

# RURALNI TURIZAM U VRGORAČKOM KRAJU I NJEGOVA PERSPEKTIVA SA STAJALIŠTA PONUDE I POTRAŽNJE

---

Kežić, Iva

Undergraduate thesis / Završni 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://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:186868>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-08-06**

*Repository / Repozitorij:*

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



**SVEUČILIŠTE U SPLITU**  
**EKONOMSKI FAKULTET**

**ZAVRŠNI RAD**

**RURALNI TURIZAM U VRGORAČKOM KRAJU**  
**I NJEGOVA PERSPEKTIVA SA STAJALIŠTA**  
**PONUDE I POTRAŽNJE**

**Mentor:**

**Prof.dr.sc. Ivan Pavić**

**Student:**

**Iva Kežić**

**Split, rujan, 2018**

## SADRŽAJ:

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. UVOD .....</b>   | <b>1</b>  |
| <b>1.1. Definiranje problema istraživanja .....</b>              | <b>1</b>  |
| <b>1.2. Ciljevi rada .....</b>                                   | <b>1</b>  |
| <b>1.3. Metode rada .....</b>                                    | <b>1</b>  |
| <b>1.4. Struktura rada .....</b>                                 | <b>2</b>  |
| <b>2. RURALNI TURIZAM.....</b>                                   | <b>3</b>  |
| <b>2.1. Razvoj i definicija turizma.....</b>                     | <b>3</b>  |
| <b>2.2. Definicija ruralnog turizma .....</b>                    | <b>5</b>  |
| <b>2.3. Učinci ruralnog turizma.....</b>                         | <b>8</b>  |
| <b>2.4. Trendovi u ruralnom turizmu .....</b>                    | <b>9</b>  |
| <b>2.5. Ruralni turizam u RH .....</b>                           | <b>10</b> |
| 2.5.1. Zakonska regulativa ruralnog turizma u RH .....           | 10        |
| <b>3. VRGORAČKA KRAJINA.....</b>                                 | <b>13</b> |
| <b>3.1. Lokacija, ustroj i stanovništvo .....</b>                | <b>13</b> |
| <b>3.2. Infrastruktura .....</b>                                 | <b>14</b> |
| <b>3.3. Gospodarstvo .....</b>                                   | <b>15</b> |
| <b>3.4. Prirodna i kulturna baština i manifestacije .....</b>    | <b>16</b> |
| 3.4.1. Prirodna baština.....                                     | 16        |
| 3.4.2. Kulturna baština .....                                    | 16        |
| 3.4.3. Manifestacije .....                                       | 18        |
| <b>4. TURISTIČKA PONUDA VRGORAČKOG KRAJA .....</b>               | <b>21</b> |
| <b>4.1. Prirodna i kulturna baština kao elementi ponude.....</b> | <b>21</b> |
| <b>4.2. Smještajni kapaciteti .....</b>                          | <b>22</b> |
| <b>4.3. Ugostiteljska ponuda .....</b>                           | <b>24</b> |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>5. TURISTIČKA POTRAŽNJA .....</b>                               | <b>26</b> |
| <b>5.1. Turistički promet u vrgoračkom kraju .....</b>             | <b>26</b> |
| <b>5.2. Dolasci i noćenja turista prema zemlji porjekla .....</b>  | <b>27</b> |
| <b>5.3. Turistički promet prema vrsti smještajnog objekta.....</b> | <b>29</b> |
| <b>6. TURISTIČKA PERSPEKTIVA VRGORAČKOG KRAJA.....</b>             | <b>30</b> |
| <b>7. ZAKLJUČAK.....</b>   | <b>32</b> |
| <b>LITERATURA .....</b>  | <b>33</b> |
| <b>POPIS SLIKA .....</b>   | <b>35</b> |
| <b>POPIS TABLICA .....</b>   | <b>35</b> |
| <b>SAŽETAK.....</b>  | <b>36</b> |
| <b>SUMMARY .....</b>   | <b>36</b> |

# **1. UVOD**

## **1.1. Definiranje problema istraživanja**

Ruralni turizam danas ulazi u uži krug interesa rastućem broju turista, te se sve veći značaj predaje unaprjeđenju istog. Također, razvoj ruralnog turizma se promiče i sa strane potražnje čemu je razlog karakteristika ruralnog turizma koja promiče održivi turizam te promiče očuvanje prirode i kulture. Osim navedenih prednosti razvoja ruralnog turizma treba istaknuti i razvoj ruralnih područja, njegovo očuvanje i sprječavanje iseljivanja mladog stanovništva u gradove. U vrgoračkom kraju, koje uvelike zaostaje gospodarski i demografski za priobalnim gradovima, razvoj ruralnog turizma bi pospješio gospodarstvo te poboljšao život lokalnom stanovništvu. Iako su početci razvoja ruralnog turizma vidljivi i dalje se ne iskorištava sav potencijal tog kraja.

## **1.2. Ciljevi rada**

Cilj rada je istražiti trenutni razvoj ruralnog turizma u vrgoračkom kraju putem analize ponude i potražnje, te na temelju toga zaključiti kakva je njegova perspektiva za budućnost.

## **1.3. Metode rada**

Metode rada koje će se koristiti u ovom radu su metode istraživanja za stolom, metode analize i sinteze, indukcija, dedukcija te metoda kompilacije.

#### **1.4. Struktura rada**

Rad je podijeljen u šest poglavlja. U uvodu se navodi koja je problematika rada, koji je cilj i kako će se istražiti problem. U sljedeća dva poglavlja ukratko je opisan ruralni turizam i njegovi učinci te je ukratko analizirana vrgoračka krajina iznoseći podatke o lokaciji, upravi, gospodarstvu i resursno atrakcijskoj osnovi. U četvrtom i petom poglavlju analizira se turistička ponuda i potražnja vrgoračke krajine. Te se na kraju donosi zaključak o perspektivi ruralnog turizma vrgoračkog kraja.

## 2. RURALNI TURIZAM

### 2.1. Razvoj i definicija turizma

Prvi znaci turizma javili su se u vrijeme pojave novca i trgovine oko 4000 g .p. n. e. kada se javljaju prva putovanja motivirana trgovinom, stjecanjem znanja, kulturnim potrebama i zdravstvenim razlozima. Daljnji napredak nastaje u antičkom dobu kada se javljaju putovanja iz zadovoljstva, zabave, sporta i zdravlja. Sukladno tome razvija se prometna i smještajna infrastruktura.

Međutim ta putovanja se ne nazivaju turističkim jer nemaju karakteristike turističkih putovanja, koja su:

- Masovnost
- Putovanja ljudi srednje i niže platežne moći
- Aktivni međudnos turista i ambijenta
- Sezonalnost
- Aktivna uloga države
- Turizam kao snažan ekonomski faktor

Razvoj pravih turističkih putovanja razvili su se povećanjem životnog standarda te tehnološkim napretkom koji se omogućio unaprjeđenje infrastrukture, napose prometne. Povećanje životnog standarda je dovelo do više slobodnih sredstava i vremena, te je tehnološki napredak doveo sa smanjenja cijena putovanja.

Pojam turizam ima mnogo definicija, te se također definira s aspekta ponude i s aspekta potražnje. S aspekta potražnje imamo definiciju s konferencije u Vancouveru 2001. godine koja glasi: „Turizam obuhvaća sve aktivnosti osoba koje putuju i borave u mjestima izvan svoga uobičajenog okruženja u vremenu do maksimalno godine dana u svrhu odmora, poslovnih razloga te drugih razloga za koje nisu plaćeni u mjestu koje posjećuju“<sup>1</sup>

Turizam čine turistička ponuda i turistička potražnja. Turističku potražnju čine turisti i ona se mjeri i prati zbog ekonomskih učinaka i u svrhu marketinga.

---

<sup>1</sup> L. Petrić: Uvod u turizam; Ekonomski fakultet Split, Sveučilište u Splitu, 2013/2014

Turistička potražnja se može definirati s aspekta:

- Ekonomije – ukupna količina roba i usluga koje su kupci spremni kupiti na tržištu u određenom vremenu i po određenoj cijeni
- Psihologije – potražnju promatramo kroz potrebe, motivaciju i ponašanje kupaca
- Geografije – ukupan broj osoba koje putuju ili žele putovati; tokovi kretanja turista, emitivni potencijal zemalja i sl.<sup>2</sup>

A turistička ponuda se definira kao količina roba i usluga koje se nude turistima na određenom tržištu, u određeno vrijeme i po određenoj cijeni. Međutim turistički proizvod se uvelike razlikuje od drugih proizvoda, stoga ga je puno teže definirati i pratiti. Karakteristike koje ga čine drugačijim su:

- Dislociranost od potražnje
- Heterogenost
- Statičnost
- Sezonalnost
- Neelastičnost, odnosno relativna elastičnost.

Razvijanjem masovnog turizma dolazi do narušavanja ambijenta i okoliša kao i ujednačenosti ponude, jer svi žele putovati pa se ponuđivači ne trude ponuditi nešto posebno kako bi privukli goste. Tako dolazi do promjena na strani ponude i potražnje. Ponuđivači pokušavaju smanjiti pritisak na određena područja gdje je masovni turizam, a potražnja postaje sofisticirana, mijenjaju se želje i motivi, te želi ponudu koja će biti individualizirana.

