



PLAN RAZVOJA TURIZMA IMOTSKE KRAJINE

Zagreb, listopad 2018. godine

PLAN RAZVOJA TURIZMA IMOTSKE KRAJINE

Naručitelj:

TZ Imota

Voditelj projekta:

Dr. sc. Ivo Kunst

Autori:

Dr. sc. Ivo Kunst

Dr. sc. Snježana Boranić Živoder

Zagreb, listopad 2018.

SADRŽAJ:

1. UVOD	5
1.1. POZADINA PROJEKTA	5
1.2. PRISTUP PROJEKTU	5
1.3. CILJEVI PROJEKTA.....	7
1.4. METODOLOGIJA PROJEKTA.....	8
2. STATUS QUO ANALIZA	10
2.1. POLOŽAJ, JEDINICE LOKALNE SAMOUPRAVE I STANOVNIŠTVO.....	10
2.2. KLIMATSKE, RELJEFNE I PEDOLOŠKE ZNAČAJKE	11
2.3. PROMETNA POVEZANOST	12
2.4. GOSPODARSTVO.....	13
2.5. KOMUNALNA INFRASTRUKTURA	13
2.6. ZAŠTIĆENA PRIRODNA BAŠTINA	15
2.7. ZAŠTIĆENA I EVIDENTIRANA KULTURNO-POVIJESNA BAŠTINA	15
2.8. TURISTIČKI RESURSI I ATRAKCIJE	22
2.9. DOSTIGNUTI STUPANJ TURISTIČKOG RAZVOJA IMOTSKJE KRAJINE	26
2.10. TURISTIČKE RAZVOJNE ZONE	30
2.11. OCJENA KONKURENTNOSTI TURISTIČKOG PROIZVODA IMOTSKJE KRAJINE	31
3. ANALIZA TRŽIŠTA	34
3.1. KVANTITATIVNI TRENDVI	34
3.2. KVALITATIVNI TRENDVI OD INTERESA ZA PROJEKTNO PODRUČJE.....	34
3.3. IDENTIFIKACIJA POTENCIJALNIH TURISTIČKIH PROIZVODA OD INTERESA	38
3.3.1. Seoski turizam	38
3.3.2. Eko-turizam	39
3.3.3. Promatranje ptica (i ostalog životinjskog svijeta).....	40
3.3.4. Ribolovni turizam.....	41
3.3.5. Ladanje daleko od gradske gužve i turističke vreve	43
3.3.6. Ciklo turizam	43
3.3.7. Pješčenje/trekking'/planinarenje.....	44
3.3.8. Turizam baštine.....	45
3.3.9. Turizam događanja	46
3.3.10. Turizam vina	47
3.3.11. Lovni turizam	48
3.3.12. Sportsko-avanturistički turizam.....	49
3.4. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA	50
4. SWOT ANALIZA.....	52
4.1. PRISTUP	52
4.2. RESURSNA OSNOVA, ATRAKCIJE I PROSTORNE ZNAČAJKE	53
4.3. INFRASTRUKTURA	54
4.4. RAZVIJENOST TURISTIČKOG SEKTORA	55
4.5. LJUDSKI POTENCIJALI.....	56
4.6. RAZVOJ PROIZVODA, MARKETING I PROMOCIJA.....	57
4.7. ORGANIZACIJA I UPRAVLJANJE TURISTIČKIM RAZVOJEM	58
4.8. SAŽETAK SWOT ANALIZE.....	59
5. POŽELJNA NAČELA TURISTIČKOG RAZVOJA	60
5.1. POLAZNE OSNOVE.....	60
5.2. ODREDNICE EKONOMSKE ODRŽIVOSTI	60
5.3. ODREDNICE EKOLOŠKE ODRŽIVOSTI	61
5.4. ODREDNICE DRUŠTVENE ODRŽIVOSTI	62

6. VIZIJA I STRATEŠKI CILJEVI RAZVOJA	64
6.1. Uvodne napomene	64
6.2. Metodološki pristup	64
6.3. Vizija razvoja turizma na području Imotske krajine	64
6.4. Ciljevi razvoja turizma na području Imotske krajine	65
7. KONCEPCIJA RAZVOJA TURIZMA	68
7.1. Polazne osnove.....	68
7.2. Programski koncept turističkog razvoja	68
7.2.1. Portfelj proizvoda i tržišno pozicioniranje	70
7.2.2. Pretpostavke razvoja proizvoda i poželjno tržišno pozicioniranje.....	70
7.3. Prostorni aspekt turističkog razvoja.....	74
7.3.1. Obilježja prostornih cjelina i mogućnosti za razvoj turizma	75
8. PLAN PODIZANJA KONKURENTNOSTI	79
8.1. Programi u funkciji stvaranja poticajnog socijalnog okruženja	80
8.2. Programi unapređenja javne komunalne infrastrukture	81
8.3. Razvoj proizvoda/obogaćivanje turističkog lanca vrijednosti.....	82
8.4. Unapređenje tržišne prepoznatljivosti/poželjnosti.....	83
8.5. Ostalo - podizanje kvalitete ljudskog potencijala.....	83
9. PLAN IMPLEMENTACIJE	85
10. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA	87
DODATAK 1: PROJEKTI U FUNKCIJI STVARANJA POTICAJNOG SOCIJALNOG OKRUŽENJA	88
DODATAK 2: PROJEKTI U FUNKCIJI UNAPREĐENJA JAVNE KOMUNALNE I TURISTIČKE INFRASTRUKTURE	93
DODATAK 3: RAZVOJ PROIZVODA - PROJEKTI U FUNKCIJI OBOGAĆIVANJA TURISTIČKOG LANCA VRIJEDNOSTI	98
DODATAK 4: PROJEKTI U FUNKCIJI UNAPREĐENJA TRŽIŠNE PREPOZNATLJIVOSTI	112

1. UVOD

1.1. Pozadina projekta

Turizam za Splitsko-dalmatinsku županiju predstavlja izuzetno važnu gospodarsku aktivnost i jedan od neupitnih razvojnih prioriteta. Neovisno o tome, turistička aktivnost u pojedinim dijelovima Županije, osobito u jedinicama lokalne samouprave koja nemaju direktan kontakt s morem, još uvijek nije na zadovoljavajućoj razini. To se, velikim dijelom, odnosi i na cijelo područje Imotske krajine, područja koje u zadnjih nekoliko godina, a osobito nakon probijanja tunela Sv. Ilija prema Makarskoj rivijeri, postaje sve atraktivnije kako za različite segmente turističke potražnje, tako i za potencijalne investitore u turistički sektor, osobito u sferi malog i srednjeg poduzetništva, a na što ukazuje recentna izgradnja značajnog broja (luksuznih) kuća za odmor.

Budući da se razvoju turizma na području Imotske krajine do danas, u usporedbi s priobalnim dijelovima Županije nije pridavala osobita pažnja, na cijelom se ovom prostoru, sa izuzetkom donekle samo grada Imotskog, još uvijek ostvaruju ekonomski učinci ispod objektivno mogućih. S druge strane, a imajući na umu činjenicu da resursna osnova Imotske krajine pogoduje razvoju većeg broja izuzetno atraktivnih turističkih doživljaja, može se reći da se turizam na području Imotske krajine nalazi na svojevrsnoj razvojnoj prekretnici:

- ili će se, adekvatnom valorizacijom vrijedne i specifične resursno-atraksijske osnove, zaštitom prostora kao primarnog resursa i primjerenim tržišnim pozicioniranjem, napraviti kvalitativni iskorak u profiliranju turističke ponude cijelog ovog područja, čime će cijeli prostor Imotske krajine, osobito u kontekstu percepcije međunarodne potražnje, postajati atraktivna i dobro organizirana turistička destinacija privlačna sve brojnijim tržišnim segmentima tijekom većeg dijela godine,
- ili će cijelo ovo područje i dalje ostati podalje od glavnih turističkih tokova Županije, a što implicira da će se turizam razvijati uglavnom neplanski i sporadično uz sub-optimalno korištenje raspoloživog razvojnog prostora te daljnje zaostajanje u stupnju turističke i gospodarske razvijenosti.

U želji da se postojeća razina turističke aktivnosti na području cijele Imotske krajine u budućnosti značajno unaprijedi, TZ Imota zatražila je od Instituta za turizam, Zagreb, izradu dokumenta 'Plan razvoja turizma Imotske krajine'. Drugim riječima, riječ je o dokumentu čija bi implementacija trebala osigurati bitne pretpostavke za kvalitetniji turistički iskorak i otvaranje cijelog prostora Imotske krajine sve brojnijim segmentima turističke potražnje.

Slijedeći uobičajenu metodologiju izrade regionalnih turističkih razvojnih planova, ovaj je dokument strukturiran u skladu s postavljenim zadacima.

1.2. Pristup projektu

Događaju se fundamentalne promjene u turizmu

Kao rezultat prilagođavanja turističke industrije ekonomskim, tehnološkim, komunikacijskim, informacijskim, demografskim, socio-psihološkim, klimatskim i drugim promjenama u globalnom okruženju, mijenjaju se kako pravila igre, tako i ključni činitelji uspjeha na razini pojedinačne turističke destinacije. O tome najbolje svjedoče kontinuirane promjene u konkurentskoj sposobnosti pojedinih turističkih zemalja,

turističkih regija i/ili gradova na globalnom turističkom tržištu. Promjene u duljini i kvaliteti života, radnom vremenu, životnim stilovima, odnosno načinu izbora i kupovanja turističkih putovanja revolucionarno mijenjaju do jučer prevladavajući obrazac jednokratnih putovanja u funkciji provođenja godišnjih odmora. Diversifikacija i stalne inovacije proizvoda, doživljaji i emocije, potraga za novim iskustvima, putovanja zbog upoznavanja drugih kultura i sl. postali su novi standardi i tržišne činjenice bez kojih nijednoj turističkoj destinaciji u svijetu više neće biti moguće opstati u globalnoj turističkoj industriji.

Neovisno o tome, Imotska krajina još uvijek ne koristi komparativne prednosti kojima raspolaže

Imotska krajina ima znatne pogodnosti za dinamiziranje svog turističkog razvoja u vremenu koje dolazi. Uz povoljnu klimu, riječ je ponajviše o raznovrsnosti i očuvanosti prirodne resursno-atraksijske osnove, pri čemu posebno valja izdvojiti veći broj krških jezera, rijeku Vrljiku, brojne špilje i krške fenomene te plodno Imotsko polje. Uz to, cijeli je ovaj kraj poznat po velikom broju poznatih osoba, prepoznatljivoj kulturi života i rada, zanimljivoj povijesti, te osebujnoj materijalnoj i nematerijalnoj kulturnoj baštini.

Turizam predstavlja nedovoljno iskorišteni gospodarski potencijal Imotske krajine

Gotovo nijedna jedinica lokalne samouprave Imotske krajine (grad Imotski, te općine Cista Provo, Lovreć, Proložac, Lokvičići, Runovići, Zmijavci, Zagvozd, Podbablje) još uvijek nije (dovoljno) valorizirala ljepotu, specifičnosti i turistički potencijal raspoložive resursno-atraksijske osnove. O tome najbolje svjedoči činjenica da na cijelom ovom području, osim recentnih ulaganja u (luksuzne) kuće za odmor, još uvijek nije bilo značajnijih ulaganja u diversifikaciju smještajne ponude, počevši od tematiziranih malih obiteljskih hotela/'bed & breakfast' pansiona, preko kampova i kapaciteta seoskog turizma, do ponude u sferi ekoturizma, kao ni ulaganja povezanih s obogaćivanjem siromašne ponude hrane i pića, sadržaja sporta, rekreacije i/ili zabave i drugih, s turizmom povezanih, uslužnih djelatnosti.

Imotska krajina još uvijek nije adekvatno pozicionirana na turističkom tržištu

Nedostatna i trendovima na turističkom tržištu nedovoljno prilagođena turistička infra i suprastruktura, kao i nedovoljna spremnost za značajniji turistički iskorak u većini jedinica lokalne samouprave na području Imotske krajine, rezultirali su i relativno siromašnim sustavom, za tržište spremnih, turističkih proizvoda. Drugim riječima vrijedna resursno-atraksijska osnova cijelog ovog područja još uvijek nije zadovoljavajuće tržišno prezentirana na domaćem i/ili međunarodnom turističkom tržištu, neovisno o izuzetno povoljnim trendovima i sve većoj segmentaciji potražnje na tržištu specijalnih interesa.

Adekvatno tržišno

Konkurentno tržišno pozicioniranje Imotske krajine na

pozicioniranje Imotske krajine podrazumijeva uspostavu dobro osmišljenog sustava turističkih doživljaja

turističkom tržištu pretpostavlja sustavnu izgradnju originalnog, tržišno diferenciranog, međusobno komplementarnog i međunarodno konkurentnog sustava turističkih doživljaja namijenjenih ciljanim tržišnim segmentima tijekom različitih dijelova godine. Osmišljavanje takvog sustava turističkih doživljaja neće biti moguće bez:

- sustavne valorizacije potencijala raspoložive resursno-atraksijske osnove,
- objektivnog sagledavanja snaga i slabosti dosadašnjeg turističkog razvoja ovog područja
- jasne vizije, ciljeva i koncepcije razvoja turizma na području cijelog ovog područja,
- bitnog unaprjeđivanja postojeće turističke ponude i razvoja novih turističkih proizvoda,
- identifikacije određenog broja oglednih turističkih razvojno-investicijskih projekata u javnom i privatnom sektoru, kao ni bez
- uspostave efikasnih načina suradnje javnog i privatnog sektora, kako u sferi operativnog upravljanja prostorom cijele Imotske krajine, tako i u sferi realizacije pojedinačnih razvojnih projekata.

1.3. Ciljevi projekta

Dokument „Plan razvoja turizma Imotske krajine“ valja shvaćati i/ili tumačiti ponajviše kao osnovni regulatorni okvir za koordinaciju i upravljanje aktivnostima različitih gospodarskih subjekata, institucija javnog sektora i svih drugih dionika neposredno ili posredno uključenih u razvoj i podizanje kvalitete cjelovitog turističkog proizvoda ovog područja do 2025. godine.

U tom smislu, a vodeći računa ne samo o potrebi pojačane komercijalizacije raspoložive prirodne baštine, uz osiguranje njene dugoročno održive uporabe, već i trajnog očuvanja materijalne i nematerijalne kulturne baštine, optimalnog korištenja raspoloživog razvojnog prostora kao i jačanja potencijala ovog područja za razvoj održivog sporog, zelenog i zdravog turizma, najvažniji cilj ovog dokumenta svakako je kontinuirano povećavanje razine blagostanja i kvalitete života svih žitelja Imotske krajine. Ovaj ključni razvojni cilj ostvarit će se kroz:

- kreiranje dobro osmišljenog, tržišno prepoznatljivog, diversificiranog, ali i međusobno komplementarnog sustava turističkih doživljaja,
- prepoznavanje određenog broja prioritetnih razvojno-investicijskih i/ili poslovno-upravljačkih projekata u ingerenciji kako privatnog, tako i javnog sektora, odnosno kroz
- tržišno (re)pozicioniranje cijelog projektnog područja na turističkom tržištu u funkciji jačanja njegove tržišne prepoznatljivosti i poželjnosti.

Na kraju, posebno valja naglasiti da će, po svom usvajanju od strane naručitelja – TZ Imota, ovaj dokument predstavljati:

- cjeloviti javni konceptualni okvir i operativni program djelovanja svih nositelja turističke politike na području Imotske krajine,

- dokument u kojem su transparentno ugrađeni svi bitni elementi nužni za vođenje učinkovite turističke politike na projektnom području i to kako na razini dnevno-operativnih, tako i investicijsko-razvojnih odluka od interesa za turističko-ugostiteljska poduzeća i sve druge gospodarske subjekte vezane uz turistički sektor,
- važan izvor informacija za potencijalne domaće i strane ulagače.

1.4. Metodologija projekta

U izradi dokumenta „Plan razvoja turizma Imotske krajine“ primjenjivana je metodologija usmjerena prema provedbenim rješenjima. Drugim riječima, poštovani su sljedeći ključni metodološki principi:

A. Intenzivna suradnja i uključenost lokalnih subjekata, interesnih skupina i/ili stručnjaka - piramidalni pristup

Cijeli tok izvođenja projekta bio je praćen intenzivnom komunikacijom s lokalnim dionicima, a što je, uz obilazak terena, podrazumijevalo organizaciju prikladnog broja radnih sastanaka i/ili tematskih diskusija/radionica s ključnim razvojnim dionicima, interesnim skupinama i/ili stručnjacima na lokalnoj razini kako bi se postigla visoka razina podudarnosti stavova oko svih bitnih pitanja.

B. Potreba za što ravnomjernijim i prostorno usklađenijim razvojem

Riječ je o načelu koje implicira sagledavanje razvojnih potencijala ne samo cijelog područja obuhvata projekta, ali koje, istodobno, vodi računa i o značajkama/specifičnostima pojedinih karakterističnih užih područja (regija), sve u cilju što je moguće ravnomjernije disperzije učinaka turističkog razvoja na pojedine JLS Imotske krajine.

Operacionalizacija gore navedenih operativnih principa izvođenja projekta osigurana je kroz sljedeće provedbene mehanizme:

Fazni pristup	Izrada dokumenta temeljila se na tri međusobno povezane faze koje odgovaraju na pitanja 'gdje smo danas', 'kuda želimo ići' i 'kako doći do željenog cilja'. Sukladno tome, cijeli dokument može se podijeliti na tri tematske cjeline: (i) analiza stanja, (ii) strategija i koncepcija razvoja te (iii) akcijski plan (implementacijske aktivnosti).
Obilazak terena	Članovi ekspertnog tima Instituta za turizam u više su navrata boravili na prostoru Imotske krajine u cilju što boljeg upoznavanja svih relevantnih značajki projektnog područja.
Intervjui s lokalnim dionicima	Tijekom obilaska terena, a temeljem strukturiranih razgovora s nositeljima izvršne vlasti i/ili drugih relevantnih dionika (turističkog) razvoja, sakupljene su korisne informacije o eventualnim novim projektima/aktivnostima relevantnim za cijelo projektno područje u nastupajućem razdoblju.
Kabinetska ('desk') istraživanja	Osim individualnih intervjuja s ključnim razvojnim dionicima, rad na projektu iziskivao je i provedbu cijelog niza uobičajenih kabinetskih ('desk') istraživanja utemeljenih na prikupljanju, selektiranju i obradi relevantnih informacija iz većeg broja različitih sekundarnih izvora informacija kao što su, primjerice, statistički izvori podataka,

**Strateške
radionice s
lokalnim
dionicima**

stručna literatura, povijesni dokumenti te internetski portali.

U cilju, što je moguće transparentnije i objektivnije verifikacije konkretnih ideja, kao i u predlaganju prihvatljivih rješenja, rad na projektu zahtijevao je provođenje tri strateške radionice s predstavnicima svih relevantnih interesnih skupina i/ili dionika turističkog razvoja projektnog područja. Na njima se, kroz kreativnu razmjenu mišljenja i stavova svih prisutnih, proaktivno raspravljalo o različitim mogućnostima razvoja turizma na području Imotske krajine u vremenu koje dolazi te je, sukladno tome, definirana svima prihvatljiva nova razvojna vizija iz koje su proizašli i konkretni razvojni ciljevi. Isto tako, na toj je osnovi utvrđena i poželjna prostorno-programska koncepcija turističkog razvoja cijelog projektnog područja. Posebno valja naglasiti da su na svim radionicama sudjelovale probrane, za razvoj turizma meritorne i visoko motivirane osobe, pri čemu se vodilo računa o potrebi osiguranja ravnomjerne zastupljenosti predstavnika različitih, s turizmom i turističkim privređivanjem povezanih, djelatnosti u javnom i privatnom sektoru. Dok je prva radionica bila posvećena sagledavanju snaga i slabosti, odnosno prilikama i prijetnjama turističkom razvoju projektnog područja, druga se radionica bavila koncipiranjem poželjne vizije, ciljeva i koncepcije turističkog razvoja Imotske krajine, dok se na trećoj radionici raspravljalo o projektima/aktivnostima koje valja provesti u cilju implementacije razvojne vizije.

2. STATUS QUO ANALIZA

2.1. Položaj, jedinice lokalne samouprave i stanovništvo

Imotska krajina je zemljopisno područje u Dalmatinskoj Zagori, na sjeveroistočnom dijelu SDŽ u zaleđu Biokova, istočno od Sinjske krajine i Omiške krajine, a zapadno od Vrgoračke krajine. Velikim se dijelom prostire po Imotskom polju, odnosno, na prostoru stare hrvatske župe Imote. Sa sjeveroistoka je omeđena bosansko–hercegovačkom granicom, na jugu Makarskim primorjem, a sa sjeverozapada sinjsko–omiškim područjem. Obuhvaća područje općina Cista Provo, Lovreć, Proložac, Lokvičići, Runovići, Zmijavci, Zagvozd i Podbablje, odnosno grada Imotskoga. Područje Imotske krajine prostire se na površini od 708,3 km².

Slika 2.1.1: Područje Imotske krajine



Prema zadnjem popisu stanovništva iz 2011. godine, na ovome je području obitavalo 29.739 osoba (oko 6,5 % od ukupnog broja stanovnika Županije), ili oko 3,5 tisuća manje nego 2001. godine. Većina stanovništva obitava u gradu Imotski i općini Podbablje. Prosječna gustoća naseljenosti iznosi 49 st/km² što je manje od županijskog prosjeka (100 st/km²), ali i od prosjeka za Jadranske Hrvatske u cjelini (57 st/km²). Najgušće je naseljen grad Imotski (185,2 st/km²), a najrjeđe općina Lovreć (16,1 st/km²). Podaci o broju stanovnika, broju kućanstava, broju naseljenih mjesta i prosječnoj gustoći naseljenosti prikazane su u tablici 2.1.1.

Tablica 2.1.1: Površina, broj kućanstava, naselja i stanovnika u JLS Imotske krajine

Grad/općina	Površina u km ²	Broj kućanstava	Broj naselja	Broj stanovnika 2001.	Broj stanovnika 2011.	Gustoća naseljenosti (st/km ²)
Zagvozd	134,0	449	7	1.642	1.188	8,9
Imotski	58,1	2.688	6	10.213	10.764	185,2
Runovići	59,4	692	3	2.643	2.416	40,7
Zmijavci	13,9	546	1	2.130	2.048	146,9
Proložac	54,6	1.137	5	4.510	3.802	69,6
Podbablje	44,4	1.292	8	4.904	4.680	105,5
Lovreć	105,8	609	5	2.500	1.699	16,1
Lokvičići	28,6	243	2	1.037	807	28,3
Cista Provo	107,3	762	6	3.674	2.335	21,8
Ukupno	606,1	8.418	43	33.253	29.739	49,1

Izvor: Popis stanovništva 2011.

S obzirom da je 2001. godine na ovom prostoru živjelo oko 3,5 tisuća osoba više nego u 2011. godini, odmah valja ukazati na značajno opadanje broja stanovnika Imotske krajine, pri čemu je to osobito vidljivo na prostoru općina Zagvozd, Proložac, Lovreć i Cista Provo. Analiza starosne strukture stanovništva na području Imotske krajine pokazuje da je stanovništvo neznatno mlađe od županijskog prosjeka (koeficijent starosti¹ na razini Imotske krajine iznosi 22,8 %, a Županije 23 %). Najmlađe stanovništvo ima grad Imotski (prosječna starost 36,1 godina), a najstarije općina Zagvozd (prosječna starost 46,3 godine). Nadalje, od ukupnog broja stanovnika, 48,9 % otpada na muškarce, a preostalih 51,1 % na žene. Udio radno sposobnog stanovništva (osobe od 15 - 64 godine starosti) na području Imotske krajine (62,5 %) znatno je manji od županijskog prosjeka (67 %).

Konačno, analiza obrazovne strukture stanovništva projektnog područja pokazuje da najveći broj stanovnika Imotske krajine ima srednju stručnu spremu (51,1 %). U odnosu na cijeli prostor SDŽ, gdje srednju stručnu spremu ima 56,1 % stanovnika, obrazovna struktura Imotske krajine, bitno je lošija. Na takav zaključak dodatno ukazuje, ne samo znatno niži udio osoba s višom i/ili visokom stručnom spremom (10,9 % na području Imotske krajine u odnosu na 18 % na razini SDŽ), već i znatno veći udio stanovnika sa završenom samo osnovnom školom (21,8 % na području Imotske krajine u odnosu na 16,9 % na razini SDŽ).

2.2. Klimatske, reljefne i pedološke značajke

Područje Imotske krajine karakterizira uglavnom izmijenjena mediteranska, a u gorju iznad 700 metara submediteransko-planinska klima. Osnovne značajke izmijenjene mediteranske klime su: niže temperature nego u primorju, veće temperaturne amplitude, sredozemni padalinski režim sa suhim ljetima i izrazito vlažnom zimskom polovicom godine (jesen – zima), pojave prevladavajućih lokalnih vjetrova kao u primorju (bura, jugo), odnosno pojava periodičnih vjetrova u toku ljeta – zdocac danju te zgorac noću, kao pandan maestralu i burinu u primorju. Sredozemni utjecaji dolaze s jugoistoka dolinama Neretve, Trebižata i Tihaljine. Ponajviše uslijed blizine Jadranskog mora, varijacije u temperaturi zraka mnogo su manje nego na kontinentu. Prosječne temperature na području Imotske krajine kreću se od 4 stupnja Celzijusa u siječnju, do 26 stupnjeva u srpnju. Srednja godišnja količina padalina iznosi 1.300 mm.

U vegetaciji Imotske krajine najčešće su zastupljeni hrast medunac, grab i jasen, ali i šume crnike. U višim predjelima prevladavaju crnogorične šume. Najviše ima čempresa, alepskog te dalmatinskog crnog bora. Od raslinja prevladava makija - zimzelena šikara, a ima i smilja.

Prostor Imotske krajine može se podijeliti u tri prirodne cjeline: Imotsko polje, krško područje uz obod Imotskog polja te planinski masiv Biokovo. Plodno Imotsko polje najkarakterističnije je reljefno obilježje Imotske krajine. Između njega i planinskog masiva Biokova (1.762 m) nalazi se prostrano krško područje na kojem se smjenjuju nizovi brda i uvala. Polje i krški prostor u njegovoj neposrednoj okolini bogati su vodom. Duž cijelog polja protječe rijeka Vrljika, a na njegovu se sjeverozapadnom dijelu, u hladnom dijelu godine, stvara poplavno područje - Prološko blato. Na krškom području sjeverno od Imotskog polja nalazi se veći broj krških jezera po kojima je Imotska krajina nadaleko poznata.

¹ Koeficijent starosti pokazuje odnos broja stanovnika odnosno udio (%) starih 60 i više godina prema ukupnom broju stanovnika (izvor: Metodološka objašnjenja, Popis stanovništva 2011, DZS).

Dno Imotskog polja građeno je od dolomita, nalazi se na 260 metara nadmorske visine i najniže je područje u Imotskoj krajini. Urušavanjem vapnenačkih stijena tijekom vremena stvorene su brojne provalije, koje su danas ispunjene vodom i predstavljaju jezera.

Krška jezera nalaze se na sjeverozapadnom rubu Imotskoga polja. U blizini Imotskoga nalaze se Modro jezero i Crveno jezero. Na rubu Imotskoga polja, zapadno od Crvenoga jezera, leže Dva oka (jedan od izvora Vrljike), dva malena okrugla jezerca, koja dijeli pojas zemlje širok 1 m. U zapadnom dijelu polja leže Postranjsko (Prosutica) jezero, Krenica i Provalija. U kišnome razdoblju Provalija i Krenica spajaju se u jedinstveno jezerce Prološko blato. U blizini naselja Lokvičići nalaze se Galipovac, Lokvičićka jezera i Knezovića jezero. Modro i Crveno jezero spomenik su prirode, a Prološko blato zaštićeni je krajolik.

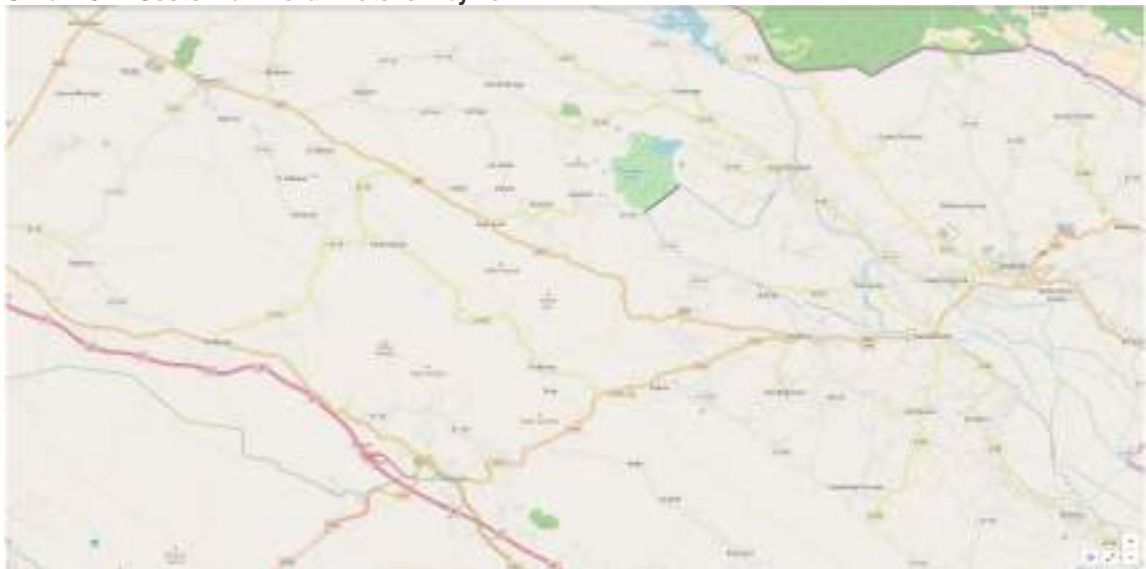
2.3. Prometna povezanost

Cestovna mreža

Najvažnije prometnice za projektno područje su autocesta A1 (tzv. Dalmatina) koja završava kod Ploča, odnosno državna cesta D76 od čvorišta Zagvozd prema Imotskom i granici BiH (Vinjani Gornji). Osim ovih prometnica, za područje Imotske krajine važna je i državna cesta D39 od Ciste Provo do spajanje na A1 na čvorištu Šestanovac kao i državna cesta D60 (Kamenmost – Grubine – Kljenovac – Lovreć - Cista Provo - Trilj). Osim navedenih prometnica, za Imotsku su krajinu relativno važne i sljedeće županijske ceste:

- Ž6182: Kamenmost – Zmijavci – Runovići - granica BiH
- Ž6186: Kamenmost – Podbablje Gornje
- Ž6151: Imotski – Glavina Donja – Donji Proložac
- Ž6156: Imotski – Gornji Proložac - Matišići
- Ž6157: Glavina Donja – Donji Proložac – Ž6155 (prema Aržanu)
- Ž6176: Prološko Blato – D. Proložac (Ž6157)
- Ž6178: D60 - Medovdolac – Dobrinče – D76
- Ž6179: poveznica Grabovac - D60

Slika 2.3.1: Cestovna mreža Imotske krajine



Izvor: <https://www.openstreetmap.org/relation/1354024/history>

Općenito govoreći, uz državne i županijske ceste nema dovoljno pratećih uslužnih objekta (stajališta/odmorišta, ugibaldišta, biciklističkih i pješačkih staza) što ugrožava sigurnost prometa, a nepovoljno se odražava i na razvoj turizma. Osim toga, projektno područje karakterizira i relativno velik broj cestovnih prometnica koje su dio mreže razvrstanih lokalnih cesta. Većina lokalnih i nerazvrstanih cesta u lošem je stanju.

Kada je riječ o prometnoj povezanosti Imotske krajine sa ostatkom SDŽ, može se reći da je, za razliku od ostatka SDŽ, karakterizira nedovoljno dobra cestovna povezanost sa ostatkom države kao i s glavnim turističkim emitivnim tržištima srednje i zapadne Europe.

Željeznički promet

Dostupnost željeznicom izuzetno je skromna. Županijom prolazi 45,6 km pruge značajne za međunarodni promet (odnosi se na priključnu međunarodnu prugu koja kroz Knin i dalje tzv. 'ličkom' prugom povezuje Split sa Zagrebom). Drugih pruga regionalnog i/ili lokalnog karaktera nema. Duljina pruge do Zagreba je 424 km, ali putovanje traje šest sati danju i osam noću, znatno ispod standarda europskih suvremenih željeznica.

Zračni promet

S obzirom na udaljenost Imotske krajine od važnih emitivnih tržišta središnje i zapadne Europe, dobra zračna povezanost predstavlja jedan od značajnih preduvjeta kvalitetnog turističkog razvoja ovoga područja. U tom smislu, najbliža (međunarodna) zračna luka od interesa za projektno područje je ona u Splitu, udaljena oko 100 km.

2.4. Gospodarstvo

Gospodarstvo Imotske krajine karakterizira relativno nepovoljna sektorska struktura u kojoj dominira primarni sektor (osobito poljoprivreda) čiji proizvodi sadržavaju nizak udio dodane vrijednosti. Istodobno gospodarstvo ovoga područja karakterizira nizak udio prerađivačke industrije i slabo razvijen tercijarni sektor. Izuzetak od ovoga su trgovina i građevinarstvo.

Poljoprivreda je tradicionalno jedna od ključnih gospodarskih grana Imotske krajine. Plodno tlo i brojni izvori vode u Imotskom polju pogoduju poljodjelstvu (osobito žitarice i vinogradarstvo, a u novije vrijeme i lavanda), dok je na krškim područjima uglavnom zastupljeno stočarstvo (ovce i koze).

Cijelo projektno područje karakterizira i velik broj građevinskih obrta, ponajviše zahvaljujući iskustvima koja su osobe iz Imotske krajine stekli tijekom privremenog rada u inozemstvu (posebice Njemačkoj) tijekom prošlog stoljeća.

