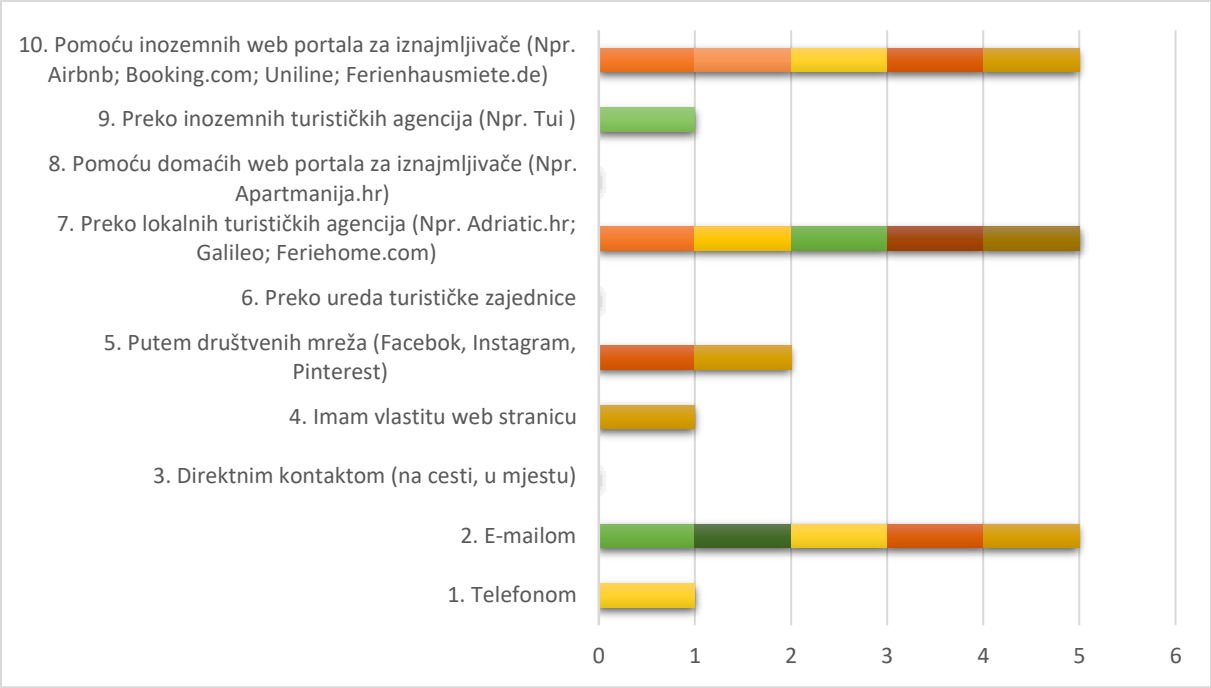


Graf 21. Razdoblje popunjenosti smještajnih jedinica na godišnjoj razini

Izvor: Izrada autora, 2018.

Ispitanici su također bili pitani o razdoblju popunjenosti ponuđenih smještajnih jedinica na godišnjoj razini. Grafom 21 je prikazano da najveći broj ispitanika, njih 55%, ima smještajne

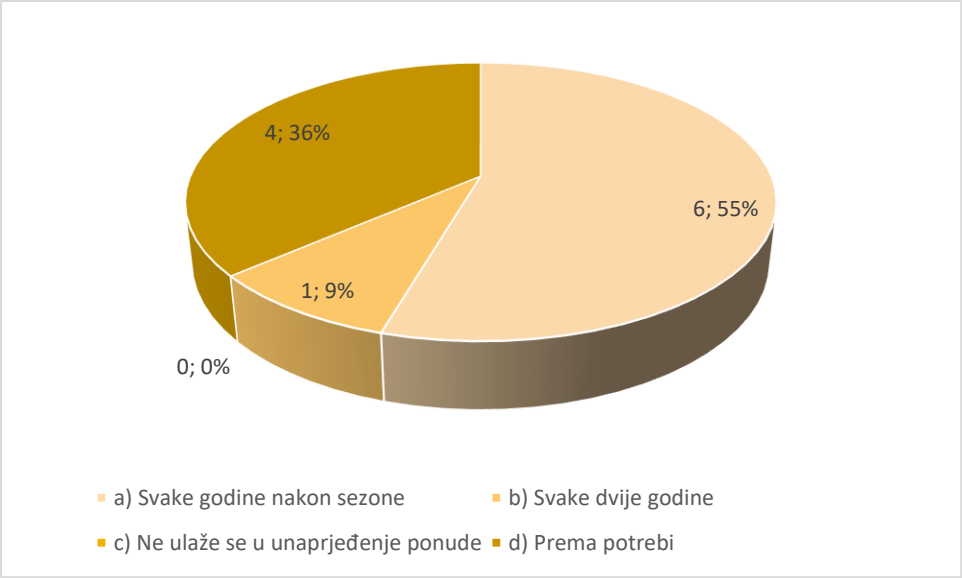
jedinice popunjene preko 91 dan. Nijedan od ispitanika nema smještajne jedinice popunjene manje od 40 dana.



Graf 22. Najčešći način komunikacije s gostima

Izvor: Izrada autora, 2018.

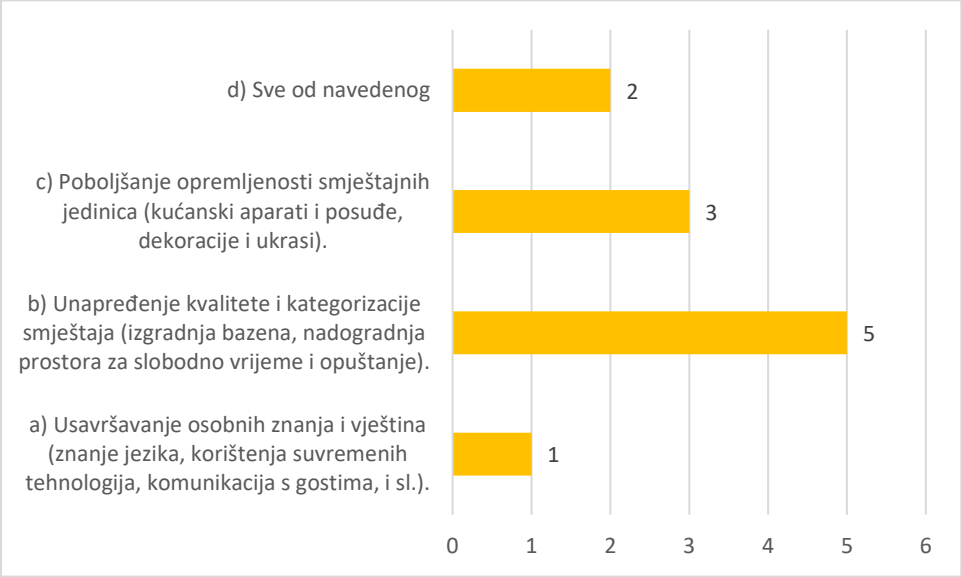
Ispitanici komuniciraju s turistima putem različitih medija što je prikazano grafom 22. Najčešći oblik komunikacije s gostima je putem e-mail-a, preko lokalnih turističkih agencija te pomoću inozemnih web portala za iznajmljivače. Interesantan je podatak da niti jedan od pružatelja usluge smještajnih jedinica ne komunicira s gostima putem domaćih web portala za iznajmljivače kao što je Apartmanija.hr. Pretpostavka je da je razlog tome što navedena stranica nije prilagođena suvremenim mobilnim uređajima te ne može kvalitetno konkurirati ostalim stranim web portalima.