Tako dolazi do nastanka selektivnih oblika turizma koji se temelje na određenom dominantnom turističkom motivu. Tako nastaju:<sup>3</sup>

- Zdravstveni turizam
- Sportski turizam
- Ekoturizam
- Ruralni turizam
- Lovni i ribolovni turizam

---

<sup>2</sup> L. Petrić: Uvod u turizam; Ekonomski fakultet Split, Sveučilište u Splitu, (2013/2014)

<sup>3</sup> O. Kesar: Uvod u specifične oblike turizma; Ekonomski fakultet – Zagreb (2012/2013), [Internet], raspoloživo na: [http://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/TUR/Web\\_Uvod%20u%20specifi%C4%8Dne%20oblike%20turizma.pdf](http://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/TUR/Web_Uvod%20u%20specifi%C4%8Dne%20oblike%20turizma.pdf) [17.8.2018.]



- Nautički turizam
- Naturizam
- Robinzonski turizam
- Kamping turizam
- Team-building turizam
- Foto-safari
- Hiperturizam
- Kulturni turizam
- Kongresni turizam
- Manifestacijski turizam
- Vjerski turizam
- Urbani turizam
- Filmski turizam
- Party turizam
- Shopping turizam i dr.

## **2.2. Definicija ruralnog turizma**






Ruralni turizam prema definiciji Vijeća Europe (1986. godina) je oblik turizma koji obuhvaća sve aktivnosti na ruralnom području, a ne samo aktivnosti koje bi se mogle odrediti kao agroturizam ili farmerski turizam. Najvažnije karakteristike ruralnog turizma su odsutnost buke, mirna sredina, očuvani okoliš, neposredna komunikacija s domaćinima, domaća hrana i upoznavanje sa seljačkim poslovima.

A prema definiciji EutoTer-a ruralni turizam se definira kao „turistička valorizacija agrarnih područja, prirodnih resursa, kulturnog nasljeđa, ruralnih naselja, lokalnih tradicionalnih običaja i proizvoda kroz posebno oblikovane turističke proizvode koji reflektiraju identitet područja i zadovoljavaju potrebe gostiju u smislu smještaja, usluge hrane i pića, rekreacije i aktivnosti, animacije i ostalih usluga, s ciljem održivog lokalnog razvoja, ali i pružanjem adekvatnih odgovora na potrebe današnjeg gosta unutar novostvorenih odnosa grada i sela (ruralnog područja).“

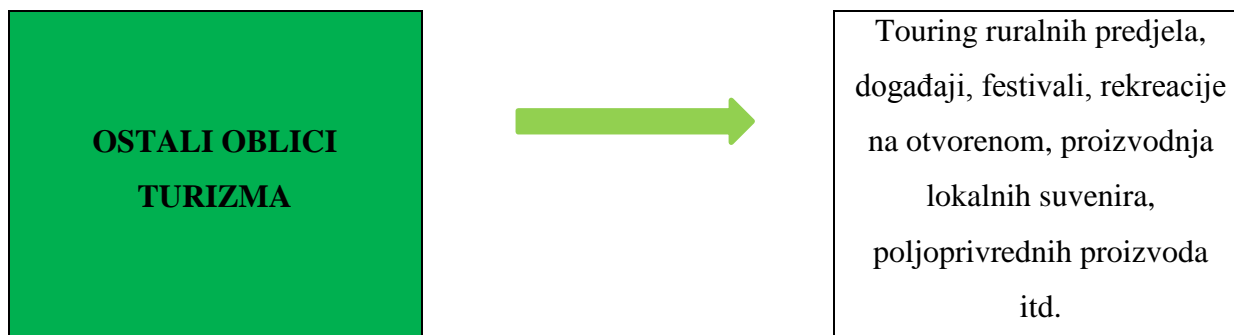
Unutar ruralnog turizma ubrajamo različite oblike ruralnog turizma:<sup>4</sup>

- Agroturizam (odmor na farmama)
- Turizam u prirodi
- Zeleni turizam
- Specijalni interesi (gastronomija i vino, promatranje biljnog i životinjskog svijeta itd.)
- Aktivni odmor (jahanje, cikloturizam, šetnje itd.)
- Povijesni i kulturni oblici turizma (arheologija, dvorci, crkve itd.)

**Tabela 1: Oblici turističkih aktivnosti u ruralnim područjima**

|  |   |  |
|--|---|--|
| <b>AGROTURIZAM,<br/>SEOSKO<br/>GOSPODARSTVO,<br/>FARME</b> |    | Doživljaj tradicionalnih agrarnih aktivnosti.  |
| <b>AKTIVNOSTI U PRIRODI</b>                                |  | Rekreacija i odmor u prirodi.  |
| <b>EKO-TURIZAM</b>   |  | Vrsta odgovornog turizma koji podržava zaštitu prirodnih resursa i održavanje razine blagostanja/socijalne vrijednosti lokalne populacije. |
| <b>RURALNO ISKUSTVO<br/>(SEOSKI TURIZAM)</b>               |  | Turisti uranjaju u svakodnevni seoski život.   |
| <b>KULTURNI TURIZAM U<br/>RURALNOM PODRUČJU</b>            |  | Kultura, povijest, arheologija i ostale kulturne odrednice ruralnog područja.  |

<sup>4</sup> Strategija razvoja ruralnog turizma Splitsko-dalmatinske Županije; Horwath consulting Zagreb (2009)



Izvor: Strategija razvoja ruralnog turizma Splitsko-dalmatinske Županije; Horwath consulting Zagreb (2009)

Uzimajući u obzir razne turističke oblike koji spadaju u ruralni turizam vidimo koliko je to široko područje i da ruralna područja u Hrvatskoj imaju velike potencijale za razvoj ruralnog turizma. Kombinirajući različite odlike može se napraviti odličan turistički proizvod koji će zadovoljiti individualne potrebe gosta. Gostu se pruža jedinstveno iskustvo kroz upoznavanje lokalne kulture, načina života i direktnu interakcije u domaćinom i okolinom. On postaje dijelom obitelji te dobiva potpuno personaliziranu uslugu.

**Tabela 2: Kriteriji za definiranje okvira ruralnog turizma**

| <b>KRITERIJ</b>  | <b>OBJAŠNJENJE</b>  |
|--|---|
| Položaj domaćinstva u prirodnom okruženju, selu ili malom grad   | Manje od 5000 stanovnika u selu/gradu ili u vrlo tipičnim/tradicionalnim naseljima  |
| Ruralno okruženje, s izraženim karakteristikama tradicionalnog poljodjelstva ili izuzetnim prirodnim vrijednostima | Izuzetne prirodne vrijednosti su park prirode ili slično. "Tradicionalno poljodjelstvo" isključuje prevladavajuću industrijsku poljoprivredu (vizure kojima dominiraju staklenici, ogromni proizvodni objekti i slično) |
| Turizam nije glavna ili prevladavajuća aktivnost ili izvor prihoda u bližoj okolini                                | Odnos broja turističkih kreveta i broja stanovnika u ruralnim područjima ne smije prijeći 1:1   |
| Dobra zaštita životne sredine, miran i tih položaj, bez buke ili zagađenja   | Prihvatljivi su mirisi i buka karakteristični za tradicionalnu poljoprivrednu proizvodnju   |
| Autentičnost smještajnog objekta i ambijenta   | /   |

|  |  |
|--|--|
| Gostoljubivost - osobna briga domaćina o gostu   | /  |
| Mali kapacitet smještajne jedinice   | Gornji limit kapaciteta je 40 kreveta ako nije zakonski određen ili propisan internom standardizacijom članice                                   |
| Poštivanje propisanih kriterija u ocjenjivanju   | Poštivanje prilagođenih standarda Federacije u ocjeni kvalitete  |
| Društvena i socijalna održivost u kontekstu multifunkcionalnih aktivnosti na ruralnom području   | Primjena kriterija iz Agende 21 za turizam kada budu izrađeni  |
| Povezanost s lokalnom zajednicom i tradicionalnom kulturom   | Minimum je integracija aktivnosti u okvire zajednice iz okruženja, gosti imaju mogućnost da ostvare kontakt s lokalnom realnošću ukoliko to žele |
| Lokalni proizvodi i gastronomija   | Dostupni u okruženju   |
| Kultura (folklor, zanatski proizvodi, običaji, nasljeđe...)  | Dostupni u okruženju   |
| Isključujući kriteriji su:<br>- Gradski i industrijski lokaliteti i njihova okolina<br>- Područja masovnog ili izrazito razvijenog turizma<br>- Buka, rizici/opasnosti, vidljiva ili druga zagađenja | Tipični ruralni utjecaji su prihvatljivi   |

Izvor: Ružić, E.: Ruralni turizam, Ustanova za cjeloživotno učenje Magistra, Pula

### 2.3. Učinci ruralnog turizma

Ruralni turizam uvelike utječe na ruralno područje. Prije svega utječe na očuvanje kulturnih vrijednosti, načina života, kulturnih i arheoloških lokalitet, prirode i okoliša i tradicijskih vrijednosti i običaja. Poboljšava blagostanje lokalnog stanovništva povećanjem proizvodnje, rastom prihoda, obnavljanjem infrastrukture, povećanjem zapošljavanja, koje se najčešće

očituje kroz samozapošljavanje i obiteljsko zapošljavanje, te na taj način također utječe na smanjenje depopulacije ruralnih područja. Na razini države također donosi povećanje prihoda, te dolazi do decentralizacije turizma u slabije razvijena područja i smanjenja koncentracije turista u turističkim središtima i smanjenja loših učinaka.