Trgovina je na cijelom projektnom području oduvijek bila jedna od dominantnih gospodarskih grana koja zapošljava velik broj osoba. Iako je tijekom 1990.-ih godina došlo do velikog opadanja trgovačke aktivnosti, ponajprije zbog tzv. 'meke granice' s Hercegovinom, situacija se u novije vrijeme znatno poboljšala te je trgovačka djelatnost opet jedan od ključnih nositelja razvoja ovog prostora.

2.5. Komunalna infrastruktura

Stanje komunalne infrastrukture na području Imotske krajine nikako se ne može ocijeniti zadovoljavajućim.

Vodoopskrba i odvodnja

Vodoopskrba grada Imotskog temelji se na korištenju vode sa izvora Opačac (rijeka Vrljika) kao i dva trajna izvora: Jauk i Utopišće. Izgrađene su crpne stanice Opačac i Kosmatovac, dok su crpne stanice Karin i Poljica u izgradnji. Izvorište Opačac je dio vodoopskrbnog sustava 'Grupni vodovod Imotski' koji osigurava opskrbu pitkom vodom i ostalih općina ovog područja. Posebnost u vodoopskrbi imotskog područja je ta što će se jedan dio opskrbljivati vodovodom s Mukišnice (Aržano-Studenci-Lovreć), odnosno s teritorija Tomislavgrada.

Kad je riječ o odvodnji otpadnih voda, u gradu Imotski nalazi se 20 godina staro postrojenje za pročišćavanje otpadnih voda, minimalne funkcionalnosti. Priključenost na sustave odvodnje i pročišćavanja po gradovima/općinama Imotske krajine je sljedeće: Imotski – 34 %, Proložac – 7 %, odnosno Zagvozd – 18 %.² Posebno valja naglasiti da naselja u općinama Runovići, Podbablje, Zmijavci, Lovreć, Cista Provo i Lokvičići nemaju nikakav sustav za zbrinjavanje/pročišćavanje otpadnih voda.³

Septičke jame i direktno ispuštanje nepročišćenih ili onečišćenih voda u okoliš, osobito u krškom reljefu s poroznim tlom, predstavljaju jedan od najvećih izvora onečišćenja vodotoka. Slično kao i kod vodoopskrbe, problemi povezani sa odvodnjom otpadnih i oborinskih voda mogu biti ograničavajući faktori željenog turističkog razvoja, osobito na turistički nerazvijenim područjima u zaobalju.

Zbrinjavanje otpada

Komunalni otpad JLS Imotske krajine odlaže se, u organizaciji poduzeća Topana d.o.o., na privremeni deponij 'Kozjačić' nedaleko od grada Imotskog. Deponij je u vlasništvu RH te je u izrazito lošem stanju i ne spada u legalna odlagališta. Županijskim prostornim planom predviđeno je zatvaranje ovog odlagališta po završetku izgradnje regionalnog centra za gospodarenje otpadom (Lećeveca, krajem 2019. godine). U općini Podbablje postoje ilegalna odlagališta u Marićevac drumu te u Braklovini, dok u općini Zmijavci postoje dva sanirana, ali ipak ilegalna odlagališta – Potok i Orašak.⁴ Konačno, u općini Lokvičići nalaze se ilegalna odlagališta Leginovac, Vrbina te Tavnice.

Dok se industrijski (poduzeće Topana d.o.o) i glomazni otpad (poduzeće Domis d.o.o.) odlažu na, za to predviđena mjesta, za opasni otpad ne postoji organiziran sustav prikupljanja ni u jednoj JLS na području Imotske krajine.

Elektroenergetika

Elektroenergetska infrastruktura na području cijele SDŽ, pa tako i Imotske krajine u relativno je dobrom stanju. Pet hidroelektrana na Cetini (HE Peruča, HE Orlovac, HE Đale, HE Zakučac i HE Kraljevica), generira 24 posto ukupne proizvodnje električne energije u Hrvatskoj.

Elektroenergetski sustav na prostoru Imotske krajine dio je elektroenergetskog sustava područja Imotski koji se, najvećim dijelom, opskrbljuje strujom iz TS Imotski (110/35kV) izgrađene 1981. godine. Manji dio preuzima se iz TS Kraljevac (110/35kV) s kojim je TS Imotski povezana 110kV dalekovodom, a koji je dio 110 kV mreže RH. Elektroenergetski sustav područja Imotski čini i postojeća niskonaponska mreža, postojeća mreža 10 kV

² Lokalna razvojna strategija LAF-a ADRION, ožujak 2016.

³ PPU SDŽ

⁴ PUR za Grad Imotski te općine Runovići, Podbablje, Zmijavci i Lokvičići.

dalekovoda vezana na TS 35/10 kV Medov Dolac u sustavu Pogona Imotski, odnosno na energetski sustav Pogona Omiš.

Visokonaponski dio elektrodistribucijske mreža u dobrom je stanju, za razliku od niskonaponske mreže, osobito u dijelovima zaobalja.

Telekomunikacije

Razvijenost telekomunikacijske infrastrukture na području Imotske krajine zadovoljavajuća je. Nepokretna telefonska mreža dostupna je većini stanovnika, a stupanj njene digitalizacije je 100 %.

Pokrivenost digitalnim GSM signalom je dobra, a cijelo projektno područje signalom pokrivaju sva tri domaća operatera. Porastom značaja bežičnog širokopojasnog interneta i sve većim brzinama prijenosa podataka, očekuju se dodatna ulaganja u povećanje kapaciteta digitalne GSM mreže od strane sva tri domaća mobilna operatera. Analognu mobilna NMT mreža neće se dodatno razvijati.

Pokrivenost uslugom širokopojasnog pristupa internetu u nepokretnoj mreži je na zadovoljavajućoj razini.

U kontekstu kvalitete i dostupnosti telekomunikacijskih usluga za inozemne turiste, veliki iskorak predstavlja i ukidanje glasovnog i podatkovnog 'roaminga' u EU-27 zemljama, koji je Europska komisija uvela 15. lipnja 2017. godine.

2.6. Zaštićena prirodna baština

Na području Imotske krajine nalazi se veći broj zaštićenih dijelova prirodne baštine,⁵ pri čemu posebno valja istaknuti:

- planinski masiv Biokova (Park prirode),
- rijeka Vrljika - izvor (Posebni ihtiološki rezervat),
- Imotska jezera – Gaj (Zaštićeni krajolik),
- Prološko blato (Zaštićeni krajolik),
- Crveno jezero (Spomenik prirode – geomorfološki) te
- Modro jezero (Spomenik prirode – geomorfološki).

2.7. Zaštićena i evidentirana kulturno-povijesna baština

Kad je riječ o zaštićenoj kulturno-povijesnoj baštini na prostoru Imotske krajine, posebno valja naglasiti činjenicu da je jedan od brojnih lokaliteta projektnog područja na kojima se mogu naći stećci nedavno⁶ uvršten na Listu svjetske baštine UNESCO-a. Riječ je o lokalitetu Cista Velika – Velika i Mala Crljivica u općini Cista Provo. Stećci su srednjovjekovni monolitni kameni spomenici. Pojavljuju se od druge polovine 12. stoljeća, njihova prva faza traje tijekom 13. stoljeća te se intenzivno klešu i ukrašavaju u 14. i 15. stoljeću.

⁵ Prostorni plan SDŽ

⁶ Odluka je donesena na 40. zasjedanju UNESCO-ova Odbora za svjetsku baštinu u lipnju 2016. u Istanbulu.

Osim ovog UNESCO zaštićenog lokaliteta, područje Imotske krajine krasi i relativno velik broj kulturno-povijesnih spomenika zaštićenih/evidentiranih, kako u Registru kulturnih dobara RH, tako i u prostornim planovima JLS ovog područja.

Detaljan popis kulturnih dobara upisanih u Registar kulturnih dobara RH prikazan je u tablici 2.7.1.

Tablica 2.7.1: Kulturna dobra upisana u Registar kulturnih dobara RH

KULTURNO POVIJESNE CJELINE		
<i>Naziv</i>	<i>Naselje, JLS</i>	<i>Upisano pod br.</i>
KPC Imotski	Imotski	Z-5355
Ruralna cjelina Medvidovići	Glavina Gornja, Imotski	Z-3852
KP seoska cjelina Kukavice	Glavina Donja, Imotski	Z-5596
Zaseok Brdaci	Divojevići	UP/I-612-08/08-05/01
SAKRALNE GRAĐEVINE		
<i>Naziv</i>	<i>Naselje, JLS</i>	<i>Upisano pod br.</i>
Crkva Sv. Franje Asiškog	Imotski	Z-4594
Srednjovjekovno groblje, Rudežove kuće	Donji Vinjani, Imotski	Z- 5934
Crkva Sv. Roka	Gornji Vinjani, Imotski	Z-3689
Župna crkva Sv. Luke	Kamenmost, Podbablje	Z-1872
Crkva Sv. Mihovila	Donji Proložac, Proložac	Z-4463
Gospina crkva na Durmiševcu	Donji Proložac, Proložac	Z-5340
Ostaci Franjevačkog samostana na otočiću Manastir	Donji Proložac, Proložac	Z-3996
Crkva Sv. Ivana Krstitelja	Ričice, Proložac	Z-5920
SVJETOVNE GRAĐEVINE		
<i>Naziv</i>	<i>Naselje, JLS</i>	<i>Upisano pod br.</i>
Kompleks režijske duhana	Imotski	Z-3688
Kompleks stare zdravstvene stanice	Imotski	Z-4559
Kuća Benzon	Imotski	Z-4004
Tvrđava Topana	Imotski	Z-4425

Zavičajni muzej Imotski	Imotski	Z-4439
Mlinica Markičuša	Kamenmost, Podbablje	Z-1872
Sklop Domljan	Poljica, Podbablje	Z-4005
Stambeno-gospodarski kompleks Perinuša	Perinuša, Podbablje	Z-5042
Most na Suvaji	Donji Proložac, Proložac	Z-4462
Stambeno-gospodarski sklop Perinuša	Donji Proložac, Proložac	Z-5042
Tvrđava Badnjevice	Donji Proložac, Proložac	Z-4461
Gradina	Ričice, Proložac	Z-2801
ARHEOLOŠKA NALAZIŠTA		
<i>Naziv</i>	<i>Naselje, JLS</i>	<i>Upisano pod br.</i>
Gradina na Crvenom jezeru	Imotski	Z-4626
Borak	Gornji Vinjani, Imotski	Z-4622
Zelena glavica	Glavina Donja, Imotski	Z-4622
Češljarova glavica	Donji Proložac, Proložac	Z-5927
Kokića glavica	Donji Proložac, Proložac	Z-5544
Opačac	Donji Proložac, Proložac	Z-3848
Strinićeva glavica	Donji Proložac, Proložac	Z-5911
Arheološki lokalitet i groblje	Donji Proložac, Proložac	...
UMJETNIČKE ZBIRKE/SLIKE		
<i>Naziv</i>	<i>Naselje, JLS</i>	<i>Upisano pod br.</i>
Slika Gospe od Anđela	Imotski	Z-5718
Zbirka Franjevačkog samostana	Imotski	Z-4768

Izvor: PPUO/G Imotske krajine

Osim kulturnih dobara koja su upisana u Registar kulturnih dobara RH, na području Imotske krajine nalaze se i brojna druga vrijedna kulturna dobra koja su, ili preventivno zaštićena, ili su u nekom drugom statusu zaštite (tablica 2.7.2). Tome valja pridodati i brojne arheološke lokalitete manje ili veće važnosti (gradine, gomile, stećke), kultivirani krajobraz (osobito suhozidi) i sl.

Tablica 2.7.2: Ostala materijalna baština na području Imotske krajine

KULTURNO POVIJESNE RURALNE CJELINE		
Naziv	Naselje, JLS	Status
Zaseok Đuzeli	Gornji Vinjani; Imotski	Preventivno zaštićeno
Ruralna cjelina Mamići	Lokvičić, Lokvičići	Prostorno planska zaštita
Ruralna cjelina Papučići	Berlinovac, Lokvičići	Prostorno planska zaštita
Ruralna cjelina Lasići	Berlinovac, Lokvičići	Prostorno planska zaštita
Lovreć, središte varošice uz cestu	Lovreć	Prostorno planska zaštita
Zaseok Mustapići	Lovreć	Prostorno planska zaštita
Zaseok Olujići	Opanci, Lovreć	Prostorno planska zaštita
Zaseok Mrnjavci	Lovreć	Prostorno planska zaštita
Zaseok Sekelezi	Lovreć	Prostorno planska zaštita
Zaseok Raosi	Medov Dolac, Lovreć	Prostorno planska zaštita
Zaseok Gunjače	Biorine, Cista Provo	Prostorno planska zaštita
Zaseok Kulteše	Cista Velika, Cista Provo	Prostorno planska zaštita
Zaseok Maglići	Cista Velika, Cista Provo	Prostorno planska zaštita
Zaseok Madunići	Cista Velika, Cista Provo	Prostorno planska zaštita
Barbarića, Zelića, Kožinčeve i Škarića staje	Biorine, Cista Provo	Prostorno planska zaštita
Vuletića staje	Dobranje, Cista Provo	Prostorno planska zaštita
Lozančića, Mandarića, Kegljove, Burazinove staje	Cista Velika, Cista Provo	Prostorno planska zaštita
Vučkove staje i bunar	Cista Velika, Cista Provo	Prostorno planska zaštita
Zaseok Lapende	Krivodol, Podbablje	Prostorno planska zaštita
Zaseok Kujundžići-Lujani	Poljica, Podbablje	Prostorno planska zaštita
Zaseok Žužuli	Grubine, Podbablje	Prostorno planska zaštita
Ruralna cjelina Ždere-Dragovići s bunarom	Južno od Dragovića, Runovići	Prostorno planska zaštita
Ruralna cjelina Marijanovići-Ljubičići	Runovići	Prostorno planska zaštita
Zaseok Donje Bakote	Biokovsko Selo, Zagvozd	Prostorno planska zaštita

Zaseok Donji Selaci	Raščani, Zagvozd	Prostorno planska zaštita
Zaseok Garmazi	Župa, Zagvozd	Prostorno planska zaštita
SAKRALNE GRAĐEVINE		
<i>Naziv</i>	<i>Naselje, JLS</i>	<i>Status</i>
Propovjedaonica crkve Sv. Franjo Asiški	Imotski, Imotski	Preventivno zaštićeno
Stara crkva Sv. Katarine	Donji Vinjani, Imotski	Preventivno zaštićeno
Župna crkva Krista Kralja	Lokvičići	Prostorno planska zaštita
Crkva Sv. Ante i groblje	Lokvičići	Prostorno planska zaštita
Gospina kapela	Berlinovac, Lokvičići	Prostorno planska zaštita
Stara župna crkva Sv. Duha i groblje	Lovreć	Prostorno planska zaštita
Nova župna crkva Duha Svetoga	Lovreć	Prostorno planska zaštita
Kapela Žalosne Gospe	Lovreć	Prostorno planska zaštita
Kapela Gospe od Karmela	Lovreć	Prostorno planska zaštita
Kapela Gospe Sinjske	Lovreć	Prostorno planska zaštita
Crkva Sv. Ante	Opanci, Lovreć	Prostorno planska zaštita
Župna crkva Sv. Roka	Medov Dolac, Lovreć	Prostorno planska zaštita
Kapela Srca Isusova	Medov Dolac, Lovreć	Prostorno planska zaštita
Župna crkva	Studenci, Lovreć	Prostorno planska zaštita
Župna crkva Sv. Jakova Apostola	Cista Velika, Cista Provo	Prostorno planska zaštita
Crkva Sv. Petra	Cista Provo	Prostorno planska zaštita
Kapela Sv. Klementa	Cista Velika, Cista Provo	Prostorno planska zaštita
Župna crkva SV. Ivana Krstitelja i groblje	Dobranje, Cista Provo	Prostorno planska zaštita
Glagoljaško prebivalište Sv. Ivana Nepomuka	Dobranje, Cista Provo	Prostorno planska zaštita
Župna crkva Sv. Ante Padovanskog	Svib, Cista Provo	Prostorno planska zaštita
Župna crkva Svih Svetih i groblje	Aržano, Cista Provo	Prostorno planska zaštita
Kapela Sv. Jure	Aržano, Cista Provo	Prostorno planska zaštita
Župna crkva SV. Jure i groblje	Biorine, Cista Provo	Prostorno planska zaštita

Plan razvoja turizma Imotske krajine

Crkva Sv. Ane na groblju	Poljica, Podbablje	Prostorno planska zaštita
Kapela Gospe od Zdravlja i župna kuća	Poljica, Podbablje	Prostorno planska zaštita
Kapela Sv. Mihovila (zaseok Ujevići)	Gornji Krivodol, Podbablje	Prostorno planska zaštita
Kapela Sv. Ante Padovanskog (zaseok Biloši)	Poljica, Podbablje	Prostorno planska zaštita
Kapela Sv. Šimuna (zaseok Gudelji)	Gornje Podbablje, Podbablje	Prostorno planska zaštita
Kapela Srca Isusovog i Srca Marijinog	Hršćevani, Podbablje	Prostorno planska zaštita
Crkva Sv. Luke	Kamenmost, Podbablje	Prostorno planska zaštita
Crkva Sv. Ante	Drum, Podbablje	Prostorno planska zaštita
Kapela Gospe od Zdravlja	Grubine, Podbablje	Prostorno planska zaštita
Župna crkva Gospe od Karmela s grobljem	Runovići	Prostorno planska zaštita
Župna crkva Presvetog Trojstva s grobljem	Slivno, Runovići	Prostorno planska zaštita
Crkvica Sv. Nikole	Podosoje (Protrke) Runovići	Prostorno planska zaštita
Sklop župne kuće sa crkvicom Gospe od Zdravlja	Runovići	Prostorno planska zaštita
Crkva Sv. Stipana	Donji Rastovac, Zagvozd	Prostorno planska zaštita
Crkva Sv. Križa	Donji Rastovac, Zagvozd	Prostorno planska zaštita
Crkva Velike Gospe i groblje	Zagvozd	Prostorno planska zaštita
Crkva Svih Svetih	Butige, Zagvozd	Prostorno planska zaštita
Crkva Gospe Karmelske	Zagvozd	Prostorno planska zaštita
Kapela Sv. Ilije	Zagvozd	Prostorno planska zaštita
Crkva Sv. Ivana Krstitelja	Župa, Zagvozd	Prostorno planska zaštita
Crkva Sv. Ante na brdu Vitreniku	Krstatice, Zagvozd	Prostorno planska zaštita
Župna crkva presvetog Srca Isusova	Krstatice, Zagvozd	Prostorno planska zaštita
Kapela uz župnu kuću	Krstatice, Zagvozd	Prostorno planska zaštita
Kapela Sv. Mandaline	Krstatice, Zagvozd	Prostorno planska zaštita
Kapela Sv. Nikole	Zagvozd	Prostorno planska zaštita
Crkva Sv. Roka	Župa, Zagvozd	Prostorno planska zaštita
Crkva Sv. Mihovila i groblje	Donje Raščane, Zagvozd	Prostorno planska zaštita

FORTIFIKACIJE		
<i>Naziv</i>	<i>Naselje, JLS</i>	<i>Status</i>
Turska kula (zaseok Kasum-Olujić)	Opanci, Lovreć	Prostorno planska zaštita
Kuća kula (zaseok Potkula-Bilić)	Studenci, Lovreć	Prostorno planska zaštita
Kuća kula (zaseok Alibegovac)	Studenci, Lovreć	Prostorno planska zaštita
Turska kula u zaseoku Mandarići-Rojnice	Cista Velika, Cista Provo	Prostorno planska zaštita
Osoje (prapovijesno utvrđeno naselje)	Cista Velika, Cista Provo	Prostorno planska zaštita
Gradina (prapovijesno utvrđeno naselje)	Biorine, Cista Provo	Prostorno planska zaštita
Ostaci turske kule na Rudinama	Kod zaseoka Drlje, Zagvozd	Prostorno planska zaštita
SVJETOVNE/ETNO GRAĐEVINE		
<i>Naziv</i>	<i>Naselje, JLS</i>	<i>Status</i>
Zgrada Zavičajnog muzeja	Imotski, Imotski	Preventivno zaštićeno
Radeljića mlinica	Donji Vinjani, Imotski	Preventivno zaštićeno
Stambeno-gospodarska zgrada	Budimlići, Lokvičići	Prostorno planska zaštita
Sklop stambenih i gospodarskih kuća	Mikulići, Lokvičići	Prostorno planska zaštita
Stambena kuća	Jukići, Lokvičići	Prostorno planska zaštita
Stambena arhitektura, zaseok Dumančići	Lovreć, Lovreć	Prostorno planska zaštita
Bunje ili „kuće“ Grabarje i Bažinuša	Medov Dolac, Lovreć	Prostorno planska zaštita
Sklop kuća iz 18.-20. st. u zaseoku Matkovići	Medov Dolac, Lovreć	Prostorno planska zaštita
Stambeni sklop Dobrinča-Skenderi	Medov Dolac, Lovreć	Prostorno planska zaštita
Raosov bunar u zaseoku Raosi	Medov Dolac, Lovreć	Prostorno planska zaštita
Bunari Brščanovica (skupina od 4 bunara)	Medov Dolac, Lovreć	Prostorno planska zaštita
Bunari Orljača (3 bunara)	Medov Dolac, Lovreć	Prostorno planska zaštita
Niz kuća uz cestu	Kamenmost, Podbablje	Prostorno planska zaštita
Zaselak Bušnica	Lovrinčevići, Zagvozd	Prostorno planska zaštita
Zaselak Šute	Gornji Rastovac, Zagvozd	Prostorno planska zaštita
Stara župna kuća	Zagvozd	Prostorno planska zaštita

Zaselak Bušnica	Lovrinčevići, Zagvozd	Prostorno planska zaštita
Zaselak Šute	Gornji Rastovac, Zagvozd	Prostorno planska zaštita
Tolića mlinica	Donji Proložac, Proložac	Preventivna zaštita
Jaukova mlinica	Donji Proložac-Zdilari, Proložac	Prostorno-planska zaštita
Rakin most	Šumet, Proložac	Prostorno-planska zaštita
ARHEOLOŠKA NALAZIŠTA/LOKALITETI		
<i>Naziv</i>	<i>Naselje, JLS</i>	<i>Status</i>
Janjišev dub	Gornji Vinjani, Imotski	Preventivno zaštićeno
UMJETNIČKE ZBIRKE/SLIKE		
<i>Naziv</i>	<i>Naselje, JLS</i>	<i>Status</i>
Etno zbirka u crkvi Gospe Karmelske	Zagvozd	Prostorno planska zaštita

Izvor: PPUO/G Imotske krajine

Konačno, a kad je riječ o nematerijalnoj kulturnoj baštini Imotske krajine, svakako valja istaknuti da je riječ o području poznatom po vjekovnoj kulturi života i rada koje je iznjedrilo, primjerice, Imotsku gangu, korizmeno pjevanje (crkveno, zborsko i pučko), izreke vezane uz različite blagdane, brojne priče i predaje (povijesne, mitske i demonološke), različite igre kao što su šijavica, pipavica pipa, arački-barački i šuš-a-vuk, zdravice, brojalice i rugalice odnosno poslovice.

2.8. Turistički resursi i atrakcije

Turistički resursi i atrakcije zbir su prirodnih značajki prostora i od čovjeka stvorene kulturno-povijesne baštine koji svojom autonomnom snagom mogu privlačiti turističku potražnju. Samim tim, riječ je o ključnoj 'sirovini' koju valja primjereno valorizirati, sustavno štiti i postupno unapređivati, vodeći se, pritom, kriterijima razvojne održivosti.

Za identifikaciju i evidenciju potencijalnih i realnih turističkih resursa Imotske krajine korišteni su brojni i raznovrsni izvori, od prostornih planova, službenih pregleda zaštićenih dijelova prirodne i kulturne baštine do zavičajnih pisanih materijala, obilaska i razgovora sa stručnjacima. Sve atrakcije identificirane na ovaj način klasificirane su i vrednovane primjenom Kušenovog koncepta osnovne funkcionalne klasifikacije turističkih atrakcija Instituta za turizam:⁷

- Geološke značajke prostora (reljef, otoci, krš, pojedinačni objekti – spilje, jame...)
- Klima (mediteranska, planinska, kontinentalna i mikroklima)
- Voda (more, jezera i velike rijeke, ostale rijeke, potoci)
- Biljni svijet (prirodna vegetacija, uzgajana vegetacija, botanički vrtovi i arboretumi)
- Životinjski svijet (divlje životinje, domaće životinje, zoološki vrtovi, lovišta)

⁷Kušen (2002) Turistička atrakcijska osnova. Institut za turizam, Zagreb

- Prirodna baština (nacionalni parkovi, parkovi prirode, strogi rezervati, posebni rezervati, park-šume, zaštićeni krajobrazi, spomenici prirode, zaštićene biljne i životinjske vrste,...)
- Kulturno-povijesna baština (pokretni spomenici – slike, plastika, skulpture... nepokretni spomenici – arheološka nalazišta, spomeničke cjeline, pojedinačne sakralne građevine....)
- Kultura života i rada (folklor, rukotvorstvo, tradicijski obrti, gastronomija, tradicijski obrti, ugostiteljska tradicija....)
- Znamenite osobe i povijesni događaji (osobe, obitelji, društva i povijesni događaji)
- Manifestacije (kulturne, vjerske, sportske, gospodarske i ostale manifestacije)
- Kulturne i vjerske ustanove (muzeji, galerije, kazališta, izložbeni prostori, kazališta, koncertne dvorane, samostani, svetišta i prošteništa)
- Prirodna lječilišta (toplice, primorska i planinska klimatska lječilišta, lječilišta s mineralnom vodom, mješovita lječilišta, fizijatrijska ambulanta)
- Sportsko-rekreacijske građevine i tereni (sportsko-rekreacijska igrališta, staze)
- Turističke staze, putovi, ceste (hodanje, vožnja biciklom, jahanje, vožnja čamcem, motorna vozila, mješovito kretanje)

Geomorfološke karakteristike prostora

Temeljnu prirodnu odrednicu Imotske krajine čini vapnenački krški reljef. Geološka građa odlikuje se poglavito po podjeli na tri prepoznatljiva dijela koji su odredili morfologiju ovog područja, biljni pokrov, sustav naseljavanja ljudi, gospodarske djelatnosti pa i mogućnosti razvoja turizma. To su:

- Imotsko polje,
- krško područje uz obod Imotskog polja te
- planinski masiv Biokovo.

Tablica 2.8.1: Geološke karakteristike prostora

VRSTA	ATRAKCIJA
Gorje i planine	Svilaja, Kamešnica
	Biokovo
Polja	Imotsko
Spilje	Crveno jezero (Imotski)
	Mokre noge, Amfora, Stara kola, Vilimova jama, Nova velika jama, Biokovka, Zaboravna jama, Velika Mačka, Pretnerova jama – sve na Biokovu
Vrhovi/vidikovci	Sv. Jure (Biokovo)

Klima

Područje Imotske krajine karakterizira izmijenjena mediteranska, a u gorju iznad 700 metara submediteransko-planinska klima. Sredozemni utjecaji dolaze s jugoistoka dolinama Neretve, Trebižata i Tihaljine. Ponajviše uslijed blizine Jadranskog mora, varijacije u temperaturi zraka mnogo su manje nego na kontinentu. Prosječne temperature na području Imotske krajine kreću se od 4 stupnja Celzijusa u siječnju, do 26 stupnjeva u srpnju. Srednja godišnja količina padalina iznosi 1.300 mm.

Vode

Za Imotsku krajinu najznačajniji vodni resursi su geološki raritet Crveno i Modro jezero, smješteni u neposrednoj blizini gradske jezgre Imotskog. Njima valja pridodati i rijeku Vrljiku te brojna manja jezera.

Tablica 2.8.2: Vodne atrakcije

VRSTA	ATRAKCIJA
Rijeke	Vrljika
Jezera	Crveno jezero, Modro jezero, Akumulacija Ričice, Prološko jezero, Imotska jezera – Gaj
Mlinice	Mlinica Perinuša, Mlinica Markičuša, Radeljića mlinica, Tolića mlinica, Jaukova mlinica, Dogića mlin

Biljni svijet

Biljni pokrov Imotske krajine karakterizira mediteranska vegetacija: bjelogorične šume hrasta, graba i jasena te šume česvine/crnike, odnosno crnogorična područja alepskog i crnog dalmatinskog bora, makija i nisko žbunje. Tomu valja pridodati i različite vrste samoniklog ljekovitog i aromatskog bilja.

Od uzgajane vegetacije prevladavaju vinogradi, pri čemu se vinova loza uzgaja ponajviše na kraškim poljima od kojih je najveće Imotsko-bekijsko. U novije se vrijeme ljudi pojačano bave i uzgojem aromatičnog bilja lavande i smilja.

Životinjski svijet

Na području Imotske krajine nalazi se značajan broj lovišta. Lovcima je najprivlačnija planina Biokovo jer tamo obitavaju divokoze i mufloni koji mogu imati velike trofejne rogove. Na ostalim lovištima ima dosta lisica, vukova, zečeva, fazana, jarebica, divljih golubova i veprova.

Zaštićena prirodna baština

Najpoznatije zaštićeno područje je Park prirode Biokovo koje se proteže na oko 200 km² te obuhvaća, s morske strane dijelove Makarske, Brela, Baške Vode, Tučepa i Podgore, te s kontinentalne strane Vrgorac, Zagvozd, Zadvarje i Šestanovac. Posebne vrijednosti parka uključuju geomorfološke fenomene kao i zoološki i botanički značajna područja. Sadržaji za posjetitelje uključuju dva informativna i tri prezentacijska centra, botanički vrt, planinarske i biciklističke staze, poučne staze, vidikovce, planinarske domove i ugostiteljske objekte. Od ostalih zaštićenih atrakcija Imotske krajine izdvajaju se Modro i Crveno jezero kod Imotskog (Spomenik prirode – geomorfološki), rijeka Vrljika - izvor (Posebni ihtiološki rezervat), Imotska jezera – Gaj (Zaštićeni krajolik) te Prološko blato (Zaštićeni krajolik).

Tablica 2.8.3: Zaštićena prirodna baština po vrstama

VRSTA	ATRAKCIJA
Park prirode	Biokovo
Rezervati	Ihtiološki rezervat Vrljika
Krajobrazi	Imotska jezera – Gaj (području oko Modrog i Crvenog jezera), Prološko blato
Spomenik prirode	Crveno jezero, Modro jezero

Materijalizirana kulturno-povijesna baština

Osim prethodno navedenih atrakcija materijalne baštine (vidjeti točku 2.7. ovog dokumenta), Strategija razvoja kulturnog turizma prepoznala je i, kao ključne atrakcije Imotske krajine, identificirala:

- Imotski (stara gradska jezgra) - kategorija 6
- Zagvozd – kategorija 7.

Kultura života i rada

Osim nadaleko poznate imotske gange, cijelo je ovo područje poznato po snalažljivosti i promućurnosti njegovih žitelja, odnosno umijeću preživljavanja u teškim uvjetima. U tom smislu, lokalnu kulturu života i rada ovog područja obilježavaju, ponajviše, brojne priče, legende⁸ i predaje (povijesne, mitske i demonološke), od kojih je vjerojatno najpoznatija ona o Hasanaginici, ali i različite brojalice i rugalice odnosno poslovice. U kulturu života i rada ovog kraja svakako valja ubrojiti i gastronomske delicije kao što su, primjerice Imotska gaovica na brudet, Imotska torta te Imotski rafijoli.

Znameniti ljudi

Kao i kultura života i rada, znamenite osobe i povijesni događaji podloga su interpretaciji na osnovu priča i legendi te inspiracija za festivale i događanja. Ovo područje iznjedrilo je poznate glumce i režisere (Ante Babaja, Antun Vrdoljak), književnike, pjesnike i esejiste (kao što su, primjerice, Tin Ujević, Ivan Raos, Vlado Gotovac, Petar Gudelj, Ante Tomić), kipare (Ivan Rendić), političare (Žarko Domljan, prvi predsjednik Hrvatskog Sabora) te svjetski poznate sportaše (od boksača Mate Parlova, preko nogometaša Zvonimira Bobana, Ivana Gudelja, Ivana Ike Buljana, do košarkaša Veljka Mršića).

Manifestacije

Osim brojnih ljetnih događanja, prigodnih koncerata i vjerskih okupljanja, manifestacije koje valja posebno izdvojiti na području Imotske krajine svakako su pokladne svečanosti u Imotskom i Prološcu, Mandolina Imota - međunarodni festival mandolinista u Imotskom, Raosovi dani u Lovreću, Međunarodna smotra folkloru u Imotskom, Smotra starih zanata u Ričicama (općina Proložac), ganga fest u Slivnu (općina Runovići), 'Glumci u Zagvozdu' te 'Pasijska baština/tradicija Imotske krajine. Riječ je o tradicionalnim korizmenim pjevanjima, kako onim crkvenim, zbarskim pjevanjima, tako i onim pučkim koji se ispjevavaju na Putu Križa ('kantanje Muke Isusove').

Kulturne ustanove

Najpoznatije kulturne ustanove na području Imotske krajine svakako su Muzej/zbirka Franjevačkog samostana i Muzej grada Imotskog, oba u Imotskom. Isto tako, a neovisno o tome što još uvijek nema karakter kulturne ustanove i/ili institucije koju bi se moglo redovito i organizirano posjećivati, posebno valja ukazati na velik turistički potencijal izuzetno vrijedne privatne zbirke umjetnina (slika, skulptura i uporabnih predmeta) u vlasništvu don Ivana Turića.

⁸Vjerojatno najpoznatije priče i legende ovog područja su, primjerice, Vile Modrog jezera, Legenda o Gavanovim dvorima, Opačac te Jauk.