Graf 23. Ulaganje u svrhu unaprjeđenja ponude smještajnih jedinica

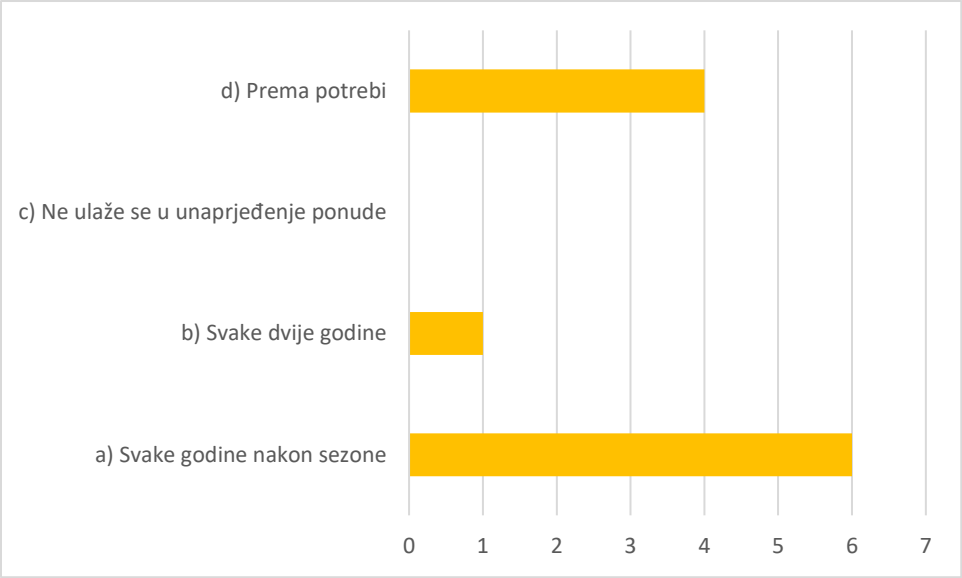
Izvor: Izrada autora, 2018.

Grafom 23 prikazan je postotak unaprjeđenja ponude smještajnih jedinica. Vidljivo je kako najveći broj ispitanika ulaže svake godine nakon sezona u unaprjeđenje smještajnih jedinica. Razlog tome je kako bi što bolje mogli konkurirati na tržištu te zadovoljiti potrebe turista i time privući nove turiste. Navedeno može utjecati na povećan broj noćenja turista u smještajnim jedinicama tijekom cijele godine.



Graf 24. Ulaganja u unapređenje ponude

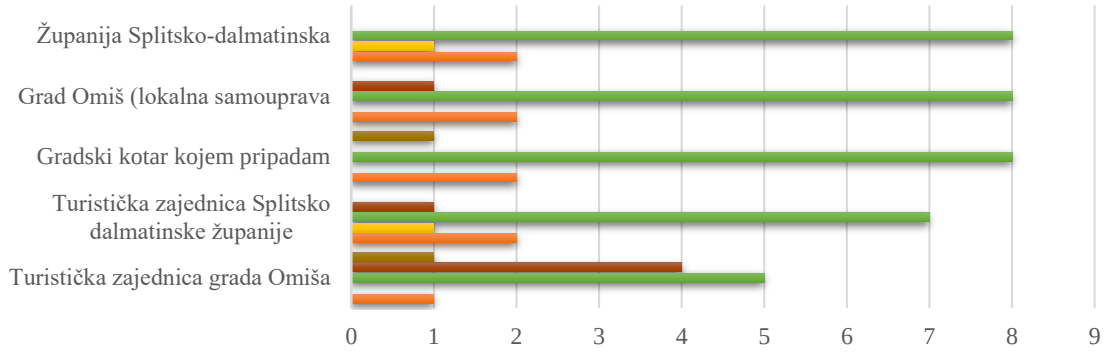
Izvor: Izrada autora, 2018.



Graf 25. Izvor sredstva za opremanje jedinica smještaja

Izvor: Izrada autora, 2018.

Ulaganja se vrše svake godine po potrebi kako bi se unaprijedila kvaliteta i kategorizacija smještaja. Ulaže se u izgradnju bazena, nadogradnju prostora za slobodno vrijeme i opuštanje kao i poboljšanje opremljenosti smještajnih jedinica (kućanski aparati, posuđe, dekoracije).

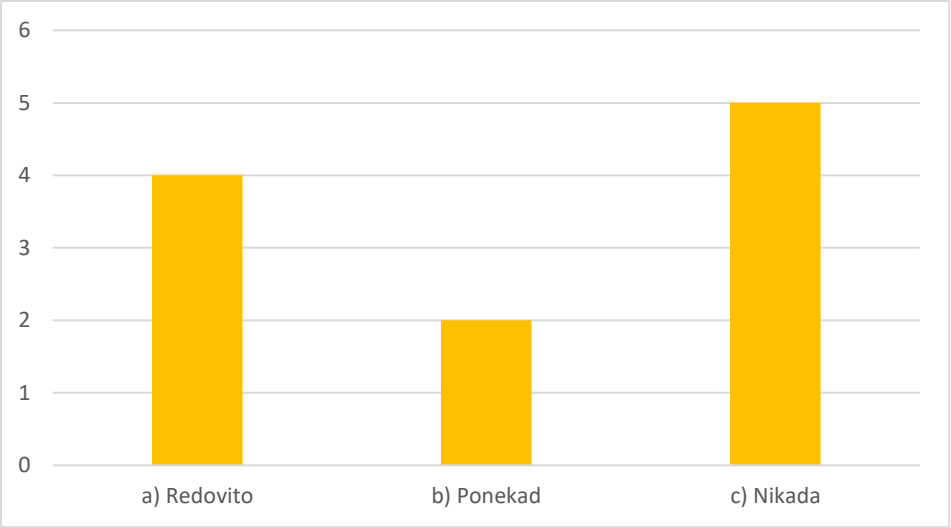


	Turistička zajednica grada Omiša	Turistička zajednica Splitsko dalmatinske županije	Gradski kotar kojem pripadam	Grad Omiš (lokalna samouprava	Županija Splitsko-dalmatinska
U potpunosti zadovoljan/zadovoljna	1	0	1	0	0
Uglavnom zadovoljan/zadovoljna	4	1	0	1	0
Niti nezadovoljan/nezadovoljna niti zadovoljan/zadovoljna	5	7	8	8	8
Uglavnom nezadovoljan/nezadovoljna	0	1	0	0	1
U potpunosti nezadovoljan/nezadovoljna	1	2	2	2	2

Graf 26. Stupanj zadovoljstva pomoći i suradnjom ostvarenom s potpornim institucijama

Izvor: Izrada autora, 2018.

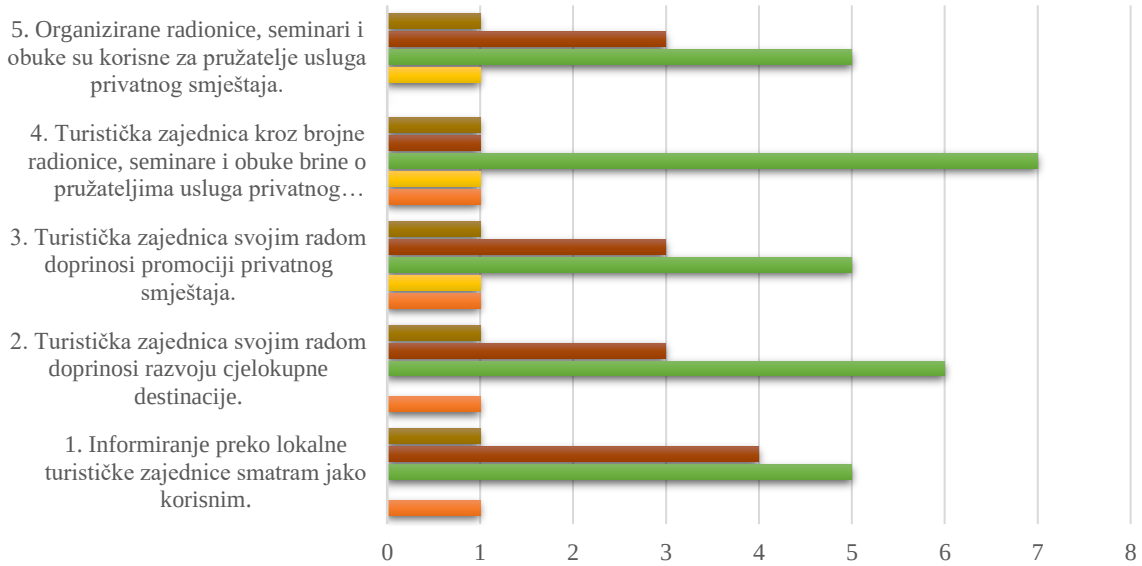
Ispitanici su na skali od 1 do 5 morali ocijeniti stupanj zadovoljstva pomoći i suradnje koju au ostvarili sa potpornim institucijama što je navedeno na grafu 26. Navedene institucije pomoć pružaju u smislu unaprjeđenja poslovanja i ponude davatelja smještajnih jedinica. Vidljivo je kako većina ispitanika uglavnom nije niti zadovoljna niti nezadovoljna potporom koju dobivaju iz navedenih potpornih institucija. Moguće je zaključiti kako je potrebno unaprijediti načine pomoći i suradnje s navedenim institucijama što bi se zasigurno odrazilo i na veći broj zadovoljnih turista te veći broj njihovih dolazaka.