#### **2.4. Trendovi u ruralnom turizmu**

Sve više turista se okreće od masovnog turizma i razgledavanja prema selektivnim oblicima koji će im pružiti posebno iskustvo. Tako raste potražnja za odmorima koji će im omogućiti upoznavanje lokalnih kultura te omogućiti interakciju sa stanovništvom i uranjanje u životu i kulturu mjesta kojeg posjećuju.

Prema istraživanju CBI.eu-a<sup>5</sup> karakteristike turista koji posjećuju ruralna područja su da su visoko obrazovani, puno putuju te dolaze iz viših socio-ekonomskih skupina. Dijele ih u 4 skupine:

- Starija generacija (50-70 godina)
- Mladi turisti (18-30 i 31-44 godine)
- Obitelji
- Turisti s posebnim interesima za ruralni turizam

Skupina starije životne dobi uključuje obično umirovljene osobe koji žele uživati u mirnom odmoru te iskusiti nove doživljaje. Žele visoku kvalitetu i voljni su platiti više za jedinstveno iskustvo. Mlađe turiste dijeli za one koji imaju malo novčanih sredstava, a puno vremena te na one koji imaju novaca ali nemaju vremena. Ruralni turizam je izrazito popularan za obitelji s djecom. Oni tragaju za mirnim odmorom koji će također pružiti zabavu djeci uz veliku dozu sigurnosti. Te skupine s posebnim interesima često uključuje bicikliste i planinare.

Ruralni proizvod treba biti kvalitetan, nuditi autentično ruralno iskustvo popraćeno edukacijskim elementima, imati dobru organizaciju, ljubazne domaćine te iskusne vodiče. Također je bitan očuvan okoliš i ponuda aktivnog odmora uz visok stupanj sigurnosti, autentičnost smještaja te pristupačnost.

---

<sup>5</sup> CBI.eu: What are the opportunities for Rural Tourism from Europe?, [Internet], raspoloživo na: <https://www.cbi.eu/node/2545/pdf/> [17.8.2018.]

Što se tiče načina na koji turisti planiraju svoja putovanja raste zastupljenost online istraživanja. Turisti koriste web stranice poput TripAdvsora, forume te društvene mreže. to pruža mogućnost ponuđačima da razvijaju online marketinšku strategiju i dođu do ciljanih skupina.

## **2.5. Ruralni turizam u RH**

U Republici Hrvatskoj ruralni prostor zauzima oko 90% državnog teritorija i na tom području živi oko 40% stanovništva. Unatoč tome turizam je koncentriran u urbanim područjima iz čega se vidi neravnomjerni razvoj i potreba da se ruralni turizam razvije.

Ruralna područja se sve više napuštaju jer mlado stanovništvo iseljava u urbana područja u potrazi za poslom. Također udio starog stanovništva je sve veći, a natalitet pada.

Zbog toga država nastoji promicati razvoj ruralnog turizma te su glavni strateški planovi razvoja ravnomjerni regionalni razvoj, samozapošljavanje i motiviranje mladih za ostanak na selu. Pri tome je ruralni turizam značajan čimbenik u aktivaciji i održivom razvoju ruralnih područja koji pomaže očuvanju lokalnog identiteta, tradicije i običaja, štiti okoliš, jača autohtonu, tradicijsku i ekološku proizvodnju te pomaže razvoju ruralnih krajeva na osnovi održivoga razvoja.<sup>6</sup>

Unatoč pogodnoj klimi za razvoj ovog oblika turizma to nije valorizirano. Treba istaknuti Istarsku i Dubrovačko-neretvansku županiju koje jedine iskaču po razvoju ruralnog turizma. Naročito prednjači Istra koja se davno opredijelila za napuštanje koncepta „sunce i more“ te se posvetila razvoju ruralnog turizma i diverzificiranju svoje turističke ponude

### **2.5.1. Zakonska regulativa ruralnog turizma u RH**

Zakonski propisi kojima se regulira poslovanje u ruralnom turizmu su Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Zakon o članarinama u turističkim zajednicama,

---

<sup>6</sup> HGK: Nacionalni katalog ruralnog turizma Hrvatske, [Internet], raspoloživo na: <https://www.hgk.hr/documents/hgkkatalogruralniturizamhrvatskeweb57728ea64487b.pdf> [20.8.2018.]

Zakon o boravišnoj pristojbi, Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, Zakon o pružanju usluga u turizmu. Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu te Pravilnik o pružanju turističkih usluga na seljačkim domaćinstvima (u izradi).

Prema Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti seljačko domaćinstvo se definira kao seljačko gospodarstvo ili obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo upisano u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava i koje pruža ugostiteljske usluge. Ugostiteljske usluge koje može pružati su:

- Pripremanje i usluživanje toplih i hladnih jela i pića te napitaka iz pretežito vlastite proizvodnje za najviše 50 gostiju (izletnika) istodobno
- Usluživanje (kušanje) mošta, vina, voćnih vina, drugih proizvoda od vina i voćnih vina, jakih alkoholnih i alkoholnih pića te domaćih narezaka iz vlastite proizvodnje u uređenom dijelu stambenog ili gospodarskog objekta, u zatvorenom, natkrivenom ili na otvorenom prostoru za najviše 50 gostiju (izletnika) istodobno
- Usluge smještaja u sobi i apartmanu do najviše 10 soba odnosno za 20 gostiju istodobno, odnosno usluge smještaja u kampu s najviše 10 smještajnih jedinica, odnosno za 30 gostiju istodobno, samo za goste kojima se pružaju usluge prehrane, točenja pića i napitaka (doručak ili polupansion ili puni pansion) iz pretežito vlastite proizvodnje
- Jela, pića i napici koji se uslužuju u seljačkom domaćinstvu moraju biti uobičajeni za kraj u kojem je seljačko domaćinstvo.<sup>7</sup>

Prema Zakonu o pružanju usluga u turizmu turističke usluge koje se mogu pružati u seljačkom gospodarstvu ili obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu su: poljoprivredne, šumarske i slične aktivnosti koje su vezane za seljačko gospodarstvo (berba voća i povrća, ubiranje ljetine, iznajmljivanje konja za jahanje, i slično).<sup>8</sup>

A prema Pravilniku o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu objekt u seljačkom domaćinstvu funkcionalna je cjelina na seljačkom gospodarstvu u kojem se gostima, ovisno o vrsti, pružaju ugostiteljske usluge pripremanja i usluživanja jela, pića i napitaka, uobičajenih za kraj u kojem se nalazi seljačko domaćinstvo, iz poljoprivrednih

---

<sup>7</sup> Narodne Novine (85/15, 121/16): Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, [Internet], raspoloživo na: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015\\_08\\_85\\_1648.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015_08_85_1648.html) [20.8.2018.]

<sup>8</sup> Narodne Novine (68/2007): Zakon o pružanju usluga u turizmu, [Internet], raspoloživo na: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007\\_07\\_68\\_2066.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_07_68_2066.html) [20.8.2018.]

proizvoda pretežito vlastite proizvodnje, usluge smještaja te ostale usluge u funkciji turističke potrošnje.

Te propisuje vrste objekata u seljačkom domaćinstvu:

- Vinotočje/kušaonica - objekt u kojem se gostima pripremaju i uslužuju vina i/ili voćna vina i/ili proizvodi od vina i/ili voćnih vina i/ili ostala alkoholna pića i/ili naresci (suhomesnati proizvodi, sirevi i slično) koji se sljubljuju s tim pićima i/ili namazi, za najviše 50 gostiju istodobno
- Izletišta - objekt u kojem se gostima pripremaju i uslužuju topla i hladna jela te pića i napici za najviše 50 gostiju istodobno
- Soba - objekt u kojemu se gostima pružaju usluge smještaja i moraju se pružati usluge prehrane, pića i napitaka (doručka ili polupansiona ili pansiona)
- Apartman - objekt u kojem se gostima pružaju usluge smještaja, opremljen tako da gost može sam pripremati i konzumirati hranu i moraju se pružati usluge prehrane, pića i napitaka (doručka ili polupansiona ili pansiona)
- Kamp - objekt u kojem se gostima pružaju usluge kampiranja (smještaja na uređenom prostoru na otvorenom – na kamp mjestu i/ili kamp parceli), uz korištenje pokretne opreme za kampiranje, vlastite ili iznajmljene od pružatelja usluga: vreća za spavanje, šatora, kamp prikolica (kamp kućica, karavana), autodomova (kampera), stolova, stolica i slično.<sup>9</sup>

Također su detaljno propisani uvjeti koje objekti moraju zadovoljiti i kategorizacija objekata.

---

<sup>9</sup> Narodne Novine (5/2008): Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu, [Internet], raspoloživo na: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008\\_01\\_5\\_112.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_01_5_112.html) [18.8.2018.]



### 3. VRGORAČKA KRAJINA

#### 3.1. Lokacija, ustroj i stanovništvo

Grad Vrgorac se nalazi u jugoistočnom dijelu Splitsko-dalmatinske Županije te površinom od 284 km<sup>2</sup> zauzima 6,15% njene površine. Smješten je uz granicu za BiH, te u blizini autoceste Zagreb-Split-Dubrovnik, koridora 5C, luke Ploče i makarske rivijere što ga čini važnim prometnim i geostrateškim čvorištem.