Turističke staze, putovi i ceste

Iako je cijelo područje Imotske krajine iznimno slikovito i pogodno za različite tematske obilaske, grupne ili individualne, danas na projektnom području postoji relativno malen broj obilježenih i opremljenih turističkih staza, putova i/ili cesta. Neovisno o tome, međutim, svakako valja ukazati na određen broj postojećih poučnih i tematskih staza, odnosno vinarija koje bi se mogle povezati u vinsku cestu (tablica 2.8.4)

Tablica 2.8.4: Turističke staze, putovi i ceste

VRSTA	ATRAKCIJA
Poučne i tematske staze	Poučno-ekološka staza Imotska jezera - Gaj, Poučno-ekološka staza Tvrdava Topana-Modro jezero-Crveno jezero, Staza Tinovo hodočašće po Zagori
Vinske ceste*	Vinarija Grabovac, OPG Čapin, Vinarija Matković, OPG Pojatina, Vinarija Imota

*u nastajanju, prema [www.stranici.turistickezajednice.sdz-a](http://www.stranici.turistickezajednice.sdz-a.hr)

2.9. Dostignuti stupanj turističkog razvoja Imotske krajine**Turistička potražnja**

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, na području svih sedam jedinica lokalne samouprave Imotske krajine tijekom 2017. godine ostvareno je oko 7,4 tisuća dolazaka te oko 53,0 tisuća noćenja turista (tablica 2.9.1).

Tablica 2.9.1: Broj dolazaka i noćenja na području Imotske krajine, 2012. - 2017.

Grad/općina	Godina											
	2012		2013		2014		2015		2016		2017	
	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja
Imotski	2.400	5.083	4.138	9.718	3.600	10.669	4.365	18.769	3.525	13.382	3.777	18.846
Cista Provo	0	0	0	0	311	2.966	356	3.687
Lokvičići	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Lovreć	0	0	0	0	0	0	0	0
Podbablje	0	0	0	0	0	0	0	0	751	7.840	1.254	12.856
Proložac	0	0	0	0	0	0	0	0	375	4.003	595	6.350
Runovići	0	0	0	0	0	0	0	0
Zagvozd	0	0	0	0	0	0	0	0	372	3.241	936	6.709
Zmijavci	0	0	0	0	0	0	0	0	538	4.982	456	4.557
UKUPNO	2.400	5.083	4.138	9.718	3.600	10.669	4.365	18.769	5.872	36.414	7.374	53.005

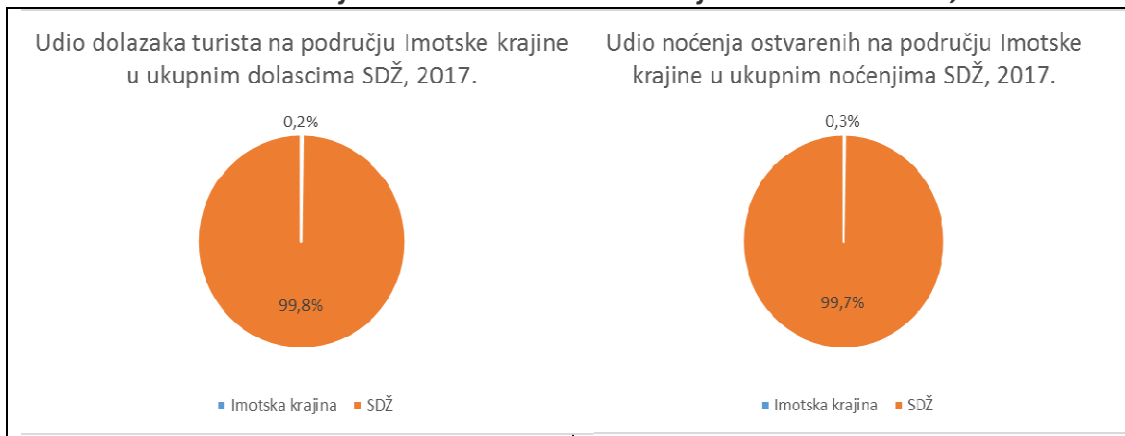
Izvor: Državni zavod za statistiku, obrada Instituta za turizam.

Promatra li se kretanje turističkog prometa u JLS na području Imotske krajine u proteklih pet godina, odmah valja ukazati na izrazit rast u broju dolazaka i noćenja u 2016. i 2017. godini. Naime, u razdoblju od 2012. do 2017. godine broj se turističkih dolazaka povećao više od tri puta, dok se broj noćenja povećao više od 10 puta. Drugim riječima, broj turističkih dolazaka na područje Imotske krajine u razdoblju od 2012. do danas povećavao se po stopi od 25,2 % prosječno godišnje, dok se broj statistički evidentiranih noćenja povećavao po stopi od 59,8 % prosječno godišnje.

Izuzetan brzi rast turističkih dolazaka i noćenja svakako valja povezivati sa izuzetno dinamičnim rastom smještaja u obiteljskim kućama za odmor nakon probijanja tunela Sv. Ilija, čime je atraktivnost cijelog ovog područja izrazito porasla uslijed mogućnosti brzog dolaska na bilo koju od turističkih destinacija Makarske rivijere.

Neovisno o izuzetno dinamičnom rastu turističkog prometa, a sukladno podacima DZS, u ukupnom turističkom prometu ostvarenom na području SDŽ u 2017. godini, sve jedinice lokalne samouprave Imotske krajine sudjelovale su samo sa 0,2 % dolazaka, odnosno s 0,3 % noćenja.

Slika 2.9.2: Dolasci i noćenja ostvareni u JLS Imotske krajine u odnosu na SDŽ, 2017.



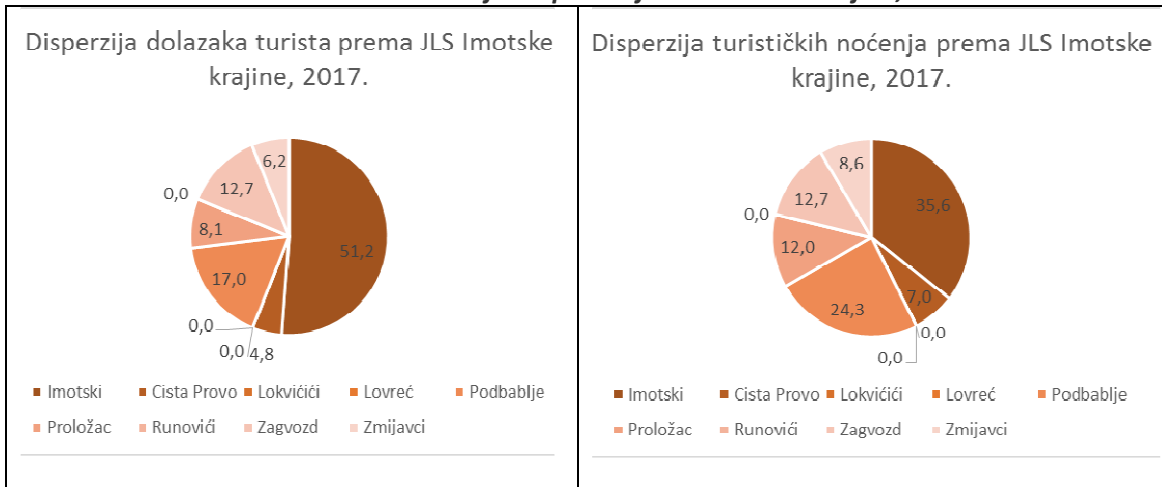
Izvor: DZS

Usprkos malom udjelu ostvarenih noćenja i dolazaka u ukupnom turističkom prometu SDŽ, broj ostvarenih dolazaka i noćenja na području svih JLS Imotske krajine u 2017. godini, u odnosu na 2016. godinu, bio je 26 % veći kad je riječ o dolascima turista, odnosno 46 % veći kada je riječ o ostvarenim noćenjima. Struktura turističke potražnje prema emitivnim tržištima ukazuje na činjenicu da su za JLS Imotske krajine, osim Hrvatske, najznačajnija tržišta Njemačke, Poljske i Austrije.

Osim izuzetno dinamičnog rasta potražnje za smještajnim kapacitetima na području Imotske krajine, kretanje broja turističkih dolazaka i noćenja prema JLS na području obuhvata projekta tijekom 2016. i 2017. godine ukazuje i na značajnu prostornu disperziju turističkog prometa, odnosno sve veću uključenost pojedinih JLS u turističke tokove. Naime, sve do 2016. godine, turistički se promet na projektnom području odvijao samo na području grada Imotskog, dok je od 2016. godine naovamo sve izraženiji rast turističkog prometa i u ostalim JLS Imotske krajine, pri čemu posebno valja naglasiti dinamiku tog rasta u općinama Podbablje, Proložac, Zagvozd i Zmijavci.

Usprkos sve većoj disperziji turističkog prometa na području Imotske krajine, najveći broj dolazaka i noćenja turista i tijekom 2017. godine, sukladno podacima DZS-a, zabilježen je na području grada Imotskog (oko 51 % svih dolazaka i oko 36 % svih noćenja). Neovisno o tome, međutim, a za razliku od grada Imotskog, indikativno je da sve ostale JLS Imotske krajine ostvaruju znatno veći udio u broju ostvarenih noćenja nego u broju dolazaka (Slika 2.9.3).⁹

⁹ Tako, primjerice općina Podbablje u ukupno ostvarenim noćenjima Imotske krajine sudjeluje s oko 24 %, dok je njen udio u ostvarenim dolascima oko svega 17 %. Isto tako, općina Proložac u ostvarenim noćenjima sudjeluje s oko 12 %, a u dolascima s oko 8 %.

Slika 2.9.3: Struktura dolazaka i noćenja na području JLS Imotske krajine, 2017.

Izvor: Državni zavod za statistiku, obrada Instituta za turizam.

Znatno veći udjeli u broju turističkih noćenja u odnosu na dolaske u većini JLS Imotske krajine u odnosu na grad Imotski ukazuju na činjenicu da je struktura gostiju u njima bitno drugačija od one u gradu Imotskom (tablica 2.9.4). U tom smislu posebno valja istaknuti da je prosječna duljina boravka u gradu Imotskom (5 dana), bitno manja od one u Cisti Provo (10,4 dana), Proložcu (10,7 dana) i/ili Podbablju (10,3 dana).

Tablica 2.9.4: Prosječna duljina boravka te udjeli stranaca u turističkom prometu prema JLS Imotske krajine, 2017.

Grad/općina	Prosječna duljina boravka (dani)	Udio stranih dolazaka u ukupnim (u %)	Udio stranih noćenja u ukupnim (u %)
Imotski	5,0	51,9	80,7
Cista Provo	10,4	98,6	99,6
Lokvičići			
Lovreć			
Podbablje	10,3	99,0	99,5
Proložac	10,7	100,0	100,0
Runovići			
Zagvozd	7,2	99,5	99,7
Zmijavci	10,0	97,6	98,3
UKUPNO	7,2	74,9	92,8

Izvor: Državni zavod za statistiku, obrada Instituta za turizam.

Isto tako, dok u strukturi gostiju grada Imotskog strani gosti sudjeluju s oko 52 % u dolascima, odnosno s oko 81 % u noćenjima, u ostalim JLS Imotske krajine udio stranih dolazaka i noćenja bitno je viši. Tako, primjerice, na području općine Cista Provo, udio stranaca iznosi 98,6 % kad je riječ o dolascima, odnosno 99,6 % kad je riječ o noćenjima, a slično je i u drugim općinama. Pritom je udio stranaca na području općine Proložac 100 %-an i u dolascima i u noćenjima.

Osim višednevnih turističkih posjeta, za područje Imotske krajine od sve su većeg značenja i jednodnevni posjetitelji budući da cijeli ovaj prostor, ponajviše zbog atraktivnosti Modrog i drugih kraških jezera, tvrđave Topana i nekoliko vinarija¹⁰ poznatih po kvaliteti vina,¹¹ već danas predstavlja važnu izletničku destinaciju za turiste koji borave u turističkim destinacijama Makarske rivijere, ali i za turiste u tranzitu. S obzirom, međutim, da ne postoje službeni statistički podaci o ovom segmentu potražnje, teško je egzaktno procijeniti broj jednodnevnih dolazaka na ovaj prostor.

Turistička ponuda

Prema službenim podacima DZS (tablica 2.9.5), tijekom 2017. godine, u razdoblju vršne turističke sezone (mjesec kolovoz), na području Imotske krajine bilo je na raspolaganju 1.083 stalnih postelja u čvrstim objektima. Od ukupnog broja postelja u registriranim smještajnim objektima, najveći ih se broj nalazi na području grada Imotskog (36 % svih postelja) i općine Podbablje (21 % svih postelja).

Tablica 2.9.5: Broj stalnih postelja u registriranim smještajnim objektima Imotske krajine

Grad/općina	Godina					
	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.
Imotski	97	259	301	358	273	391
Cista Provo	0	0	...	8	32	68
Lokvičići	0	0	0	0	...	19
Lovreć	0	0	0	0	12	12
Podbablje	0	0	0	0	159	232
Proložac	0	0	0	0	72	106
Runovići	0	0	0	0	4	9
Zagvozd	0	0	0	0	74	170
Zmijavci	0	0	0	0	54	76
UKUPNO	97	259	301	366	680	1.083

Izvor: Državni zavod za statistiku, obrada Instituta za turizam.

U strukturi smještajne ponude izrazito dominiraju kapaciteti obiteljskog smještaja (kuće za odmor i apartmani).¹² Od hotelske ponude valja izdvojiti dva manja hotela – Hotel Venezia (s 15 smještajnih jedinica i 30 postelja) i hotel Zdilar (33 smještajne jedinice i 66 postelja) te pension Milard (3 smještajne jedinice tipa studio i 9 postelja). Specifičnost smještajne ponude Imotske krajine čine 2 objekta seoskog turizma (Ružin dvor i eko selo Grabovac) te kamp Biokovo u Zagvozdu.

¹⁰ Od većih vinarija svakako valja spomenuti vinarije Grabovac, Matković, Šimunović, Jerković, Sušić, Rebić, Buljan i Glavota.

¹¹ Od bijelih sorti najpoznatije su kujundūša, okatica bijela, pinot bijeli, pinot sivi, chardonnay i žilavka, dok se od crnih sorti posebno uzgajaju trnjak, vranac, merlot i okatica crna.

¹² Prema podacima TZG Imotski, na području svih JLS Imotske krajine djelovalo je 112 objekata obiteljskog smještaja, pri čemu je taj broj, tijekom 2017. godine, povećan za oko 50 dodatnih objekata. Valja imati na umu da su svi novoizgrađeni objekti kapaciteti obiteljskog smještaja (kuće za odmor i/ili apartmani).

Korištenje smještanih kapaciteta

Prosječna godišnja bruto stopa iskorištenosti svih vrsta smještajnih kapaciteta na području Imotske krajine u 2017. godini iznosila je 13,4 % (ili oko 49 dana pune zauzetosti), što ukazuje na činjenicu da je riječ o izrazito sezonskom poslovanju, iako je određen broj najreprezentativnijih kuća za odmor – vila, sukladno informacijama TZG grada Imotskog prodan na godišnjoj razini i do 22 tjedna (odnosno 42% prosječno godišnje).

Valja također naglasiti da je postojeće korištenje smještajnih kapaciteta na području Imotske krajine, iako niže od ukupnog prosjeka SDŽ za sve vrste smještajne ponude (17 %), približno na prosječnoj razini korištenja kapaciteta obiteljskog smještaja u Županiji (14 %), a što se može smatrati uspjehom.

Zaključna razmatranja

Dosadašnji razvoj turističke aktivnosti na području Imotske krajine, usprkos izuzetno dinamičnom rastu smještajne ponude, broja dolazaka i ostvarenih noćenja u zadnje dvije-tri godine, ne može se ocijeniti visokom ocjenom. Drugim riječima, kako je riječ o prostoru koji je, povijesno gledano, bio orijentiran uglavnom na poljoprivredu i trgovinu, dok turističko privređivanje od strane lokalnih razvojnih dionika nije bilo prepoznato kao jedan od mogućih generatora dodatnog gospodarskog rasta i razvoja, cijeli ovaj prostor, u vremenu koje dolazi, valja dodatno oplemeniti cijelim nizom dodatnih uslužnih sadržaja, ali objektima javno-komunalne i/ili turističke infrastrukture.

2.10. Turističke razvojne zone

Prema zadnjim Izmjenama i dopunama Prostornog plana Splitsko-dalmatinske županije, na cijelom su području Imotske krajine, izvan građevinskog područja naselja, planirane 24 turističke razvojne zone.

Neovisno o razlikama u atraktivnosti pojedinih turističkih razvojnih zona, a što se ne odnosi samo na veličinu i prirodne značajke prostora, već i na složenost imovinsko-vlasničke problematike, raspoloživost komunalne infrastrukture te laku/tešku pristupačnost i/ili dostupnost, uvid u prostornu distribuciju turističkih razvojnih zona na području JLS Imotske krajine kao i na predvidivi broj postelja koje su u tim zonama planirane (tablica 2.10.1), upućuje na zaključak da su razvojne ambicije i sklonost prema pojačanom turističkom profiliranju pojedinih lokalnih samouprava izrazito naglašene, vjerojatno i kao rezultat potrebe da se ovaj resursno-atraksijski izuzetno potentan prostor postupno revitalizira kako demografski, tako i gospodarski.

Uvid u planirane turističke razvojne zone na području Imotske krajine ukazuje i na činjenicu da u njihovoj strukturi, izrazito prevladavaju T2 zone (62,5 %). Mješovite (T1/T2) zone zastupljene su s 25 %, dok su T1 i T3 zone najmanje zastupljene s 8,3 %, odnosno 4,1 %. Navedena struktura turističkih razvojnih zona izvan područja naselja donekle začuđuje. Naime, bilo bi logično očekivati da će na cijelom prostoru Imotske krajine, zbog poštivanja vjekovne kulture života i rada, prevladavati orijentacija na T1 zone, odnosno na uspostavu sustava difuznih hotela kroz revitalizaciju eko-etno sela, odnosno na izgradnju tematiziranih hotelskih objekata manjeg obujma, uključujući i obnovu tradicijski građenih stambenih i/ili stambeno-gospodarskih objekata primjerenih gabarita.

Tablica 2.10.1: Turističke razvojne zone na području Imotske krajine izvan ZOP-a

Grad/Općina	Naselje	Zona	Površina (ha)	Kapacitet	Namjena
Cista Provo	Aržano	Jandrića Staje	3,50	175	T2
	Biorine	Donje Karadže	1,80	90	T2
	Biorine	Šušкова Lazina	1,70	85	T2
	Cista Velika	Ronićeva Staja	7,80	390	T2
	Dobranje	Lerotića Staje	2,70	135	T2
	Dobranje	Milardovića St.	3,30	165	T2
	Dobranje	Vuletića Staje	6,00	300	T2
	Dobranje	Vul.-Čubetića St.	13,98	700	T2
	Svib	Krstina	18,70	1.000	T1/T2
Lovreć	Dobrinča	Brežine II	7,00	350	T1/T2
	Lovreć	Olujića Staje	6,00	300	T1/T2
	Lovreć	Strana	4,00	200	T1/T2
	Studenci	Antunovića St.	9,00	450	T1/T2
	Studenci	Čorbići	3,00	150	T2
	Studenci	Udiljkove Staje	7,00	350	T1/T2
Proložac	G. Proložac	G. Proložac	1,40	70	T2
	Ričice	Ričice 1	3,40	170	T1
	Ričice	Ričice 2	1,30	65	T1
Zadvarje	Zadvarje	Golf-Zadvarje	9,00	500	T2
	Zadvarje	Šodani	7,00	200	T2
Zagvozd	Biokov. Sela	Bakotine Staje	2,60	130	T2
	Zagvozd	Mandešina	1,89	95	T2
	Zagvozd	Košorovac	0,40	30	T3
	Zagvozd	Vranjača	3,73	190	T2

Izvor: Izmjene i dopune prostornog plana SDŽ

2.11. Ocjena konkurentnosti turističkog proizvoda Imotske krajine

Na temelju detaljnog uvida, prevladavajućih demografskih trendova, značajki resursno-atraktivne osnove, infrastrukturne opremljenosti te gospodarskih kretanja na području Imotske krajine, uključujući i dinamiku turističkog prometa, prilično se objektivno može procijeniti i turistička konkurentnost cijelog projektnog područja.

Ocjeni turističke konkurentnosti Imotske krajine pristupilo se u dva koraka. Prvi korak odnosio se na definiranje ključnih područja i ključnih činitelja uspjeha (ili elemenata konkurentnosti) prema različitim područjima konkurentnosti. Drugi korak odnosio se na kvalitativno vrednovanje svakog od pojedinačnih elemenata konkurentnosti prema svim ključnim područjima.

U metodološkom smislu, gore izneseni pristup implicira da se konkurentnost projektnog područja ne ocjenjuje u odnosu na druge turističke destinacije, već u odnosu na poželjno (idealno) stanje turističke razvijenosti kojem valja težiti.

Relevantna područja koja, direktno i/ili indirektno, doprinose kvaliteti turističkog boravka, a time i konkurentnosti Imotske krajine na tržištu turističkih destinacija su sljedeća:

- Dostupnost,
- Resursno-atraktivna osnova,
- Razvijenost gospodarstva i društvenih djelatnosti,

- Razvijenost turističkog sektora
- Razvijenost komunalne infrastrukture,
- Ljudski potencijali, te
- Društveno i poslovno okruženje.

Ocjena turističke konkurentnosti Imotske krajine na temelju gore iznesenih pretpostavki, a u cilju što je moguće veće objektivnosti, izvedena je tijekom prve strateške radionice na kojoj su, uz moderaciju ekspertnog tima Instituta za turizam, sudjelovali svi relevantni dionici društveno-ekonomskog razvoja projektnog područja, kako iz javnog, tako i iz privatnog sektora. Pritom je, svaki od elementa konkurentnosti, ocjenjivan na skali od 1 (loše) do 6 (izvrsno), nakon čega su ocjene po pojedinim područjima konkurentnosti zbrojene i podijeljene s brojem ključnih činitelja uspjeha kako bi se dobila srednja ocjena.

Rezultati provedene ocjene konkurentnosti integralnog turističkog proizvoda na području Imotske krajine (prosječna ocjena 2,8) jasno upućuju na zaključak da još uvijek ima puno prostora za daljnji rast i razvoj u vremenu koje dolazi. To se osobito odnosi na stupanj razvijenosti javne/komunalne infrastrukture (prosječna ocjena 2,0), dostupnost (prosječna ocjena 2,0), odnosno razvijenost gospodarstva i društvenih djelatnosti (prosječna ocjena 2,4). Isto tako, raspoloživost/kvaliteta ljudskih potencijala (prosječna ocjena 2,3) zasigurno također predstavlja značajnu smetnju dinamiziranju turističkog razvoja u vremenu koje dolazi.

Detaljni pregled ocjena pojedinih elemenata konkurentnosti po ključnim područjima prezentiran je u tablici 2.11.1.

Tablica 2.11.1: Turistička konkurentnost Imotske krajine – nalazi prve strateške radionice

Elementi konkurentnosti		Jako loše=1, izvršno=6					
A.	Dostupnost	1	2	3	4	5	6
1	Ceste koje vode prema Imotskoj krajini						
2	Ceste na području Imotske krajine						
3	Raspoloživost međumjesnog prijevoza						
4	Blizina zračnih luka međunarodnog značenja						
5	Dostupnost autobusom						
6	Dostupnost željeznicom						
B.	Resursno-atraktivna osnova	1	2	3	4	5	6
7	Ljepota krajolika/reljefa						
8	Raznolikost krajolika/reljefa						
9	Raspoloživost/kvaliteta zaštićene prirodne baštine						
10	Raspoloživost/kvaliteta zaštićene kulturno-povijesne baštine						
11	Očuvanost okoliša						
12	Raspoloživost/kvaliteta biciklističkih staza						
13	Raspoloživost/kvaliteta pješačkih/planinarskih staza						
14	Kvaliteta sportsko-rekreacijskih sadržaja						
15	Raspoloživost/kvaliteta vinskih cesta						
16	Raspoloživost/kvaliteta gastro cesta/ruta						
17	Kulturna ponuda (muzeji, kazališta, galerije)						
18	Postojanje i raznolikost kulturno-zabavnih manifestacija i događanja						
C.	Gospodarstvo i društvene djelatnosti	1	2	3	4	5	6
19	Razvijenost industrije						
20	Razvijenost obrtništva						
21	Razvijenost poljoprivrede						
22	Trgovački sadržaji						
23	Razvijenost društvenih djelatnosti						
D.	Turizam u užem smislu	1	2	3	4	5	6
24	Raspoloživost smještajnih objekata						
25	Struktura smještajnih objekata						
26	Kvaliteta smještajnih objekata - hoteli/TN						
27	Kvaliteta smještajnih objekata - kampovi						
28	Kvaliteta smještajnih objekata - obiteljski smještaj						
29	Raspoloživost objekata hrane i pića u naseljima						
30	Raspoloživost objekata hrane i pića na područjima turističkog interesa						
31	Raznolikost i originalnost ponude hrane i pića						
32	Kvaliteta hrane						
33	Korištenje lokalno proizvedene hrane						
34	Autentičnost objekata hrane i pića						
35	Kvaliteta turističke (smede) signalizacije						
36	Kvaliteta interpretacije turističkih atrakcija (info ploče i sl.)						
37	Prisustvo specijaliziranih (incoming) turističkih agencija u destinaciji						
38	Kvaliteta promocije destinacije (Internet)						
E.	Komunalna infrastruktura	1	2	3	4	5	6
38	Kanalizacija i sustav odvodnje						
39	Gospodarenje otpadom/Prisutnost 'divljih' deponija						
40	Postojanje sustava recikliranja krutog otpada						
41	Vodoopskrba						
42	Elektroenergetski sustav						
43	Telekomunikacije						
44	Promet u mirovanju						
F.	Ljudski potencijali	1	2	3	4	5	6
45	Raspoloživost radne snage						
46	Kvaliteta radne snage						
47	Raspoloživost lokalnih turističkih poduzetnika						
48	Raspoloživost osoba s upravljačkim vještinama u javnom sektoru (potrebe destinacijskog menadžmenta)						
49	Raspoloživost osoba s upravljačkim vještinama u privatnom sektoru						
G.	Društveno i poslovno okruženje	1	2	3	4	5	6
50	Kooperacija javnog i privatnog sektora (JPP)						
51	Unreženost gospodarskih sektora						
52	Posvećenost nositelja izvršne vlasti JLS turističkom razvoju						
53	Društvena klima						
54	Razina poduzetničkog optimizma						
55	Osobna sigurnost						

Izvor: Lokalni dionici turističkog razvoja, obrada: Institut za turizam, Zagreb

3. ANALIZA TRŽIŠTA

3.1. Kvantitativni trendovi

Turistički uspjeh bilo koje turističke destinacije, pa tako i Imotske krajine odraz je, s jedne strane, kvalitete i raznolikosti turističke ponude, odnosno, s druge strane, dinamike rasta turističkog prometa i kvalitativnih promjena u očekivanjima potrošača na globalnoj razini. Isto tako, globalna turistička kretanja valja promatrati u kontekstu intervalutarnih kretanja, kretanja cijena nafte kao i sve važnijeg pitanja sigurnosti kako putovanja, tako i boravka u destinacijama diljem svijeta.

Prema podacima Svjetske turističke organizacije (UNWTO) u 2017. godini na globalnoj je razini ostvareno 1.322 milijuna međunarodnih dolazaka, pri čemu je ostvaren rast od 7,1 posto u odnosu na prethodnu, 2016. godinu. Očekuje se da će i sljedeću, 2018. godinu obilježiti snažan rast fizičkog obujma turističkog prometa, pri čemu i konzervativne prognoze očekuju rast po stopi od 4 - 5 posto. Posebno valja ukazati na činjenicu da su ostvareni rezultati znatno bolji od dugoročnih prognoza UNWTO-a, a temeljem kojih do 2020. godine valja očekivati rast međunarodnog turizma po stopi od oko 3,8 posto prosječno godišnje.

Usprkos zrelosti u životnom ciklusu brojnih destinacija, Europa je još uvijek daleko najveća svjetska receptivna makro regija s tržišnim udjelom od 50,8 posto. Ponajviše, uslijed izuzetne dinamike rasta turističkog prometa, u mediteranskim zemljama tijekom 2017. godine (+13 % u odnosu na 2016. godinu), makro regija Europa u 2017. godini ostvarila je 671 milijun međunarodnih dolazaka, što predstavlja rast od čak 8 posto u odnosu na 2016. godinu.

Kretanja u Hrvatskoj zadnjih desetak godina nadmašuju svjetske trendove i pokazuju izuzetno dinamičan i kontinuiran rast. Tako se, primjerice, u razdoblju od 2010. do 2016. godine, broj turističkih dolazaka povećavao po stopi od 6,5 % prosječno godišnje, dok se broj noćenja povećavao po stopi od 5,5 % prosječno godišnje. Na takvu dinamiku rasta fizičkog obujma turističkog prometa zasigurno je pozitivno utjecao proces pristupanja Hrvatske Europskoj uniji te s tim povezana promjena imidža zemlje u očima međunarodne potražnje, osobito iz dalekih tržišta. Kad je, pak, riječ o fizičkom obujmu turističkog prometa u RH u 2017. godini, valja naglasiti da je, prema podacima DZS, te godine ostvareno 17,4 milijuna turističkih dolazaka, odnosno 86,2 milijuna noćenja u registriranim turističkim smještajnim objektima. U odnosu na prethodnu 2016. godinu, to predstavlja povećanje od 13 posto kad je riječ o broju dolazaka, odnosno od 11 posto kad je riječ o ostvarenim noćenjima.

3.2. Kvalitativni trendovi od interesa za projektno područje

Osim izuzetno povoljnih dugoročnih predviđanja kretanja turističkog prometa, kako na globalnoj, tako i na razini RH, za dugoročno uspješno pozicioniranje bilo koje destinacije na globalnom turističkom tržištu sve je važnije sagledavati i dominantne kvalitativne (mega)trendove, a koji, uslijed različitih svjetonazorskih promjena, sve značajnije utječu i na turizam. Pritom posebno valja ukazati na:

- Promjene u navikama kupnje: Ohrabreni post-recesijskim kretanjima i s ogromnim izborom uspoređivanja, suvremeni su potrošači manje usmjereni na marke i prepoznatljive proizvode te tragaju na nečim novim pri čemu vrijednost pridaju onom

što na najbolji način spaja i kvalitetu i cijenu. S obzirom na sve brži ritam života u kojem vrijeme postaje luksuzno dobro, 'štednja vremena' postaje sve važnija pa time rastu i on-line kupnje, plaćanje mobitelom, doživljajima 'nabijena' putovanja, putovanja koja objedinjuju različite aktivnosti i sl.

- Traganje za životnom ravnotežom: Budući da ljudi žive dulje, izazov godina govori o tome da se granica poimanja srednjih godina pomiče (55 do 65), pri čemu rastući broj osoba sve više obraća pažnju na svoje fizičko i 'mentalno' zdravlje, potrebno je pronaći svojevrsnu životnu ravnotežu u smislu 'biti i trajati' nasuprot 'brzo se potrošiti'. U tom smislu sve je izraženiji interes za mentalnim 'wellbeingom', a time i uloga putovanja u životnoj ravnoteži. Isto tako, zbog stalne izloženosti suvremenim tehnologijama, sve je izraženija i potreba za 'digitalnim' predahom, odnosno, odmakom od neprekidne komunikacije koju ona nameće.
- Segmentacija prema psihografskim obilježjima: S obzirom na sve veću brojnost i različitost interesa potencijalnih turista, neprekidno raste broj novih tržišnih segmenta koje pokreću različite sklonosti kao što su, primjerice, (i) potreba za rekreativnim aktivnostima na otvorenom, (ii) ljubav prema hrani, (iii) zanimanje za povijest, (iv) želja za upoznavanjem kulture/stila života nekog drugog naroda, (v) posvećenost avanturizmu i adrenalinskim aktivnostima, (vi) briga za okoliš i njegovo očuvanje i brojne druge. S druge strane, destinacije za potrošače mogu predstavljati 'neotkrivena mjesta', 'destinacije u trendu', 'destinacije na listi onih koje žele posjetiti', 'bliže destinacije', 'destinacije koje se brinu o njima važnim vrijednostima' ili nešto drugo.
- Segmentacija prema demografskim obilježjima: S obzirom na različite preferencije turista s obzirom na dob, bračni status te općenito stilove života, valja razlikovati, primjerice:
 - Generaciju 'Y' (tzv. 'Millennials'): na putovanjima žele potpuno 'uroniti' u lokalnu kulturu kroz gastronomiju, običaje i aktivnosti. Važna im je mogućnost doživljaja putem tehnologija, ali i 'uživo'. Sukladno tome, brojnost mogućnosti kao i fleksibilnost u tim mogućnostima izuzetno su im važne. Oglašavanje na njih ima puno manji učinak od preporuka prijatelja ili društvenih mreža na webu.
 - Senior putnici: riječ je o 'baby boomerima' (rođeni od 1946. do 1964.) koji danas putuju više nego ikada prije i vole proširivati listu destinacija koje su posjetili. Oni brinu o sigurnosti, čistoći i vrijednostima i žele uživati u životu. Znaju što žele i cijene kvalitetu.
 - Ženska putovanja: veliki je trend 'solo' putovanja žena. Važna im je sigurnost i oslanjaju se na usmene preporuke.
 - Multigeneracijska putovanja: putovanja koja uključuju tri ili više generacija i čija popularnost iznimno raste. Često se radi o obiteljima koje žive u različitim dijelovima svijeta i putovanja doživljaju kao mogućnost provođenja kvalitetnog vremena zajedno. Važna su im 'putovanja za sjećanja', mjesta na kojima nisu prije bili, opuštanje i gastronomija.
 - Digitalni nomadi: riječ je o putnicima koji nose 'posao sa sobom' pa su im važne destinacije koje pružaju kvalitetnu infrastrukturu da kreiraju 'udaljene' urede. Često su sezonski putnici i ne odlaze na 'tipična' turistička putovanja i posjete 'tipičnim' atrakcijama.

- Ljubitelji hrane: putnici koje motivira 'hrana,' ali ne samo sa aspekta konzumacije već kao medij kroz koji upoznaju lokalnu kulturu i običaje i kroz koji mogu naučiti nešto novo i steći nova znanja (tečajevi kuhanja, upoznavanje lokalnih namirnica i drugo).