Graf 27. Posjećenost skupova koje organizira turistička zajednica na temu privatnog smještaja i unaprjeđenja ponude

Izvor: Izrada autora, 2018.

Grafom 27 prikazano je koliko često ispitanici kao pružatelji usluge smještaja turistima odlaze na skupove koje organizira turistička zajednica na temu privatnog smještaja i unaprjeđenja istog. Najveći broj ispitanika nikada ne posjećuje takve skupove, njih 5, ali iznenađujući je rezultat da i njih 4 redovito posjećuje navedene skupove.



	1. Informiranje preko lokalne turističke zajednice smatram jako korisnim.	2. Turistička zajednica svojim radom doprinosi razvoju cjelokupne destinacije.	3. Turistička zajednica svojim radom doprinosi promociji privatnog smještaja.	4. Turistička zajednica kroz brojne radionice, seminare i obuke brine o pružateljima usluga privatnog smještaja.	5. Organizirane radionice, seminari i obuke su korisne za pružatelje usluga privatnog smještaja.
U potpunosti zadovoljan/zadovoljna	1	1	1	1	1
Uglavnom zadovoljan/zadovoljna	4	3	3	1	3
Niti nezadovoljan/nezadovoljna niti zadovoljan/zadovoljna	5	6	5	7	5
Uglavnom nezadovoljan/nezadovoljna	0	0	1	1	1
U potpunosti nezadovoljan/nezadovoljna	1	1	1	1	0

Graf 28. Stupanj zadovoljstva radom Turističke zajednice grada Omiša

Izvor: Izrada autora, 2018.

Grafom 28 prikazano je zadovoljstvo ispitanika radom i komunikacijom s nadležnom turističkom zajednicom. Ispitanici su najviše izrazili stav da nisu ni nezadovoljni a ni zadovoljni s istim.

4.3.4.3 Osvrt na istraživačke pretpostavke

Kod obrade istraživačkih pretpostavki ali i cjelokupnog istraživanja, značajno je istaknuti i neka ograničenja ovog istraživanja kao na primjer, nedostatni sekundarni podaci, nedovoljan pristup podacima o ispitanicima, nizak postotak odgovara te nemogućnost prevođenja adekvatnog testiranja.

Hipoteze jesu pretpostavke koje služe kao privremena objašnjenja određenih činjenica. Zbog ograničenja istraživanja korišten je termin istraživačke pretpostavke te je deskriptivna statistika korištena u svrhu dokazivanja istraživačkih pretpostavki. [83]Veličina uzorka važna je za testiranje hipoteze ili utvrđivanje odnosa - što je uzorak veći, procjene će biti točnije. Pri dokazivanju istraživačkih pretpostavki 5 i 6, za obradu podatak korištene su Excel pivot tablice. Pomoću pivot tablica podaci se jednostavno sistematiziraju u skupine te su pregledniji i jednostavniji za analizirati što je bilo prigodno za ovo istraživanje.

IP 1: Pružanje usluga privatnog smještaja na području Srednjih Poljica dopunska je aktivnost domaćinstva kako bi se ostvario dodatni izvor prihoda

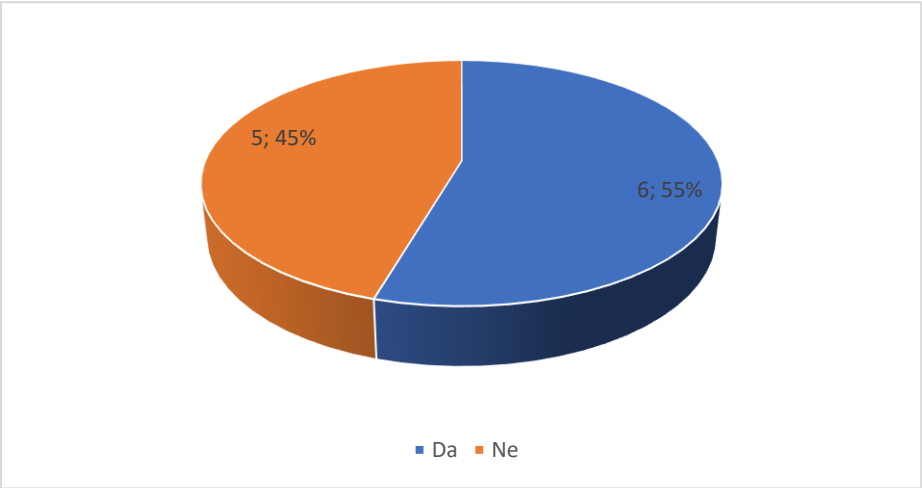
Od 11 ispitanika, to jest pružatelja usluga privatnog smještaja na području Srednjih Poljica, te od ukupnog broja, njih 6 je navelo iznajmljivanje kao jedini dodatni izvor prihoda. Za ostale ispitanike ne možemo potvrditi da im je iznajmljivanje jedini dodatni izvor prihoda. Budući da se radi o ruralnom području, dodatni izvori prihoda mogu biti i poljoprivredne djelatnosti. Istraživačka pretpostavka je potvrđena.

Tablica 21. Ispitanici prema odgovoru na pitanje je li turizam jedini izvor dopunskih novčanih sredstava u njihovom kućanstvu

	Broj ispitanika	Postotak
Da	6	54,5
Ne	5	45,5
Ukupno	**11**	**100**

Izvor: Izrada autora, 2018.

[83] Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D., Pološki Vokić, N., Priručnik za metodologiju istraživačkog rada, M.E.P. d.o.o., Zagreb, 2010., str. 62-64



Graf 29. Ispitanici prema odgovoru na pitanje je li turizam jedini izvor dopunskih novčanih sredstava u njihovom kućanstvu

Izvor: Izrada autora, 2018.