Obilježava ga mediteranska klima s nešto nižim temperaturama i s oko 80% više padalina nego u primorju. Srednja godišnja temperatura je 15°C a količina godišnjih padalina iznosi 1964 mm.

Grad je okružen planinama Biokovo, Matokit i Rilić sa sjevera istoka i zapada, a na jugu se nalaze krška polja Bunina, Rastok i Jezero. Planinska područja obiluju krškim udolinama i uvalama dok su polja prekrivena plodnim vrstama tla te su zbog toga intenzivno obrađena. U teritorij grada spadaju i neki od dijelova primorskog niza Dinarida-Biokovo koji su pod posebnom zaštitom u kategoriji parka prirode.

U područje Grada Vrgorca spadaju 24 naselja za koje otpada 69% stanovnika. Prema popisu iz 2011. godine Grad ukupno ima 6.572 stanovnika dok je prema popisu 2001. imao 7.593 gdje vidimo problem depopulacije vrgoračkog kraja, pretežito nastao iseljavanjem stanovništva u inozemstvo.<sup>10</sup>

**Tabela 3: Broj stanovnika po naseljima prema popisu stanovništva iz 2011.godine**

| Naselja     | Broj stanovnika | %    |
|-------------|-----------------|------|
| Banja       | 202             | 3,07 |
| Dragljane   | 52              | 0,79 |
| Draževitići | 203             | 3,09 |
| Duge Njive  | 105             | 1,60 |
| Dusina      | 494             | 7,52 |

<sup>10</sup> Strategija razvoja Grada Vrgorca

|                            |      |        |
|----------------------------|------|--------|
| <b>Kljenak</b>             | 86   | 1,31   |
| <b>Kokorići</b>            | 161  | 2,45   |
| <b>Kotezi</b>              | 278  | 4,23   |
| <b>Kozica</b>              | 56   | 0,85   |
| <b>Mijaca</b>              | 95   | 1,45   |
| <b>Orah</b>                | 268  | 4,08   |
| <b>Podprolog</b>           | 35   | 5,40   |
| <b>Poljica Kozička</b>     | 172  | 2,62   |
| <b>Prapatnice</b>          | 179  | 2,72   |
| <b>Rašćane</b>             | 130  | 1,98   |
| <b>Ravča</b>               | 154  | 2,34   |
| <b>Stilja</b>              | 320  | 4,87   |
| <b>Umčani</b>              | 227  | 3,45   |
| <b>Veliki Prolog</b>       | 499  | 7,59   |
| <b>Vina</b>                | 134  | 2,04   |
| <b>Višnjica</b>            | 14   | 0,21   |
| <b>Vlaka</b>               | 41   | 0,62   |
| <b>Vrgorac</b>             | 2039 | 31,03  |
| <b>Zavojane</b>            | 308  | 4,69   |
| <b>Ukupno Grad Vrgorac</b> | 6572 | 100,00 |

Izvor: Strategija razvoja Grada Vrgorca

### **3.2. Infrastruktura**

Cestovna prometna infrastruktura na području Grada Vrgorca se sastoji od pravaca longitudinalnog smjera te pravaca transverzalnog smjera koji ih presijecaju. Longitudinalne smjerove čine ceste viših redova poput autoceste i državnih cesta, dok transverzalne pravce čine županijske ceste te lokalne ceste. A infrastruktura javnog prometa nije dovoljno razvijena. Postoji autobusni kolodvor, ali nema puno redovnih linija koje bi olakšale povezivanje vrgoračke krajine s destinacijama kao što su Makarsko primorje, Split, Dubrovnik te sa susjednom BiH. Najavljena je izgradnja novog kolodvora koji bi trebao biti najmoderniji u županiji.

Željeznički i zračni promet nije razvijen osim jednog heliodroma u Kokorićima koji se koristi u svrhe hitnih medicinski intervencija i u privatne svrhe.

Vodoopskrbni sustav je skoro u cijelosti izgrađen te postoje dva podsustava Banja i Butina. Na kanalizacijsku mrežu priključeno je 3.500 kućanstava međutim pročišćivač otpadnih voda nije u funkciji te sustav nije funkcionalan. Sustav distribucije plina ne postoji, a kada se promatra sustav elektroopskrbe Grad Vrgorac se nalazi na distribucijskom području Split, pogon Vrgorac.



**Slika 1: Javne ceste na području Grada Vrgorca**

Izvor: Strategija Grada Vrgorca

### **3.3. Gospodarstvo**

Gospodarstvo se ostvaruje kroz poljoprivredu, industriju i obrt. Od poljoprivrede razvija se vinogradarstvo, voćarstvo i povrćarstvo, a najveći značaj daje vinogradarstvo i sadnja jagoda. Stočarstvo je nekada bilo razvijeno, a danas mali broj kućanstava se bavi peradarstvom i kozarstvom i to većinom samo za osobne potrebe.

Od poljoprivrednih gospodarstava postoji 630 OPG-ova, četiri poljoprivredna obrta i četiri trgovačka društva. Unatoč velikom broju gospodarstava razvijenost ne počiva na poljoprivredi kao osnovnoj djelatnosti.

U segmentu prerađivačke industrije dominira proizvodnja hrane i pića, te tekstila i tekstilnih proizvoda. U industriji značajni udjel ostvaruje i djelatnost građevinarstva. U sektoru usluga dominiraju trgovina na veliko i malo, te prijevoznike usluge. A glavni gospodarski subjekt je Mesna industrija Pivac koja upošljava veliki broj stanovnika Grada Vrgorca.

### 3.4. Prirodna i kulturna baština i manifestacije

#### 3.4.1. Prirodna baština

Na području Grada Vrgorca nema evidentiranih područja zaštićenih dijelova prirode. Jedino što se može svrstati je područje parka prirode Biokovo čiji jedan dio teritorijalno pripada Gradu.<sup>11</sup>

#### 3.4.2. Kulturna baština

U kulturna dobra ubrajamo nepokretna, pokretna i nematerijalna kulturna dobra. Na području Grada Vrgorca kulturna dobra se većinom temelje na sakralnoj graditeljskoj baštini i tradicionalnoj povijesnoj graditeljskoj baštini. Ukupno postoji 26 nepokretnih kulturnih dobara i 7 pokretnih kulturnih dobara.

**Tabela 4: Kulturna dobra na području Grada Vrgorca**

| Mjesto    | Naziv   | Vrsta kulturnog dobra                   |
|-----------|---|---|
| Dragljane | Arheološko nalazište Gradina – Pavića gradina | Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno |
| Dragljane | Crkva sv. Ante Padovanskog                    | Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno |
| Dusina    | Crkva sv. Petra                               | Nepokretno kulturno dobro -             |

<sup>11</sup> Prostorni plan uređenja Grada Vrgorca (2006), [Internet], raspoloživo na: <http://lokalnahravska.hr/images/naselja/021/vrgorac/Prostorn%20plan.pdf> [1.9.2018.]

|               |  |   |
|---------------|--|---|
|               |  | pojedinačno                                   |
| Dusina        | Ruralna cijelina Mihaljevići                             | Nepokretno kulturno dobro – povijesna cjelina |
| Kljenak       | Cerkva Svih Svetih i srednjovjekovno groblje sa stećcima | Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno       |
| Kokorići      | Crkva sv. Jure   | Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno       |
| Kozica        | Crkva sv. Ilije  | Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno       |
| Kozica        | Kulturno-povijesna seoska cjelina Katići                 | Nepokretno kulturno dobro – povijesna cjelina |
| Prapatnice    | Srednjovjekovno groblje Velika njiva                     | Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno       |
| Rašćane       | Crkva sv. Stjepana i arheološko nalazište                | Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno       |
| Rašćane       | Ruralna cjelina Godinj                                   | Nepokretno kulturno dobro – povijesna cjelina |
| Rašćane       | Srednjovjekovno groblje Grebine                          | Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno       |
| Stilja        | Crkva sv. Ivana i srednjovjekovno groblje sa stećcima    | Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno       |
| Umčani        | Arheološko nalazište Umčani                              | Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno       |
| Veliki Prolog | Crkva Velike Gospe                                       | Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno       |
| Vrgorac       | Crkva Navještenja Blažene Djevice Marije                 | Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno       |
| Vrgorac       | Elezove i Serdarova kuća                                 | Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno       |
| Vrgorac       | Gradski park   | Nepokretno kulturno dobro – povijesna cjelina |
| Vrgorac       | Kula Bega Cukarinovića                                   | Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno       |
| Vrgorac       | Muminova kula  | Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno       |
| Vrgorac       | Pakerova kula  | Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno       |
| Vrgorac       | Rodna kuća Tina Ujevića                                  | Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno       |
| Vrgorac       | Rudnik Paklina   | Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno       |
| Vrgorac       | Ruralna cjelina Vrgorca                                  | Nepokretno kulturno dobro – povijesna cjelina |
| Vrgorac       | Utvrda Gradina   | Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno       |
| Zavojane      | Crkva Porodenja Blažene Djevice Marije                   | Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno       |

Izvor: Registar kulturnih dobara, [Internet], raspoloživo na: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6212>

[1.9.2018.]