Neki od najvažnijih kvalitativnih (mega)trendova koji obilježavaju suvremeno turističko tržište, a koji su od posebnog interesa za dugoročno održiv tržišni uspjeh Imotske krajine i njene turističke ponude, sistematizirani su u sljedećem tabličnom pregledu.

Tablica 3.2.1: Promjene u suvremenom društvu koje utječu na turizam

Činitelji	Posljedice na turističku destinaciju
Demografija	
Broj pripadnika starijih dobnih skupina rapidno se povećava.	<ul style="list-style-type: none"> • Rastuća potražnja za kvalitetom, udobnošću, sigurnošću, prikladnim prijevozom, različitim mogućnostima odmora i opuštanja, kao i za proizvodima "krojenima po mjeri". • Rast potražnje izvan ljetnih mjeseci. • Povećana potražnja za specijalnim proizvodima.
Zdravlje	
Svijest o zdravlju i zdravom životu dodatno će se pojačati.	<ul style="list-style-type: none"> • Destinacije koje se doživljavaju kao manje zdrave, ignorirat će se znatno više i znatno brže nego je to do sada bio slučaj. • Provođenje aktivnog odmora imat će sve više poklonika.
Obrazovanje	
Prosječna razina obrazovanja stalno se povećava.	<ul style="list-style-type: none"> • Rast potražnje za proizvodima specijalnih interesa. • Povećanje potrebe za kreativnijim komuniciranjem s tržištem i boljim informiranjem.
Slobodno vrijeme	
Život u 21. stoljeću implicira sve veći stres i pritisak na psihu.	<ul style="list-style-type: none"> • Povećana potreba za ponudom relaksirajućih sadržaja. • Više kratkih odmora umjesto jednog velikog.
Iskustvo putnika	
Sve je više sofisticiranih potrošača koji su, u želji da udovolje svojim potrebama, sve zahtjevniji.	<ul style="list-style-type: none"> • Sve veća preferencija prema autentičnom doživljaju; sve manje tolerancije za umjetno i standardizirano. • Destinacije koje nude raznovrsnu i uravnoteženu ponudu dobit će na važnosti.
IT tehnologije	
Internet penetracija i korištenje web-a za skupljanje informacija i kupovinu turističkih proizvoda i usluga i dalje će se povećavati.	<ul style="list-style-type: none"> • Sve veća raspoloživost turističkih informacija o destinacijama i proizvodima; sve veća sofisticacija tzv. "tražilica", omogućit će sve bolju usporedbu destinacija, a time zaoštriti i konkurenciju. • Iskusni putnici sami će koncipirati svoja putovanja i direktno rezervirati. • Raspoloživost dubinskih informacija o pojedinim proizvodima i njihovoj međusobnoj povezanosti bit će ključni preduvjet uspjeha pojedinačnih web adresa.
Očuvanje okoliša	
Svijest o potrebi očuvanja okoliša bit će sve veća.	<ul style="list-style-type: none"> • Rast potražnje za ekološki očuvanim destinacijama u kojima će prirodni atributi i gostoljubivost lokalne populacije imati sve izrazitiju ulogu. • Upravljanje prostorom postat će sve važniji atribut turističke privlačnosti.

Izvor: European Travel Commission, 2015.

Sve prethodno navedene promjene trajno mijenjaju i potrošačke navike, potrebe, želje i preferencije suvremenih turista. Ti 'novi i drugačiji' turisti, prilikom planiranja godišnjeg odmora, biraju ponajviše one turističke destinacije čija se integralna turistička ponuda u najvećoj mogućoj mjeri može prilagoditi njihovim potrebama, zahtjevima i/ili kriterijima poželjnosti.

U skladu s navedenim promjenama prevladavajućem svjetonazoru potrošača, nekad prevladavajući unificirani turizam 20. stoljeća, ustupio je mjesto izrazito diferenciranom i segmentiranom humanijem turizmu 21. stoljeća koji se sve češće veže uz slogan "6E" (experience, excitement, escape, education, entertainment, ecology).

Tablica 3.2.2. – Razlika između turizma 20. stoljeća i turizma 21. stoljeća

TRENDovi U Suvremenom Turizmu	
20. STOLJEĆE od 50.-tih do 90.-tih godina	21. STOLJEĆE započinju potkraj 20.st i obilježavaju početak 21. st.
OSNOVNA OBILJEŽJA TURIZMA	
<ul style="list-style-type: none"> • MASOVAN GRUPNI TURIZAM • KRUT, ISTI ZA SVE • "4 S" - SUN, SEA, SAND, SEX (sunce, more, pijesak i seks) • PREVLADAVA JEDNA VRSTA ODMORA, KUPALIŠNO - ODMORIŠNA PUTOVANJA 	<ul style="list-style-type: none"> • DIFERENCIRAN I SEGMENTIRAN TURIZAM • FLEKSIBILAN, PRILAGODLJIV ZA SVAKOGA • "6 E" - EXPERIENCE, EXCITEMENT, ESCAPE, EDUCATION, ENTERTAINMENT, ECOLOGY (doživljaj, uzbuđenje, bijeg, obrazovanje, zabava, ekologija) • ŠIROKI SPEKTAR RAZNIH VRSTA PUTOVANJA, MNOGO BOGATIJI I AKTIVNIJI ODMORI
POTROŠAČ - OBILJEŽJA POTRAŽNJE	
<ul style="list-style-type: none"> • PASIVAN I INERTAN DOKOLIČAR • SUDIONIČKI MASOVNI UNIFICIRANI ARANŽMANI • KONFEKCIJIRANA ORGANIZIRANA PUTOVANJA • REZERVACIJA PUTOVANJA UNAPRIJED • ODMARANJE • NEMARAN ODNOS PREMA VLASTITOM ZDRAVLJU (sunčanje i dokoličarenje) • PREPLANULOST JE STVAR PRESTIŽA • SLIČNI TURISTIČKI UKUSI • KARAKTERISTIČNA TIPSKA POTRAŽNJA • POTRAŽNJA ISTA BEZ OBZIRA NA GENERACIJSKE RAZLIKE • NEISKUSAN PUTNIK • NEKRITIČAN ODNOS PREMA CIJENAMA (zadovoljava se ponuđenim) • PREDVIDIVO PONAŠANJE POTROŠAČA • IMITIRA - PUTUJE NA POZNATA MJESTA • TRAŽI POZNATO I POPULARNO • KUPUJE ŠTO SE NUDI (udobno) • NEMARAN ODNOS PREMA OKOLIŠU • NA ODMOR IDE JEDNOM GODIŠNJE 	<ul style="list-style-type: none"> • DINAMIČAN I AKTIVAN POTROŠAČ • NEZAVISAN; INDIVIDUALNI PUTNIK • FLUIDNA ORG. PUTOVANJA (do it yourself) ili SVEOBUHVAATNA (all inclusive) PUTOVANJA • KASNA REZERVACIJA PUTOVANJA • DOŽIVLJAJ, AKTIVNOST, UČENJE, SUDJELOVANJE • OD ODMORA OČEKUJE RELAKSACIJU DUHA I TIJELA (sport, zabava, učenje, razonoda, uzbuđenje i sl.) • SUNČANJE SE IZBJEGAVA ZBOG OZONSKIH RUPA (svjetlije puti) • PLURALIZACIJA TURISTIČKIH UKUSA • DIFERENCIRANA I SEGMENTIRANA POTRAŽNJA • POTRAŽNJA SEGMENTIRANA PREMA ZAJEDNIČKIM GENERACIJSKIM OBILJEŽJIMA (stariji, baby boomers, X gen. Y gen.) • ISKUSAN, DOBRO OBRAZOVAN I SOFISTICIRAN PUTNIK • KRITIČAN - TRAŽI ADEKVATNU VRIJEDNOST ZA ULOŽENI NOVAC (value for money) • NEPREDVIDIVO PONAŠANJE POTROŠAČA - VEĆA I MNOGO OSOBNIJA POTROŠNJA • KREIRA - NEŠTO NOVO, NEŠTO DRUGAČIJE, NEGDJE DRUGDJE • TRAŽI POSEBNO I NOVO, BJEŽI OD SVAKODNEVICE, TRAŽI AUTENTIČNO I REALNO • ZAHTJEVAN I IZBIRLJIV, TRAŽI VIŠU KVALITETU I STANDARD USLUGA • EKOLOŠKI SVJESTAN • PUTUJE ČEŠĆE I KRAĆE (više puta godišnje, produženi vikendi)
TURISTIČKA INFRASTRUKTURA - OBILJEŽJA PONUDE	
<ul style="list-style-type: none"> • SLIČNO • UNIFICIRANOST • EKSTENZIVNA NEOGRANIČENA IZGRADNJA • INTERNACIONALNI STIL GRADNJE • UJEDNAČENA PONUDA • SEZONSKI KARAKTER POSLOVANJA • VERTIKALNE I HORIZONTALNE INTEGRACIJE • OGRANIČENI I ODVOJENI SUSTAVI REZERVACIJA 	<ul style="list-style-type: none"> • RAZLIČITO • SPECIJALIZACIJA • OGRANIČENA NOVA IZGRADNJA I RENOVIranJE STAROG, BRIGA ZA ZAŠTITU OKOLIŠA • AUTENTIČNOST, IDENTITET, PREPOZNTALJIVOST • SNAŽNA KONKURENCIJA MEĐU TUR. DESTINACIJAMA • PRODULJENO POSLOVANJE • DIJAGONALNE INTEGRACIJE • UMREŽENI SUSTAVI I TEHNOLOŠKA SOFISTICIRANOST
TURISTIČKA POLITIKA I MARKETING	
<ul style="list-style-type: none"> • POLITIKA POTICANJA RAZVITKA TURISTIČKE INFRASTRUKTURE • MASOVNI MARKETING • RIGIDNA POLITIKA CIJENA • KRATKOROČNO PLANIRANJE U TURIZMU 	<ul style="list-style-type: none"> • POLITIKA DESTINACIJE I TRŽIŠNE MARKE (BRANDING) ZAJEDNO • FOKUSIRAN AGRESIVNI MARKETING NA ODREĐENE TRŽIŠNE SEGMENTE • FLEKSIBILNA POLITIKA CIJENA (zbog oštre tržišne utakmice) • DUGOROČNO PLANIRANJE U TURIZMU

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Vodeći računa o svim prethodnim trendovima, učinkovito tržišno pozicioniranje Imotske krajine na tržištu turističkih destinacija podrazumijeva stalnu prilagodbu zahtjevima potrošača, pri čemu se maksimalno valja osloniti na specifičnosti raspoložive resursno-atraksijske osnove, odnosno na njenu kreativnu, emocijama nabijenu i nijansiranu prezentaciju. U tom smislu, posebnu pažnju valja posvetiti kreiranju tematiziranih, specifično krojenih turističkih proizvoda prilagođenih ciljanim tržišnim segmentima/nišama. Istodobno, valja osigurati i maksimalno odgovorno ponašanje prema okolišu. Primjena 'zelenih' koncepta ponašanja, recikliranje, odgovorno korištenje energije/vode, poštivanje pravila 'zelene arhitekture' te maksimalno korištenje prirodnih i lokalno proizvedenih materijala postaje nešto što tržište sve više prepoznaje i cijeni. U tom smislu, dakle, u svim JLS Imotske krajine potrebno je osigurati preduvjete za ekološki odgovoran destinacijski razvoj/menadžment.

3.3. Identifikacija potencijalnih turističkih proizvoda od interesa

Značajke resursno-atraksijske osnove Imotske krajine izrazito pogoduju razvoju turizma posebnih interesa. Potražnja za turizmom posebnih interesa u kontinuiranom je porastu zadnjih 20-ak godina. Uglavnom ju generiraju iskusni turisti, više platežne moći, sa izraženim hobijima i višim kulturnim kapitalom, pa je ova potražnja relativno stabilna i u kriznim vremenima.

Imajući na umu gornje konstatacije, u nastavku se daje pregled konkretnih proizvoda koje raspoloživa resursno-atraksijska osnova projektnog područja može uspješno podržati, a koji su osobito interesantni za tržišta posebnih interesa. Iako je riječ o proizvodima koji su, u ovome trenutku, u različitoj fazi tržišne spremnosti, riječ je zasigurno o proizvodima koji bi trebali predstavljati srž destinacijske ponude Imotske krajine.

3.3.1. Seoski turizam

Prema podacima Svjetske turističke organizacije, potražnja za seoskim turizmom kroz zadnjih 10-ak godina raste godišnje za oko 6 %. Potražnju za ovom vrstom turizma, u većini slučajeva, generiraju uglavnom domaći turisti, iako se primjećuje da razvijene i dobro promovirane ruralne destinacije Europe i svijeta privlače sve veći broj inozemnih posjetitelja. Riječ je uglavnom o osobama mlađe i/ili srednje dobi, prosječnih ili nadprosječnih primanja koje putuju s obitelji i/ili prijateljima, a u destinaciji se, osim smještaja u tradicijskim smještajnim objektima (ruralne kuće za odmor, OPG-i, obiteljski vođeni pansioni/'bed & breakfast' objekti i sl.) i uranjanjem u svakodnevni život domaćina, najčešće bave različitim rekreativnim aktivnostima poput planinarenja, jahanja, ribolova, obilaska vinskih cesta, te posjeta kulturnim i prirodnim atrakcijama u okolini.

Nadalje, turisti koji biraju odmor u ruralnim područjima uglavnom su samostalni, te im odmor treba zadovoljiti relativno širok raspon potreba od intelektualne stimulacije, preko kontakta s domaćim stanovništvom, do potrage za davno izgubljenim mirom jednostavnog i tradicionalnog načina života. Samim tim, riječ je o potrošačkom segmentu koji teži uspostavi osjećaja slobode, opuštanja i/ili psihofizičke rekuperacije u neposrednom kontaktu s prirodom.

Uz naglašenu orijentaciju na poljoprivrednu proizvodnju, prevladavajući sitni posjed, tradicionalnu orijentaciju na poljoprivredu kao i činjenicu da velik broj stanovnika, a osobito oni mlađi, traže alternativne ili dodatne izvore prihoda, mogućnosti razvoja seoskog turizma na cijelom projektnom području, osobito kroz osnivanje kritične mase obiteljskih

(poljoprivrednih) gospodarstava i/ili drugih oblika obiteljske tematizirane ruralne smještajne ponude, izuzetno su velike. Temeljni su preduvjeti investiranje u razvoj proizvoda koji odgovara zahtjevima suvremene potražnje, odnosno dobro osmišljena i organizirana promocija.

Tablica 3.3.1: Potencijal seoskog turizma i činitelji uspjeha proizvoda

Proizvod	Seoski turizam
Tržišni potencijal	<ul style="list-style-type: none"> visok
Potencijal za razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> izrazito visok
Potencijalna tržišta	<ul style="list-style-type: none"> europske zemlje RH
Činitelji uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> razviti specijalizirane usluge oko centralnih tema (voćarstvo, vinarstvo, maslinarstvo, ribnjačarstvo, medarstvo) – uživanje u prirodi, upoznavanje načina života domaćina, sudjelovanje u poljoprivrednim aktivnostima (osobito berbama), upoznavanje lokalne kulinarske tradicije, sudjelovanje u pučkim svetkovinama identificirati centralne teme koje kombiniraju: a) materijalnu i nematerijalnu kulturnu baštinu, b) krajobraz i prirodu kojom su okruženi, c) poljoprivrednu proizvodnju i d) prezentaciju kulture i života rada na ovim prostorima. razviti odgovarajuće smještajne kapacitete (seoske kuće za odmor, seoska gospodarstva, tematizirane pansionere)



3.3.2. Eko-turizam

Velik dio raspoloživog prostora na području Imotske krajine karakterizira izuzetna bio raznolikost, ali i visok stupanj ekološke osjetljivosti. Samim tim, uz bitnu pretpostavku uspješne dugoročne zaštite ovog prostora i očuvanja njegovih ambijentalnih značajki, cijelo je projektno područje u mogućnosti zadovoljiti potrebe i očekivanja gostiju u rasponu od manje zahtjevnih ljubitelja prirode do vrlo fokusiranih eko-turista.

Iako je eko-turizam relativno nedefiniran pojam, sa sigurnošću se može reći da je riječ je obliku turizma u kojem sudjeluju ekološko izrazito svjesni pojedinci i grupe kojima je strano/mrsko provođenje odmora u etabliranim turističkim odredištima/objektima masovnog turizma.

Drugim riječima, poklonici eko-turizma ne razmišljaju isključivo o tome da, za uloženi novac dobiju što više, već svojim prisustvom žele što manje utjecati na područje koje su odlučili posjetiti. Bitna značajka eko-turista svakako je i činjenica da, prilikom boravka u destinaciji, vode računa da osiguraju prihod lokalnoj zajednici koji će joj biti dostatan za osiguranje egzistencije. To znači da će se preferirati konzumacija domaćih, autohtonih proizvoda, po mogućnosti iz ekološkog, odnosno organskog uzgoja, ali i mogućnost uranjanja u lokalne običaje i tradiciju života i rada autohtone populacije. Konačno, eko-turizam se često povezuje s posjetima nekim zaštićenim prirodnim lokalitetima/područjima, kao što su

primjerice nacionalni parkovi, parkovi prirode i slično. Sukladno prethodnim naznakama, osnovne značajke koje se vežu uz pojam eko-turizma podrazumijevaju boravak u očuvanom prirodnom habitatu, ambijentalnu autohtonost, mogućnost stapanja s prirodom te komunikaciju s lokalnim stanovništvom. Isto tako, izuzetno je bitan i relativno ograničen broj istodobnih korisnika.

Tablica 3.3.2: Potencijal eko-turizma i činitelji uspjeha proizvoda

Proizvod	Eko-turizam
Tržišni potencijal	<ul style="list-style-type: none"> • visok
Potencijal za razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • izrazito visok
Potencijalna tržišta	<ul style="list-style-type: none"> • europske zemlje
Činitelji uspjeha proizvoda 	<ul style="list-style-type: none"> • ljepota krajolika • očuvani prirodni ambijent/habitat • malen broj korisnika/posjetitelja • mogućnost foto-safarija • tiskani vodiči s popisom ptica/životinja koje je moguće vidjeti • osposobljeni stručni vodiči • interpretativni centar koji će dati posjetiteljima osnovne informacije o prostoru te značajkama njegovog eko-sustava (flora i fauna), • promocija putem specijaliziranih magazina i Interneta

3.3.3. Promatranje ptica (i ostalog životinjskog svijeta)

Promatranje ptica kao turistička aktivnost u zadnjih 30-ak godina evoluirala je iz relativno sporadične i neorganizirane u značajnu i dobro organiziranu turističku aktivnost, osobito u anglosaksonskom zemljama (SAD,¹³ Kanada,¹⁴ Velika Britanija¹⁵). Veličina potencijalnog tržišta samo u ove tri zemlje procjenjuje se na preko 50 milijuna osoba godišnje. Promatrači ptica izuzetno su zainteresirani za turistička putovanja u proljeće i jesen, doba uobičajenih migracija ptica.

Glavni motivi za turistička putovanja kod najvećeg broja promatrača ptica mogu se svesti na dokoličarsku edukaciju te upoznavanje prirodne baštine. Riječ je o potrošačkom segmentu koji, generalno gledano, traži mjesta na kojima može nesmetano promatrati i slušati ptice, ali i uživati u ljepoti flore i faune kroz šetnje u očuvanoj prirodi. U socio-demografskom smislu, promatrači ptica uglavnom su srednje ili starije dobi, visoko su obrazovani te imaju nadprosječna primanja. U pravilu, zahtijevaju usluge stručnog vodiča, traže udoban smještaj i pažnju prijateljski nastrojenih domaćina. Uz zainteresiranost za edukativne sadržaje, posebno ih privlače destinacije koje mogu kombinirati promatranje ptica s drugim iskustvima u prirodi, slikovitost šireg područja kao i mogućnost konzumacije lokalno

¹³ US Fish and Wildlife Service 2002

¹⁴ Canadian Tourism Commission n/d

¹⁵ Scottish Natural Heritage 2005

izrađenih proizvoda. Često ih privlače i područja gdje se mogu kupati i baviti sportskim ribolovom.¹⁶

Tablica 3.3.3: Potencijal promatranja ptica i činitelji uspjeha proizvoda

Proizvod	Promatranje ptica
Tržišni potencijal	<ul style="list-style-type: none"> • visok
Potencijal za razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • osrednji
Potencijalna tržišta	<ul style="list-style-type: none"> • europske zemlje
Činitelji uspjeha proizvoda  	<ul style="list-style-type: none"> • infrastruktura za promatranje – platforme i mostići, šetnice, teleskopi ili iznajmljivanje dalekozora • interpretativni centar koji će posjetiteljima dati osnovne informacije, uputiti ih u životinjski i biljni svijet te organizirati promatranje i foto-safari • tiskani vodiči s popisom ptica/životinja koje je moguće vidjeti • osposobljeni stručni vodiči koji mogu tumačiti životinjski svijet na više jezika • ponuda paket aranžmana za pasionirane promatrače ptica i životinjskog svijeta • promocija putem specijaliziranih magazina i interneta

3.3.4. Ribolovni turizam

Ribolov je jedan od najpopularnijih oblika rekreacije, s obzirom da se radi o sportsko-dokoličarskoj aktivnosti koja u većini slučajeva ne traži velika ulaganja u opremu. Europsko udruženje sportskih ribolovaca (European Anglers Association) 2003. godine procijenilo je da u zemljama zapadne i srednje Europe aktivno djeluje oko 21 milijun sportskih ribolovaca.

Što se tiče socio-demografskog profila sportskih ribolovaca, riječ je o osobama uglavnom muškog spola i starijih od 40 godina. Glavni motivi poduzimanja turističkih putovanja ili jednodnevnih izleta od strane sportskih ribolovaca uključuju boravak i uživanje u prirodi, relaksaciju i opuštanje, ulov ribe za osobnu potrošnju, obiteljski izlet te druženje.¹⁷ No, unatoč dominantnosti motiva koji nisu neposredno vezani s ulovom ribe, vode bogate ribom i mogućnost da se ona ulovi važne su komponente gotovo svakog odlaska u ribolov.¹⁸

¹⁶ Scott, D., Thigpen, J. (2003) Understanding the birder as tourist: Segmenting visitors to the Texas Hummer/Bird celebration. *Human Dimension of Wildlife*. 8:199-218.

¹⁷ Steffren, W., Winkel, M. (1999). Current status and socio-economic aspects of recreational fisheries in Germany. Evaluation the benefits of recreational fisheries. *Fisheries Centre Research Report*. 7(2):130-133.

¹⁸ Arlinghaus, R. (2005) On the apparently striking disconnection between motivation and satisfaction in recreational angling. Berlin: IGB (www.igb-berlin.de/institut/deutsch/2004/3.4.4_Arlinghaus_164-176_final.pdf)

Prema navikama i motivacijama, populaciju sportskih ribolovca valja generalno dijeliti na pasionirane sportske ribolovce i rekreativce. Pasionirani sportski ribolovci motivirani su ponajviše željom da uhvate što veću ribu te uživaju u adrenalinu i usavršavanju svojih vještina. Članovi su ribolovnih udruženja, sudjeluju u natjecanjima, često putuju u potrazi za velikom ribom i uglavnom su se specijalizirali za točno određene ribe. S obzirom da se na vodi zadržavaju nekoliko dana, u pravilu traže smještaj što bliže vodi i kvalitetnu infrastrukturu kako bi im boravak bio ugodan (platforme uz obalu ili nad vodom, uređena mjesta na obali). Spremni su dosta potrošiti na usluge vezane uz ribolov (iznajmljivanje platformi, čamca, usluge dostave hrane, pića i ostalih potrepština), ali ih osim ribolova ništa drugo ne zanima. Za razliku od pasioniranih sportskih ribolovaca, većini je rekreativnih ribolovaca ribolov razlog ili izgovor da borave na otvorenom. U tom smislu, važniji su im odmor, opuštanje uz vodu i druženje s prijateljima. Često nisu članovi ribolovnih društava, kupuju jednodnevne ribolovne dozvole i zadovoljni su s dva-tri sata ribolova. Za razliku od pasioniranih ribolovaca rjeđe putuju samo zbog ribolova i manje im je važno koju će vrstu ribe uloviti.

Tablica 3.3.4: Potencijal sportskog ribolova i činitelji uspjeha proizvoda

Proizvod	Sportski ribolov
Tržišni potencijal	<ul style="list-style-type: none"> • srednji do visok
Potencijal za razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • osrednji
Potencijalna tržišta	<ul style="list-style-type: none"> • europske zemlje • sportski ribolovci i rekreativci Hrvatske
Faktori uspjeha proizvoda  	<ul style="list-style-type: none"> • promocija na internetskim portalima i sajmovima, u brošurama, člancima u specijaliziranim časopisima • organizacija putem kreativnih paketa koji uključuju vodiče/obuku, ribičke propusnice, po nekoliko ribičkih lokacija za svaki dan i izbor smještaja • ponuda različitih paketa ovisno o razini ribičkih vještina (npr. za početnike, srednje i napredne) i duljini boravka (pola dana, cijeli dan, nekoliko dana, tjedan) • razvijena infrastruktura za športski ribolov – pristupi, ribičke platforme, specifična ribička signalizacija, parkirališna mjesta • prateće usluge (najam čamaca i opreme)

3.3.5. Ladanje daleko od gradske gužve i turističke vreve

Privlačnost ruralnih područja u post-modernističkom društvu sve više raste. Razloge za to valja ponajviše tražiti, ne samo u sve većim gužvama i izraženoj komodizaciji etabliranih (priobalnih) turističkih destinacija, već i u stalno rastućim očekivanjima sve sofisticiranije turističke potražnje koja, u potrazi za autentičnim i nestandardiziranim turističkim doživljajem, sve više odlazi u manje poznata turistička odredišta u dominantno ruralnim područjima.¹⁹

Sve veća privlačnost ruralnih sredina kao prikladnih destinacija za provođenje slobodnog vremena proizlazi ponajviše iz činjenice da je riječ o prostoru koji se po svojim krajobraznim i socio-kulturnim značajkama bitno razlikuje od mjesta na kojima većina ljudi trajno obitava te, u tom smislu, predstavlja dobro došlu promjenu uobičajenoj svakodnevici. Drugim riječima, ruralni prostor predstavlja svojevrsno sklonište za privremeni bijeg od gradskog života, ali i idealno mjesto za propitivanje vlastitih životnih uvjerenja i/ili svjetonazora kroz stjecanje novih životnih iskustava.

Tablica 3.3.5: Potencijal ladanja i činitelji uspjeha proizvoda

Proizvod	Eko-turizam
Tržišni potencijal	<ul style="list-style-type: none"> • visok
Potencijal za razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • izrazito visok
Potencijalna tržišta	<ul style="list-style-type: none"> • europske zemlje
Činitelji uspjeha proizvoda 	<ul style="list-style-type: none"> • ljepota krajolika • očuvani ruralni ambijent • očuvani (kultivirani) okoliš • naglasak na alternativne oblike smještaja • ugađanje sebi i svojim bližnjima u oazi mira i spokoja • distanciranost od uobičajene svakodnevnice, ali i od turističke vreve (karakteristične za destinacije u priobalju) • 'guštanje' u idiličnom ambijentu • upoznavanje lokalne gastronomije • interakcija s lokalnim stanovništvom • promocija putem specijaliziranih magazina i interneta

3.3.6. Ciklo turizam

U europskim okvirima procjenjuje se da će udio putovanja tijekom kojih je bicikljanje glavna aktivnost ili je bicikl glavno prijevozno sredstvo porasti u idućih 10 godina za više od 10 %. Glavni motivi biciklističkih turista su težnja za zdravim životom i boravkom u prirodi, kao i rekreacija, odmor te mentalna relaksacija, ali i težnja za novim izazovima.

¹⁹ Vidjeti o tome više u, primjerice, Daugstg, K. (2008). Negotiating landscape in rural tourism. *Annals of Tourism Research*, 35, 402-426, ili, Garau, C. (2015). Perspectives on Cultural and Sustainable Rural Tourism in a Smart Region: The Case Study of Marmilla in Sardinia (Italy). *Sustainability*, Vol. 7, pp. 6412-6434

Tržište ciklo turizma segmentira se uglavnom prema važnosti koju vožnja biciklom ima tijekom putovanja, zbog čega valja razlikovati pasionirane bicikliste od 'rekreativaca' - osoba koje se tijekom odmora, između ostalih aktivnosti, bave i biciklizmom. Biciklisti 'rekreativci' čine mnogo veću skupinu. Često traže kružne staze/rute bez prometa ili slabo prometne lokalne ceste, a glavna motivacija im je otkrivanje prirodnih i kulturnih ljepota te uživanje u krajoliku.

S obzirom na geografske karakteristike projektnog područja cijeli je ovaj prostor idealan za rekreativne bicikliste, pa čak i za obitelji s djecom.

Tablica 3.3.6: Potencijal ciklo turizma i činitelji uspjeha proizvoda

Proizvod	Ciklo turizam
Tržišni potencijal	<ul style="list-style-type: none"> • srednji do visok
Potencijal za razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • srednji do visok
Potencijalna tržišta	<ul style="list-style-type: none"> • europske zemlje • SDŽ (regija) • obitelji s malom djecom • stariji rekreativci
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • usmjeriti pažnju osobito na razvoj kraćih i manje napornih tura za rekreativce (slabo prometne kružne staze duljine od 15 do 20 km) • osigurati nekoliko staza/tura bez motornog prometa • tematizacija staza/ruta • opremljenost staza/ruta atrakcijama (vidikovci, odmorišta, info-ploče) te uslugama duž puta (okrjepa/odmor, servisi i sl.) • osigurati dostupnost informacija regionalnim posjetiteljima o mogućnostima za biciklizam • snažnije promovirati ciklo turistički doživljaj na internetskim portalima, u brošurama, člancima u specijaliziranim časopisima te afirmirati pojedine staze/rute na odabranim sajmovima



3.3.7. Pješaćenje/'trekking'/planinarenje

U Europi su pješaćenje, 'trekking' i/ili planinarenje najpopularnija 'meka' pustolovina, koja privlači sve dobne skupine i društvene slojeve. U uvjetima sve veće posvećenosti vlastitom zdravlju, očekuje se da će broj osoba koji će se tijekom odmora željeti baviti laganim rekreativnim aktivnostima, a u što svakako valja ubrajati i pješaćenje, stabilno i kontinuirano rasti.

Pokazatelji o veličini i karakteristikama ovog tržišnog segmenta u Hrvatskoj još uvijek ne postoje. Ipak, određene kvalitativne pokazatelje o osobama sklonim pješaćenju, 'trekkingu' i/ili planinarenju u Hrvatskoj pruža istraživanje posjetitelja nacionalnim parkovima i parkovima prirode,²⁰ koji pokazuje da je riječ uglavnom o dobrostojećim, ekološki izuzetno

²⁰ Institut za turizam (2007). TOMAS Nacionalni parkovi i parkovi prirode. Zagreb: Institut za turizam.

osviještenim osobama srednje životne dobi visokog obrazovanja. Putuju cijele godine, a najviše u proljeće, ljeto i jesen te često odlaze na vikend putovanja. Preferiraju bliže, relativno brzo dostupne destinacije. Njihova je posjeta motivirana željom za boravkom u prirodi i upoznavanjem prirodnih ljepota te odmorom i opuštanjem.

Polazeći od izuzetno atraktivne i diversificirane prirodne resursno-atraksijske osnove Imotske krajine, od ravničarskih i/ili močvarnih predjela, do planinskih vrleti u zaleđu, pojačana orijentacija na pješačko/'trekking'/planinarsko tržište čini se da ima puno opravdanje. Iako orijentacija na tržišne segmente sklone pješačenju, 'trekkingu' i/ili planinarenju, u pravilu, nije osobito lukrativna budući da se radi o tzv. 'low yield' tržišnom segmentu s relativno niskom potrošnjom, riječ je o potražnji koja, osobito u ovoj inicijalnoj fazi turističkog razvoja projektnog područja može biti izuzetno interesantna ponajviše uslijed poticanja i širenja svijesti (usmena predaja, blogovi i sl.) o prirodnim ljepotama projektnog područja i njegovim turističkim mogućnostima.

Tablica 3.3.7: Potencijal pješačenja/'trekkinga'/planinarenja i činitelji uspjeha proizvoda

Proizvod	Pješačenje/'trekking'/planinarenje
Tržišni potencijal	<ul style="list-style-type: none"> • visok
Potencijal za razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • visok
Potencijalna tržišta	<ul style="list-style-type: none"> • europske zemlje • SDŽ
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • osigurati kraće/duže kružne pješačke staze s vidikovcima i odmorištima za potrebe osoba različite fizičke spreme (pasionirani planinari, osobe srednje/starije dobi, obitelji s djecom i sl.) • precizne i tržišno dostupne planinarske karte • pristupačnost s glavnih prometnih pravaca (veći broj polazišta) • dobra signalizacija/interpretacija • za sve važnije trase/rute osigurati minimalno sljedeće sadržaje: sadržaje za piknike, roštilje, nužnike, pristup osobama s posebnim potrebama, skloništa, vidikovce, itd. • promocija pomoću brošura, vodiča, itinerera s naglaskom na doživljaj boravka u netaknutom prirodnom okruženju.



3.3.8. Turizam baštine

Turizam baštine odnosi se na individualne i/ili organizirane posjete kulturno-povijesnim lokalitetima i atrakcijama. Iako oko 37 % svih međunarodnih putovanja, između ostalog, sadrži i obilazak kulturno-turističkih atrakcija,²¹ osim ako je riječ o izrazito poznatim i tržišno profiliranim kulturnim atrakcijama, najveći broj posjetitelja većine kulturno-povijesnih znamenitosti odnosi se na osobe koje destinaciju svog putovanja ne biraju dominantno na osnovi bogatstva materijalne baštine, ali će ju konzumirati ako je ona dostupna i adekvatno

²¹ Richards, G. (1996), Production and consumption of European cultural tourism. Annals of Tourism Research. 23(2):261-283.

prezentirana/interpretirana. Dakle, uglavnom je riječ o usputnim kulturnim turistima koji kulturna iskustva doživljavaju relativno sporadično, ali s relativno velikim entuzijazmom.