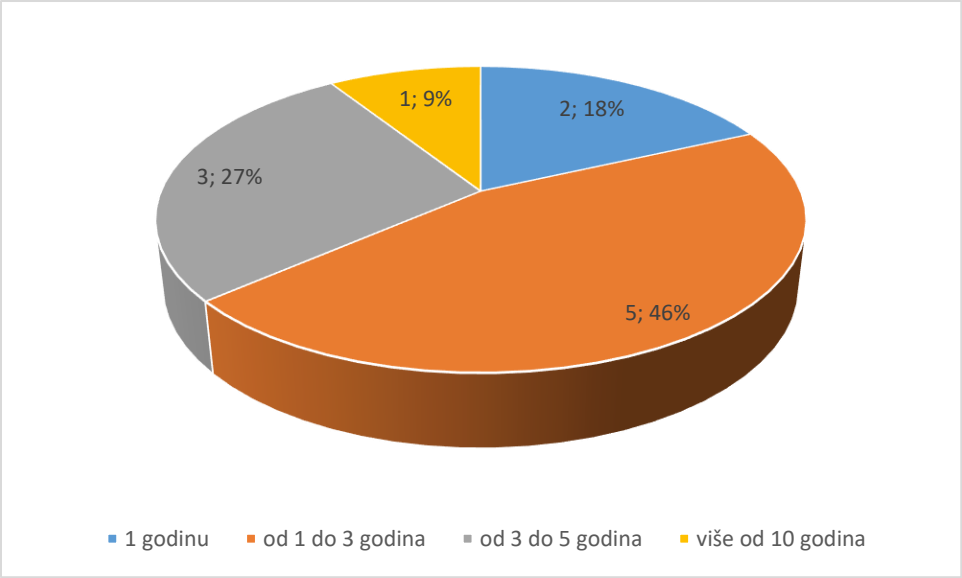
IP 2: Na području Srednjih Poljica stanovnici se bave iznajmljivanjem smještaja u prosjeku kraće od 10 godina

Iz tablice je vidljivo da se većina ispitanika bavi ovom uslugom od 1 do 3 godina. Više od 10 godina od ukupnog broja ispitanika bavi se samo jedna osoba. 63% ispitanika bavi se iznajmljivanjem smještaja do tri godine, a njih čak 90% do 5 godina. Stoga, istraživačka pretpostavka je potvrđena.

Tablica 16. Bavljenje pružanjem usluga smještaja u domaćinstvima

	Broj ispitanika	Postotak	Kumulativni postotak
1 godinu	2	18,2	18,2
od 1 do 3 godina	5	45,5	63,6
od 3 do 5 godina	3	27,3	90,9
više od 10 godina	1	9,1	100
Ukupno	**11**	**100**	

Izvor: Izrada autora, 2018.



Graf 30. Bavljenje pružanjem usluga smještaja u domaćinstvima

Izvor: Izrada autora, 2018.

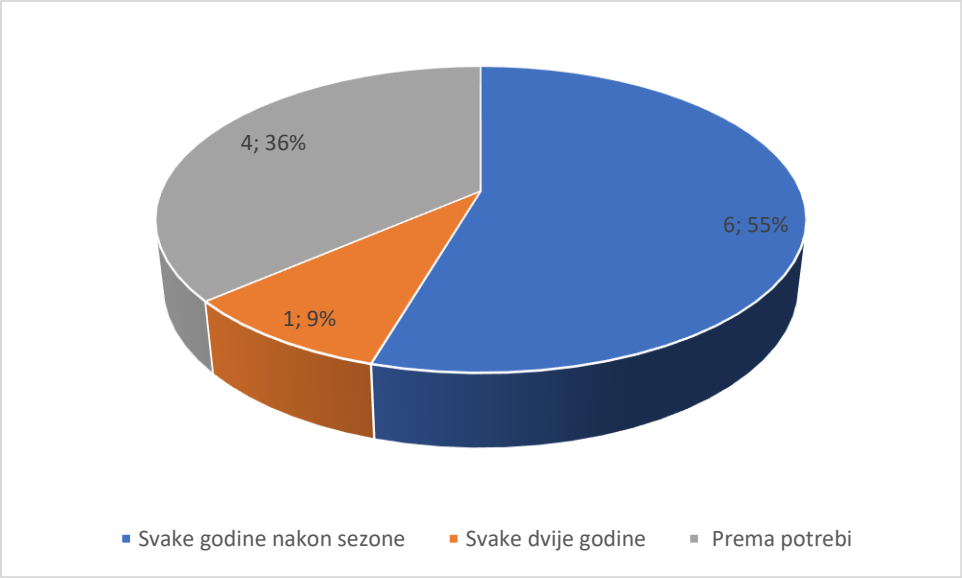
IP 3: Glavnina iznajmljivača kontinuirano radi na podizanju standarda kvalitete usluge kroz ulaganja u opremu, estetiku, edukaciju

Iz sljedeće tablice može se zaključiti kako više od polovice iznajmljivača svake godine nakon sezone provodi ulaganja u svrhu unaprjeđenja ponude vlastitih smještajnih jedinica. Dodatno, njih 64% provodi ulaganja svake dvije godine ili nakon svake sezone. Njih 4, odnosno 36,4% ulaže tek prema potrebi. S obzirom da veći broj ispitanika ulaže kontinuirano, svaku godinu ili dvije, istraživačka pretpostavka je potvrđena.

Tablica 17. Ulaganja u unapređenje smještaja

	Broj ispitanika	Postotak	Kumulativni postotak
Svake godine nakon sezone	6	54,5	54,5
Svake dvije godine	1	9,1	63,6
Prema potrebi	4	36,4	100
Ukupno	**11**	**100**	

Izvor: Izrada autora, 2018.



Graf 31. Ulaganja u unapređenje smještaja

Izvor: Izrada autora, 2018.

Gledajući na koje aktivnosti se ulaganja odnose, može se zaključiti kako se najveći broj ispitanika orijentira na ulaganja u unapređenje kvalitete i kategorizacije smještaja (izgradnja bazena, nadogradnja prostora za slobodno vrijeme i opuštanje), dok je manji broj iznajmljivača usmjeren na opremanje unutarnjeg dijela smještajnog objekta, a samo 1 ispitanik odgovorio je kako se usmjerava na usavršavanje osobnih znanja i vještina, poput znanja jezika, korištenja suvremenih tehnologija, komunikacija s gostima i sl. 18,2% ispitanika (2 ispitanika) ulažu u sve navedene vrste ulaganja, što je zadovoljavajuće, s obzirom na malen uzorak.

Istraživačka pretpostavka se prihvaća uvažavajući prvu tablicu te dodatno analizirajući drugu tablicu u kojoj su prikazani podaci o kakvom ulaganjima je riječ.

Tablica 18. Način ulaganja u unapređenje smještajne ponude

	Broj ispitanika	Postotak
Poboljšanje opremljenosti smještajnih jedinica (kućanski aparati i posuđe, dekoracije i ukrasi)	3	27,3
Unapređenje kvalitete i kategorizacije smještaja (izgradnja bazena, nadogradnja prostora za slobodno vrijeme i opuštanje)	5	45,5
Usavršavanje osobnih znanja i vještina (znanje jezika, korištenja suvremenih tehnologija, komunikacija s gostima, i sl.)	1	9,1
Sve navedeno	2	18,2
Ukupno	**11**	**100**

Izvor: Izrada autora, 2018.

IP 4: Smještajni objekti na području Srednjih Poljica imaju duže razdoblje popunjenosti od objekata na obali

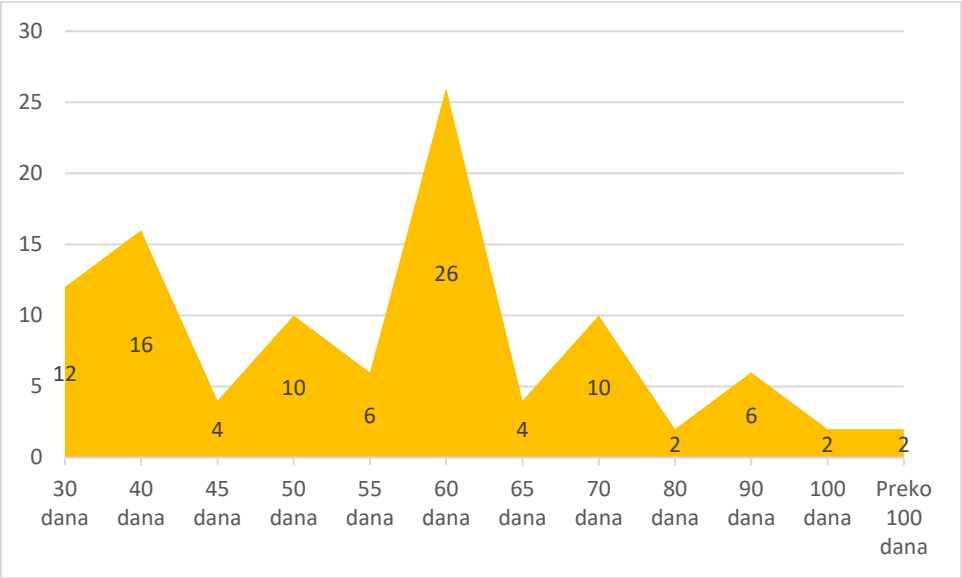
Iz sljedeće tablice može se zaključiti kako je kod najvećeg broja iznajmljivača (55%) razdoblje popunjenosti preko 91 dan. Najmanji broj ispitanika ima popunjenost 41-60 dana.