Pokretna kulturna dobra su:<sup>12</sup>

- Vrgorac, Zavojane, Crkva Porodenja BDM: Slika “Bogorodica s malim Isusom”
- Vrgorac, Zavojane, Crkva Porodenja BDM: Slika “Sv. Juraj ubija zmaja“
- Vrgorac, Zavojane, Crkva Porodenja BDM: Slika “Krunjenje BDM”
- Vrgorac, Crkva Navještenja BDM: Raspelo-Drvena barokna skulptura Krista na križu
- Vrgorac, Zbirka župnog ureda Navještenja BDM
- Vrgorac, Dragljane, Inventar sakralnih predmeta iz crkve sv. Ante Padovanskog
- Vrgorac, Župna crkva navještenja BDM: Slika “Sv. Katarina Mučenica“

### 3.4.3. Manifestacije

Manifestacije koje se održavaju na području Grada Vrgorca vežu se uz njegov identitet i povijest, iz kojih i proizlaze, a koje uz kvalitetnu organizaciju i promociju pridonose razvoju turizma.<sup>13</sup>

**Tabela 5: Popis manifestacija u Gradu Vrgorcu**

| Manifestacija                       | Vrijeme održavanja | Kratki opis  |
|-------------------------------------|--------------------|--|
| Mačkare                             | Veljača            | Povorka maskara i tradicionalna pučka fešta uz kostimirani i maskirani ples<br>Dani  |
| Zeleni dani                         | Ožujak – Travanj   | Zeleni dani potiču se i organiziraju u restoranima Vrgorca, a njima se promoviraju i čuvaju korijeni tradicionalne zdrave prehrane |
| Proslava međunarodnog Praznika rada | 1.5.               | Proslava praznika rada u Gradskom parku uz grah u vino.  |

<sup>12</sup> Službena stranica Grada Vrgorca, [Internet], raspoloživo na: <http://www.vrgorac.hr/zasticena-kulturna-dobra-na-podrucju-vrgorske-krajine/> [18.8.2018.]

<sup>13</sup> Strategija razvoja Grada Vrgorca

|                                    |                |   |
|------------------------------------|----------------|---|
| Drveničke stine, susret            | Svibanj        | Susret Drveničana i Vrgorčana na način da se valorizira drevna staza Alberta Fortisa.   |
| Dan jagoda                         | Svibanj        | Promocija delicije koja je postala prepoznatljiv brend grada Vrgorca  |
| Dani dalmatinskog pršuta i vina    | Lipanj         | Predstavljanje pršutara i vinara iz raznih krajeva Dalmacije i Hercegovine  |
| Hair smile                         | Lipanj         | Dva dana stručnog programa, godišnji susret frizera, edukacije, seminari i prezentacija noviteta iz svijeta frizerstva uz sudjelovanje djece s posebnim potrebama u ulozi ravnopravnih modela |
| S Tinom u Vrgorcu                  | Lipanj-srpanj  | Sedmodnevna kulturno – književna manifestacija u čast Tina Ujevića  |
| Večer pod Matokitom                | Srpanj         | Folklorna večer i smotra folkloru posvećena očuvanju tradicije, običaja, nošnji, plesova i napjeva.   |
| Vrgorsko ljeto                     | Srpanj-Kolovoz | Prigodna događanja vikendom i tijekom tjedna.   |
| Festival pustolova „Mate Svjetski“ | Kolovoz        | Godišnji susret putnika svjetskih razmjera, putopisaca, pustolova, avanturista i svih zaljubljenika u putovanja.  |
| Večer tradicije i pučke            | Rujan          | /   |

|                       |          |  |
|-----------------------|----------|--|
| arhitekture           |          |  |
| Vrgorska klapska noć  | Rujan    | Susret klapa   |
| Dani bike i Biklijada | Listopad | Turistička manifestacija, središnja pučka fešta posvećena bikli, pjesmi i tradicionalnim običajima |
| Božićni sajam         | Prosinac | Božićno druženje na Trgu branitelja uz vino, fritule, glazbu i ples.                               |

Izvor: Strategija razvoja Grada Vrgorca i Izvješće TZ Grada Vrgorca 2017.; izrada autora



## **4. TURISTIČKA PONUDA VRGORAČKOG KRAJA**

### **4.1. Prirodna i kulturna baština kao elementi ponude**

Već je navedeno da vrgoračka krajina nema prirodno zaštićenih područja osim dijela parka prirode Biokovo. Međutim obiluje prekrasnom prirodom, planinama, poljima te rijekama koji su bitni elementi za razvoj ponude ruralnog turizma. Ovi elementi se valoriziraju putem organiziranja aktivnosti u prirodi koji dopunjuju boravak gostiju ili putem jednodnevnih i višednevnih izleta. Tako u svojoj ponudi vrgoračka krajina nudi biciklističke ture, planinarske ture, izlete, vinske ture, organizirane berbe grožđa, jagoda i jabuka.

Od biciklističkih tura se nudi petodnevni program „biciklističke ture“ podijeljen na pet zasebnih cjelina, a to su biciklističke staze: Vrgoračkim poljima, Tragom Narone, Planinska staza, Napoleonov put i Od Pakline do Međugorja. Te još postoje ture Put Biokova, Tri polja i Mate Svjetski. Organiziraju se i planinarski programi: Matokit, Mihovil, Vrgorac, Biokovo i Rilić.

Kulturna baština se valorizira putem manifestacija koje upoznaju turiste s kulturom vrgoračkog kraja, načinom života, poviješću te običajima i gastronomijom naslijeđenom od predaka.

Ključne manifestacije su S Tinom u Vrgorcu, Dan jagoda, Dani dalmatinskog pršuta i vina i Dani bikle i Biklijada. S Tinom u Vrgorcu je kulturno-književna manifestacija koja se već sedam godina odvija u čast Tina Ujevića čija se rodna kuća nalazi u Vrgorcu. Traje sedam dana te obuhvaća razna književna izlaganja te dodjele nagrada za najbolja djela.

Dan jagoda je najznačajnija manifestacija jer je vrgoračka jagoda sinonim za Vrgorac i mnogi ga po tome prepoznaju. Također je uvrštena i u Nacionalni katalog ruralnog turizma Hrvatske kao doživljaj kulture, zajedno sa Danima bikle, koji je izrađen u svrhu promoviranja ruralnog razvoja.

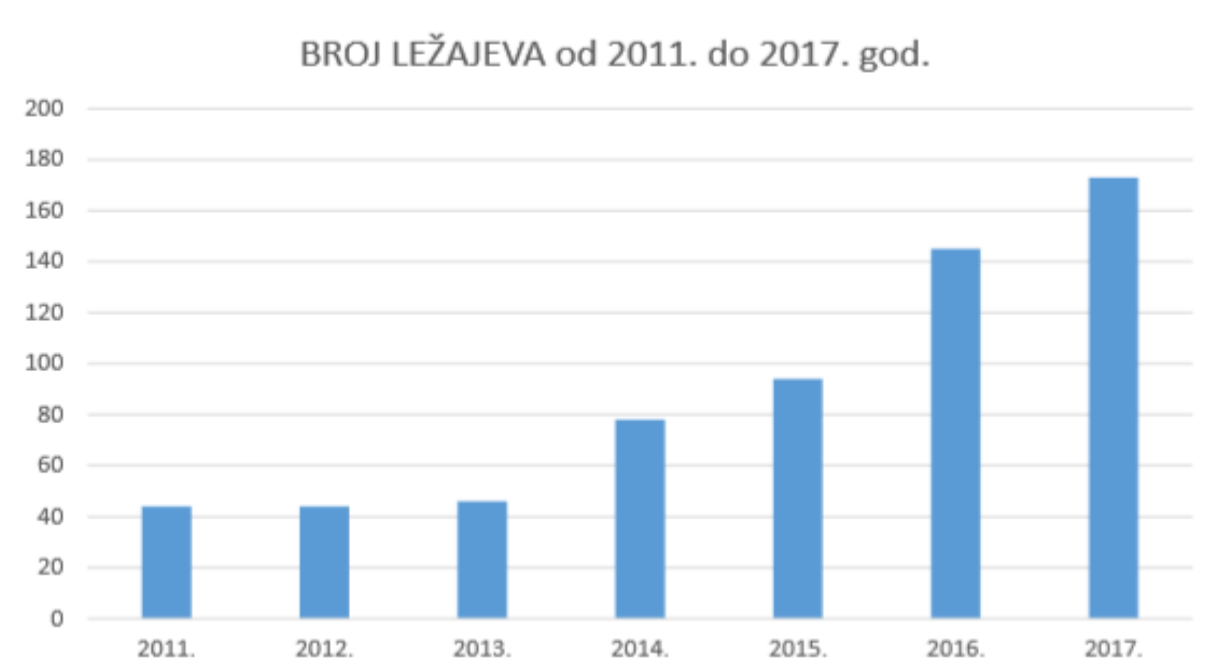
Dani bikle i Biklijada održavaju se u listopadu u svrhu očuvanja tradicionalnih običaja i gastronomije. Predstavlja se bikla, tradicionalni vrgorački napitak od mladog vina i kozjeg mlijeka, kao i ostali gastronomski specijaliteti i rukotvorine uz folklorne izvedbe domaćih KUD-ova.