Imajući u vidu kulturno-povijesnu resursnu osnovu projektnog područja, pri čemu ponajviše valja imati na umu arhitektonski sklad urbane jezgre Imotskog, ali i cijeli niz prapovijesnih gradina, stećaka i srednjovjekovnih fortifikacija kao i zbirku Franjevačkog samostana u Imotskom, pojačana orijentacija Imotske krajine na tržište kulturnog turizma zasigurno zaslužuje dodatnu pažnju.

Što se tiče konkretnog potencijala turizma baštine na području Imotske krajine, korisno je ukazati na podatke istraživanja TOMAS Ljeto 2014²² za Hrvatsku, prema kojem oko 58 % stacionarnih turista Splitsko-dalmatinske županije tijekom svog odmora obilazi kulturno-povijesne znamenitosti ('sightseeing'). Isto tako, preko 70 % gostiju na području SDŽ posjećuje muzeje. Izraženi interes za turizmom baštine stacionarnih turista koji borave na širem području SDŽ, a dijelom i gostiju koji borave na području susjednih županija valja sagledavati kao izuzetnu priliku za osmišljavanje cijelog niza novih proizvoda, pri čemu bi posebnu pažnju valjalo posvetiti osmišljavanju zanimljivih i stručno vođenih kulturnih tura koje bi popularizirale manje poznate kulturno-povijesne lokalitete projektnog područja.

Tablica 3.3.8: Potencijal turizma baštine i činitelji uspjeha proizvoda

Proizvod	Turizam baštine
Tržišni potencijal	<ul style="list-style-type: none"> • visok
Potencijal za razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • srednji do visok
Potencijalna tržišta	<ul style="list-style-type: none"> • europske zemlje • SDŽ • Susjedne županije i grad Zagreb
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • uređeni prilazi i prostor za parkiranje • kvalitetna turistička signalizacija, • promotivni/info pamflet (portfelj atrakcija/manifestacija) • interpretacijske ploče • ugostiteljski sadržaji i suvenirnica • interpretacija prilagođena različitim potrošačkim segmentima • povezivanje prostorno disperziranih kulturnih atrakcija tematskom rutom • povezivanje tematskih kulturnih ruta s komercijalnim turističkim sadržajima kako bi se posjetiteljima osigurao komfor, a turističkom sektoru ekonomski probitak



3.3.9. Turizam događanja

Iako je također riječ o segmentu kulturno-turističkog proizvoda, turizam događanja odnosi se na prisustvovanje različitim festivalima (kazališnim, filmskim), folklornim smotrama, koncertima, eno-gastro događanjima, ali i raznim drugim manifestacijama koje slave lokalne običaje i tradiciju. U tom smislu, uz recentnu kulturno-turističku produkciju kao što je to, primjerice, 'Glumci u Zagvozdu', ili, razna događanja u sklopu Imotskog ljeta, posebno valja

²² Marušić, Z., Čorak, S., Sever, I. (2015). TOMAS Ljeto 2014. - Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj: Institut za turizam, Zagreb.

istaknuti, primjerice, fešte vinara i vinogradara i međunarodni susret 'oldtimera', ali i događanja vjerskog karaktera kao što su to procesije i župska hodočašća, i sl.

O tržišnom potencijalu turizma događanja za intenziviranje turističkog prometa na području cijelog područja Imotske krajine također se može meritorno prosuđivati na temelju istraživanja Instituta za turizam, Zagreb - TOMAS Ljeto 2014.²³ Istraživanje je ukazalo na činjenicu da preko 70 % gostiju koji borave na području SDŽ posjećuje muzeje, dok njih daljnjih oko 46 %, odnosno 51 % rado odlazi na koncerte ili na kazališne predstave. Značajan interes za kulturnim manifestacijama valja tumačiti ne samo kao izuzetnu priliku za popularizaciju već postojećih događanja, veći i za osmišljavanje niza novih, atraktivnih i različitim potrošačkim segmentima zanimljivih manifestacija koje slave lokalne običaje, povijesna događanja i/ili tradiciju života i rada žitelja Imotske krajine.

Tablica 3.3.9: Potencijal turizma događanja i činitelji uspjeha proizvoda

Proizvod	Turizam događanja
Tržišni potencijal	<ul style="list-style-type: none"> • visok
Potencijal za razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • osrednji
Potencijalna tržišta	<ul style="list-style-type: none"> • europske zemlje • SDŽ • grad Zagreb
Faktori uspjeha proizvoda  	<ul style="list-style-type: none"> • Prepoznatljiva materijalna/nematerijalna baština koja se može uvezati u originalan kulturno-turistički proizvod • Interesantna povijest – mogućnost razrade određenog broja autentičnih, tematski fokusiranih, priča s odgovarajućim uporištima u prostoru • Autentičnost vjekovne kulture života i rada (domišljatost, život na kamenu, vinarstvo, voćarstvo) • Uspostava centralnog događanja kao svojevrsnog 'image-maker'a • Prilagođenost događanja različitim potrošačkim segmentima • Ravnomjerna distribucija događanja tijekom većeg dijela godine

3.3.10. Turizam vina

U zadnjih desetak godina turizam vina postao je vrlo popularan oblik turizma specijalnih interesa. Takav razvojni trend proizlazi velikim dijelom iz činjenica da je konzumacija vina, kao i znanje o vinima, sve važniji dio životnog stila dobrostojeće 'baby boom' generacije (osobe rođene pedesetih/ranih šezdesetih godina prošlog stoljeća). S obzirom da je riječ o velikom broju imućnih osoba koje putuju u svim godišnjim dobima te koje si, tijekom putovanja, žele maksimalno ugoditi, logično je da je riječ o demografskoj skupini koja uživa u posjetima vinarijama i kušanju lokalnih vina tijekom turističkih putovanja.

Kao i u ostalim oblicima turizma specijalnih interesa, tržište je heterogeno, a uglavnom se segmentira prema stupnju interesa i znanja za vino – od ljubitelja vina i znalaca, preko

²³ Ibid.

'strastvenih novajlija' do onih zainteresiranih za nova saznanja. No bez obzira kojoj podgrupi potrošača pripadaju, njihove glavne motivacije za sudjelovanje u turizmu vina su: kupnja vina, kušanje vina, uživanje u vinorodnom/ruralnom krajoliku, obilazak vinarija te upoznavanje s vinima (obrazovanje). Također im je važno da se u vinarijama osjećaju dobrodošlima, da mogu pričati sa znalcima, odnosno da osoblje dobro poznaje značajke pojedinog vina, njegovu proizvodnju i, općenito, svijet vina.

Imajući na umu, kako činjenicu da je velik dio projektnog područja poznat po svojim vinogradima, da broj poljoprivrednih površina pod vinogradima kontinuirano raste tako i činjenicu da je cijela SDŽ poznata po kvaliteti svojih vina, nema sumnje da je riječ o izuzetno zanimljivom proizvodu.

Tablica 3.3.10: Potencijal turizma vina i činitelji uspjeha proizvoda

Proizvod	Turizam vina
Tržišni potencijal	<ul style="list-style-type: none"> • visok
Potencijal za razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • visok
Potencijalna tržišta	<ul style="list-style-type: none"> • europske zemlje • SDŽ • okolne županije
Faktori uspjeha proizvoda  	<ul style="list-style-type: none"> • lijep krajolik • veći broj lokalnih proizvođača • kvaliteta autohtonih vina • mogućnost kušanja i kupovine vina na kućnom pragu • nekoliko vinarija koncipiranih i organiziranih kao turističke atrakcije (izbjegavati svaštarenje i konkurenciju restoranima) • osmišljavanje paket aranžmana koji uključuju posjet vinarijama i/ili OPG-ima s dobrom vinskom ponudom • agresivnija promocija domaćim turističkim agencijama • organiziranje lokalnih vinskih događanja

3.3.11. Lovni turizam



U zemljama Europske Unije, Švicarskoj i Norveškoj registrirano je oko 6,4 milijuna lovaca, od čega najveći broj lovaca živi u Francuskoj (1,7 milijuna), Italiji i Španjolskoj (oko 1 milijun u svakoj). Potom slijede Velika Britanija (625 tisuća), Njemačka, Finska i Švedska (oko 300 tisuća u svakoj) i Austrija (110 tisuća). Procjenjuje se da između 20 % i 30 % registriranih lovaca ostvaruje lovom-motivirana turistička putovanja. Premda procjene variraju, na lovom motivirano putovanje se, u prosjeku, potroši oko EUR 1.200 po osobi. Pritom valja imati na umu da Talijani preferiraju europske destinacije, Španjolci preferiraju Sjevernu Ameriku, lovci iz zemalja Beneluxa vole loviti u Africi, dok Nijemci pretežito vole loviti u Skandinaviji i zemljama Istočne Europe. Procjenjuje se, nadalje da oko 10.000 inozemnih lovaca godišnje dolazi u Hrvatsku, pri čemu hrvatska lovišta većinom privlače Talijane i Austrijance, a zadnjih godina i Skandinavce. Što se tiče domaće potražnje, procjenjuje se da u Hrvatskoj ima oko 50.000 lovaca organiziranih u 850 lovačkih društava.

U psihografskom smislu, lovci su relativno konzervativni gosti koji traže poštivanje lovne etike. Vole se okušati u novim destinacijama i novim vrstama lova. Iako je opća karakteristika da puno troše, važna im je vrijednost novaca. Pri biranju destinacije, najvažniji činitelji su: vrste divljači, atraktivnost okoliša i vjerojatnost za uspješan lov. Osim toga, lovci uživaju u promatranju prirode, odmoru i međusobnom druženju. Putuju tijekom cijele godine, a preferiraju boravak u lovačkim kućama, smještaj u seoskim domaćinstvima ili obiteljskim pansionima.

Lovci najčešće samostalno organiziraju put uz pomoć prijatelja, a često i prema preporukama, premda sve više kupuju 'all-inclusive' pakete za udaljene ili nepoznate destinacije. S druge strane, lovno je tržište karakterizirano ponajviše malim, samostalnim putničkim agencijama koje se oglašavaju većinom u oglasnicima specijaliziranih časopisa.

'All-inclusive' paketi nude prijevoz, izbor smještaja, objede na terenu, večeru i vodiča i dodatne usluge kao što su dozvole ili najam vatrenog oružja. Ti se paketi lovcima nude ili kao luksuzna putovanja s trofejima i velikom mogućnosti za uspješan lov, ili se ističe pustolovni i fizički izazov, ili se nude paketi za obiteljski odmor u kombinaciji s lovom.

Tablica 3.3.11: Potencijal lovnog turizma i činitelji uspjeha proizvoda

Proizvod	Lov
Tržišni potencijal	<ul style="list-style-type: none"> visok
Potencijal za razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> izrazito visok
Potencijalna tržišta	<ul style="list-style-type: none"> lovci Hrvatske europsko tržište
Faktori uspjeha proizvoda  	<ul style="list-style-type: none"> ciljani marketing u specijaliziranim časopisima i web-portalima razvoj paket aranžmana koji uključuju cjelovitu uslugu - vodiči, razne opcije smještaja, 'catering' i osvježenje, iznajmljivanje oružja prilagođavanje proizvoda širem rasponu lovaca – od onih koji putuju isključivo motivirani lovom do onih koji žele kombinirati lov s obiteljskim putovanjem diversifikacija proizvoda prema ekoturizmu, foto-safariju i organiziranim edukacijskim turama za mlađe dobne skupine (promatranje vrsta divljači u prirodnom staništu)

3.3.12. Sportsko-avanturistički turizam

Za razliku od zahtjevnog avanturističkog turizma višeg intenziteta u kojem se teži ekstremnim izazovima i istraživanju vlastitih granica izdržljivosti, sportsko-avanturistički turizam odnosi se ponajviše na manje zahtjevne i relativno neopasne fizičke aktivnosti koje podižu razinu adrenalina, a odvijaju se, u pravilu, u relativno očuvanom prirodnom

ambijentu. Prema podacima Svjetske turističke organizacije²⁴ riječ je o tržišnoj niši koja je već tijekom 2003. godine bilježila milijun putovanja godišnje te koja je u stalnom porastu.

Poklonici sportsko-avanturističkog turizma uglavnom su dobro obrazovane osobe više platežne moći, starosti od oko 40 godina. Dolaze iz (većih) europskih urbanih centara. Ekološki su visoko osviješteni te posvećuju veliku pažnju vlastitom zdravlju i posebno prehrani. Osim sportsko-avanturističkih aktivnosti, pripadnici ove tržišne niše za vrijeme boravka u destinaciji zainteresirani su i za zabavne, a eventualno i wellness sadržaje. Putuju cijele godine, a najviše u proljeće, ljeto i jesen, a često odlaze na kraća, vikend putovanja.

S obzirom na značajke raspoložive prirodne resursno-atraksijske osnove Imotske krajine, moguće je razviti bogatu i dobro osmišljenu turističku ponudu prilagođenu ovom turističkom segmentu. U tom smislu, za jedinice lokalne samouprave na području Imotske krajine od posebnog interesa svakako bi trebali biti ljubitelji 'trekkinga', slobodnog penjanja te 'paraglidinga'.

Tablica 3.3.12: Potencijal sportsko-avanturističkog turizma i činitelji uspjeha proizvoda

Proizvod	Sportsko-avanturistički turizam
Tržišni potencijal	<ul style="list-style-type: none"> • visok
Potencijal za razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • visok
Potencijalna tržišta	<ul style="list-style-type: none"> • europske zemlje • Hrvatska
Faktori uspjeha proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> • Ljepota krajolika • Ekološka očuvanost i ambijentalnost • Tematizirana smještajna ponuda (mali obiteljski vođeni objekti) • Mogućnost usluga učitelja, najma opreme, malih popravaka, vođenja, transfera i informacija • Dostupnost lokalnih agencija (DMK) na umrežavanju sadržaja i usluga (smještaj, vođenje, izleti i sl.), povezivanju s inozemnim agencijama i plasiranju proizvoda na tržište • Promoviranje proizvoda putem e-marketinga i drugih prikladnih kanala komunikacije



3.4. Zaključna razmatranja

Rastuća potražnja za turizmom posebnih interesa, u kombinaciji sa sve većim brojem turista koji imaju naglašene preferencije prema upoznavanju turistički nedovoljno otkrivenih odredišta, ali i odredišta koja nude unikatni doživljajni miks, otvaraju brojne mogućnosti budućem, dugoročno održivom, profiliranju/pozicioniranju Imotske krajine na tržištu turističkih destinacija.

S druge strane, valja imati na umu da je cijelo ovo područje, barem kad je riječ o turističkom razvoju, još uvijek u početnoj fazi i s relativno malim brojem za tržište spremnih

²⁴ Svjetska turistička organizacija: Tourism 2020 Vision

proizvoda/doživljaja. Iako je ova situacija relativno povoljna jer se proizvodi mogu razvijati od samog početka u skladu s tržišnim trendovima, postoji opasnost da se, uslijed relativno niskog stupnja osposobljenosti za turističko privređivanje, ali i nedovoljnog razumijevanja suvremenih zakonitosti turističkog razvoja i komercijalizacije turističkih proizvoda, osmišljavaju tržištu neprimjereni proizvodi koji će postupno degradirati resursno-atraksijsku osnovu te, posljedično, smanjivati dugoročni razvojni potencijal i konkurentnost Imotske krajine kao turističke destinacije.

4. SWOT ANALIZA

4.1. Pristup

Na temelju izvršene analize situacije za područje Imotske krajine, a posebice uvažavajući relativno bogatu i raznovrsnu prirodnu i kulturno-povijesnu resursno-atraksijsku osnovu, tako i izrazito povoljna klimatska obilježja cijelog ovog prostora, evidentno je da se radi o prostoru prirodno predisponiranom za razvoj većeg broja turističkih proizvoda, osobito u sferi turizma posebnih interesa.

S druge strane, analiza situacije također je ukazala i na činjenicu da je područje Imotske krajine još uvijek suočeno s određenim brojem razvojnih ograničenja koje valja ukloniti ili umanjiti kako bi se prepoznati potencijal za razvoj turizma u budućnosti mogao u potpunosti realizirati. Riječ je uglavnom o različitim (manjim ili većim) infrastrukturnim ograničenjima, malom broju kolektivnih smještajnih objekata prilagođenih različitim potrošačkim segmentima, nerazvijenosti izvan-smještajne uslužne ponude, nedovoljno profiliranom tržišnom pozicioniranju, ali i relativno nepovoljnoj demografskoj strukturi i/ili trendovima.

U cilju sustavnog i učinkovitog otklanjanja navedenih, ali i drugih potencijalnih razvojnih ograničenja, korisno je provesti analizu jakosti, slabosti, prilika i prijetnji (SWOT) prema nekoliko različitih područja od interesa za razvoj turizma. Za potrebe ovog dokumenta kao ključna područja od interesa za dinamiziranje turističkog razvoja Imotske krajine prepoznata su:

- Resursna osnova, atrakcije i prostorne značajke;
- Infrastruktura;
- Razvijenost turističkog sektora;
- Ljudski potencijali;
- Marketing i promocija te;
- Organizacija i upravljanje turističkim razvojem.

Detaljno sagledavanje snaga i slabosti te prilika i prijetnji cijelog prostora Imotske krajine omogućava objektivno i racionalno sagledavanje ključnih dugoročnih strateških prednosti cijelog projektnog područja, ali i njegovih najizraženijih strateških nedostataka. Samim tim, SWOT analiza daje bitne informacije ne samo na koje „karte“ bi u kontekstu dugoročno održivog turističkog razvoja valjalo igrati kako bi cijelo područje Imotske krajine kapitaliziralo na svojim prednostima u idućem razdoblju, već i na određen broj razvojnih ograničenja koje bi valjalo sustavno uklanjati u cilju podizanja konkurentne sposobnosti, a time i boljeg tržišnog pozicioniranja cijelog projektnog područja.

Konačno, sagledavanje snaga i slabosti te prilika i prijetnji cijelog projektnog područja predstavlja ključnu informacijsku osnovu, kako za definiranje vizije i strateških ciljeva razvoja turizma na području Imotske krajine, tako i specificiranje konkretnih razvojnih programa, mjera i/ili projekata o čijoj će provedbi uvelike ovisiti realizacija zacrtane razvojne vizije.

SWOT analiza Imotske krajine, prema svakom od šest identificiranih ključnih područja, prezentirana je u točkama 4.2 – 4.7. Konačno, u točki 4.8 iznose se svodni zaključci u obliku strateških prednosti i strateških nedostataka o kojima valja posebno voditi računa prilikom planiranja budućeg turističkog razvoja ovog područja.

4.2. Resursna osnova, atrakcije i prostorne značajke

Ključni nalazi SWOT analize u sferi resursne osnove, atrakcija i prostornih značajki Imotske krajine prikazani su u sljedećoj tablici.

Tablica 4.2.1: Resursna osnova, atrakcije i prostorne značajke Imotske krajine - SWOT

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> • Slikovita i ekološki očuvana priroda • Bogatstvo voda <ul style="list-style-type: none"> ○ rijeka Vrljika ○ Crveno jezero ○ Modro jezero ○ Akumulacija Ričice ○ Prološko jezero ○ Imotska jezera – Gaj • Povoljna klima • Visoka insolacija • Krajobrazna raznolikost • Blizina i laka dostupnost turističkim odredištima na Makarskoj rivijeri • Bogatstvo i raznovrsnost biljnog i životinjskog svijeta – lovišta, zaštićena prirodna područja • Interesantna kulturno povijesna baština • Razvijena poljoprivredna proizvodnja • Nepostojanje velikih industrijskih zagađivača 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedovoljno razvijeni mehanizmi zaštite i očuvanja okoliša • Značajan broj tržišno nevaloriziranih turističkih resursa i atrakcija • Nepostojanje registra/katastra turističkih resursa i atrakcija • Izrada prostornih planova bez aktivnog sudjelovanja relevantnih predstavnika lokalne zajednice
Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> • Uvrštenje dijela područja Imotske krajine u UNESCO geoparkove • Mogućnost korištenja EU fondova za financiranje projekata u sferi: <ul style="list-style-type: none"> ○ zaštite prirodne resursno-atraksijske osnove ○ zaštite i valorizacije kulturno-povijesnog (materijalnog i nematerijalnog) naslijeđa • Porast razine javne svijesti o potrebi pojačane zaštite i očuvanja okoliša 	<ul style="list-style-type: none"> • Propadanje vrijednih objekata kulturne i povijesne baštine zbog nebrige • Smanjenje krajobrazne vrijednosti zbog nepromišljenih intervencija u prostor • Bespravna gradnja • Mogući poremećaji eko sustava uslijed manjkave komunalne infrastrukture • Klimatske promjene

4.3. Infrastruktura

Ključni nalazi SWOT analize u domeni infrastrukturne razvijenosti/dostupnosti na području Imotske krajine prikazani su u sljedećoj tablici.

Tablica 4.3.1: Razvijenost/dostupnost infrastrukture na području Imotske krajine - SWOT

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> • Blizina autoceste A1 (čvorišta Šestanovac i Zagvozd) • Zadovoljavajuće stanje elektroenergetske infrastrukture • Zadovoljavajući sustav vodoopskrbe • Dobra pokrivenost i visoka funkcionalnost telekomunikacijske infrastrukture 	<ul style="list-style-type: none"> • Neadekvatna komunalna infrastruktura <ul style="list-style-type: none"> ○ Zbrinjavanje krutog otpada ○ Fekalna i oborinska odvodnja ○ Promet u mirovanju • Udaljenost od međunarodnih zračnih luka • Nedovoljno dobra prometna povezanost sa ostatkom Splitsko-dalmatinske županije i s gradom Splitom kao županijskim središtem • Nedovoljan broj pratećih uslužnih objekata uz državne i županijske ceste • Loše stanje lokalnih i nerazvrstanih cesta - nedovoljna sigurnost cestovnog prometa • Loša organizacija javnog lokalnog prijevoza • Manjkava smeđa signalizacija
Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> • Dovršetak izgradnje prometnog koridora VC (Budimpešta-Sarajevo-Ploče) • Razvoj obnovljivih izvora energije (visoka insolacija) i državni poticaji • Poboljšanje stanja opće prometne i turističke signalizacije • Raspoloživost sredstava iz EU fondova namijenjenih razvoju komunalne i druge javne infrastrukture 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedovoljan interes JLS i/ili nedostatak znanja i vještina potrebnih za financiranje projekata razvoja komunalne infrastrukture iz sredstava iz EU fondova • Nedovoljna ulaganja u poboljšanje postojeće i izgradnju nove komunalne i prometne infrastrukture

4.4. Razvijenost turističkog sektora

Ključni nalazi SWOT analize u sferi razvijenosti turističkog sektora na području Imotske krajine prikazani su u sljedećoj tablici.

Tablica 4.4.1: Razvijenost turističkog sektora na području Imotske krajine - SWOT

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> • Prepoznatljivost područja Grada Imotskog po rastućem broju luksuznih kuća za odmor na međunarodnoj i nacionalnoj razini • Postojanje manjeg broja razvijenih turističkih proizvoda namijenjenih prvenstveno jednodnevnoj turističkoj potražnji (izletnici i turisti u tranzitu) • Kontinuirani porast turističkog prometa (noćenja i dolazaka) u zadnjih nekoliko godina 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak tržišno spremnih turističkih proizvoda namijenjenih različitim segmentima tržišta posebnih interesa • Nepovoljna struktura smještajnih kapaciteta - nedostatak objekata kolektivnog smještaja (hoteli, kampovi i sl.) • Niska razina kvalitete postojećih kolektivnih smještajnih kapaciteta, osobito hotela i sličnih objekata • Nizak udio noćenja ostvarenih na području Imotske krajine u ukupnom broju noćenja ostvarenih na području Županije • Nerazvijen turistički lanac vrijednosti (osobito po širini) • Izražena sezonalnost potražnje • Nepostojanje tradicije turističkog privređivanja
Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> • Povećanje tržišnog interesa za odmorom u ruralnim sredinama koje nude autentično i autohtono turističko iskustvo • Povećanje potražnje za organski uzgojenim poljoprivrednim proizvodima • Zainteresiranost Ministarstva turizma za kontinentalni turizam • Zainteresiranost nositelja javne vlasti na području SDŽ za dinamiziranjem turističkog razvoja Imotske krajine • Povećanje ekološke svijesti turista i njihova sve izraženija briga za okoliš 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak poduzetničkog interesa za pojačanim ulaganjem u objekte turističke ponude na području Imotske krajine

4.5. Ljudski potencijali

Ključni nalazi SWOT analize u sferi raspoloživosti i/ili kvalitete ljudskih potencijala na području Imotske krajine prikazani su u sljedećoj tablici.

Tablica 4.5.1: Ljudski potencijali na području Imotske krajine - SWOT

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> • Gostoljubivo i ljubazno stanovništvo • Duga tradicija i iskustvo velikog broja stanovnika u poljoprivrednoj proizvodnji – dobar preduvjet za razvoj turizma • Razvijen poduzetnički duh 	<ul style="list-style-type: none"> • Relativno velik udio osoba sa osnovno-školskim obrazovanjem te relativno malen udio osoba sa srednjom stručnom spremom i visokim obrazovanjem u odnosu na Županijski prosjek • Gustoća naseljenosti manja od županijskog prosjeka i prosjeka Jadranske Hrvatske • Depopulacija u gotovo svim JLS projektnog područja sa izuzetkom, donekle, Grada Imotskog • Nedostatak kvalificirane radne snage s područja turizma • Nedostatak adekvatnih programa stjecanja srednjoškolskog i/ili visokog obrazovanja s područja turizma • Nedostatak programa cjeloživotnog obrazovanja iz područja turizma
Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> • Sve veći broj obrazovnih programa iz područja turizma • Mogućnost učenja 'iz kuće' i 'na daljinu' • Dostupnost EU fondova za podizanje razine stručnih znanja i kompetencija 	<ul style="list-style-type: none"> • Nastavak i/ili pogoršavanje ionako nepovoljnih demografskih trendova u većini JLS projektnog područja • Sve manji interes mladih i/ili visokoobrazovanih osoba za ostanak na području Imotske krajine • Mali interes za ulaskom u različite poduzetničke projekte primjerene malom i srednjem poduzetništvu, a koji su povezani s turizmom i turističkim privređivanjem • Postupno opadanje razine znanja i vještina, osobito u odnosu na gospodarski razvijenije urbane sredine

4.6. Razvoj proizvoda, marketing i promocija

Ključni nalazi SWOT analize u sferi razvoja proizvoda, marketinga i promocije na području Imotske krajine prikazani su u sljedećoj tablici.

Tablica 4.6.1: Razvoj proizvoda, marketing/promocija na području Imotske krajine - SWOT

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> • Sve prepoznatljivija kvaliteta ponude u sferi privatnog smještaja (luksuzne kuće za odmor) • Visoka profitabilnost u sferi obiteljskog smještaja (luksuzne kuće za odmor) • Postojanje manjeg broja turističkih proizvoda namijenjenih ponajviše jednodnevnoj potražnji • Kvalitetna resursno-atraksijska osnova kao pretpostavka razvoja nedostajućih turističkih proizvoda • Izvanredni rezultati i sve veća tržišna prepoznatljivost SDŽ na tržištu turističkih destinacija • Dobra funkcionalnost web-portala TZ grada Imotski i sve bolji rezultati rada TZ Imotski 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedovoljan broj i kvaliteta kolektivnih smještajnih kapaciteta • Nedefiniran imidž destinacije na turističkom tržištu – nedovoljna prepoznatljivost destinacije • Nefunkcioniranje područja Imotske krajine kao jedinstvene turističke destinacije • Nedostatak zajedničkog nastupa na turističkom tržištu • Nedovoljno razvijena svijest lokalnog stanovništva o mogućim koristima ubrzanog turističkog razvoja • Nepostojanje kvalitetnih 'proizvodnih' brošura
Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> • Porast turističkog prometa u RH i Županiji • Brojne mogućnosti za razvoj turizma posebnih interesa • Zakonska mogućnost osnivanja TZ područja Imotske krajine • Jačanje međuregionalne i međunarodne suradnje JLS na području Imotske krajine i Županije na razvoju i promociji turističkih proizvoda • Porast potražnje za smještajem u malim, obiteljski vođenim objektima (mali hoteli, kuće za odmor, seoska domaćinstva i sl.) • Privlačenje investicija usmjerenih na podizanje kvalitete u turizmu 	<ul style="list-style-type: none"> • Razvoj i jačanje tržišne pozicije ruralno-turističkih destinacija iz relevantnog konkurentskog okruženja (Italija, Grčka, Francuska, Španjolska, Portugal, Slovenija i sl.)

4.7. Organizacija i upravljanje turističkim razvojem

Ključni nalazi SWOT analize u sferi organizacije i upravljanja turističkim razvojem Imotske krajine prikazani su u sljedećoj tablici.

Tablica 4.7.1: Organizacija i upravljanje turističkim razvojem Imotske krajine - SWOT

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> • Jačanje svijesti nositelja javne vlasti i djelatnika javnog sektora (osobito kulturnih institucija) o mogućem značaju i koristima koje valja povezivati s razvojem turizma • Djelovanje TZ grada Imotski kao pokretača i/ili katalizatora turističkog razvoja Imotske krajine • Svijest o potrebi izrade Strategije razvoja turizma Imotske krajine kao ključne podloge za upravljanje turističkim razvojem ovog područja na dugoročno održivi način • Porast interesa malih i srednjih lokalnih/regionalnih poduzetnika za ulaganjima u projekte s područja turizma • Uspješan rad LAG-a ADRION 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak strateških razvojnih planova s područja turizma (strateških i provedbenih) • Nedostatak velikih investicijskih projekata strateškog karaktera koji bi pozitivno utjecali na imidž Imotske krajine u međunarodnim razmjerima • Nedovoljna razina suradnje među različitim dionicima razvoja turizma • Niska razina gospodarske aktivnosti • Neravnomjeran turistički razvoj na cijelom području Imotske krajine - zaostajanje pojedinih JLS za Gradom Imotskim
Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> • Osnivanje TZ područja Imotske krajine • Raspoloživost državnih subvencija i povoljnih izvora financiranja za razvoj turističkih projekata • Stvaranje preduvjeta za povlačenje sredstava iz EU fondova kroz izradu planske dokumentacije • Provedba Strategije razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije • Provedba županijske razvojne strategije 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedovoljno razumijevanje nositelja javne vlasti u jedinicama JLS Imotske krajine o mogućim društvenim i ekonomskim koristima razvoja turizma • Nedovoljno promišljeno investiranje - ulaganje u tržišno neisplative projekte • Sporo i neučinkovito rješavanje imovinsko-vlasničke problematike (nekretnine, zemlja)

4.8. Sažetak SWOT analize

Vodeći računa o nalazima SWOT analize prema različitim područjima od interesa za razvoj turizma Imotske krajine u idućem razdoblju, sljedeća tablica sažima sve bitne zaključke i/ili saznanja do kojih se došlo te ukazuje na ključne strateške prednosti, odnosno na ključne strateške nedostatke o kojima bi JLS na području Imotske krajine trebale voditi računa prilikom osmišljavanja/programiranja svog budućeg turističkog razvoja.

Tablica 4.8.1: Strateške prednosti i strateški nedostaci Imotske krajine za razvoj turizma

Strateške prednosti	Strateški nedostaci
<ul style="list-style-type: none"> • Izvanredni rezultati i sve veća tržišna prepoznatljivost SDŽ na tržištu turističkih destinacija • Kvalitetna resursno-atraksijska osnova • Povoljna klima • Postojanje manjeg broja razvijenih turističkih proizvoda • Međunarodna prepoznatljivost luksuznih kuća za iznajmljivanje • Blizina i dobra povezanost sa svim destinacijama Makarske rivijere • Tradicija poljoprivredne proizvodnje • Gostoljubivo stanovništvo • Djelovanje LAG-a ADRION • Sve veća posvećenost potrebi zaštite i očuvanja nematerijalne kulturne baštine • Postojanje brojnih razvojno-planskih dokumenata od interesa • Porast interesa lokalnih poduzetnika za ulaganje u turističke projekte • Objedinjavanje turističke ponude Imotske krajine, klasterizacija, zajednički nastup na tržištu 	<ul style="list-style-type: none"> • Izrada prostornih planova bez uključivanja relevantnih predstavnika lokalne zajednice • Brojni nevalorizirani turistički resursi • Loše stanje određenih segmenata komunalne infrastrukture <ul style="list-style-type: none"> ○ Zbrinjavanje krutog otpada ○ Fekalna i oborinska odvodnja ○ Promet u mirovanju • Loša zračna povezanost • Loše stanje lokalnih i nerazvrstanih prometnica • Nedostatak tržišno spremnih turističkih proizvoda • Nepovoljna struktura smještanih objekata • Relativno nepovoljna obrazovna razina/struktura za potrebe turističkog privređivanja • Nedostatak kvalitetnih obrazovnih programa s područja turizma • Nedefiniran imidž destinacije • Nerazvijen turistički lanac vrijednosti • Nepostojanje tradicije bavljenja turizmom • Neriješeni imovinsko-vlasnički odnosi • Niska razina suradnje dionika • Neravnomjeran turistički razvoj cijelog područja

5. POŽELJNA NAČELA TURISTIČKOG RAZVOJA

5.1. Polazne osnove

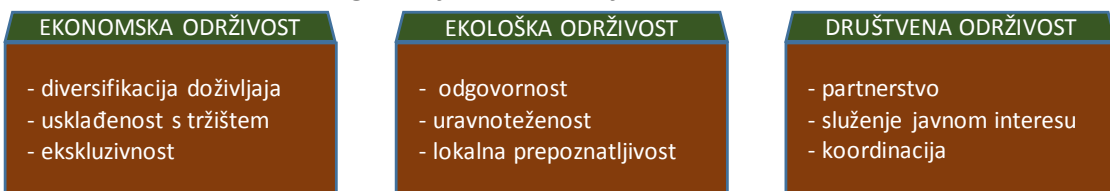
Povećanje blagostanja lokalne zajednice osnovna je svrha svakog društveno-ekonomskog razvoja nekog područja, a to uključuje i razvoj turizma. Kad je riječ o području Imotske krajine, povećanje blagostanja lokalne zajednice podrazumijeva dobro osmišljeno i međusobno koordinirano gospodarsko aktiviranje cjelokupne raspoložive materijalne i nematerijalne resursno-atraksijske osnove kojom se raspolaže, sve u skladu s definiranom razvojnom vizijom. Samo će, naime, na taj način biti moguće stvoriti međusobno komplementaran sustav turističkih doživljaja prikladnih za „konzumaciju“ u različitim dijelovima godine, a što je preduvjet za poticanje značajnijeg turističkog interesa za dolazak na ovo područje.