Tablica 19. Razdoblje popunjenosti smještajnih jedinica

	Broj ispitanika	Postotak	Kumulativni postotak
41 - 60 dana	2	18,2	18,2
61 - 90 dana	3	27,3	45,5
preko 91 dan	6	54,5	100
Ukupno	**11**	**100**	

Izvor: Izrada autora, 2018.

Prema podacima istraživanja Petrić-Mimica (2013.), Čak 26 % ispitanika je kao razdoblje pune popunjenosti navelo 60 dana, a njih 26% je navelo razdoblje duži od 60 dana, za razliku od službenih podataka koji tvrde da je prosječna popunjenost 43 dana.



Graf 32. Razdoblje pune popunjenosti kapaciteta privatnog smještaja

Izvor: Petrić, L., Mimica J., Smjernice razvoja kapaciteta privatnog smještaja kao značajnog segmenta ponude smještaja u RH, Acta turistica nova, Vol.5 No.1, 2011., str. 7-52

Uspoređujući podatke razdoblja popunjenosti, vidljivo je kako smještajni objekti na području Srednjih Poljica imaju duži vremenski period popunjenosti te se stoga istraživačka pretpostavka prihvaća.

IP 5: Postoji značajna razlika u načinu komuniciranja iznajmljivača s gostima s obzirom na demografska obilježja ispitanika (dob, spol, obrazovanje)

Tablica 20. Pivot tablica načina komuniciranja s gostima s obzirom na demografska obilježja ispitanika (dob, spol, obrazovanje)

Row Labels	Telefonom	E-mailom	Direktnim kontaktom	Imam vlastitu web stranicu	Putem društvenih mreža	Preko ureda turističke zajednice	Preko lokalnih turističkih agencija	Pomoću domaćih web portala za iznajmljivače	Preko inozemnih turističkih agencija	Pomoću inozemnih web portala za iznajmljivače
Muško	1	3	0	0	0	0	3	0	1	2
Žensko	0	2	0	1	2	0	2	0	0	3
Grand Total	**1**	**5**	**0**	**1**	**2**	**0**	**5**	**0**	**1**	**5**

Row Labels	Telefonom	E-mailom	Direktnim kontaktom	Imam vlastitu web stranicu	Putem društvenih mreža	Preko ureda turističke zajednice	Preko lokalnih turističkih agencija	Pomoću domaćih web portala za iznajmljivače	Preko inozemnih turističkih agencija	Pomoću inozemnih web portala za iznajmljivače
a) Od 21 do 30 go	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
b) Od 31 do 45 go	0	2	0	0	1	0	4	0	1	2
c) Od 46 do 60 go	1	3	0	1	1	0	1	0	0	2
Grand Total	**1**	**5**	**0**	**1**	**2**	**0**	**5**	**0**	**1**	**5**

Row Labels	Telefonom	E-mailom	Direktnim kontaktom	Imam vlastitu web stranicu	Putem društvenih mreža	Preko ureda turističke zajednice	Preko lokalnih turističkih agencija	Pomoću domaćih web portala za iznajmljivače	Preko inozemnih turističkih agencija	Pomoću inozemnih web portala za iznajmljivače
b) SSS (Srednja st	1	2	0	0	0	0	3	0	1	2
c) VŠS (Viša stručı	0	1	0	0	0	0	2	0	0	1
d) VSS (Visoka str	0	2	0	1	2	0	0	0	0	2
Grand Total	**1**	**5**	**0**	**1**	**2**	**0**	**5**	**0**	**1**	**5**

Izvor: Izrada autora, 2018.

Kod analize podataka o načinu komuniciranja pružatelja usluga s gostima s obzirom na spol može se zaključiti da muškarci najviše koriste email kao komunikaciju s gostima i da rezervacijski dio prepuštaju lokalnim turističkim agencijama. Za razliku od muškaraca, žene koriste strane web portale za iznajmljivanje a s gostima komuniciraju preko društvenih mreža. Gledano s aspekta dobne skupine, osobe u dobnoj skupini od 31 do 45 godina kao sredstvo komunikacije koriste domaće web portale. Mlađi posao prepuštaju stranim portalima dok stariji najviše komuniciraju putem elektroničke pošte. Pretpostavka je da se elektronička pošta koristi kod komunikacije s gostima koji se vraćaju u njihov smještaj.

Osobe sa srednjom stručnom spremom najviše komuniciraju s gostim koristeći domaće web portale.

Bitno je primijetiti kako nitko ne ostvaruje komunikaciju preko ureda turističke zajednice te domaćih web portala za oglašavanje smještaja (npr. Apartmanija). Istraživačka pretpostavka je potvrđena.

IP 6: Postoji značajna razlika u zadovoljstvu iznajmljivača suradnjom s različitim potpornim institucijama s obzirom na demografska obilježja ispitanika (dob, spol, obrazovanje)

Tablicom 21 prikazana je pivot tablica zadovoljstva iznajmljivača suradnjom s različitim potpornim institucijama s obzir na demografska obilježja ispitanika. Zadovoljstvo ispitanika prikazano je numerički pa tako broj 1 označava vrijednost „u potpunosti nezadovoljan“ a broj 5 „osobito zadovoljan“.

Gledajući s aspekta zadovoljstva iznajmljivača s pomoći i suradnjom koja se ostvaruje s potpornim institucijama, vidljivo je kako postoji razlika u zadovoljstvu ovisno o dobnim skupinama što je vidljivo u tablici 21. Primjerice, vidljivo je kako dobna skupina od 31-45 godina u većini slučajeva nije niti zadovoljna niti nezadovoljna ili je uglavnom zadovoljna s dosadašnjom suradnjom s potpornim institucijama. Dok primjerice, dobna skupina od 46 do 60 godina je u većini slučajeva nezadovoljna suradnjom s potpornim institucijama.

S obzirom na spol ispitanika, vidljivo je kako je muški dio populacije nezadovoljan ili niti zadovoljan niti nezadovoljan trenutnim načinom suradnje s potpornim institucijama. Ženski dio populacije u većini slučajeva nije niti zadovoljan niti nezadovoljan, dok ostali dio populacije teži prema tome da su zadovoljni navedenim načinom suradnje.

Što se tiče obrazovnog dijela, većina ispitanika ima SSS stoga je u ovom slučaju više osoba sa SSS koja niti je zadovoljna niti nezadovoljna trenutnim načinom suradnje s potpornim institucijama.

Istraživačka pretpostavka je potvrđena.

Moguće je izračunati i medijan, vrijednost koja niz podataka dijeli na dva istobrojna dijela. Vrijednost medijana jednaka je za sve skupine potpornih institucija.