Dani dalmatinskog pršuta i vina je manifestacija koja se održava u etno selu Kokorići te traje tri dana. Iz godine u godinu broji sve više posjetitelja te bilježi sve veću medijsku popraćenosti. 2017. godine zabilježeno je nekoliko tisuća posjetitelja iz cijele Dalmacije i Hercegovine ali i stranih gostiju iz Norveške, Finske, Švedske, Francuske, Austrije i Njemačke koji su se oduševili ruralnim ambijentom.

Također su bitan dio ponude i manifestacije Zeleni dani koji promiču tradicionalnu gastronomiju, Večer pod Matokitom na kojoj se izvode folklorni plesovi, čuvaju kulturni običaji, pjesma i nošnje, Večer tradicije i pučke arhitekture koja se odvija u Velikom Godinju u svrhu promocije Velikog Godinja kao očuvanog arhitektonskog čuda te druge.

#### 4.2. Smještajni kapaciteti

Smještajne kapacitete Grada Vrgorca čine objekti u domaćinstvu, objekti u OPG-ovima te hotel Prvan u Vrgorcu. Godine 2011. bila su svega 44 ležaja koja su se nalazila u hotelu Prvan, a u 2017. postoji dodatnih 129 ležaja koji se nalaze u domaćinstvima i obiteljskim gospodarstvima. U zadnjih 5 godina broj smještajnih kapacitet je porastao za 276% iz čega je vidljiv kontinuirani rast turističkog razvoja.



**Slika 2: Broj ležajeva od 2011. do 2017.**

Izvor: Izvještaj TZ Grada Vrgorca 2017.

Popis registriranih smještajnih objekata s brojem ležajeva, kategorizacijom i po naseljima vidljiv je u tablici 5. Po kategorizaciji prevladavaju smještaji s 3 zvjezdice s par jedinica s 4 zvjezdice i samo jednoj vili s 5 zvjezdica.

**Tabela 6: Registrirani smještajni objekti u 2017.**

| Naziv objekta    | Vrsta objekta                                     | Kategorija  | Naselje       | Broj ležajeva |
|------------------|---|-------------|---------------|---------------|
| Apartman 1       | Objekti u domaćinstvu                             | 3 zvjezdice | Rašćane       | 2             |
| Apartman 1       | Objekti u domaćinstvu                             | 3 zvjezdice | Rašćane       | 2             |
| Apartman 2       | Objekti u domaćinstvu                             | 3 zvjezdice | Rašćane       | 4             |
| Apartman br.1.   | Objekti u domaćinstvu                             | 3 zvjezdice | Veliki Prolog | 2             |
| BOROVAC          | Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)          | 2 sunca     | Vrgorac       | 2             |
| Branimir Bobanac | Objekti u domaćinstvu                             | 3 zvjezdice | Kljenak       | 6             |
| DINKINA KUĆA     | (Druge vrste - skupina kampovi) / Kuća za odmor   | 3 zvjezdice | Kokorići      | 3             |
| GAŠPAR           | Objekti u domaćinstvu                             | 3 zvjezdice | Umčani        | 15            |
| JURIN DOM        | Objekti u domaćinstvu                             | 4 zvjezdice | Rašćane       | 2             |
| MARINOVA KUĆA    | (Druge vrste - skupina kampovi) / Studio apartman | 3 zvjezdice | Kokorići      | 3             |
| Mladen Jović     | Objekti u domaćinstvu                             | 4 zvjezdice | Duge Njive    | 6             |
| NIKOLINA KUĆA    | (Druge vrste - skupina kampovi) / Studio apartman | 3 zvjezdice | Kokorići      | 4             |
| PROLOGOS         | Objekti u domaćinstvu                             | 3 zvjezdice | Veliki Prolog | 6             |
| PRVAN            | Hotel   | 3 zvjezdice | Vrgorac       | 44            |
| Soba 1           | Objekti u domaćinstvu                             | 3 zvjezdice | Vrgorac       | 2             |

|                 |                       |             |            |    |
|-----------------|-----------------------|-------------|------------|----|
| Studio apartman | Objekti u domaćinstvu | 3 zvjezdice | Rašćane    | 2  |
| Vila Majić      | Objekti u domaćinstvu | 3 zvjezdice | Zavojane   | 8  |
| VILA VELE       | Objekti u domaćinstvu | 3 zvjezdice | Dusina     | 8  |
| VILLA ANA       | Objekti u domaćinstvu | 3 zvjezdice | Rašćane    | 6  |
| VILLA ANTONIJA  | Objekti u domaćinstvu | 3 zvjezdice | Zavojane   | 8  |
| VILLA KIKIŽA    | Objekti u domaćinstvu | 5 zvjezdice | Dusina     | 12 |
| VILLA KRČEVINA  | Objekti u domaćinstvu | 3 zvjezdice | Kotezi     | 2  |
| VILLA NIKA      | Objekti u domaćinstvu | 3 zvjezdice | Vrgorac    | 8  |
| VILLA RADALJ    | Objekti u domaćinstvu | 3 zvjezdice | Duge Njive | 4  |
| VILLA TONE      | Objekti u domaćinstvu | 3 zvjezdice | Višnjica   | 4  |
| VILLA ŽARKA     | Objekti u domaćinstvu | 4 zvjezdice | Zavojane   | 8  |

Izvor: Izvještaj TZ Grada Vrgorca 2017.

Prema booking.com cijena noćenja s doručkom za dvije osobe se kreće od 400 do 600, dok je cijena noćenja u etno selu Kokorići nešto skuplja.

### **4.3. Ugostiteljska ponuda**

Ugostiteljsku ponudu čine restoran i vinarija Pilač i restoran u hotelu Prvan u Vrgorcu, konoba Prvan u Kokorićima, konoba Andrija u Kotezima te brojni kafići. U svojoj gastronomskoj ponudi Grad Vrgorac ima mnoge tradicionalne recepte koji dočaravaju kulturu mjesta i stare običaje. Neki od tih delicija su: Vrgorske koprtlje, Brujet od ugora, Kokoš u vareniku, Teletina na žabe, Prepelica na ražnju te neizostavni vrgorački pršut i vino te bikla (crno vino i kozje mlijeko).

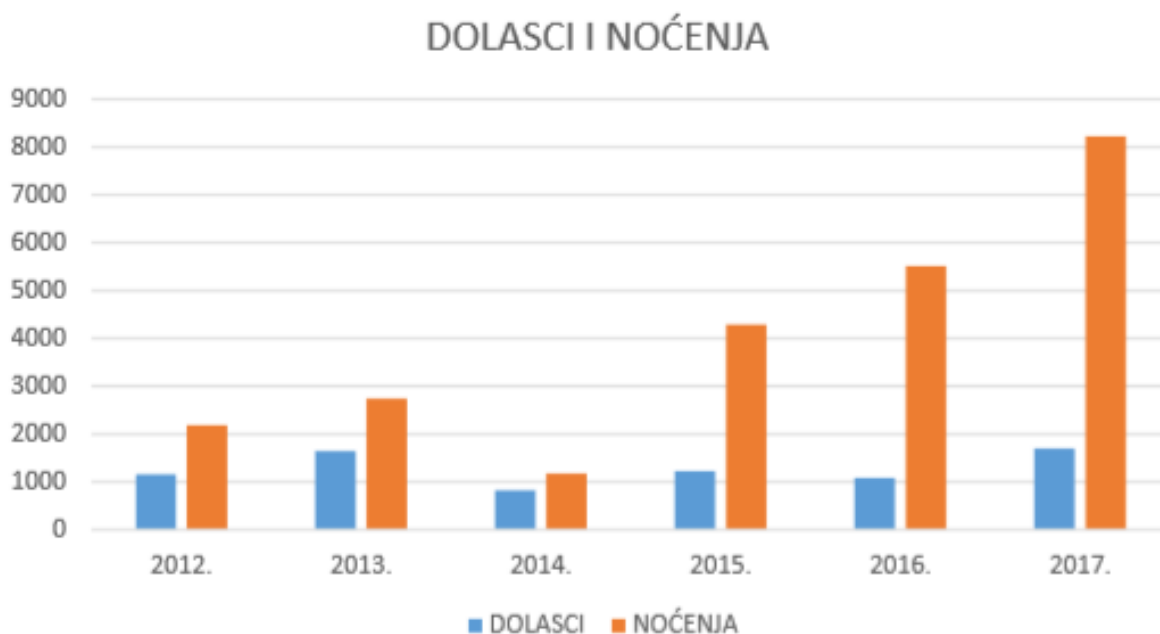
Također ponuditelji smještaja u obiteljskim domaćinstvima te kućama za odmor većinom nude vlastite poljoprivredne proizvode svojim gostima. Tu spadaju domaća vina, eko proizvedeno voće i povrće, domaći sirevi itd.

## 5. TURISTIČKA POTRAŽNJA

### 5.1. Turistički promet u vrgoračkom kraju

Turistička potražnja za ruralnim turizmom u Vrgorcu svake godine sve više raste zahvaljujući povećanju broja smještajnih kapaciteta kao i zainteresiranosti mještana za kreiranje turističke ponude.

Prema dolascima i noćenjima turista od 2012. do 2017. Vidljiv je kontinuirani rast osim 2014. godine kada je došlo do naglog pada. Skok s 5516 noćenja u 2016. na 8224 noćenja u 2017. pokazuje veliki porast noćenja od 49,09%.



**Slika 3: Dolasci i noćenja u vrgoračkom kraju od 2012. do 2017. Godine**

Izvor: Izvješće TZ Grada Vrgorca 2017.