S druge strane, u uvjetima sve izraženije konkurentske borbe na globalnom tržištu turističkih destinacija, rast društveno-ekonomskog blagostanja žitelja JLS na području Imotske krajine podrazumijeva promišljeno i odgovorno upravljanje procesom turističkog rasta i razvoja, pri čemu se valja rukovoditi principima dugoročne ekonomske, socijalne i ekološke održivosti.

Dugoročna ekonomska, socijalna i ekološka razvojna održivost neke regije podrazumijevaju gospodarski rast i razvoj koji „zadovoljava potrebe sadašnjih stanovnika na načini koji ne ugrožava budućnost budućih generacija“, ali i koji „u okviru prihvatnog kapaciteta eko i društvenog sustava unapređuje kvalitetu života lokalnih žitelja“. Da bi to bilo moguće, poželjni turistički razvoj cijelog projektnog područja nameće potrebu kontinuiranog usuglašavanja/usklađivanja interesa svih dionika turističkog razvoja oko ključnih razvojno-investicijskih projekata u sferi kako privatnog, tako i javnog sektora.

U skladu s prethodnim odrednicama, načela na kojima valja temeljiti budući razvoj turizma na području Imotske krajine valja, dakle, povezivati ponajviše sa devet međusobno povezanih načela (Slika 5.1.1.) koja podrazumijevaju konsenzus i usklađeno djelovanje svih/ključnih dionika turističkog razvoja u budućnosti.

Slika 5.1.1: Načela turističkog razvoja Imotske krajine



Izvor: Institut za turizam, Zagreb

5.2. Odrednice ekonomske održivosti

Kad je riječ o ekonomskoj održivosti, poželjni razvoj turizma na području Imotske krajine u vremenu koje dolazi podrazumijeva sustavno obogaćivanje sustava doživljaja u cilju povećanja kvalitete integralnog destinacijskog proizvoda. U tom smislu, riječ je o sljedećim razvojnim načelima:

- **Načelo diversifikacije doživljaja (ili, privlačenje različitih potrošačkih segmenata)** – usprkos raznovrsnoj i razvojno potentnoj resursno-atraksijskoj osnovi cijelog projektnog područja, Imotska se krajina danas ponajviše povezuje s jednodnevnom

izletničkom potražnjom iz priobalnih destinacija Makarske rivijere, odnosno s višednevnim (obiteljskim) opuštanjem u nekoj od recentno izgrađenih/renoviranih (luksuznih) kuća za odmor tijekom srpnja i kolovoza. Takvo tržišno pozicioniranje, ma kako lukrativno bilo za pojedine vlasnike kuća za odmor, zasigurno neće bitnije produljiti sezonu, niti značajnije utjecati na prepoznatljivost i poželjnost Imotske krajine na tržištu turističkih destinacija u vremenu koje dolazi. Samim tim, nositelji turističkog razvoja u svim JLS Imotske krajine trebali bi se u razvoju integralnog destinacijskog proizvoda, osim na izgradnju (luksuznih) kuća za odmor, znatno više nego je to danas slučaj, orijentirati na sezonsku i/ili interesnu diversifikaciju raspoloživih turističkih iskustava te tome prilagođavati i sadržaje uslužne ponude u sferi javnog i privatnog sektora. Samo će, naime, na taj način biti moguće u većoj mjeri pojačano privlačiti sve veći broj različitih, brzo rastućih, segmenata tržišta specijalnih interesa te uspješno zadovoljavati njihove potrebe/očekivanja.

- **Načelo tržišne usklađenosti/ (ili, prilagođenost globalnim kvalitativnim trendovima)** – osim što je turizam danas jedna od najvećih i najbrže rastućih gospodarskih aktivnosti u globalnim razmjerima, rastuća razina obrazovanja i rast blagostanja, posebice u razvijenim zemljama svijeta, pridonose ubrzanom tranziciji ka post-materijalističkim društvenim vrijednostima i jačanju 'ekonomije doživljaja'. Biti konkurentan u takvim uvjetima znači biti jedinstven, autentičan i/ili originalan kako u ponudi atrakcija ('hardware'), tako i u njihovoj prezentaciji ('software'). To podrazumijeva ne samo odgovorno, promišljeno i profesionalno upravljanje svim raspoloživim turističkim atrakcijama (prezentabilnost), već i njihovu kvalitetnu interpretaciju te kvalitetnu popratnu uslugu.
- **Načelo ekskluzivnosti (ili, turizam prilagođen očekivanjima ciljnih skupina)** - turisti zainteresirani za posjet projektnom području bit će, u pravilu, sve obrazovaniji i sve iskusniji putnici koji točno znaju što žele, a vrijednost za novac i kvalitetu utrošenog vremena procjenjuju na temelju svojih iskustava u ostalim dijelovima svijeta. U tom smislu, razvoj turizma na području Imotske krajine u budućnosti valja promišljati ponajviše u kontekstu kontinuiranog i održivog rasta kvalitete integralnog turističkog doživljaja, a što podrazumijeva individualizaciju pristupa i pretvaranju svakog turista iz 'pasivnog objekta' u 'aktivni subjekt'. To je moguće postići ponajviše kroz ubrzan razvoj popratne turističke infra i suprastrukture, tematiziranje obilaska kao i kroz slojevit interpretaciju atrakcija na način da njen sadržaj bude pomno prilagođen različitim interesnim, demografskim i/ili psihografskim skupinama.

5.3. Odrednice ekološke održivosti

Odrednice ekološke održivosti osnovica su za valorizaciju i definiranje razvojnih projekata javnog i privatnog sektora, osobito u kontekstu utvrđivanja njihove maksimalno prihvatljive veličine/kapaciteta i lokacije, ali i u kontekstu zaštite kvalitete prostora, bioraznolikosti, upravljanja otpadom, opskrbe energijom, tretiranja otpadne odvodnje, zaštite od buke i sl. Temeljni principi za promišljanje društveno-ekonomskog razvoja Imotske krajine, u funkciji ekološke održivosti, mogu se sažeto iskazati kroz:

- **Načelo odgovornosti (ili, 'zelena' orijentacija)** – radi se prije svega o racionalnosti u korištenju sve ograničenijeg razvojnog prostora,²⁵ poštivanju odrednica nosivog kapaciteta mikro lokacija predviđenih za razvojno-investicijske projekte, odnosno poštivanju graničnog kapaciteta postojećih infrastrukturnih sustava. Osim toga, ekološka odgovornost podrazumijeva i primjenu suvremenih tehničko-tehnoloških rješenja u gradnji i opremanju turističko-ugostiteljskih objekata (npr. smanjenje toplinskih gubitaka, korištenje obnovljivih izvora energije, ugradnja energetski učinkovitih sustava grijanja/hlađenja i sl.). Načelo odgovornosti obvezuje na primjereno ponašanje, ne samo nove turističke poduzetnike, već i lokalno stanovništvo i posjetitelje/turiste koji dolaze na prostor Imotske krajine.
- **Načelo uravnoteženosti (ili, osjećaj za mjeru)** – riječ je o potrebi, ne samo definiranja optimalnog načina korištenja raspoloživog, turistički interesantnog, razvojnog prostora (tzv. oportunitetni trošak), već i potrebi kontroliranja dinamike poželjne „turistifikacije“ cijelog projektnog područja kao i pojedinih njegovih dijelova, sve u cilju utvrđivanja prihvatljive razine utjecaja turističkih aktivnosti na fizička i socijalna obilježja okruženja. Počivajući na usklađenom i transparentnom sustavu planiranja upotrebe prostora, načelo valja vezivati, ne samo uz turističke, već i uz ne-turističke poduzetničke aktivnosti, kao i uz aktivnosti povezane s alternativnim mogućnostima produktivnog korištenja javnog prostora.
- **Načelo lokalne prepoznatljivosti (ili, očuvanje 'duha mjesta')** – radi se o potrebi očuvanja specifičnog duha mjesta (tzv. 'genius loci') u oblikovanju razvojnog prostora, kreiranju sadržaja turističke, ali i ne-turističke ponude kao i različitih sadržaja u funkciji obogaćivanja društvenog života žitelja svih JLS Imotske krajine. Drugim riječima, načelo pretpostavlja njegovanje specifične kulture života i rada na ovim prostorima, a što bi trebalo utjecati na prosuđivanje o prihvatljivosti svih većih, s turizmom povezanih, razvojno-investicijskih projekata.

5.4. Odrednice društvene održivosti

Ponajviše kao rezultat procesa globalizacije gospodarskih tokova i sve većeg pritiska međunarodne investicijske potražnje za izgradnjom industrijski tipiziranih gospodarskih objekata, sve su izraženije tendencije ka postupnoj degradaciji lokalnog graditeljskog izričaja, uništavanja kultiviranog krajobraza, gospodarske tradicije i/ili prepoznatljive kulture života i rada velikog broja manjih turističkih destinacija u svijetu. U tom smislu, načela koja podupiru odrednice društvene održivosti mogu se sažeti kroz:

- **Načelo partnerstva (ili, potreba za suradnjom)** – riječ je o načelu koje podrazumijeva suradnju nositelja javne vlasti s privatnim sektorom (poduzetnici), civilnim sektorom, ali i različitim institucijama u sferi zaštite okoliša, obrazovanja, kulture, prometa, zdravstva, sigurnosti i sl. Cilj takve suradnje je stvaranje poticajne društvene klime i povećavanje stupnja kohezije, ali i veće odgovornosti svih nositelja razvoja za promišljanje budućnosti. Riječ je načelu koje zagovara primjenu principa tzv. 'community based planninga' kao preduvjeta za usuglašavanje razvojnih prioriteta na razini cijele Imotske krajine, ali i za stvaranje međusobnog

²⁵ U tom smislu svakako valja izraditi i plan upravljanja zaštićenim područjima u sklopu Nature 2000.

povjerenja i osjećaja 'uključenosti' svakog njenog žitelja u odluke koje mogu značajno utjecati na prevladavajući način/stil života i navike lokalne zajednice.

- **Načelo služenja javnom interesu (ili, transparentnost u donošenju odluka)** – riječ je o načelu koje bi trebalo osigurati da svi novi, s turizmom povezani, razvojno-investicijski projekti doista budu u funkciji povećanja blagostanja svih žitelja projektnog područja. Naime, u uvjetima često suprotstavljenih interesa različitih dionika (država, lokalna samouprava, privatni poduzetnici, lokalno stanovništvo, civilne/interesne udruge i sl.), moćne političke i/ili gospodarske elite prečesto, agresivnim pristupom i netransparentnošću u donošenju odluka, pokušavaju nametnuti vlastite parcijalne interese u profiliranju destinacijske ponude/kreiranju destinacijskog proizvoda, pri čemu, istodobno ne vode previše računa ni o interesima drugih dionika razvojnog procesa, niti o dugoročnim interesima cijele društvene zajednice.
- **Načelo koordinacije (ili, utvrđivanje razvojnih prioriteta)** - radi se o načelu koje predstavlja preduvjet za efikasnu provedbu javno definiranih i usvojenih strateških razvojnih usmjerenja kroz sustavno i transparentno usklađivanje pojedinačnih, ponekad i konfliktnih, interesa različitih dionika društveno-ekonomskog razvoja. Riječ je o načelu bez kojega neće biti moguće stvoriti poticajno društveno okruženje za prijeko potrebno usklađivanje razvojnih prioriteta, odnosno poželjne dinamike različitih gospodarskih inicijativa.

6. VIZIJA I STRATEŠKI CILJEVI RAZVOJA

6.1. Uvodne napomene

Vizija kako društveno-ekonomskog, tako i turističkog razvoja nekog zaokruženog administrativnog područja predstavlja željenu sliku o tome kako bi taj prostor trebao izgledati u budućnosti. Drugim riječima, radi se o poželjnoj slici budućnosti koja je podjednako prihvatljiva, kako nositeljima izvršne vlasti, tako i različitim razvojnim dionicima i/ili interesnim skupinama te cjelokupnoj populaciji. Vizija razvoja turizma na području Imotske krajine predstavlja, dakle, zaokruženi i cjeloviti iskaz onoga što dionici njenog turističkog razvoja uistinu žele postići u razdoblju do 2025. godine.

Definiranje opće-prihvatljive turističke razvojne vizije za područje Imotske krajine izuzetno je važno zbog barem dva razloga. Prvi proizlazi iz činjenice da osmišljavanje i kasnije operativno provođenje aktivnosti u funkciji ostvarivanja zacrtane razvojne vizije međusobno povezuje razvojne dionike, mobilizira ih i usmjerava njihove pojedinačne aktivnosti prema ispunjavanju zacrtanog zajedničkog „sna“. Drugi se odnosi na činjenicu da jasna razvojna vizija predstavlja svojevrsni vodič u valorizaciji različitih, međusobno suprotstavljenih, razvojnih alternativa. Drugim riječima, jasno definirana razvojna vizija omogućava kritičko preispitivanje i objektivnu valorizaciju svrsishodnosti različitih mogućnosti, pravaca i/ili aktivnosti koje određuju budućnost turističkog razvoja nekog prostora, a time i prosperitet njegovih žitelja.

Ispunjavanje odrednica jednom usvojene vizije zahtijeva ne samo neposredno uključivanje, već i prihvaćanje, poistovjećivanje i koordinirano djelovanje lokalne samouprave, različitih institucija javnog sektora, privatnih poduzetnika, različitih građanskih udruga i/ili pojedinaca. U tom smislu, izuzetno je važno da se u proces definiranja razvojne vizije uključe svi relevantni dionici i/ili interesne skupine.

6.2. Metodološki pristup

Kako bi se osiguralo da vizija turističkog razvoja Imotske krajine odražava interese svih razvojnih dionika, u procesu njenog definiranja posebna pozornost posvećena je uključivanju kako predstavnika javne vlasti, tako i predstavnika turističke zajednice, predstavnika vodećih turističkih poduzetnika/predstavnika vodećih ponuđača usluga obiteljskog smještaja, vlasnika turističkih agencija, ali i predstavnika vodećih kulturnih institucija te istaknutih građana.

Prethodno definirani participativni i konzultativni metodološki okvir upotrijebljen je kako bi se, iz perspektive dugoročnog optimiranja poželjnog razvoja turizma na cijelom projektnom području, utvrdile temeljne odrednice nove razvojne vizije.

6.3. Vizija razvoja turizma na području Imotske krajine

U definiranju poželjne, većini dionika prihvatljive, vizije razvoja turizma na projektnom području, krenulo se od traženja odgovora na sljedeća tri pitanja:

- kakav bi trebao biti integralni turistički proizvod Imotske krajine,
- čime će Imotska krajina privlačiti turističku potražnju, te
- kako bi turizmom na području Imotske krajine trebalo upravljati?

Odgovori do kojih se došlo na radionici na kojoj su sudjelovali predstavnici različitih skupina razvojnih dionika sažeto su prezentirani u slici 6.3.1.

Slika 6.3.1: Ključne odrednice vizije razvoja turizma na području Imotske krajine



U skladu s gornjim odrednicama, razvojni dionici prihvatili su sljedeću viziju razvoja turizma Imotske krajine:

U 2025. godini Imotska će krajina biti proizvodno diversificirana turistička destinacija, podjednako interesantna u različitim dijelovima godine, prepoznatljiva ponajviše po izvornoj ljepoti krajolika, autentičnosti doživljaja i atraktivnim proizvodima namijenjenim izabranim segmentima tržišta specijalnih interesa.

Ekološka očuvanost i osobna sigurnost, u kombinaciji s kvalitetom turističke ponude, lokalnom kulturom i tradicijom te blagom mediteranskom klimom, predstavljat će ključne razlikovne elemente i dobru osnovu za uspostavu jedinstvenog turističkog brenda.

Dinamičan i prostorno ravnomjeran turistički razvoj bit će rezultat odgovornog destinacijskog menadžmenta, poduzetničkog duha i uspješne suradnje javnog i privatnog sektora.

6.4. Ciljevi razvoja turizma na području Imotske krajine

Strateški ciljevi turističkog razvoja Imotske krajine u najvećoj su mjeri povezani s potrebnom uklanjanja manjkavosti dosadašnjeg turističkog razvoja, a na koje je ukazala SWOT analiza. Uklanjanje tzv. 'uskih grla' turističkog razvoja omogućit će se postupno oživotvorenje uspostavljene vizije.

U metodološkom smislu, definiranje strateških razvojnih ciljeva direktno je povezano s potrebom svojevrsne dekompozicije vizije na konkretne, detaljnije definirane operativne zadatke koje je moguće delegirati, odnosno čije je ostvarenje moguće mjeriti, nadzirati i/ili poticati. U tom kontekstu, riječ je o aktivnostima čijem ostvarenju trebaju težiti svi dionici

društveno-ekonomskog razvoja projektnog područja, od nositelja izvršne vlasti, preko poduzetnika, do udruga civilnog društva i građana.

U definiranju strateških razvojnih ciljeva krenulo se od pretpostavke da će u idućem razdoblju, a imajući na umu izrazito dinamičan broj dolazaka i noćenja, sve veći naglasak trebati stavljati na upravljanje kvalitetom turističkog doživljaja kroz smanjivanje sezonalnosti i povećanje prosječne potrošnje po danu boravka. Tome svakako valja pridodati i potrebu ravnomjernije i pravednije distribucije učinaka turističkog privređivanja, kako pozitivnih, tako i negativnih.

U skladu s prethodnim konstatacijama, prepoznati su sljedeći strateški ciljevi turističkog razvoja Imotske krajine:

Strateški cilj 1: Unapređenje uvjeta za razvoj turizma

Turistički rast i razvoj podrazumijeva stalno povećavanje broja turističkih dolazaka/noćenja, ali i sve veću koncentraciju jednodnevnih posjetitelja na području Imotske krajine. Oni stvaraju sve veći pritisak, ne samo na najvrjednije prirodne i/ili kulturne atrakcije, već i na vitalne infrastrukturne sustave i njihovu održivost. Iako je održivi razvoj već desetljećima jedna od ključnih odrednica županijskih, regionalnih i/ili lokalnih (turističkih) razvojnih planova, većina turističkih odredišta nema adekvatno riješenu ni javno-komunalnu, niti prometnu infrastrukturu. Takvo stanje stvari rezultira cijelim nizom negativnih utjecaja na okoliš, umanjuje kvalitetu boravka turista te utječe negativno i na njihovu percepciju destinacije (u kontekstu možebitnog ponovnog dolaska). U skladu s rečenim, pridržavanje postulata razvojne održivosti mora predstavljati ključnu plansku okosnicu budućeg razvoja turizma na području Imotske krajine, pri čemu osobitu pažnju treba posvetiti problematici:

- unaprjeđenja dostupnosti i sigurnosti u prometu (rješavanje prometnih uskih grla, unapređenje lokalnog javnog prijevoza, unapređenje prometa u mirovanju);
- izgradnje zaokruženog sustava biciklističkih i planinarskih staza, poučnih staza i šetnica i/ili tematskih ruta;
- zbrinjavanja komunalnog otpada;
- rješavanja neadekvatnog sustave fekalne odvodnje;
- usklađivanju rasta sadržaja turističke ponude, osobito smještajnih kapaciteta, s opterećenim kapacitetom svake JLS;
- prostorno ravnomjernijeg turističkog razvoja; te
- promoviranju praksi koje smanjuju potrošnju energije i proizvodnju otpada.

Strateški cilj 2: Povećanje prihoda od turizma kroz unapređenje postojećih i razvoj novih turističkih proizvoda

Osim unapređivanja uvjeta za razvoj turizma (primarni strateški cilj), naglasak valja više staviti na povećanje prihoda od turizma kroz proizvode i aktivnosti veće dodane vrijednosti, a manje na porast turističkih dolazaka/noćenja. Povećanje prihoda odnosi se na povećanje prosječne dnevne potrošnje posjetitelja kroz uključivanje što većeg broja lokalnih poduzetnika i njihovih proizvoda/usluga u turistički lanac vrijednosti. Uključivanje što većeg broja lokalnih poduzetnika osigurat će, s jedne strane, tržišnu diferencijaciju zasnovanu na lokalnom i autentičnom te, s druge strane, ravnomjerniju i pravedniju distribuciju ekonomskih koristi. U svrhu povećanja prihoda od turizma posebnu pažnju treba posvetiti:

- opremanju turističkih atrakcija prikladnim objektima turističke ponude (hrana i piće, trgovine/suveniri, ponuda specifičnih usluga – adrenalinski/zabavni sadržaji, najam rekvizita/opreme, vodiči/instruktori i sl.);
- unaprjeđenju kvalitete postojećih proizvoda;
- proširivanju palete za tržište spremnih turističkih proizvoda i njihove prostorne distribucije, s naglaskom na proizvode više dodane vrijednosti;
- unaprjeđivanju kvalitete gastronomske ponude s naglaskom na raznolikost i lokalnu gastronomsku tradiciju;
- povećanju udjela lokalnih proizvoda/usluga u turizmu, s naglaskom na prodaju na kućnom pragu;
- sustavu interpretacije prirodnih i/ili kulturnih atrakcija;
- unaprjeđenju i integraciji sustava turističkog informiranja, uključujući mrežu smeđe turističke signalizacije, kako bi se povećala aktivnost turista tijekom boravka u destinaciji i time inducirala dodatna potrošnja.

Strateški cilj 3: Unapređenje načina dosadašnjeg upravljanja turističkim razvojem

Područje Imotske krajine sastoji se od 9 jedinica lokalne samouprave. Svaka ima svoje razvojne planove i razvojne prioritete. Uspješna implementacija područne strategije razvoja turizma podrazumijeva i:

- identifikaciju svih razvojnih dionika, definiranje njihove uloge u razvojnom procesu te sustavnu edukaciju svake interesne skupine;
- usklađivanje interesa svih JLS i/ili razvojnih dionika na projektnom području te definiranje ključnih razvojnih prioriteta i njihovih nositelja;
- definiranje prikladne strategije tržišne komunikacije, njenih nositelja i vremenske dinamike kao i osiguravanje potrebnog promidžbenog budžeta;
- interesno povezivanje istorodnih turističkih poduzetnika u klastere, kao i
- uspostavu većeg broja privatno-privatnih i javno-privatnih partnerstva u cilju izgradnje složenih turističkih proizvoda.

Uspješna provedba sva tri prethodno zacrtana strateška cilja trebala bi rezultirati: (i) dinamiziranjem poduzetničke aktivnosti na cijelom području Imotske krajine, (ii) postupnim povećavanjem broja (samo)zaposlenih u turizmu i njemu srodnih djelatnosti (osobito pripadnika mlađih dobnih skupina), (iii) jačanjem međunarodne prepoznatljivosti cijelog projektnog područja, osobito u kontekstu privlačenja željenih/ciljanih tržišnih segmenata tijekom različitih dijelova godine, (iv) povećanjem prosječne (turističke) potrošnje po danu boravka, a time i (v) postupnim rastom blagostanja stanovništva u svim JLS projektnog područja.

7. KONCEPCIJA RAZVOJA TURIZMA

7.1. Polazne osnove

Polazeći od postavljenih razvojnih načela, a nastavno na zacrtanu viziju i strateške ciljeve turističkog razvoja cijelog projektnog područja, koncepcija razvoja turizma Imotske krajine trebala bi osigurati najprimjereniji način dugoročno održive valorizacije raspoloživog resursno-atraksijskog potencijala cijelog ovog prostora. U tom smislu, koncepcija razvoja turizma Imotske krajine ima za cilj definirati sadržajno diferenciran i prostorno uravnotežen portfelj turističkih proizvoda koji će na ovo područje sustavno i u sve većem obujmu privlačiti različite ciljne skupine turista/posjetitelja tijekom većeg dijela godine.

Jednom definirana koncepcija turističkog razvoja treba stvoriti trajne i održive preduvjete, ne samo za sustavno oplemenjivanje i interesnu diversifikaciju integralnog turističkog doživljaja, već i za postupno smanjivanje današnje izrazite sezonalnosti turističkog prometa, ali i za kontinuirano povećavanje zadovoljstva potencijalnih gostiju, rast turističke konkurentnosti te unaprjeđenje imidža cijelog ovog područja na turističkom tržištu.

U skladu s rečenim, u nastavku se poglavlja približe definira prikladni sustav turističkih doživljaja/proizvoda Imotske krajine (tzv. programski koncept turističkog razvoja), nakon čega se on dovodi u kontekst prostora (tzv. prostorni aspekt turističkog razvoja). Drugim riječima, cijelo se područje Imotske krajine dekomponira na karakteristične prostorne zone (razvojna područja) te se za svaku od ovih zona definira najprimjereniji doživljajni/proizvodni miks.

Posebno valja istaknuti da svaki od proizvoda čiji se razvoj preporučuje po pojedinim karakterističnim razvojnim područjima ima svoje logično uporište, ne samo u značajkama postojeće prirodne i/ili kulturno-povijesne resursno-atraksijske osnove Imotske krajine, već i u trendovima koji karakteriziraju suvremenu turističku potražnju.

7.2. Programski koncept turističkog razvoja

Budući da se radi o području koje je, osobito u odnosu na obalno okruženje, turistički još nedovoljno prepoznato te, stoga, novo u tržišnom smislu, valja naglasiti da je postavljanje programskog koncepta turističkog razvoja važno za sve buduće aktivnosti u funkciji optimalnog profiliranja sadržaja turističke ponude. Te aktivnosti potrebno je međusobno usuglasiti i prioritizirati, osobito u kontekstu djelovanja dionika javnog i privatnog sektora, s ciljem kreiranja sadržajno zaokruženog turističkog doživljaja, ali i dugoročne razvojne održivosti raspoloživog razvojnog prostora.

Temeljno polazište za promišljanje programske koncepcije turističkog razvoja Imotske krajine čini valorizacija resursa i atrakcija cijelog ovog područja na način da se lokalnom stanovništvu otvore mogućnosti za stalno podizanje dostignutog stupnja kvalitete života, a što valja povezivati osobito sa sve atraktivnijom ponudom memorabilnih turističkih proizvoda temeljenih na izuzetnim prirodnim vrijednostima raspoloživog prostora, materijaliziranoj kulturnoj baštini te vjekovnoj kulturi života i rada lokalnih žitelja.

Prostor Imotske krajine na relativno malom prostoru suprotstavlja pitomost kultiviranog krajolika (isparcelizirano i vjekovima obrađivano Imotsko polje), surovi krški pejzaž (s većim brojem izuzetno slikovitih i rijetkih krških fenomena) na sjeverom obodu Imotskog polja te

divlju ljepotu planinskog masiva Biokovo²⁶ na jugu. Upravo je ta posebna morfologija terena nešto što Imotsku krajinu čini toliko različitom i od uobičajenih vizura obalnih destinacija i od drugih predjela u unutrašnjosti Dalmacije. Priroda je ovdje stvorila iznimnu floru i faunu, a voda i krš nekoliko jedinstvenih prirodnih fenomena čiju atraktivnost tek treba potpunije valorizirati na turističkom tržištu. S druge strane, plodno tlo i voda u dalekoj su povijesti stvarali uvjete za život pa je i kulturno nasljeđe (izabrani elementi vjekovne kulture života i rada) nešto što bi Imotska krajina trebala vjerodostojno i autentično prezentirati u svojoj budućoj turističkoj ponudi.

Budući da cijelo područje Imotske krajine predstavlja slabo naseljeno, neindustrijalizirano i izuzetno slikovito područje, moguće je govoriti o svojevrsnoj ekološki očuvanoj ruralnoj oazi. Riječ je, ukratko, o prostoru koji još uvijek nije preturistificiran, odnosno prostoru koji je još daleko od bilo kakve turističke saturacije. U tom smislu, budući turistički razvoj cijelog ovog područja svakako bi trebalo temeljiti na razvoju tematizirane smještajne i druge uslužne ponude koja se bitno razlikuje od one u većini destinacija obližnje Makarske rivijere, a koja je poprimila sva bitna obilježja masovne turističke industrije. Drugim riječima, budući turistički razvoj Imotske krajine valja temeljiti na potencijalima koje joj nudi njena resursno-atraktivna osnova, ali i na globalnim trendovima na strani potražnje te razvijati turizam koji će na ovo područje pojačano privlačiti različite ekološki svjesne potrošačke niše, a posebice tzv. turiste novog doba.²⁷ Takva razvojna orijentacija, osim prirodne potrebe za diferencijacijom ponude u odnosu na obližnja priobalna odredišta, ima svoje puno opravdanje i u potrebi trajnog očuvanja prirodnih atributa i ambijentalne autentičnosti raspoloživog razvojnog prostora. Isto tako, takvo tržišno pozicioniranje ima svoje logično uporište dodatno i u činjenici da sve veći broj suvremenih turista svoj odmor želi provoditi u očuvanom i turistički ne zagušenom ruralnom prostoru pri čemu, osobito u kontekstu atraktivnosti integralne turističke ponude, mir i tišina, odmak od rutine svakodnevnice, bijeg od stresa (karakterističnog za mjesto domicila) te mogućnost boravka u očuvanom okolišu i zelenilu pružaju temeljne vrijednosti jedinstvenog prodajnog prijedloga. Tome, nadalje, valja pridodati i mogućnost aktivne komunikacije između gosta i domaćina, a što uključuje, između ostalog, ne samo mogućnost sudjelovanja u različitim aktivnostima (radovi, fešte i svetkovine, radionice), već i kušanje lokalno proizvedenih namirnica i/ili domaćih kulinarskih delicija.

U skladu s prethodnim naznakama, a kada je riječ o turističkim proizvodima Imotske krajine koji iskazuju najviše razvojnog potencijala na kratki i srednji rok, značajke prostora ponajviše pogoduju različitim/selektivnim oblicima turizma karakterističnim za očuvano ruralno okruženje, bez obzira je li riječ o pasivnom opuštanju u autentičnom ambijentu seoskog domaćinstva, ili je riječ o:

²⁶ Planinski masiv Biokova posebno je interesantan i zbog svog izraženog krškog reljefa. Na tom se području nalazi velik broj špilja i jama te ponikava, škrapa i kamenica, osobito na području Parka prirode Biokovo (jama Amfora i jama Mokre noge). Tome valja dodati i mnoge endemične biljne i životinjske vrste te značajna paleontološka nalazišta.

²⁷ Riječ je o suvremenim turistima koji tragaju za novim vrijednostima u destinacijama koje posjećuju te veliku važnost pridaju ekološkoj očuvanosti. Njima su važni autentičnost, ambijentalnost, upoznavanje kulture života i rada i interakcija s lokalnim stanovništvom. Cijene osjećaj brige za destinaciju, a putovanja im omogućuju rad 'na sebi' i obogaćivanje vlastitih iskustava i doživljaja.

- različitim sportsko-rekreativnim aktivnostima (povezano uz održavanje dobrog zdravlja i psihofizičku regeneraciju),
- adrenalinskim aktivnostima u divljini, odnosno
- aktivnostima povezanim s upoznavanjem različitih aspekata kulture života i rada lokalnog stanovništva.

7.2.1. Portfelj proizvoda i tržišno pozicioniranje

Usljed neposredne blizine izrazito brzo rastućih turističkih destinacija Makarske rivijere, koji posljednjih godina, prvenstveno velikom atraktivnošću proizvoda 'sunca i mora' privlače sve veći broj gostiju, turističko profiliranje Imotske krajine mora se komplementarno nadovezati na prevladavajuću ponudu u okruženju, ponajviše svojom zelenom pričom kao oaza vode, polja i krša gdje se mogu iskusiti neki drugačiji proizvodi u poticajnom okruženju 'mira, otvorenosti i obilju prirodnih fenomena'.

Vodeći računa o potrebi proizvodne diferencijacije, komplementarnosti turističkih doživljaja te o ključnim značajkama raspoložive resursno-atraksijske osnove, cijeli bi se prostor Imotske krajine trebao maksimalno posvetiti razvoju sljedeće četiri grupe posebno relevantnih turističkih proizvoda. To su seoski turizam, eko turizam, aktivni odmor i kulturni turizam (slika 7.2.1.).

Slika 7.2.1: Sustav turističkih proizvoda Imotske krajine

Turistički proizvodi		Stacionarni	Izletnički
Seoski turizam	Ladanje/pasivni obiteljski odmor		
	Uranjanje u svakodnevni život sela		
Eko turizam	Promatranje ptica		
	Proučavanje endemskih vrsta (bilje/vodozemci)		
Aktivni odmor	Ciklo turizam		
	Pješčenje/'trekking'/planinarenje		
	Lov i ribolov		
	Sport i avanturizam (adrenalinski sportovi)		
Kulturni turizam	Turizam baštine		
	Turizam događanja		
	Turizam vina		

Primarni		Sekundarni		Tercijarni		Nije dostupan
----------	--	------------	--	------------	--	---------------

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

7.2.2. Pretpostavke razvoja proizvoda i poželjno tržišno pozicioniranje

Turistički proizvodi vrlo su kompleksni spojevi materijalnih (fizičkih) i nematerijalnih (uslužnih) komponenti. Njihov razvoj, isporuka, promocija i prodaja u ingerenciji su niza različitih dionika iz javnog i privatnog sektora te, u tom smislu, razina njihove konkurentnosti, a time i konkurentnosti destinacija ovisi o mjeri u kojoj uključeni dionici uspijevaju umreženim djelovanjem gostu isporučiti obećanu vrijednost.