$R_2=1/2(N+1) = 12/2 = 6$ $M_e = x_r$

$\mathbf{M_e = x_6 = 3}$ = Niti zadovoljan/zadovoljna niti nezadovoljan/nezadovoljna

Tablica 21. Uređena pivot tablica zadovoljstva iznajmljivača suradnjom s različitim potpornim institucijama s obzirom na demografska obilježja ispitanika (dob, spol, obrazovanje)

	Row Labels	**Muško**	**Žensko**	*Grand Total*	Row Labels	**Od 21 do 30 godina**	**Od 31 do 45 godina**	**Od 46 do 60 godina**	*Grand Total*	Row Labels	**SSS**	**VŠS**	**VSS**	*Grand Total*
Turistička zajednica grada Omiša	**1**	1	0	*1*	**1**	0	1	0	*1*	**1**	1	0	0	*1*
	2	0	0	*0*	**2**	0	0	0	*0*	**2**	0	0	0	*0*
	3	3	2	*5*	**3**	1	1	3	*5*	**3**	3	1	1	*5*
	4	2	2	*4*	**4**	0	4	0	*4*	**4**	1	2	1	*4*
	5	0	1	*1*	**5**	0	1	0	*1*	**5**	1	0	0	*1*
Turistička zajednica Splitsko dalmatinske županije	**1**	2	0	*2*	**1**	0	1	1	*2*	**1**	2	0	0	*2*
	2	0	1	*1*	**2**	0	0	1	*1*	**2**	0	0	1	*1*
	3	4	3	*7*	**3**	1	5	1	*7*	**3**	4	3	0	*7*
	4	0	1	*1*	**4**	0	1	0	*1*	**4**	0	0	1	*1*
	5	0	0	*0*	**5**	0	0	0	*0*	**5**	0	0	0	*0*
Gradski kotar kojem pripadam	**1**	2	0	*2*	**1**	0	1	1	*2*	**1**	2	0	0	*2*
	2	0	0	*0*	**2**	0	0	0	*0*	**2**	0	0	0	*0*
	3	4	4	*8*	**3**	1	5	2	*8*	**3**	3	3	2	*8*
	4	0	0	*0*	**4**	0	0	0	*0*	**4**	0	0	0	*0*
	5	0	1	*1*	**5**	0	1	0	*1*	**5**	1	0	0	*1*
Grad Omiš (lokalna samouprava)	**1**	2	0	*2*	**1**	0	1	1	*2*	**1**	2	0	0	*2*
	2	0	0	*0*	**2**	0	0	0	*0*	**2**	0	0	0	*0*
	3	4	4	*8*	**3**	1	5	2	*8*	**3**	3	3	2	*8*
	4	0	1	*1*	**4**	0	1	0	*1*	**4**	1	0	0	*1*
	5	0	0	*0*	**5**	0	0	0	*0*	**5**	0	0	0	*0*
Županija Splitsko-dalmatinska	**1**	2	0	*2*	**1**	0	1	1	*2*	**1**	2	0	0	*2*
	2	0	1	*1*	**2**	0	0	1	*1*	**2**	0	0	1	*1*
	3	4	4	*8*	**3**	1	6	1	*8*	**3**	4	3	1	*8*
	4	0	0	*0*	**4**	0	0	0	*0*	**4**	0	0	0	*0*
	5	0	0	*0*	**5**	0	0	0	*0*	**5**	0	0	0	*0*

Izvor: Izrada autora, 2018.

5. PREPORUKE I SMJERNICE BUDUĆEG RAZVOJA PRIVATNOG SMJEŠTAJA U SREDNJIM POLJICIMA

Kako bi se iznio zaključak o aktualnom stanju i razvojnom potencijalu privatnog smještaja na području Srednjih Poljica bilo je potrebno predstaviti i analizirati geografska i gospodarska obilježja destinacije i njen povijesni značaj te analizirati resurse dostupne za razvoj turizma, prometnu povezanost, ponudu i potražnju privatnog smještaja. Osim teorijskom analizom, odgovori trenutnog stanja dobili su se putem istraživanja stavova privatnih iznajmljivača na području Srednjih Poljica.

Prvim istraživačkim pitanjem htjelo se utvrditi je li pružanje usluga privatnog smještaja na području Srednjih Poljica dopunska aktivnost domaćinstva kako bi se ostvario dodatni izvor prihoda. S obzirom da se radi o ruralnom području, postoji vjerojatnost da domaćinstva imaju dodatan izvor prihoda od poljoprivrednih djelatnosti, no 6 od 11 ispitanika se izjasnilo da su im prihodi od turizma jedini dodatan izvor prihoda. Slične rezultate imamo i kod istraživanja provedenog od strane Turističke zajednice grada Omiša, gdje 55% ispitanika navodi turizam kao jedini dodatan izvor prihoda, dok ostali ispitanici imaju još neku dodatnu djelatnost uz to. Nastavno na prvo, u drugom istraživačkom pitanju vidljivo je da se većina ispitanika bavi pružanjem usluga smještaja kraće od 3 godine, dok se samo jedan ispitanik bavi uslugama pružanja smještaja duže od 10 godina. Vrlo slične rezultate imamo i u istraživanju Turističke zajednice grada Omiša, gdje 91% ispitanika pruža usluge smještaja kraće od 5 godina, od čega se 46% bavi time u razdoblju 1-3 godine. To govori da je bavljenje uslugama iznajmljivanja privatnog smještaja relativno nova pojava na ovom području. Također, iz istraživanja koje je provela TZ grada Omiša na području Srednjih Poljica i priobalnog dijela Omiša vidljivo je da na području Srednjih Poljica postoji 72 objekta koji se bave pružanjem usluga privatnog smještaja, a većina iznajmljivača pripada dobnoj skupini 31-45 godina. Dobna skupina utječe na načine promoviranja, pa su tako mlađe dobne skupine sklonije promociju putem Interneta i društvenih mreža poput Facebooka i Instagrama.

U trećem istraživačkom pitanju cilj je bio doznati radi li se na podizanju standarda kvalitete usluge kroz ulaganja u opremu, estetiku i edukaciju. Rezultati govore da više od polovice iznajmljivača svake godine nakon sezone provodi ulaganja u svrhu unapređenja ponude smještajnih jedinica, što je bitno jer jedino kontinuiranim unapređenjem mogu konkurirati sve široj ponudi na turističkom tržištu. Osim toga, iz dodatnog pitanja o vrstama ulaganja, da se zaključiti da se većina ispitanika orijentira na ulaganje u kvalitetu i žele podići kategorizaciju

smještaja, a to rade gradnjom bazena, uređenjem prostora za slobodno vrijeme i opuštanje i slično.

Kroz četvrto istraživačko pitanje htjelo se utvrditi prosječno razdoblje popunjenosti objekata tijekom godine u odnosu na objekte smještene na obali. S obzirom da više od pola ispitanika ima popunjenost preko 91 dan godišnje, kad podatke usporedimo s podacima istraživanjima provedenim za obalno područje da se zaključiti da je vremenski period popunjenosti duži. Iz ovakvog rezultata, uzimajući u obzir činjenicu da većinu smještajnih kapaciteta čine kuće za odmor, vidljiv je rast popularnosti ruralnog turizma u dalmatinskom zaleđu.

Peto istraživačko pitanje odnosi se na način komunikacije iznajmljivača s gostima s obzirom na demografska obilježja. Većina ispitanih komunicira s gostima putem e-maila ili preko lokalnih turističkih agencija. Nijedan od iznajmljivača nema vlastitu web stranicu, a iznenađuje podatak da samo mali dio koristi društvene mreže, posebno u mlađim dobnim skupinama, koje su inače sklonije korištenju istih.

U posljednjem istraživačkom pitanju cilj je bio ispitati zadovoljstvo iznajmljivača suradnjom s različitim potpornim institucijama s obzirom na demografska obilježja. Pokazala se razlika ovisno o dobnim skupinama, pa tako ispitanici koji pripadaju starijoj dobnoj skupini iskazuju nezadovoljstvo suradnjom tj. nedostatkom iste, dok su ispitanici mlađe dobne skupine ili uglavnom zadovoljni ili nemaju određeno mišljenje. Što se tiče zadovoljstva s obzirom na spol i obrazovanje ispitanika, većina njih se izjasnila kao "niti zadovoljan niti nezadovoljan", iz čega se da zaključiti da postoji određena komunikacija između iznajmljivača i potpornih institucija, ali ona nije na razini na kojoj bi trebala biti kako bi se turistička ponuda i promocija iste ojačala i istaknula na tržištu.