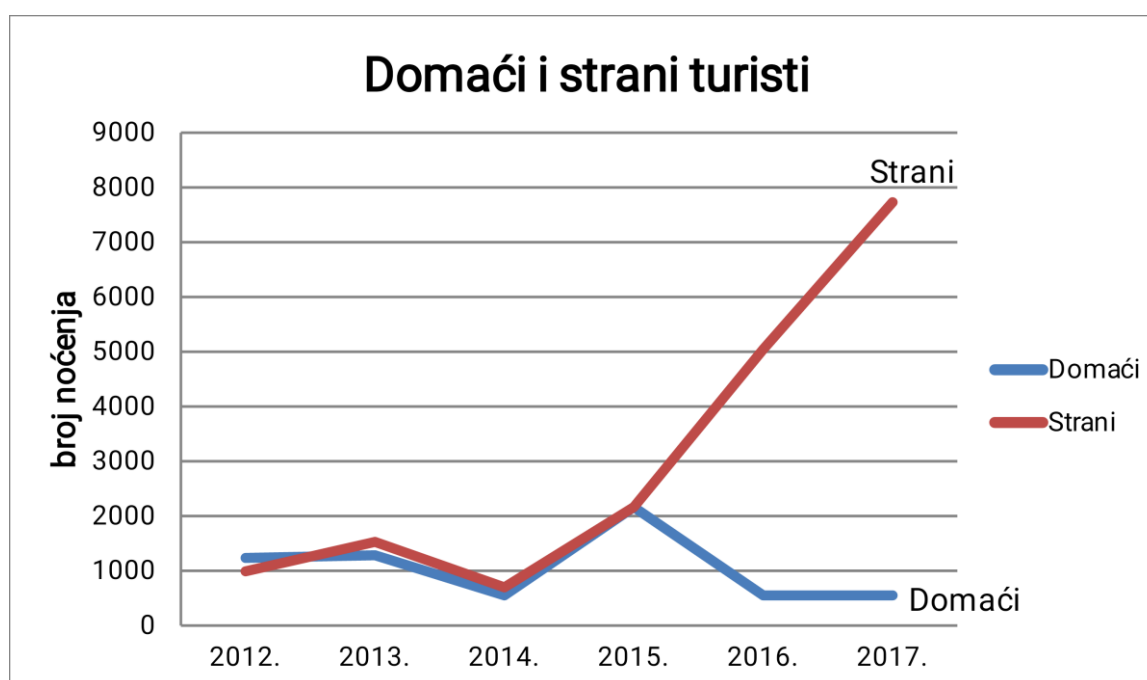
Većina turista koji posjećuju Grad Vrgorac su strani turisti dok domaćih ima u malom broju. To se u zadnjih šest godina izmijenilo jer prema podacima iz 2012. vidimo da je bilo više domaćih turista, te u 2015. dolazi nagle izmjene gdje broj domaćih turista opada a broj stranih

turista naglo raste. To je dobar pokazatelj da Vrgorac sve više privlači strane turiste i da se širi znanje o turističkoj ponudi toga kraja.

**Tabela 7: Noćenja domaćih i stranih turista**

|               | 2012. | 2013. | 2014. | 2015. | 2016. | 2017. |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| <b>DOMAĆI</b> | 1215  | 1238  | 503   | 2134  | 512   | 529   |
| <b>STRANI</b> | 973   | 1503  | 674   | 2156  | 5004  | 7695  |

Izvor: Izvješće TZ Grada Vrgorca 2017.



**Slika 4: Noćenja domaćih i stranih turista od 2012. do 2017.**

Izvor: Izvješće TZ Grada Vrgorca 2017.; izrada autora

## 5.2. Dolasci i noćenja turista prema zemlji porijekla

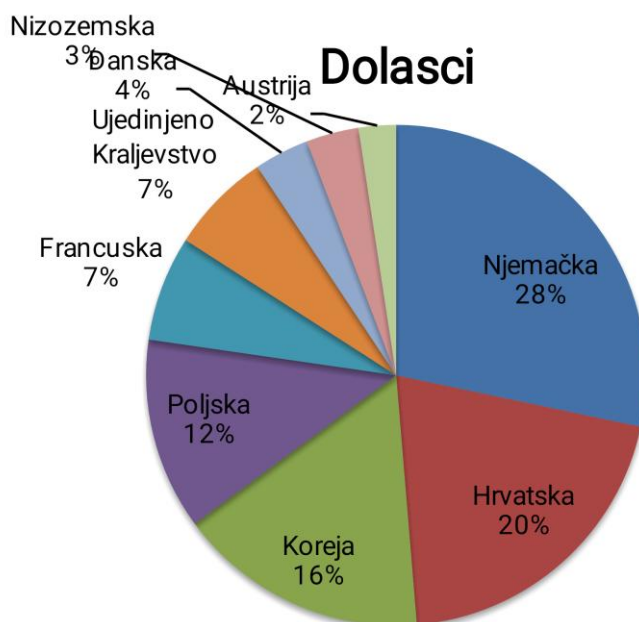
Što se tiče država odakle su dolazili turisti u 2017. prema noćenju najzastupljeniji su Nijemci, Poljaci, Francuzi, Britanci te domaći gosti, dok su u 2016. najzastupljeniji bili Nijemci, Poljaci, Hrvati, Švedani te Danci. Posebna promjena u 2017. u odnosu na 2016. su dolasci iz Koreje koji su u 2017. ostvarili 215 noćenja u Gradu Vrgorcu.

**Tabela 8: Turistički promet po državama u 2017. godini**

| Država                    | Dolasci | Noćenja | Udio dolazaka (%) | Udio noćenja (%) |
|---------------------------|---------|---------|-------------------|------------------|
| Njemačka                  | 357     | 3370    | 21,43             | 41,22            |
| Poljska                   | 164     | 1010    | 9,84              | 12,35            |
| Francuska                 | 90      | 539     | 5,40              | 6,59             |
| Ujedinjeno<br>Kraljevstvo | 87      | 531     | 5,22              | 6,50             |
| Hrvatska                  | 270     | 489     | 16,21             | 5,98             |
| Danska                    | 47      | 380     | 2,82              | 4,65             |
| Nizozemska                | 45      | 248     | 2,70              | 3,03             |
| Austrija                  | 32      | 238     | 1,92              | 2,91             |
| Koreja,<br>Republika      | 215     | 215     | 12,91             | 2,63             |

Izvor: Izvješće TZ Grada Vrgorca 2017.

A prema dolascima po zemljama prevladavaju turisti iz Njemačke, Hrvatske, Koreje, Poljske i Francuske.



**Slika 5: Dolasci prema zemljama u 2017.**



### **5.3. Turistički promet prema vrsti smještajnog objekta**

Turistički promet po vrsti objekta pokazuje kako je najveći udio dolazaka i noćenja stranih gostiju ostvareno u kućama za odmor i apartmanima (49,39% dolazaka te 78,60% noćenja), dok je najveći udio dolazaka i noćenja domaćih gostiju u 2017. godini na području Vrgorca ostvaren u hotelskom smještaju (91,33% dolazaka i 86,20% noćenja).

## 6. TURISTIČKA PERSPEKTIVA VRGORAČKOG KRAJA

Perspektiva razvoja ruralnog turizma u vrgoračkom kraju počiva na prirodnom i kulturnom bogatstvu, autentičnoj kulturi života i rada, gastronomiji, ponudi aktivnog odmora u prirodi kao i na geografskoj poziciji Vrgorca koji se nalazi u blizini većih turističkih destinacija Dalmacije i Hercegovine. Prema statističkim podacima o povećanju dolazaka i noćenja turista i rastu smještajnih kapaciteta iz godine u godinu vidimo da potencijala ima i da stanovnici sve više uviđaju mogućnosti koje turizam pruža.

Međutim, potencijali nisu dovoljno iskorišteni te je potrebno proširiti proizvod objedinjujući sve potencijale i s odgovarajućom marketinškom strategijom plasirati ga na tržište.

Agroturizam ili seoski turizam zahtjeva otvaranje većeg broja smještajnih kapaciteta, naročito kuća za odmor i smještaja u domaćinstvu koji će pružiti gostima miran odmor, interakciju s domaćinima i uranjanje u seoski način života. U širenju ponude stanovništvo može dobiti pomoć od strane države i EU koje pružaju financijsku pomoć pri gradnji kuća za odmor i bazena u ruralnim područjima, kao i od strane TZ Grada Vrgorca koja organizira radionice o razvoju ruralnog turizma i upravljanju. Bitna stavka ovog oblika ruralnog turizma je seosko iskustvo koje se ostvaruje uključivanjem turista u poljoprivredne poslove. Tako se na području Grada Vrgorca trebaju razvijati ture i izleti koji će omogućiti turistima branje poljoprivrednih proizvoda i sudjelovanje u pripremi proizvoda kao što su sirevi i vino.

Kao što je već spomenuto sinonim za Vrgorac je vrgoračka jagoda i taj proizvod bi trebao biti u središtu plasiranja Vrgorca na tržište. Širenjem programa manifestacije Dan jagoda privuklo bi se više posjetitelja te bi se promoviralo vrgoračko područje. Također bi se trebalo promovirati i ostale manifestacije kako bi se upoznalo javnost sa svime što ta krajina može ponuditi.