Imajući na umu tržišne trendove i činitelje uspjeha pojedinih proizvoda, u nastavku se detaljnije opisuju ključni razvojni aspekti turističkog portfelja Imotske krajine.

Seoski turizam	
Pozicioniranje	Očuvan i rijetko naseljen prostor s malim selima koja pružaju osjećaj 'mira i odvojenosti'.
Ciljni potrošački segmenti	<ul style="list-style-type: none"> - zrela dob (50-65) - mladi profesionalci (26-35) - obitelji s djecom
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> - poticanje uređenja naselja: uređenje kuća i okućnica tradicijskim materijalima - poticanje uređenja i ponude OPG-ova: uređenje smještaja, razvoj ugostiteljske ponude i prezentacije lokalnih proizvoda i namirnica - razvoj tematskih staza i cesta: razvoj tematskih staza – Vinske ceste, Putevima breskve, Raštika – zdravlje iz prirode i slično - unaprjeđenje ugostiteljske ponude: ponuda lokalne kuhinje s naglaskom na korištenje i prezentaciju lokalnih sezonskih namirnica; ambijentalno uređenje u skladu s tradicijom 'jednostavno je lijepo', naglasak na korištenju tradicijskih materijala, isticanje 'zdravog, prirodnog i izvornog' - programi edukacije: programi edukacije za OPG-ove, vlasnike kuća za odmor, hotelijere i ugostitelje na teme trendova i očekivanja gostiju, slaganja jelovnika i naziva hrane i pića, elemente uređenja i važnost ambijentalnosti, uređenje okućnica i sl. - daljnje unaprjeđenje turističke signalizacije te uvođenje jedinstvene interpretacije u prostoru (vizualni elementi – boje i materijali, način prezentacije informacija – stil pisanja, jezici, slikovni prikaz, oblik slova) - osmišljavanje gastro-manifestacije i događanja: osmišljavanje centralnog gastro događanja na temu jedinstvene i popularne poljoprivredne kulture (npr. Dani raštike Imotske krajine – branje, edukativne radionice, recepti i sl.) - popularizacija tradicijskih jela/namirnica: poticanje proizvodnje i prodaje imotskih rafijola (i kao suvenira) kroz ponudu u lokalnim ugostiteljskim objektima, suvenirnicama i drugim mjestima prodaje u Imotskoj krajini i široj regiji (Split, Makarska i dr.)
Ekoturizam	
Pozicioniranje	Jedinstvene hidro-geomorfološke atrakcije i bogat svijet očuvane flore i faune za ljubitelje izvorne prirode vode, polja i krša.
Ciljni potrošački segmenti	<ul style="list-style-type: none"> - zrela dob (50-65) - mladi profesionalci (26-35) - promatrači ptica - djeca školske dobi
Razvoj proizvoda	- uređenje interpretacije i signalizacije: definiranje točki za

<ul style="list-style-type: none"> - razvoj sustava za obilazak – sustav pješačkih i biciklističkih staza: markiranje i opremanje staza, izrada promocijskih materijala za obilazak (tiskanih i elektronskih) - izgradnja infrastrukture za promatranje ptica: postavljanje platformi i vidikovaca integriranih u prostor i prema pravilima zaštićenih područja, interpretativni i edukativni sadržaji - razvoj edukativnih programa na temu hidro geomorfologije: Modro i Crveno jezero, ponornica Vrljika, Prološko blato, jezero Ričice, rijeka Suvaja - razvoj ponude programa: razvoj paketa i izleta na temu hidro geomorfologije u različitom trajanju i za različite ciljne grupe 	<p>interpretaciju (vidikovci i druga mjesta zadržavanja), postavljanje interpretacijskih ploča, uvođenje jedinstvene signalizacije</p>
---	--

Aktivni odmor

<p>Pozicioniranje</p>	<p>Različite mogućnosti aktivnog odmora od lagane rekreacije do adrenalinskih aktivnosti kroz doživljaj snage prirode.</p>
<p>Ciljni potrošački segmenti</p>	<ul style="list-style-type: none"> - mladi profesionalci (26-35) - zrela dob (50-65) - biciklisti (MTB) i biciklistički klubovi - sportski klubovi
<p>Razvoj proizvoda</p>	<ul style="list-style-type: none"> - daljnji razvoj biciklističkih staza: daljnje označavanje i opremanje biciklističkih staza, uređenje odmorišta i vidikovaca (odmorišta s nadstrešnicom, klupom za odmor, prostorom za odlaganje i čuvanje bicikala, alatom za popravak bicikala, vodom) - daljnji razvoj i opremanje pješačkih staza: markiranje i označavanje pješačkih puteva, tematiziranje puteva - razvoj interpretacije u prostoru: postavljanje jedinstvenih interpretacijskih ploča (definirane dimenzije i oblici, materijal, slova, dizajn) - daljnji razvoj sportskih manifestacija i događanja: adrenalinski skokovi u jezera, biciklijade i dr. te njihova intenzivna promocija - poticanje smještajnih objekata na specijalizaciju za aktivne goste: sustav 'Bed&Bike' smještaja – mogućnost čuvanja i sušenje opreme, prilagođeni jelovnici i 'lunch' paketi, informacije i promocijski materijali (karte, GPS navigacija) - razvoj ponude programa: razvoj izleta i programa tematski oblikovanih i nazvanih prema specifičnostima Imotske krajine (adrenalin kanjona, dubina jezera, izazov krša, snaga vode i sl.) - razvoj i promocija manifestacija/događanja aktivnog odmora: daljnje unapređenje postojećih sportskih manifestacija (...)

Kulturni turizam	
Pozicioniranje	Tradicija i nasljeđe Imotske krajine kao mjesta burne povijesti, života i rada na ovim prostorima.
Ciljni potrošački segmenti	<ul style="list-style-type: none"> - zrela dob (50-65) - mladi profesionalci (26-35) - obitelji s djecom
Razvoj proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> - daljnje uređenje glavnih atrakcija: daljnje uređenje objekata i njihovog okruženja, unapređenje turističke signalizacije i interpretacije (s elementima pričanja zanimljivim priča i događaja iz povijesti) - daljnje uređenje povijesnih jezgri naselja: uređenje povijesnih jezgri s pažnjom na tradicijske elemente graditeljstva (korištenje materijala, izbor boja, oblici, oglašavanje u prostoru, opremanje javnih površina, okućnice i vrtovi – autohtone biljke i sl.) - razvoj tematskih staza: razvoj tematskih staza vezanih uz povijesne ličnosti i događanja (npr. 'putevima književnika Imotske krajine', 'Vilinske priče Imotskih jezera' i sl.) - unaprjeđenje turističke signalizacije i interpretacije: određivanje jedinstvenog dizajna za signalizaciju i interpretaciju (materijal, oblik slova, boja, dizajn, tekst, slike), određivanje mjesta za postavljanje signalizacije i interpretacije, održavanje tabli - osmišljavanje nekoliko centralnih kulturnih tematskih događanja i njihova intenzivna promocija (npr. na temu Hasanaginice, pjesnika Imotskog kraja i sl.) - unaprjeđenje postojećih kulturnih događanja: daljnje unapređenje postojećih manifestacija i događanja i njihova intenzivna promocija - unaprjeđenje gastro ponude: izbor nekoliko namirnica, jela i slastica koje predstavljaju specifičnost Imotske krajine (primjerice raštika, Imotska torta, Imotski rafijoli); edukacija dionika o načinu i važnosti prezentacije i prodaje tih jela (priče, jelovnici, oznake); razvoj sustava poticaja za njihovu ponudu - unaprjeđenje ponude vinskog turizma: edukacija o važnosti ponude i načinima prezentacije imotskih vina u svim ugostiteljskim i smještajnim objektima; daljnji razvoj vinskih cesta i ponuda obilaska od strane agencija; iniciranje uključivanja vinara u prezentaciju vina (priča o vinu, ulaz u vinograde – prezentacija vinove loze i poslova u vinogradima, podrumarstvo, obiteljska tradicija); povezivanje proizvođača

Konačno, a kad je riječ o vremenu posjeta ili boravka u Imotskoj krajini izabrani proizvodni miks omogućava dobru turističku pokrivenost većeg dijela godine. U kontekstu održivosti to je izuzetno važno jer se turistička aktivnost može rasporediti tijekom godine.

Slika 7.2.2: Razdoblje odvijanja turističke aktivnosti po pojedinim turističkim proizvodima

	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Ladanje/Odmor u ruralnom okruženju												
Promatranje ptica												
Ciklo turizam												
Pješčačenje/'trekking'/planinarenje												
Lov i ribolov												
Sport i avanturizam												
Turizam baštine												
Turizam događanja												
Turizam vina												

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

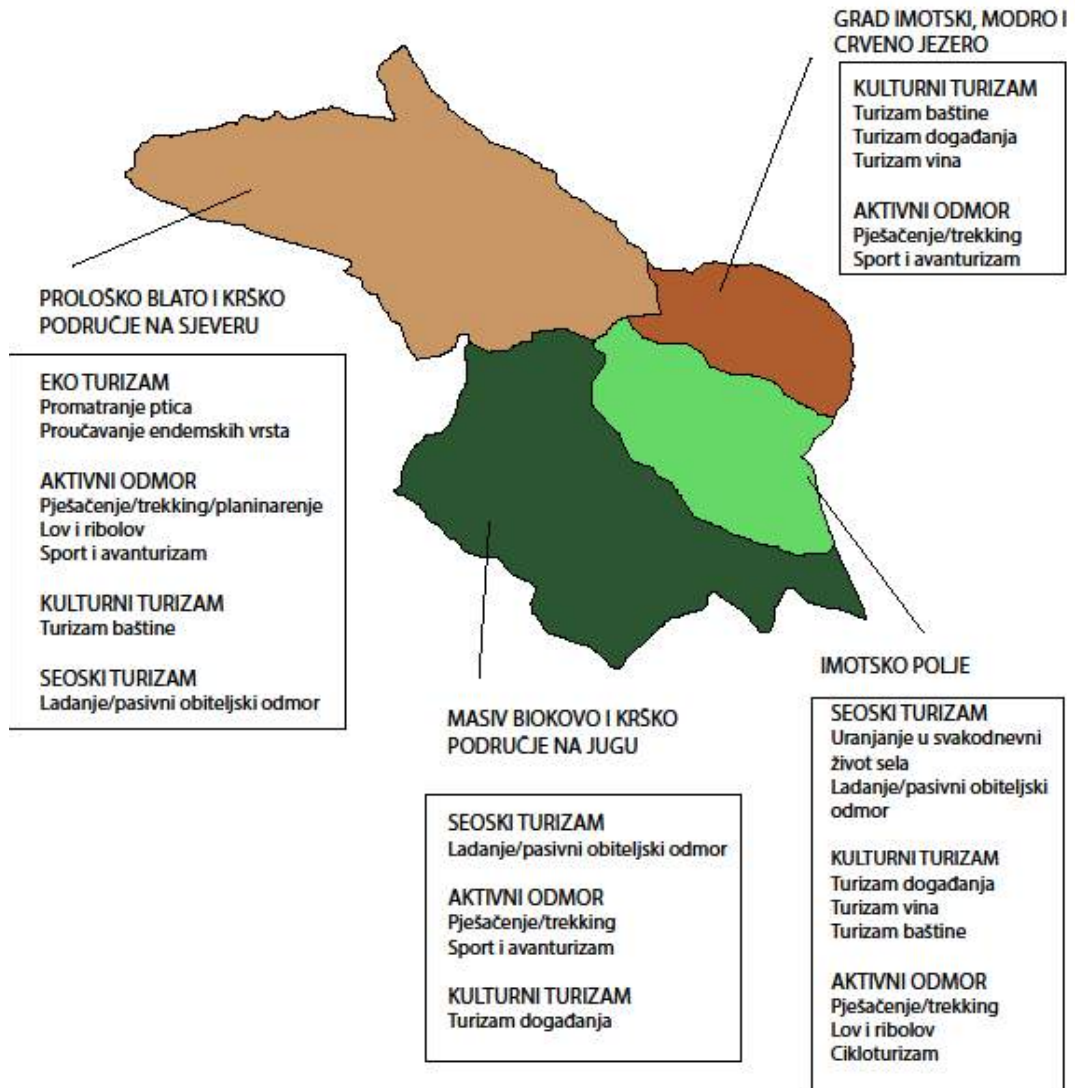
7.3. Prostorni aspekt turističkog razvoja

Predviđena proizvodna struktura omogućava turističko aktiviranje i viši ili manji stupanj turistifikacije praktički cjelokupnog područja Imotske krajine kroz četiri karakteristična područja turističke aktivnosti. To su (slika 6.3.1):

- **Grad Imotski sa zaštićenim krajobrazom Modrog i Crvenog jezera** – osim što se radi o gradu izuzetnih ambijentalnih značajki, Imotski karakterizira i izuzetno atraktivna mikro lokacija (uzvisina) u neposrednoj blizini Modrog i Crvenog jezera, velik broj atraktivnih novoizgrađenih kuća za obiteljski odmor kao i bogata ponuda događanja tijekom većeg dijela godine. Sve to čini grad Imotski turistički najrazvijenijim i najpotentnijim dijelom projektnog područja.
- **Imotsko polje** – riječ je o plodnom krškom polju kojim protječe rijeka Vrljika, a koje je vjekovima hranilo najveći dio žitelja Imotske krajine te koje, uslijed toga, pruža uvid u značajni dio kulture života i rada ovdašnjih žitelja. Samim tim, riječ je o prostoru koji bi, što je moguće prije, kroz različite oblike poticanja, valjalo maksimalno kultivirati na način da se obnovi, pomalo zaboravljena, poljodjelska proizvodnja (naglasak na različite voćarske i vrtlarske kulture) te koji bi, tada, trebao biti jedan od ključnih nositelja budućeg turističkog imidža cijelog projektnog područja i nezaobilazno mjesto posjete svih koji borave ili prolaze ovim prostorom;
- **Prološko blato (i cijelo krško područje uz sjeverni obod Imotskog polja)** – riječ je o području koje karakterizira obilje zaštićenih prirodnih atrakcija i/ili krških fenomena, od kojih posebno valja istaknuti Prološko blato kao svojevrsnu eko-zonu. Riječ je o prirodnim ljepotama koje zasigurno predstavljaju posebno jake markere cijelog ovog područja i to ne samo iz razloga što se radi o jedinstvenim krškim fenomenima, već i uslijed činjenice da je riječ o atrakcijama koje mogu samostalno, svojom autonomnom privlačnom snagom, predstavljati ključne motive dolaska na područje Imotske krajine. Cijeli ovaj prostor, nadalje, karakterizira i postojanje većeg broja slabo naseljenih kamenih sela i zaselaka koji popunjavanju priču o lokalnoj kulturi života i rada, a koje, uz adekvatan pristup, mogu prerasti u vrhunske turističke atrakcije;
- **Planinski masiv Biokova (i krško područje uz južni obod Imotskog polja)** - riječ je o brdovitom prostoru krša i šuma koji bi trebalo predstavljati središnje mjesto za osobe željne aktivnog odmora, adrenalinskih aktivnosti i ekoturizma u maksimalno očuvanom

prirodnom okruženju. Slično kao i u slučaju krškog područja uz sjeverni obod Imotskog polja, ovaj je prostor interesantan i zbog postojanja većeg broja (uglavnom posve napuštenih) kamenih sela i zaselaka koji mogu prerasti u vrhunske smještajne kapacitete namijenjene ponajviše različitim skupinama poklonika turizma specijalnih interesa.

Slika 7.3.1: Karakteristična prostorna područja turističke aktivnosti Imotske krajine



Izvor: Institut za turizam, Zagreb

7.3.1. Obilježja prostornih cjelina i mogućnosti za razvoj turizma

Iako su prethodno definirane prostorne cjeline međusobno specifične, valja imati na umu da se one, u smislu razvoja proizvoda, nadopunjuju. Drugim riječima, iako su prethodno definirane prostorne cjeline rezultanta njihovih karakterističnih (prevladavajućih) prirodnih, geomorfoloških i reljefnih značajki, ali i specifičnosti njihovog kulturno-povijesnog supstrata, riječ je o zonama koje se komplementarno nadopunjuju te koje čine raznovrsnu i diferenciranu paletu mogućnosti za ugodan i zaokružen boravak turista različitih interesa, sklonosti i/ili primarnih preferencija.

U skladu s prethodnim konstatacijama, u nastavku se daje detaljniji uvid u potencijale svake od definiranih turističko-prostornih cjelina Imotske krajine.

Grad Imotski s Modrim i Crvenim jezerom – kultura, baština i avanturizam	
Obilježja prostora	Prostor obuhvaća staru gradsku jezgru grada Imotskog i okolnicu sa Crvenim i Modrim jezerom. Prostor obilježava urbana arhitektura starih kamenih kuća i neposredna blizina krških jezera što čini jedinstveni spoj 'gradskih vizura i iznimnih prirodnih fenomena'.
Ključne atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> - stara gradska jezgra - tvrđava Topana - Modro jezero - Crveno jezero - Zavičajni muzej i muzej Franjevačkog samostana - crkvice Gospa od Anđela - stadion Gospin dolac
Turistički sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> - uređena turistička signalizacija i interpretacija za obilazak grada i jezera - dobro uređene (i sigurne) staze za obilazak grada i jezera - kvalitetan TIC u centru grada: pružanje informacija i preporuka, promocijski materijali, interpretacija života i rada - vidikovci (tvrđava Topana) s kvalitetnom interpretacijom šireg područja Imotske krajine
Moguće aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> - samostalno i/ili organizirano razgledavanje Imotskog i okolnih jezera - posjet kulturnim događanjima i manifestacijama - sportsko-rekreativne aktivnosti/manifestacije na Modrom jezeru (skakanje, nogomet, plivanje)
Smještaj, hrana i piće	<ul style="list-style-type: none"> - mali obiteljski hoteli i pensioni; 3* - 4* - različite vrste ugostiteljskih objekata s naglaskom na domaću kuhinju (i vina)
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> - kvalitetne karte za samostalni obilazak grada i jezera (s glavnim atrakcijama, vremenom trajanja, točkama odmora, težinom staza i dr.) - ponuda organiziranih obilazaka s vodičem (agencije) - <i>online</i> i <i>offline</i> promocijske aktivnosti

Imotsko polje – kultura života i rada	
Obilježja prostora	Prostor obuhvaća plodno polje okruženo krškim planinama te naselja na njegovim rubovima – Zmijavci, Runovići i Proložac. Pitoresknom ravnicom protječe rijeka Vrljika u čijem je zaleđu akumulacijsko jezero.
Ključne atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> - vizura uređenog mozaika polja, voćnjaka i vinograda - rijeka Vrljika - Zelena katedrala - Dva oka - Mlinice na Perinuši
Turistički sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> - sustav uređenih pješačkih i biciklističkih staza

	<ul style="list-style-type: none"> - uređena i opremljena mjesta za odmor s interpretacijom (mjesta za odmor mogu biti opremljena klupama, nadstrešnicom, mogućnošću uzimanja pitke vode, mjestima za odlaganje bicikala) - tematizirane staze (npr. 'putevima vinograda', 'Vrljika – izvor života' i sl.) - organizirani ulazi ('porte') za obilazak polja s kartom i interpretacijom (informacije o putevima, odmorištima, trajanju obilaska, poljoprivrednim kulturama, glavnim atrakcijama)
Moguće aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> - pješačenje - biciklizam - kajak safari (Vrljika) - berba grožđa - branje voća i povrća (npr. jabuka, breskva) - ladanje
Smještaj, hrana i piće	<ul style="list-style-type: none"> - mali obiteljski hoteli i pansioni (3* - 4*) smješteni na rubnim područjima Imotskog polja - različite vrste ugostiteljskih objekata s naglaskom na domaću kuhinju i lokalna vina - unificirane klupe/štandovi s ponudom lokalnih sezonskih proizvoda organizirani na punktovima u Imotskom i većim centrima u Splitsko-dalmatinskoj županiji
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> - organizirane ture za berbe voća i povrća (specijalizirane DMK agencije) i njihova intenzivna promocija (posebno stacionarnim gostima u Županiji) - edukacijske radionice za goste - prodaja poljoprivrednih proizvoda i vina - intenzivne promocijske aktivnosti (<i>offline</i> i <i>online</i> komunikacija)

Prološko blato i krški reljef na sjeveru (jezera, vrtače i sl.) – ekoturizam, aktivni odmor

Obilježja prostora	<p>Prostor obilježava iznimna atraktivnost krškog krajolika i vizura te velika bio raznolikost na području Prološkog blata. Manji dio Prološkog blata je stalno jezero dok je drugi dio poplavni, pod vodom samo u određenim dijelovima godine. U sklopu jezera nalazi se i arheološki lokalitet na otoku Manastir.</p>
Ključne atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> - Prološko blato - tri jezera – Lokvičićko, Knezevića jezero i Galipovac - krajobraz iznimnih vizura – vrtače, suha jezera, vrtovi - otočić Manastir s arheološkim lokalitetom
Turistički sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> - uređene staze za obilazak s opremljenim vidikovcima, interpretacijom i oznakama za obilazak (ujednačeno) - uređena i označena mjesta za fotografiranje - uređene, opremljene i integrirane u prostor promatračnice za 'birdwatching' izrađene od prirodnih materijala i uklopljene u prostor - uređeni i opremljeni punktovi za ribolov

Moguće aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> - promatranje ptica - foto-safari - sportski ribolov - pješačenje
Smještaj, hrana i piće	<ul style="list-style-type: none"> - mali obiteljski hoteli i pansioni (3* - 4*) smješteni u okolnim selima/zaseocima - različite vrste ugostiteljskih objekata s naglaskom na domaću kuhinju i lokalna vina
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> - organizirani izleti i vođene ture - foto-safari ture - info-materijali dostupni u tiskanim i elektronskim oblicima (karte, vodiči)

Planinski masiv Biokova i krški reljef na jugu – ladanje, sport i rekreacija

Obilježja prostora	Ruralno područje obuhvaća planinski prostor Biokova, općine Cista Provo, Lovreć, Zagvozd, Podbablje te naselja na ovom području.
Ključne atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> - očuvani prirodni krajolik krša - stare kamene kuće u selima - kanjon Badnjavice - Zeleno jezero
Turistički sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> - sustav uređenih staza za pješačenje s mogućom tematizacijom - uređene, označene i opremljene biciklističke staze s prilagođenim odmorištima (nadstrešnica, klupe za odmor, dostupnost vode i jednostavnog alata za popravak bicikla) - bogat program manifestacija i događanja - trgovine lokalnim namirnicama i suvenirnice
Moguće aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> - pješačenje - 'trekking'/planinarenje (kanjon Badnjavice) - biciklizam - posjet manifestacijama, - ladanje
Smještaj, hrana i piće	<ul style="list-style-type: none"> - kuće za odmor kvalitete 3* - 5*, dijelom specijalizirane za aktivne goste - ponuda lokalnih jela i pića u objektima koji njeguju tradicijski stil uređenja prirodnim materijalima i prezentiraju jednostavna jela Imotske krajine
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> - organizacija programa boravka - najam opreme - mogućnost kupnje domaćih proizvoda (lokalne trgovine, OPG-ovi) - informacijski sustav; online i offline komunikacija

8. PLAN PODIZANJA KONKURENTNOSTI

Plan podizanja turističke konkurentnosti Imotske krajine namijenjen je ponajviše otklanjanju identificiranih slabosti i/ili nedostataka na koje je ukazala SWOT analiza. Cilj mu je da se na cijelom području razmatranog područja, kroz poboljšavanje određenih elemenata turističke ponude, stvore temeljni preduvjeti ne samo intenziviranje turističkog prometa, već i za povećanje kvalitete života/društvenog blagostanja lokalnih žitelja.

Kad je riječ o konkurentskim nedostacima povezanim s razvojem turizma na projektnom području, odmah je potrebno naglasiti dvije bitne odrednice:

- uočeni nedostaci odnose se podjednako kako na sferu interesa javnog, tako i na sferu interesa privatnog sektora;
- uklanjanje i/ili neutraliziranje uočenih nedostataka samo je jednim dijelom povezano s potrebom angažiranja manjih ili većih financijskih sredstava dok je, drugim dijelom, povezano ponajviše sa stvaranjem potrebnih organizacijsko-tehničkih i/ili kadrovskih preduvjeta razvoja.

Kad je riječ o nedostacima u sferi interesa privatnog sektora (struktura/kvaliteta i/ili raznolikost smještajne ponude, nedostatna gastronomska ponuda primjerene kvalitete, nedostatak specifične trgovačke/obrtničke ponude (suvenirni/memorabilije), nedostatak za tržište spremnih turističkih proizvoda, nedostatak s turizmom povezanih organizatora specijalnih aktivnosti i sl.), odmah valja naglasiti činjenicu da je njihovo rješavanje direktno povezano s pojačanom investicijskom aktivnosti domaćih i/ili stranih poduzetnika. Istodobno, riječ je o konkurentskim nedostacima čije je uklanjanje i/ili minimiziranje moguće rješavati postupno, u hodu, sukladno odrednicama prethodno definirane koncepcije razvoja turizma, a koja se temelji na boljoj i potpunijoj valorizaciji raspoložive resursne osnove, osobito u kontekstu ubrzanog razvoja turizma specijalnih interesa.

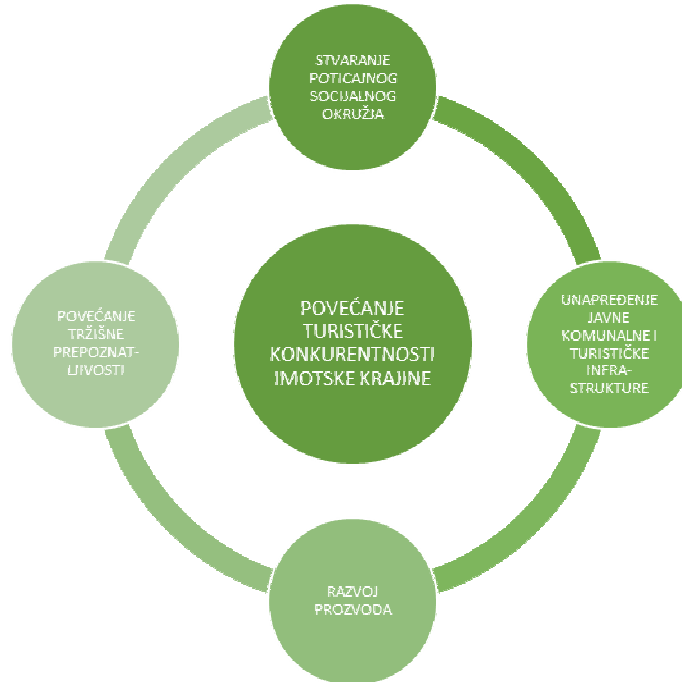
S druge strane, a što se tiče uočenih nedostataka u domeni javnog sektora, određen broj ovih nedostataka nikako neće biti moguće riješiti u kratkom roku i bez značajnih proračunskih ulaganja (manjkavost dijela komunalne infrastrukture, loše stanje lokalnih prometnica, nedostatak uređenih/opremljenih biciklističkih staza/šetnica, nedostatak kvalificiranih kadrova osposobljenih za upravljanje turističkim razvojem i sl.). Neovisno o tome, očekivano je da bi se, uvelike i kao rezultat kandidiranja određenog broja javno-komunalnih projekata i za EU financiranje, konkurentska pozicija cijelog ovog područja na turističkom tržištu trebala bitno popraviti.

Konačno, valja imati na umu i činjenicu da uklanjanje, minimiziranje ili neutraliziranje određenog broja prepoznatih nedostataka u sferi djelovanja kako javnog, tako i privatnog sektora nije nužno povezano s velikim financijskim iznosima. Riječ je, primjerice, o aktivnostima povezanim s jačanjem suradnje javnog i privatnog sektora na projektima od interesa za turistički razvoj/imidž projektnog područja, povećavanju umreženosti i/ili strateškom povezivanju različitih malih i srednjih poduzetnika u sferi turizma, daljnjem povećavanju interesa/raspoloživosti lokalnih poduzetnika za ulaganje u inovativne turističke razvojne projekte i sl. Štoviše, riječ je o nedostacima na koje je moguće djelovati u relativno kratkom vremenskom razdoblju, a što bi znatno unaprijedilo današnju turističku ponudu, ne samo u smislu prezentacije/interpretacije raspoložive resursno-atraktivne osnove, već i u smislu produbljivanja cjelokupnog destinacijskog lanca vrijednosti, a time i kvalitete integralnog turističkog proizvoda Imotske krajine.

U skladu s prethodnim naznakama, a vodeći računa o metodološkoj konzistentnosti, pojedinačni su programi/mjere/aktivisti podizanja turističke konkurentnosti Imotske krajine razvrstani u pet karakterističnih područja i to:

- stvaranje socijalno poticajnog razvojnog okruženja;
- poboljšavanje javne komunalne infrastrukture;
- razvoj proizvoda/unapređenje turističkog lanca vrijednosti, kao i
- poboljšanje tržišne prepoznatljivosti/poželjnosti.

Slika 8.1: Područja za podizanje konkurentnosti turizma na području Imotske krajine



Izvor: Institut za turizam, Zagreb

8.1. Programi u funkciji stvaranja poticajnog socijalnog okružja

Generalno gledano, samo relativno malen broj stanovnika Imotske krajine danas aktivno razmišlja kako o potrebi, tako i o dinamici i/ili smjerovima poželjnog razvoja turizma na ovom području, pri čemu je veliko pitanje u kojoj su mjeri takva promišljanja međusobno usklađena. U takvim okolnostima, većina razvojnih dionika ne zna ni kakva bi njihova uloga u tom procesu trebala biti, niti da li se u njega treba aktivno uključiti.

S druge strane, niska razina saznanja i/ili uključenosti razvojnih dionika u donošenje odluka o bitnim odrednicama poželjnog turističkog razvoja najčešće rezultira nepovjerenjem, a ponekad i svojevrsnim bojkotom predloženih razvojnih aktivnosti i/ili programa. Da bi se takvo stanje izbjeglo, učinkovit i od strane lokalne zajednice podržavan razvoj turizma na cijelom projektnom području, a što je i temeljni preduvjet ostvarenja zacrtane razvojne vizije, u najvećoj mogućoj mjeri valja povezivati sa stvaranjem poticajnog socijalnog okruženja.

Stvaranje poticajnog razvojnog okruženja, podrazumijeva sljedeće aktivnosti:

- osiguravanje maksimalne transparentnosti u donošenju ključnih razvojnih odluka od interesa za razvoj turizma i/ili društveni standard lokalne populacije;
- aktivno uključivanje svih bitnih razvojnih dionika, ali i predstavnika lokalnog stanovništva u donošenje bitnih razvojnih odluka (tzv. 'community based planning');
- provođenje aktivne i kontinuirane edukacije bitnih razvojnih dionika o potrebi društveno odgovornog i dugoročno održivog upravljanja (turističkim) razvojnim procesom kako bi se minimizirali njegovi potencijalno negativni učinci;
- provođenje sustavne edukacije bitnih razvojnih dionika o njihovoj ulozi u procesu turističkog razvoja i potrebi aktivnog sudjelovanja u svim njegovim fazama;
- stvaranje preduvjeta za ubrzano osposobljavanje potencijalnih malih i srednjih privatnih poduzetnika zainteresiranih za investiranje u turističke projekte o svim potencijalnim rizicima i što činiti kako bi ih se učinkovito minimiziralo (mreža 'one stop shop' savjetodavnih usluga, izdavanje operativnog 'how to' poduzetničkog vodiča, suradnja sa cehovskim udrugama pri HGK i HOK, suradnja s razvojnom agencijom SDŽ i sl.);
- osmišljavanje stimulativnih (fiskalnih i/ili parafiskalnih) programa poticanja poduzetništva na lokalnoj razini.

Posebno valja ukazati na činjenicu da je najveći dio aktivnosti u cilju stvaranja poticajnog socijalnog okruženja moguće financirati sredstvima Europskog socijalnog fonda kroz operativni program 'Učinkoviti ljudski potencijali'. U okviru tog operativnog programa, naime, jedan od glavnih investicijskih prioriteta je i ulaganje u programe povećanja socijalne uključenosti. Upravljačko tijelo za provedbu ovog operativnog programa je Ministarstvo rada i mirovinskog sustava.

Konačno, konkretni projekti koji bi se na području Imotske krajine trebali pokrenuti u cilju stvaranja poticajnog socijalnog okruženja iskazani su u tablici 8.1.1.

Tablica 8.1.1: Projekti u funkciji uspostave poticajnog socijalnog okruženja

1	Jačanje znanja i kompeticija nositelja izvršne vlasti na području Imotske krajine
2	Poduzetnički razvojno-investicijski servis
3	Poticanje/uspostava poduzetničkih klastera
4	Poticanje udruživanja poljoprivrednih proizvođača na principima kooperative
5	Izmjene i dopune PPU JLS na području Imotske krajine
6	Interni marketing

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

8.2. Programi unapređenja javne komunalne infrastrukture

Kvalitetna komunalna infrastruktura preduvjet je razvoja svih gospodarskih djelatnosti na nekom području, uključujući i turizma. U tom smislu, dakle, osobito u smislu privlačenja poduzetničkog interesa, na cijelom projektnom području, kontinuirano se moraju unapređivati svi, za gospodarski život vitalni infrastrukturni sustavi. Pritom visinu, vremensku dinamiku i prioritete ulaganja u unapređenje javne komunalne infrastrukture valja promatrati ne samo u kontekstu odrednica zacrtane razvojne vizije i strateških razvojnih ciljeva konkretiziranih u ovom dokumentu, već i u kontekstu proračunskih mogućnosti i uspješnosti u privlačenju sredstava EU fondova/programa.