Rezimiranjem rezultata svih istraživačkih pitanja, vidimo da su iznajmljivači spremni na unapređenje kvalitete usluge, svjesni činjenice da iznajmljivanje privatnog smještaja donosi dodatne prihode domaćinstvu. Većina iznajmljivača je relativno nova u tom području, pa im je bitna komunikacija s potpornim institucijama, a ona nije na zadovoljavajućoj razini.

Današnji gosti su zahtjevni te traže nešto posebno za svoj odmor, a velik broj ih se odlučuje na privatni smještaj. Upravo radi toga, potrebno je unapređenje kako samog smještaja, tako i dodatnih usluga, kako bi se osigurala jedinstvena ponuda koja će se razlikovati u moru ponuđenih usluga na turističkom tržištu. Govoreći o području Srednjih Poljica, ali i o području Omiša i zaleđa Omiša općenito, radi se o području bogatom prirodnim i povijesnim resursima. Od Poljičkog statuta, preko rijeke Cetine, Mosora i raznih lokalnih manifestacija, postoji velik broj privlačnih faktora, no postoji ogroman prostor i neiskorišteni potencijal za

poboljšanje i širenje ponude. Jedan od većih problem jest nedostatak komunikacije između iznajmljivača i potpornih institucija, ali isto tako postoji puno prostora za poboljšanje komunikacije institucija kao što je Turistička zajednica grada Omiša s gostima. Počevši od internetske stranice TZ-a, koju je potrebno unaprijediti i modernizirati, preko povećanja promocije putem društvenih mreža koje su danas jedan od glavnih načina promocije i komunikacije, potrebno je napraviti iskorak i istaknuti se među ostalim sličnim destinacijama. Gosti više nisu orijentirani na turizam sunca i mora, te traže nešto novo i drukčije. Dalmatinsko zaleđe ima mnogo toga za ponuditi, postoje mogućnosti za avanturistički turizam, izvrsna gastronomija, povijesni i kulturni resursi koje je potrebno valorizirati i istaknuti kao jednu od ključnih stavki turizma na ovom području.

Aktivnosti koje se mogu provesti kako bi se ojačala suradnja između iznajmljivača i potpornih institucija su promocija edukativnih radionica i seminara i poticanje zainteresiranih na sudjelovanje, organiziranje edukacije i treninga od strane općine i turističke zajednice za usavršavanje u ugostiteljskim zanimanjima, poticanje osnivanja udruga koje bi se bavile osmišljavanje i proizvodnjom domaćih proizvoda i usluga, osnivanje tematskih ruta koje uključuju ponudu lokalnih domaćinstava (vino, ulje i sl.), poticanje privatnih iznajmljivača na podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta, podrška lokalnim poduzetnicima prilikom prijava za razne europske i hrvatske poticanje fondove i program poticanja razvoja sadnje i proizvodnje autohtonih poljoprivrednih proizvoda.

Provedena analiza može poslužiti kao okvirno polazište za proces poboljšanja turističke ponude na području Srednjih Poljica i omiškog područja općenito. Potrebno je poboljšati komunikaciju, pružiti potrebnu podršku lokalnim iznajmljivačima i raditi na predstavljanju područja Omiša kao jedinstvene turističke destinacije, uz isticanje posebnosti koje se mogu naći u pojedinim lokalnim mjestima, kako bi se turizam razvijao na održiv način, ugodan i lokalnom stanovništvu i gostima, te kao takav predstavljati dalmatinsko zaleđe kao privlačnu i prijateljsku, ili jednostavno idealnu destinaciju za odmor.

LITERATURA

Knjige

1. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Keser, O. i suradnici, Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011.
2. Dallen, J. T., Teye, V. B., Tourism and the Lodging Sector, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2009.
3. Galičić, V., Između ugostiteljstva i turizma, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2009.
4. Geić, S., Organizacija i politika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2007.
5. Ivanović, S., Ekonomika ugostiteljstva, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2012.
6. Mihanović, F., Kratak pregled povijesti drevne Poljičke Republike, Matica hrvatska, 1992.
7. Petrić, L., Uvod u turizam, Ekonomski fakultet u Splitu, Split, 2013./2014.
8. Rushmore, S., Hotel Investments Handbook, HVS International, New York, 2002.
9. Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D., Pološki Vokić, N., Priručnik za metodologiju istraživačkog rada, M.E.P. d.o.o., Zagreb, 2010., str. 62-64
10. Vukonić, B., Čavelk, N., Rječnik turizma, MASMEDIA, Zagreb, 2001.
11. Vukonić, B., Povijest razvoja hrvatskog turizma, Prometej, Zagreb, 2005.
12. Zelenika, R., Metodologija i tehnologija izrade stručnog i znanstvenog rada, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka, 2000.

Članci

1. Dawson, C.P., Brown, T.L., B&B: A Matter of Choice,, The Cornell H.R.S. Quarterly, 1988., str. 17-21
2. Družić, I., Dugoročni trendovi i ograničenja Hrvatskog turističkog tržišta, Ekonomski pregled, Vol. 61., 2010., str. 103-136
3. Gračan, D., Alkier Radnić, R., Analiza hrvatskog turističkog tržišta i potencijalne mogućnosti razvoja hrvatskog turizma, Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, 2003., str. 321 -326
4. Kuvačić, M., Split i Poljica-odnosi kroz povijest, Kulturna baština, No.37, 2011., str. 7-32

5. Pavlić, I., Suvremene tendencije u razvoju svjetskog turizma i globalizacijski procesi, More i turizam, No. 51, 2004., str. 214-226
6. Petrić, L., Mimica J., Smjernice razvoja kapaciteta privatnog smještaja kao značajnog segmenta ponude smještaja u RH, Acta turistica nova, Vol.5 No.1, 2011., str. 7-52
7. Portolan, A., Impact of private accommodation attributes on tourism demand, Dubrovnik International Economic Meeting, Vol. 1, 2013.
8. Portolan, A., The impacts od private accommodation attrbutes on economic development of tourist destination-the case of Dubrovnik-Neretva County,Oeconomica Jadertina, Vol.1, 2012.
9. Smith, W. L., Goals and characteristics of family-owned small businesses: an international replication and comparison between Middle America and Western Australia hospitality providers, International Journal of Management and Enterprise Development (IJMED), Vol. 3, No. 3, 2006.
10. Vuković, I., Suvremeni trendovi u razvoju turizma u Europskoj uniji, Tourism and Hospitality Management, Vol. 12, No. 1., 2006., Str. 35-55
11. Zane, B., 1997., The B&B guest: a comprehensive view. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly 38 (4)

Dokumenti

1. Istraživanje zadovoljstva posjetitelja za 2017., Turistička zajednica grada Omiša, Omiš, 2018.
2. Juul M., Tourism and the European Union, European Parliamentary Research Service, 2015., dostupno: na http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/568343/EPRS_IDA%282015%29568343_EN.pdf
3. Nacionalni program unapređenja obiteljskog smještaja, Institut za turizam, Zagreb, 2013.
4. Poljica zemljovid, Godišnjak Poljičkog dekanata – Gata, Split 1996.
5. Popis stanovništva, kućanstva i stanova 2011. dostupno na https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2011/SI-1441.pdf
6. Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, dostupno na https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_54_1408.html

7. Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine ostali ugostiteljski objekti za smještaj (NN 54/16; NN 69/17) https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_04_49_1637.html
8. Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu (NN 9/16; NN 54/16; NN 61/16; NN 69/17), dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_01_9_241.html
9. Program rada TZ Splitsko-dalmatinske županije za 2017. godinu, TZ SDŽ, Split, 2016.
10. Statistička analiza turističkog prometa 2016., Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Split, 2017.
11. Strategija razvoja Grada Omiša do 2020., Urbanex d.o.o., Zagreb, 2017.
12. Strateški marketing plan turizma Grada Omiša, Turistička zajednica grada Omiša, Omiš, 2016.
13. Turizam u 2012., Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2013., str.12 (dostupno na https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2013/SI-1491.pdf
14. Turizam u brojkama 2016., Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb, 2017.
15. Zakon o boravišnoj pristojbi; (NN 152/08; NN 59/09; NN 97/13; NN 158/13; NN 30/14), dostupno na https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_12_152_4144.html
16. Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN 130/17), dostupno na https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2017_12_130_2982.html
17. Zakon o turističkoj inspekciji (NN 19/14), dostupno na https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_02_19_364.html
18. Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 85/15; NN 121/16), dostupno na http://www.mint.hr/UserDocsImages/dokumenti/170105_ZOUD-edit.pdf

Web izvori

Ministarstvo turizma, dostupno na: http://www.mint.hr/

Hrvatska turistička zajednica, dostupno na: https://htz.hr/hr-HR/opce-informacije/o-nama

Ukratko o Europskoj uniji, dostupno na: https://europa.eu/european-union/about-eu/eu-in-brief_hr

Portal mjesta Gata, dostupno na: http://gata.hr/wp/

Turistička zajednica grada Omiša, dostupno na: https://www.visitomis.hr/hr/o-omisu

POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFOVA

Popis slika

Slika 1. Smještajni kapaciteti po vrstama objekata 1980. – 2015. (stanje 31.kolovoza) 30
Slika 2. Poljička Republika 47
Slika 3. Cestovna mreža grada Omiša 55

Popis tablica

Tablica 1. Podjela ugostiteljskih usluga 18
Tablica 2. Podjela ugostiteljstva 19
Tablica 3. Smještajni objekti na području Hrvatske 2016. 30
Tablica 4. Osnovni pokazatelji razvoja turizma od 1980. do 2015. 34
Tablica 5. Smještajni kapaciteti po vrstama objekata (stanje 31.kolovoza) 35
Tablica 6. Smještajni kapaciteti po vrstama ugostiteljskih objekata Splitsko-dalmatinske županije za 2016. 36
Tablica 7. Dolasci i noćenja turista po načinu dolaska (u 000) 36
Tablica 8. Dolasci turista po vrstama objekata (u 000) 37
Tablica 9. Dolasci turista po vrstama objekata (u 000) 38
Tablica 10. Smještajni kapaciteti po vrstama ugostiteljskih objekata Splitsko-dalmatinske županije 2016.godine 39
Tablica 11. Popis stanovništva na području Srednjih Poljica, 2011. 47
Tablica 12. Dolasci i noćenja na području Srednjih Poljica-Općina Omiš 2016. i 2017. godine 63
Tablica 13. Ponuda smještajnih jedinica na području grada Omiša 65
Tablica 14. Smještajni kapaciteti grada Omiša 65
Tablica 15. Ponuda privatnog smještaja na području Srednjih Poljica-Općina Omiš, 2017. 66
Tablica 17. Bavljenje pružanjem usluga smještaja u domaćinstvima 81
Tablica 18. Ulaganja u unapređenje smještaja 82
Tablica 19. Način ulaganja u unapređenje smještajne ponude 84
Tablica 20. Razdoblje popunjenosti smještajnih jedinica 84
Tablica 21. Pivot tablica načina komuniciranja s gostima s obzirom na demografska obilježja ispitanika (dob, spol, obrazovanje) 85

Tablica 22. Uređena pivot tablica zadovoljstva iznajmljivača suradnjom s različitim potpornim institucijama s obzirom na demografska obilježja ispitanika (dob, spol, obrazovanje) ... 88

Popis grafova

Graf 1. Struktura noćenja turista prema dobnim skupinama u 2017. ... 38
Graf 2. Struktura turista tijekom srpnja i kolovoza ... 57
Graf 3. Kako gosti doznaju o destinaciji ... 58
Graf 4. Način rezerviranja smještaja ... 59
Graf 5. Struktura gostiju grada Omiša ... 59
Graf 6. Struktura gostiju tijekom i van sezone ... 60
Graf 7. Vrsta smještaja gostiju na području Grada Omiša ... 61
Graf 8. Duljina noćenja u destinaciji ... 62
Graf 9. Duljina noćenja u destinaciji tijekom i van sezone ... 62
Graf 10. Udio smještajnih kapaciteta u gradu Omišu ... 64
Graf 11. Spol pružatelja usluge privatnog smještaja ... 68
Graf 12. Dob pružatelja usluge ... 68
Graf 13. Obrazovni status pružatelja usluge ... 69
Graf 14. Osnovna novčana primanja u kućanstvu (plaće, mirovine, doplatci), bez dodatnih djelatnosti ... 69
Graf 15. Turizam kao jedini izvor dodatnih primanja ... 70
Graf 16. Bavljenje pružanjem usluga smještaja u domaćinstvima ... 70
Graf 17. Broj smještajnih ležajeva (kreveta) po objektu ... 71
Graf 18. Vrsta smještaja ... 72
Graf 19. Stupanj kategorizacije smještaja ... 72
Graf 20. Prosječan broj noćenja po gostu u objektu ... 73
Graf 21. Razdoblje popunjenosti smještajnih jedinica na godišnjoj razini ... 73
Graf 22. Najčešći način komunikacije s gostima ... 74
Graf 23. Ulaganje u svrhu unaprjeđenja ponude smještajnih jedinica ... 75
Graf 24. Ulaganja u unapređenje ponude ... 75
Graf 25. Izvor sredstva za opremanje jedinica smještaja ... 76
Graf 26. Stupanj zadovoljstva pomoći i suradnjom ostvarenom s potpornim institucijama ... 77
Graf 27. Posjećenost skupova koje organizira turistička zajednica na temu privatnog smještaja i unaprjeđenja ponude ... 78

Graf 28. Stupanj zadovoljstva radom Turističke zajednice grada Omiša 79
Graf 29. Ispitanici prema odgovoru na pitanje je li turizam jedini izvor dopunskih novčanih sredstava u njihovom kućanstvu..... 81
Graf 30. Bavljenje pružanjem usluga smještaja u domaćinstvima..... 82
Graf 31. Ulaganja u unapređenje smještaja..... 83
Graf 32. Razdoblje pune popunjenosti kapaciteta privatnog smještaja..... 85

SAŽETAK

Privatni smještaj u zadnje vrijeme predstavlja sve popularniji oblik usluge koji zadovoljava zahtjeve gostiju za aktivnijim ali i mirnijim odmorom. Prednosti ponude privatnog smještaja za razvoj turizma u odredištu su višestruke, na primjer omogućuje prilično brzu i jednostavnu valorizaciju inače nerazvijenih područja, proširuje postojeću opskrbu već razvijenim destinacijama, pomaže u očuvanju urbanih i ruralnih središta te povećava stopu zaposlenosti. Radom se analizira stanje ponude ugostiteljskih objekata privatnog smještaja na području Srednjih Poljica općine Omiš, njihova kvaliteta, struktura gostiju, te istraživanje stavova ponuđača te usluge o odnosu s gostima i komunikaciji s nadležnim zakonodavnim tijelima kao što su turističke zajednice i ministarstva

Ključne riječi: turizam, privatni smještaj, Poljička Republika

SUMMARY

Private accommodation nowadays represents an increasingly popular form of service that meets the demands of guests for an active and peaceful vacation. The benefits of private accommodation for tourism development at the certain areas are multiple, for example it allows quick and easy valorization of otherwise underdeveloped areas, expanding existing supply to already developed destinations, helping to preserve urban and rural centers, and increasing employment rates. This research analyzes the state of art of private accommodation facilities in Srednja Poljica in the municipality of Omiš, their quality, the structure of guests, and the research of the attitudes of the accommodation hosts, the relationship with the guests and communication with the relevant legislative bodies such as tourist boards and ministries.

Key words: tourism, private accommodation, Republic of Poljica