U svojoj ponudi Vrgorac može koristiti i blizinu većih turističkih destinacije koje se nalaze u opsegu od dva sata vožnje od Vrgorca. Tu spadaju Split, Dubrovnik, Makarska rivijera, Mostar i Međugorje. Također se u blizini nalaze i dolina Neretve u kojoj mogu posjetiti 4 ornitološka rezervata, voziti se lađama, posjetiti Arheološki muzej u Naroni ili uživati u foto-safariju i promatranju ptica. Ovakav geografski položaj posjetiteljima vrgoračkog kraja nudi veliki broj destinacija koje mogu posjetiti za vrijeme boravka i tako obogatiti svoj odmor.

Osim širenja ponude ključna stvari za bolji razvoj turizma je pravilna marketinška strategija koja će povećati postojeću potražnju. Danas je najzastupljeniji marketinški oblik online marketinga. Pregledavajući internet stranicu TZ Grada Vrgorca vidljivo je da stranica već godinama nije aktivna. A službena stranica Grada Vrgorca ne nudi puno informacija u vezi turizma. Kako bi se poboljšao marketing treba oživjeti stranicu turističke zajednice kako bi potencijali posjetitelji mogli vidjeti ponudu koju Grad nudi kao i udružiti se s Turističkim zajednicama ostalih turističkih destinacija dalmatinske zagore kako bi zajedničkim snagama promovirale ruralni turizam na svojim područjima. Također bi se trebalo angažirati oko promocije na društvenim mrežama poput Facebook-a i Instagrama koje su danas sve važnije tijekom istraživanja i planiranja putovanja.

## 7. ZAKLJUČAK

Područje vrgoračke krajine se nalazi u dalmatinskoj zagori koje se sve više suočava s gospodarskim i demografskim problemima. Takvi problemi dovode do napuštanja sela te njihovih propadanja kao i propadanja kulture tih područja. Spas u revitalizaciji sela pronalazi se u razvoju ruralnog turizma.

Zahvaljujući rastućem trendu potražnje za ruralnim turizmom i uviđaju lokalnog stanovništva kako turizam može donijeti prihode te očuvati lokalnu zajednicu u vrgoračkom kraju u zadnjih 5 godina turistička ponuda i potražnja su u porastu.

Atraktivna priroda, kulturna baština, tradicionalna kultura života i rada, običaji, gastronomija i dobra geografska pozicija čine dobru podlogu za razvoj održivog ruralnog turizma u vrgoračkom kraju. Unatoč tome ruralni turizam još nije valoriziran u mjeri u kojoj je moguć. Povećanje smještajnih kapaciteta, bolja organizacija i promocija manifestacija, širenje ponude u vidu aktivnog odmora u prirodi i sudjelovanja u poljoprivrednim djelatnostima, iskorištavanje dobro geografske pozicije, kao i povezivanje s okolnim područjima za zajednički marketing ključ je budućeg razvoja ruralnog turizma tog kraja.

## LITERATURA

1. CBI.eu: What are the opportunities for Rural Tourism from Europe?, [Internet], raspoloživo na: <https://www.cbi.eu/node/2545/pdf/> [17.8.2018.]
2. HGK: Nacionalni katalog ruralnog turizma Hrvatske, [Internet], raspoloživo na: <https://www.hgk.hr/documents/hgkatalogruralniturizamhrvatskeweb57728ea64487b.pdf> [20.8.2018.]
3. Izvješće TZ Grada Vrgorca 2017.
4. Izvješće TZ Grada Vrgorca 2016.
5. O. Kesar: Uvod u specifične oblike turizma; Ekonomski fakultet – Zagreb (2012/2013), [Internet], raspoloživo na: [http://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/TUR/Web\\_Uvod%20u%20specifi%C4%8Dne%20oblike%20turizma.pdf](http://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/TUR/Web_Uvod%20u%20specifi%C4%8Dne%20oblike%20turizma.pdf) [17.8.2018.]
6. Narodne Novine (5/2008): Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu, [Internet], raspoloživo na: [https://narodnenovine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008\\_01\\_5\\_112.html](https://narodnenovine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_01_5_112.html) [18.8.2018.]
7. Narodne Novine (68/2007) :Zakon o pružanju usluga u turizmu, [Internet], raspoloživo na: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007\\_07\\_68\\_2066.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_07_68_2066.html) [20.8.2018.]
8. Narodne Novine (85/15, 121/16): Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, [Internet], raspoloživo na: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015\\_08\\_85\\_1648.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015_08_85_1648.html) [20.8.2018.]
9. Petrić L. (2013/2014): Uvod u turizam; Ekonomski fakultet Split, Sveučilište u Splitu
10. Prostorni plan uređenja Grada Vrgorca (2006), [Internet], raspoloživo na: <http://lokalnahrvatska.hr/images/naselja/021/vrgorac/Prostorn%20plan.pdf> [1.9.2018.]
11. Registar kulturnih dobara; dostupno na: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6212>
12. Ružić, E.: Ruralni turizam, Ustanova za cjeloživotno učenje Magistra, Pula
13. Službena stranica Grada Vrgorca, [Internet], raspoloživo na: <http://www.vrgorac.hr/zasticena-kulturna-dobra-na-podrucju-vrgorske-krajine/> [18.8.2018.]
14. Strategija razvoja Grada Vrgorca (2016), Split, [Internet], raspoloživo na: [http://www.vrgorac.hr/wp-content/uploads/2017/02/10.Strategija\\_razvoja\\_Grad\\_Vrgorca\\_Radna\\_verzija.pdf](http://www.vrgorac.hr/wp-content/uploads/2017/02/10.Strategija_razvoja_Grad_Vrgorca_Radna_verzija.pdf) [19.8.2018.]

15. Strategija razvoja ruralnog turizma Splitsko-dalmatinske Županije (2009); Horwath consulting Zagreb, [Internet], raspoloživo na: <http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/ruralni-turizam-strategija.pdf> [25.8.2018.]

## **POPIS SLIKA**

|   |    |
|---|----|
| Slika 1: Javne ceste na području Grada Vrgorca.....                         | 15 |
| Slika 2: Broj ležajeva od 2011. do 2017. ....                               | 22 |
| Slika 3: Dolasci i noćenja u vrgoračkom kraju od 2012. do 2017. Godine..... | 26 |
| Slika 4: Noćenja domaćih i stranih turista od 2012. do 2017. ....           | 27 |
| Slika 5: Dolasci prema zemljama u 2017.....                                 | 28 |

## **POPIS TABLICA**

|  |    |
|--|----|
| Tabela 1: Oblici turističkih aktivnosti u ruralnim područjima.....                   | 6  |
| Tabela 2: Kriteriji za definiranje okvira ruralnog turizma .....                     | 7  |
| Tabela 3: Broj stanovnika po naseljima prema popisu stanovništva iz 2011.godine..... | 13 |
| Tabela 4: Kulturna dobra na području Grada Vrgorca.....                              | 16 |
| Tabela 5: Popis manifestacija u Gradu Vrgorcu .....                                  | 18 |
| Tabela 6: Registrirani smještajni objekti u 2017.....                                | 23 |
| Tabela 7: Noćenja domaćih i stranih turista.....                                     | 27 |
| Tabela 8: Turistički promet po državama u 2017. godini .....                         | 28 |

## SAŽETAK

Cilj ovog rada je istražiti ponudu i potražnju za ruralnim turizmom u vrgoračkom kraju, te na temelju njihove analize donijeti zaključak kakva je perspektiva njegovog daljnjeg razvoja. Vrgorački kraj je smješten u dalmatinskoj zagori, te kao i većina mjesta tog područja bori se sa gospodarskim i demografskim problemima. Rješenje se može pronaći u razvoj ruralnog turizma koji pruža mnoge pozitivne učinke kao što su veći prihodi, samozapošljavanje, očuvanje mjesta i kulture te pravilan regionalni razvoj. Iako ponuda i potražnja za ruralnim turizmom u Vrgorcu nije velika vidi se njen rast kroz godine te potencijal koji taj kraj ima. Potrebno je stvoriti proizvod koji će privući više turista, poboljšati marketing, povezati se sa okolinom te povećati smještajne kapacitete. Posebne prednosti koje taj kraj može iskoristiti za razvoj su očuvana priroda, tradicionalna gastronomija, vrgoračke jagode koje su simbol tog kraja te blizinu velikih turističkih destinacija.

**Ključne riječi:** *Vrgorac, ponuda, potražnja, ruralni turizam*

## SUMMARY

The primary goal of this final work is to explore the supply and demand for rural tourism in the region of Vrgorac, and on the basis of their analysis to draw a conclusion of the perspective of its further development. The Vrgorac region is located in the Dalmatian hills, and like the most places of this area it is struggling with economic and demographic problems. The solution can be found in the development of rural tourism that provides many positive effects such as higher incomes, self-employment, preservation of place and culture and proper regional development. Although the supply and demand for rural tourism in Vrgorac is not big, its growth throughout the years and have the potential. It is necessary to create a product that will attract more tourists, improve marketing, connect with the surrounding areas and increase accommodation capacities. The special advantages that this region can use for tourism development include preserved nature, traditional gastronomy, top-of-the-line strawberries that are the symbol of this area and the proximity of major tourist destinations.

**Keywords:** *Vrgorac, supply, demand, rural tourism*