Što se tiče korištenja sredstava EU fondova, za potrebe unapređenja javne komunalne infrastrukture JLS na području Imotske krajine mogu aplicirati ponajviše na sredstva u okviru operativnog programa iz područja konkurentnosti i kohezije. Riječ je o operativnom programu koji će se sufinancirati sredstvima iz Europskog fonda za regionalni razvoj²⁸ i Kohezijskog fonda²⁹, a koji, između ostalog obuhvaća aktivnosti iz područja: (i) zaštite okoliša, (ii) promicanja učinkovitosti korištenja prirodnih resursa, (iii) promicanja održivog prometa kao i (iv) uklanjanja uskih grla na prometnoj mreži. Upravljačko tijelo za provedbu ovog operativnog programa je Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova europske unije.

Polazeći od identificiranih slabosti u sferi javne komunalne infrastrukture, ključni projekti koje valja realizirati na području Imotske krajine, a koji bi mu već u kratkom vremenu značajno podigli tržišnu prepoznatljivost i konkurentnost navedeni su u tablici 8.2.1.

Tablica 8.2.1: Projekti unapređenja javne komunalne i turističke infrastrukture

1	Centar za posjetitelje Imotske krajine
2	Optimiziranje cestovnog prometa
3	Unapređenje sustava smeđe signalizacije i interpretacije
4	Izgradnja cjelovitog sustava biciklističkih i pješačkih staza/ruta
5	Uspostava tematskih ruta/poučnih staza

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

8.3. Razvoj proizvoda/obogaćivanje turističkog lanca vrijednosti

Dostignuta razina turističkog prometa na projektnom području jasno ukazuje ne samo na nedostatak dovoljnog broja interesantnih turističkih proizvoda, već i na nedovoljnu dubinu i širinu postojećeg turističkog lanca vrijednosti. Drugim riječima, sa izuzetkom relativno formiranog proizvoda 'ladanja' (obiteljske kuće za odmor), postojeći sustav turističkih iskustava na području Imotske krajine nije u funkciji stacionarnog boravka gostiju. S druge strane, usprkos vrijednoj resursno-atraktivnoj osnovi koja omogućava produljivanje turističkog interesa i u mjesecima pred i posezone, turistički se promet na projektnom području odvija gotovo isključivo tijekom ljetne špice. U tom smislu, potrebno je hitno poraditi na proširivanju sustava, za tržište spremnih, turističkih doživljaja sukladno prethodno izloženoj razvojnoj koncepciji.

Za potrebe dugoročno održivog obogaćivanja turističkog lanca vrijednosti JLS na području Imotske krajine predlažu se sljedeći projekti (tablica 8.3.1).

Tablica 8.3.1: Aktivnosti u funkciji obogaćivanja turističkog lanca vrijednosti

1	Ambijentalno uređenje stare jezgre grada Imotski
2	Razvoj desetak tematiziranih (obiteljskih) mini hotela i/ili B&B pansiona

²⁸ Riječ je o fondu programu koji je, između ostalog, namijenjen razvoju (i) telekomunikacije, energetike i prometne infrastrukture, ali i (ii) zdravstva, obrazovanja i društvena infrastrukture.

²⁹ Sukladno strategiji Europa 2020 i Zajedničkom strateškom okviru, sredstva za kohezijsku politiku u Hrvatskoj namijenjena su, između ostalog, i za jačanje socijalne uključenosti te jačanje kapaciteta javne uprave i pravosuđa.

3	Upravljanje kvalitetom obiteljskih kuća za odmor i/ili turističkih apartmana
4	Uspostava nekoliko integralnih/difuznih hotela
5	Podizanje kvalitete gastronomske ponude/razvoj eno-gastronomskog turizma
6	Imotska jezera – UNESCO geopark
7	Razvoj 'activity based' turizma
8	Razvoj seoskog turizma
9	Razvoj eko turizma
10	Akcijski plan razvoja turizma događanja
11	Revitalizacija napuštenih zaselaka/kuća u ruralnom ambijentu
12	Duhanska stanica u Imotskom – koncept najbolje uporabe
13	Tvrđava Topana u Imotskom – tematski plan interpretacije
14	Stećci, gomile, gradine – tematski plan interpretacije
15	Jačanje uloge destinacijskih menadžment kompanija

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

8.4. Unapređenje tržišne prepoznatljivosti/poželjnosti

Uz nedovoljan broj za tržište spremnih proizvoda, komunikaciju s tržištem uvelike otežava i nedostatak financijskih sredstava potrebnih za adekvatnu prezentaciju turističkih mogućnosti cijelog projektnog područja. U tom smislu, valja konstatirati da se cijelo projektno područje još uvijek nije prikladno predstavilo ni potencijalnim geografskim tržištima, niti relevantnim tržišnim nišama/potrošačkim segmentima. Sukladno tome, postojeći imidž Imotske krajine kao turističke destinacije zasigurno je jedno od većih ograničenja u dinamiziranju turističkog prometa i prodiranju do novih potrošačkih segmenata, osobito u sferi turizma specijalnih interesa. U želji da se takvo stanje, što je moguće prije, počne mijenjati nabolje, predlažu se sljedeći projekti (tablica 8.4.1.):

Tablica 8.4.1: Aktivnosti u cilju unapređenja tržišne prepoznatljivosti/poželjnosti

1	Razvoj prepoznatljivog turističkog brenda
2	Uspostava jedinstvenog promocijsko-prodajnog web portala
3	Redizajn/inoviranje promocijskih materijala
4	Optimiranje promocijskih aktivnosti - operativni marketing plan
5	Povezivanje sa specijaliziranim posrednicima u prodaji izabranih turističkih proizvoda
6	Redovito praćenje zadovoljstva boravka turista

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

8.5. Ostalo - podizanje kvalitete ljudskog potencijala

Sva prethodno sagledana područja/programi podizanja konkurentnosti uvelike će ovisiti o raspoloživosti i kvaliteti ljudskog potencijala na projektnom području. Brze i sve intenzivnije promjene u tržišno-poslovnim okruženju i razvoj novih tehnologija zahtijevaju kontinuirano učenje i stjecanje novih znanja i to, kako u sferi dnevno-operativnog poslovanja, tako

osobito i u sferi upravljanja razvojnim procesima bilo da je riječ o privatnom ili javnom sektoru.

Podizanje kvalitete ljudskog kapitala predstavlja dugotrajan proces koji se može poticati, ali koji se ne može uvjetovati jednostranim odlukama nositelja izvršne vlasti JLS na području Imotske krajine. Isto tako, osim ulaska u reformu obrazovnog sustava RH, riječ je o procesu za čiji je uspjeh potrebna ne samo uspostava učinkovite suradnje s etabliranim obrazovnim institucijama nacionalne/međunarodne prepoznatljivosti/kvalitete, već i povremeno angažiranje konzultanata.

Brzina i efikasnost podizanja kvalitete ljudskog potencijala na području Imotske krajine u vremenu koje dolazi ovisit će ponajviše o pokretanju aktivnosti kao što su:

- povezivanje s vodećim hrvatskim obrazovnim centrima izvrsnosti (različiti programi strukovnog do-obrazovanja i/ili cjeloživotnog učenja);
- osiguranje stručne prakse i/ili profesionalnog usavršavanja perspektivnog kadra u vodećim gospodarskim subjektima Hrvatske/inozemstva;
- provođenje sustavne i kontinuirane edukacije zainteresiranih postojećih i/ili budućih poduzetnika, ali i djelatnika javnih institucija grada o različitim mogućnostima EU financiranja;
- povećanje menadžerskih znanja i vještina za potrebe efikasnog upravljanja turističkim razvojem u skladu s najboljom svjetskom praksom;

Provedba različitih programa/inicijativa u sferi podizanja kvalitete ljudskog potencijala može se, u značajnoj mjeri, financirati kroz korištenje, za to namijenjenih sredstava EU fondova/programa. U tom smislu, a osim sredstava Europskog fonda za regionalni razvoj i Kohezijskog fonda kroz operativni program 'Konkurentnost i kohezija', podizanje kvalitete ljudskog potencijala u sferi, kako pravnih osoba javnog, tako i privatnog sektora na području Imotske krajine može se financirati ponajviše kroz operativni program 'Učinkoviti ljudski potencijali', odnosno sredstva Europskog socijalnog fonda. Riječ je o operativnom programu u ingerenciji Ministarstva rada i mirovinskog sustava RH pri čemu se glavni alokacijski prioriteti odnose na: (i) povećanje zaposlenosti i mobilnost radne snage, (ii) unapređenje obrazovnog sustava i cjeloživotno učenje, kao i na (iii) unapređenje administracije.

9. PLAN IMPLEMENTACIJE

Plan podizanja konkurentnosti turizma na području Imotske krajine (poglavlje 8) identificirao je tridesetak različitih projekata svrstanih u četiri kategorija: (i) stvaranje poticajnog socijalnog okruženja, (ii) unapređenje javne komunalne i turističke infrastrukture, (iii) razvoj proizvoda/obogaćivanje turističkog lanca vrijednosti, odnosno (iv) unapređenje tržišne prepoznatljivosti/poželjnosti. Svakom od ovih projekata, nadalje, pripisan je i odgovarajući rang važnosti tj. (i) projekti najveće važnosti, (ii) projekti velike važnosti, te (iii) manje važni projekti. Konačno, za svaki je projekt predložena i dinamika realizacije.

U skladu s prethodnim naznakama, logično bi bilo da se nositelji izvršne vlasti JLS na području Imotske krajine koncentriraju ponajviše na iniciranje/realizaciju projekata najveće važnosti, što nikako ne znači da bi trebali zanemariti projekte manje važnosti, osobito ako oni nisu povezani sa značajnim financijskim sredstvima i/ili velikom organizacijskom kompleksnošću.

Tablica 9.1: Projekti podizanja konkurentnosti prema predvidivoj dinamici provedbe

Naziv projekta		Rang	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.- 25.
PROJEKTI U FUNKCIJI STVARANJA POTICAJNOG SOCIJALNOG OKRUŽENJA							
1	Jačanje znanja i kompeticija nositelja izvršne vlasti na području Imotske krajine	I					
2	Poduzetnički razvojno-investicijski servis	II					
3	Poticanje/uspostava poduzetničkih klastera	III					
4	Poticanje udruživanja poljoprivrednih proizvođača na principima kooperative	IIII					
5	Izmjene i dopune PPU JLS na području Imotske krajine	II					
6	Interni marketing	I					
PROJEKTI U FUKCIJI UNAPREĐENJA JAVNE KOMUNALNEI TURISTIČKE INFRASTRUKTURE							
7	Centar za posjetitelje Imotske krajine	I					
8	Optimiziranje cestovnog prometa	II					
9	Unapređenje sustava smeđe signalizacije i interpretacije	II					
10	Izgradnja cjelovitog sustava biciklističkih i pješačkih staza/ruta	I					
11	Uspostava tematskih ruta/poučnih staza	II					
RAZVOJ PROIZVODA – PROJEKTI OBOGAĆIVANJA TURISTIČKOG LANCA VRIJEDNOSTI							
12	Ambijentalno uređenje stare jezgre grada Imotski	I					
13	Razvoj desetak tematiziranih (obiteljskih) mini hotela i/ili B&B pansiona	II					
14	Upravljanje kvalitetom obiteljskih kuća za odmor i/ili turističkih apartmana	I					
15	Uspostava nekoliko integralnih/difuznih hotela	II		2017.	2018.	2019.	
16	Podizanje kvalitete gastronomske ponude/razvoj eno-gastronomskog turizma	II					
17	Imotska jezera – UNESCO geopark	I					

Naziv projekta		Rang	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.- 25.
18	Razvoj 'activity based' turizma	II					
19	Razvoj seoskog turizma	II					
20	Razvoj eko turizma	II					
21	Akcijski plan razvoja turizma događanja	III					
22	Revitalizacija napuštenih zaselaka/kuća u ruralnom ambijentu	III					
23	Duhanska stanica u Imotskom – koncept najbolje uporabe	I					
24	Tvrđava Topana u Imotskom – tematski plan interpretacije	III					
25	Stećci, gomile, gradine – tematski plan interpretacije	III					
26	Jačanje uloge destinacijskih menadžment kompanija	I					
PROJEKTI U FUNKCIJI UNAPREĐENJA TRŽIŠNE PREPOZNATLJIVOSTI							
27	Razvoj prepoznatljivog turističkog brenda	II					
28	Uspostava jedinstvenog promocijsko-prodajnog web portala	I					
29	Redizajn promocijskih materijala	II					
30	Optimiranje promocijskih aktivnosti - operativni marketing plan	III					
31	Povezivanje sa specijaliziranim posrednicima u prodaji izabranih turističkih proizvoda	II					
32	Redovito praćenje zadovoljstva boravka turista	I					

I – projekt najveće važnosti

II – projekt velike važnosti

III – projekt manje važnosti

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

10. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

U namjeri da se nositeljima turističkog razvoja na području Imotske krajine pomogne da objektivno sagledaju svoju polaznu poziciju te uspostave preduvjete za budući razvojni iskorak, ovim se dokumentom postavljaju temelji za sustavan, koordiniran i planski usmjeravan razvoj turizma na cijelom projektnom području.

Operacionalizacija predložene razvojne koncepcije, a što pretpostavlja sustavno i prioritetima podređeno provođenje različitih mjera/aktivnosti/programa u funkciji podizanja destinacijske konkurentnosti, trebala bi na cijelom prostoru Imotske krajine osigurati postupan, međusobno koordiniran, a time i dugoročno održiv razvoj turističke aktivnosti. Predložena razvojna koncepcija, pritom, maksimalno uvažava ne samo bitne značajke resursno-atraktivne osnove, već i financijske, ljudske i organizacijske resurse kojima cijelo ovo područje trenutno raspolaže.

Ipak, a s obzirom na činjenicu da se predložena razvojna koncepcija turističkog razvoja projektnog područja neće dogoditi sama od sebe, uspješna implementacija preporuka i/ili zaključaka ovog dokumenta ovisit će ponajviše o mjeri u kojoj će nositelji izvršne vlasti JLS na cijelom ovom području, u suradnji s TZ Imotske krajine, te uz pomoć i aktivnu podršku TZ Splitsko-dalmatinske županije, biti u stanju inicirati promjene, potaknuti suradnju s turističkim posrednicima, motivirati lokalne poduzetnike, odnosno osigurati međusobno povjerenje svih relevantnih dionika turističkog razvoja. Drugim riječima, puko usvajanje ovog dokumenta neće biti dovoljno za intenziviranje turističke aktivnosti na području Imotske krajine. Samim tim, dakle, budući turistički razvoj cijelog ovog područja bit će najuže koreliran sa uspostavom jakog i odgovornog projektnog vodstva ('leadership'), odnosno inauguriranja uskog tima posvećenih profesionalaca koji čvrsto vjeruju u mogućnost dubokih strukturnih promjena u dosad prevladavajućem načinu promišljanja i upravljanja gospodarskim (turističkim) razvojem.

U tom smislu, dakle, još jednom valja istaknuti sljedeće: iako ovaj dokument nudi jasnu koncepciju budućeg razvoja turizma na području Imotske krajine, najveću odgovornost za njegovu operacionalizaciju i učinkovitu implementaciju moraju snositi nositelji izvršne vlasti u JLS na cijelom projektnom području. Naime, oni bi svojim aktivnim djelovanjem, kreativnim inicijativama i/ili stvaranjem poticajne investicijske klime dodatno trebali pobuditi interes sadašnjih i potencijalnih poduzetnika za ulaganjem u razvoj kako novih turističkih razvojno-investicijskih projekata, tako i drugih projekata neposredno ili posredno povezanih sa stvaranjem novog turističkog identiteta cijelog ovog područja.

DODATAK 1: PROJEKTI U FUNKCIJI STVARANJA POTICAJNOG SOCIJALNOG OKRUŽENJA

Projekt br. 1: Jačanje znanja i kompeticija nositelja izvršne vlasti na području Imotske krajine					
Cilj	Unapređenje investicijske klime i smanjivanje poduzetničkog rizika				
Opis	<p>Uspješna implementacija preporuka i/ili zaključaka ovog dokumenta ovisit će ponajviše o mjeri u kojoj će nositelji izvršne vlasti u JLS na cijelom ovom području, u suradnji s TZ Imotske krajine, te uz pomoć i aktivnu podršku TZ Splitsko-dalmatinske županije, biti u stanju inicirati promjene, potaknuti suradnju s turističkim posrednicima, motivirati lokalne poduzetnike, odnosno osigurati međusobno povjerenje svih relevantnih dionika turističkog razvoja. Drugim riječima, budući turistički razvoj Imotske krajine bit će najuže koreliran s uspostavom jakog i odgovornog projektnog vodstva ('leadership'), odnosno inauguriranja uskog tima posvećenih profesionalaca koji čvrsto vjeruju u mogućnost dubokih strukturnih promjena u dosad prevladavajućem načinu promišljanja i upravljanja gospodarskim (turističkim) razvojem.</p> <p>Uspostava jakog i odgovornog projektnog vodstva ('leadership') podrazumijeva dubinsko poznavanje problematike turističkog razvoja na makro i mikro razini, ali i teorije eksternalija kako bi se spriječile moguće negativne posljedice nedovoljno promišljenog razvoja, odnosno promoviranja turističkih razvojno-investicijskih projekata koji bi mogli biti u suprotnosti s konceptom održivog razvoja.</p>				
Operacionalizacija projekta	Operacionalizacija projekta podrazumijeva definiranje programskih područja potrebne/poželjne edukacije nositelja izvršne vlasti na području Imotske krajine, izradu liste potencijalnih pružatelja edukacijskih usluga kao i osiguranje potrebnih financijskih sredstava za provedbu programa kontinuirane edukacije.				
Važnost	Projekt najveće važnosti	Nositelj	Izvršna vlast gradova/općina		
Financiranje	 Proračun gradova/općina	Ostali dionici	 RERA  TZ SDŽ  Pružatelji edukacijskih usluga		
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

Projekt br. 2: Poduzetnički razvojno-investicijski servis			
Cilj	Unapređenje investicijske klime i smanjivanje poduzetničkog rizika		
Opis	Nedostatak kvalitetnih informacija za potencijalne investitore kao i nedostatak vještina za pripremu projektne dokumentacije za osiguranje financijskih izvora za manje poduzetničke projekte zasigurno predstavljaju velike prepreke u		




	<p>dinamiziranju turističkog poduzetništva na području Imotske krajine. U tom smislu, važno je osigurati potencijalnim i postojećim poduzetnicima kvalitetnu stručnu podršku u procesu pripreme (manjih) poduzetničkih poduhvata. Riječ je o svojevrsnom informacijsko-edukativnom 'one stop shopu' za sve poduzetne građane na projektnom području koji razmišljaju o pokretanju vlastitih poduzetničkih projekata.</p> <p>Informacijsko-edukativni 'one stop shop' mogao bi se formirati u sklopu gradskog poglavarstva grada Imotskog sa ciljem: (i) besplatnog osiguravanja relevantnih informacija za pripremu projekata, (ii) diseminacije informacija o mogućnostima financiranja (HBOR, EU fondovi, bespovratna sredstva različitih ministarstava RH i sl.), pravnim zahtjevima, porezima, registraciji, tržišnim trendovima i najboljim praksama u vođenju poslovanja, marketingu, financijskom kontrolingu itd., ali i (iii) osiguranja savjetodavnih usluga (seminari, radionice, 'ad hoc' konzultacije) i pomoći u pripremi dokumentacije za poduzetničke razvojne projekte.</p>				
Operacionalizacija projekta	Operacionalizacija projekta podrazumijeva uspostavu posebne organizacijske jedinice pri gradskoj upravi (predvidivo odsjek), osiguranje potrebnih financijskih sredstava za djelovanje servisa (predvidivo jedan VSS zaposlenik) kao i provođenje javnog natječaja za izbor kandidata.				
Važnost	Projekt velike važnosti		Nositelj	Izvršna vlast grada Imotskog	
Financiranje	👉 Gradski proračun		Ostali dionici	👉 RERA	👉 Stari i novi (potencijalni) poduzetnici
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

Projekt br. 3: Poticanje/uspostava poduzetničkih klastera				
Cilj	Umrežavanje i povezivanje poduzetnika iz srodnih turističkih djelatnosti radi jačanja konkurentnosti, podizanja kvalitete i/ili unapređenja tržišnog nastupa			
Opis	<p>U cilju dinamiziranja poduzetničke aktivnosti i naglašavanja kulture izvrsnosti, na području Imotske krajine potrebno je poticati stvaranje poduzetničkih klastera na proizvodno-tematskoj osnovi (klaster obiteljskih iznajmljivača, klaster izvan smještajnog ugostiteljstva, klaster agroturizma, klaster proizvođača vina i sl.).</p> <p>Svrha klasterskog udruživanja je suradnja, razmjena iskustava, unapređivanje kvalitete proizvoda i/ili usluge kroz standardizaciju i/ili certifikaciju, lakši tržišni nastup, povećanje tržišne prepoznatljivosti i sl. Formirani poduzetnički klasteri na prostoru Imotske krajine trebali bi se povezivati sa istovrsnim klasterima na području cijele SDŽ, ali i šire.</p>			
Operacionalizacija projekta	Operacionalizacija projekta podrazumijeva međusobno povezivanje fizičkih i/ili pravnih osoba istovrsne poslovne orijentacije u skladu s mogućnostima koje pružaju pozitivni zakonski propisi. U tom smislu, valja odrediti prikladnu pravnu formu povezivanja te, sukladno tome, definirati način djelovanja svakog pojedinog klastera (statut, financiranje, zastupanje i sl.).			
Važnost	Projekt manje važnosti		Nositelj	Izvršne vlasti gradova/općina
Financiranje	👉 Gradski/općinski		Ostali	👉 TZ Imotske krajine

Vremenski horizont provedbe	proračuni		dionici	Poduzetnici i udruge	
	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

Program br. 4: Poticanje udruživanja poljoprivrednih proizvođača na principima kooperative					
Cilj	Revitalizacija poljoprivredne proizvodnje i unapređenje kulturnog krajobraza				
Opis	<p>Projektom se želi potaknuti revitalizacija autohtone poljoprivredne proizvodnje malih lokalnih proizvođača ne samo u cilju boljeg snabdijevanja ugostiteljskih objekata na projektnom području i cijelom prostoru SDŽ, već i u cilju: (i) unapređenja cjelokupnog vizualnog identiteta Imotske krajine (ii) racionalnijeg korištenja razvojno potentnog ruralnog prostora, kao i (iii) stvaranja pretpostavki za jače privlačenje novih segmenata turističke potražnje (ruralni i eko turizam).</p> <p>Interes turističke potražnje za autentičnim i lokalnim, a u današnje vrijeme i eko proizvodima kontinuirano raste iz godine u godinu. Samim tim, postojeća i nova turistička potražnja na prostoru Imotske krajine, a pod pretpostavkom kvalitetne promocije i/ili prezentacije, značajno otvara mogućnosti lokalnim proizvođačima zdrave hrane za plasman vlastite proizvodnje, bilo kroz turističko-ugostiteljske objekte, bilo na kućnom pragu.</p> <p>Uz uspostavu prilaznih puteva i sustava navodnjavanja, uloga lokalnih samouprava svodi se na osiguravanje organizacijske, pravne i financijske podrške uspostavi tzv. 'agrozone' Imotske krajine na principima svojevrsne 'kooperative' lokalnih poljoprivrednih proizvođača, sve u cilju poticanja kvalitetne prezentacije i komercijalizacije lokalno proizvedene zdrave hrane i/ili eko-proizvoda.</p>				
Operacionalizacija projekta	Osim sondiranja interesa manjih individualnih poljoprivrednih proizvođača od strane lokalnih samouprava te propitivanja najprikladnijeg poslovnog modela udruživanja i njegove tržišne održivosti (sve na račun javne vlasti), operacionalizacija projekta podrazumijeva možebitne izmjene i dopune prostornih planova JLS na projektnom području (u cilju uspostave jedne ili više manjih/većih 'agrozona') kao i postupnu izgradnju prilaznih puteva i uspostave prikladnog sustava navodnjavanja.				
Važnost	Projekt manje važnosti	Nositelj	JLS projektnog područja		
Financiranje	 Gradski/općinski proračun	Ostali dionici	 Lokalno stanovništvo		
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

Projekt br. 5: Izmjene i dopune PPU JLS na području Imotske krajine		
--	--	---


Cilj	Unapređenje investicijske klime i smanjivanje poduzetničkog rizika				
Opis	<p>Iako postojeći PPU SDŽ, odnosno pojedinih JLS na području Imotske krajine pružaju relativno kvalitetnu osnovu za dugoročno održivo upravljanje cjelokupnim razvojnim prostorom, postoje određena područja na kojem bi se ovi dokumenti mogli dodatno unaprijediti. Ključne moguće izmjene odnose se na:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dopuštanje mogućnosti izgradnje objekata ruralnog turizma i/ili malih prehrambeno-preradbenih pogona u ruralnom okruženju izvan turističkih razvojnih zona. • dopuštanje mogućnosti izgradnje malih obiteljskih hotela (B&B pansiona) na većim zemljišnim parcelama (1 ha ili više) u privatnom vlasništvu u poljoprivrednom okruženju. • uspostavu cjelovitog sustava/mreže biciklističkih i pješačkih staza, • prepoznavanje novih turističkih i/ili rekreacijskih razvojnih zona, odnosno • usklađivanje namjene korištenja raspoloživog prostora s preporukama ovog dokumenta. 				
Operacionalizacija projekta	Operacionalizacija projekta podrazumijeva javnu raspravu o potrebi alternativnog korištenja nedovoljno iskorištenog ruralnog prostora te, sukladno zaključcima, pristupanje izmjeni postojećeg PPU SDŽ, odnosno PPU JLS na projektnom području.				
Važnost	Projekt velike važnosti	Nositelj	Izvršna vlast SDŽ, gradova/općina Imotske krajine		
Financiranje	 Sredstva proračuna SDŽ, gradova/općina Imotske krajine	Ostali dionici	 Zavod za prostorno uređenje SDŽ  Potencijalni i/ili postojeći poduzetnici		
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

Projekt br. 6: Interni marketing		 	
Cilj	Podizanje svijesti lokalnih dionika turističkog, ali i društveno-gospodarskog razvoja o potrebi dugoročno održivog promišljanja/upravljanja razvojem Imotske krajine kao i o njihovoj ulozi u tom procesu		
Opis	<p>U kontekstu željenog dinamiziranja turističke/gospodarske aktivnosti na području JLS Imotske krajine, vrlo je važno kontinuirano usklađivati različite, ponekad i međusobno suprotstavljene interese pojedinih aktera u procesu društveno-ekonomskog razvoja. U skladu s rečenim, projekt internog marketinga usmjeren je na:</p> <ul style="list-style-type: none"> • podizanje svijesti svih razvojnih dionika, ali i stanovništva projektnog područja o važnosti turizma za povećanje društvenog blagostanja, • uspostavu klime međusobnog povjerenja i suradnje svih razvojnih dionika, • uspostavu dijaloga i suradnje nositelja izvršne vlasti JLS na cijelom projektnom području sa istaknutim predstavnicima privatnog sektora, civilnih udruga, institucija javnog sektora, komunalnih poduzeća i TZ Imotske krajine, 		

	<ul style="list-style-type: none"> osiguranje konzistentne kvalitete (turističke) usluge na razini cijelog projektnog područja, poučavanje kako usmenim preporukama promovirati cijelo projektno područje, njegove programsko-prostorne turističke zone, proizvode i/ili pojedine turističke lokalitete. <p>Projektom se predlaže razvoj specifično ciljanih poruka za svaku od navedenih skupina odgovarajućim promotivnim i komunikacijskim alatima, ali i aktivnostima kojima će se sustavno podizati svijest o potrebi aktivnog uključivanja, međusobne suradnje i komunikacije u cilju kontinuiranog dinamiziranja turističkog razvoja i/ili tržišnog repositioniranja Imotske krajine na turističkom tržištu.</p>				
Operacionalizacija projekta	Operacionalizacija projekta implicira definiranje prioritetnih tema i potencijalnih korisnika/sudionika (Plan aktivnosti). Ovisno o izboru tema, potrebno je osigurati uvodne izlagače i moderatore rasprave za svaku od izabranih tema. U slučaju da je riječ o osobama koje nisu zaposlenici grada/općina Imotske krajine i/ili SDŽ, odnosno da je riječ o osobama koje ne žive na projektnom području, potrebno je osigurati i minimalni iznos naknade na njihov trud.				
Važnost	Projekt najveće važnosti		Nositelj	Izvršna vlast JLS na području Imotske krajine	
Financiranje	👉 Proračuni JLS Imotske krajine i SDŽ		Ostali dionici	👉 TZ Imotske krajine	👉 Stanovnici, poduzetnici i udruge
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

DODATAK 2: PROJEKTI U FUNKCIJI UNAPREĐENJA JAVNE KOMUNALNE I TURISTIČKE INFRASTRUKTURE

Projekt br. 1: Centar za posjetitelje Imotske krajine					
Cilj	Diversifikacija ponude, privlačenje novih potrošačkih segmenata te unaprjeđenje imidža cijelog projektnog područja kao turističke destinacije				
Opis	<p>U cilju dugoročnog pozicioniranja Imotske krajine kao prvorazredne destinacije osobito u sferi turizma specijalnih interesa, valjalo bi, što je moguće prije, pristupiti uspostavi/izgradnji/opremanju suvremeno osmišljenog Centra za posjetitelje. Na taj bi se način stvorile bitne pretpostavke za kvalitetno informiranje, ali i organizirano usmjeravanje različitih segmenata turističke potražnje prema različitim lokacijama/atrakcijama od njihovog neposrednog interesa. Konačno, izgradnja suvremenog centra za posjetitelje preduvjet je povećanog zadovoljstva boravkom, ne samo turističke, već i izletničke populacije.</p> <p>Budući Centar za posjetitelje Imotske krajine treba biti smješten u Imotskom, na lako dostupnom i vidljivom mjestu u centru grada. Budući Centar za posjetitelje Imotske krajine treba biti opremljen tako da nudi raznovrsne interaktivne programe, prostoriju s audio-video opremom, multifunkcionalan prostor namijenjen za prezentacije i predavanja, izložbeni prostor, informacijski pult, prostor za odmor, suvenirnicu i sobu za osoblje.</p>				
Operacionalizacija projekta	Operacionalizacija projekta podrazumijeva dvije provedbene faze. U prvoj bi se fazi trebala izraditi projektna dokumentacija te provjeriti društveno-ekonomska opravdanosti izgradnje (analiza troškova i koristi), sve u cilju osiguranja EU financiranja, dok bi se u drugoj fazi prišlo osiguravanju potrebnih financijskih sredstava, zatvaranju financijske konstrukcije i izgradnji.				
Važnost	Projekt najveće važnosti	Nositelj	Grad Imotski u suradnji sa SDŽ i TZ SDŽ		
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> 👉 Izrada projektne dokumentacije - županijski proračun 👉 Izgradnja - sredstva EU fondova/programa, bespovratna sredstva vlade RH 	Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> 👉 TZ SDŽ 👉 HBOR 		
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

<p>Projekt br. 2: Optimiziranje cestovnog prometa</p>					
<p>Cilj</p>	<p>Unapređenje cestovne infrastrukture u funkciji, kako povećanja blagostanja domaće populacije, tako i povećanja konkurentnosti Imotske krajine na turističkom tržištu</p>				
<p>Opis</p>	<p>Postojeće stanje cestovne infrastrukture na području Imotske krajine ne zadovoljava potrebe ni lokalne populacije, niti turista. Razlozi za to su: (i) nedostatni tehnički elementi cesta, (ii) nedostatak prostornog diferenciranja pješačkog i kolnog prometa, kao i (iii) nedostatak (dovoljnih) parkirnih kapaciteta uz glavne turističke atrakcije. U tom smislu, jedan od glavnih ciljeva nositelja javne vlasti na području Imotske krajine mora biti osuvremenjivanje prometne infrastrukture.</p> <p>Projekt optimiranja cestovnog prometa podrazumijeva tri ključna pravca djelovanja:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Postupno povećanje propusne moći ključnih prometnica kroz njihovo proširivanje/osuvremenjivanje i/ili izgradnju obilaznica; • izgradnju/opremanje prikladnog broja odmorišta/vidikovaca s pratećim komunalnim i ugostiteljskim sadržajima; • Unapređenje sustava prometa u mirovanju na području naselja, ali i na mjestima najveće turističke koncentracije. <p>Budući da je riječ o financijski zahtjevnom projektu, u njegovom je rješavanju logično računati na povlačenje sredstava iz EU strukturnih fondova.</p>				
<p>Operacionalizacija projekta</p>	<p>Operacionalizacija projekta podrazumijeva dvije provedbene faze. U prvoj bi se fazi trebala izraditi projektna dokumentacija te provjeriti društveno-ekonomska opravdanosti izgradnje (analiza troškova i koristi), sve u cilju osiguranja EU financiranja, dok bi se u drugoj fazi prišlo osiguravanju potrebnih financijskih sredstava, zatvaranju financijske konstrukcije i izgradnji.</p>				
<p>Važnost</p>	<p>Projekt velike važnosti</p>	<p>Nositelj Izvršna vlast JLS na području Imotske krajine</p>			
<p>Financiranje</p>	<p>👉 Izrada projektne dokumentacije -općinski proračun, sredstva EU fondova/ programa</p> <p>👉 Izgradnja - sredstva EU fondova/ programa, bespovratna sredstva vlade RH, kreditna sredstva HBOR-a</p>	<p>Ostali dionici</p> <p>👉 Vlada RH (operativni programi pojedinih ministarstava)</p> <p>👉 HBOR</p>			
<p>Vremenski horizont provedbe</p>	<p>2018.</p>	<p>2019.</p>	<p>2020.</p>	<p>2021.</p>	<p>2022.-2025.</p>

<p>Projekt br. 3: Unapređenje sustava smeđe signalizacije i interpretacije</p>		
<p>Cilj</p>	<p>Diversifikacija ponude, privlačenje novih potrošačkih segmenata te unapređenje imidža Imotske krajine kao moderne turističke destinacije</p>	
<p>Opis</p>	<p>Turistička signalizacija (putokazi za turističke atrakcije i objekte) i interpretacija (panoi sa sadržajem koji objašnjava značaj nekog lokaliteta) bitno pridonose orijentaciji gostiju u prostoru te percepciji sadržajnosti destinacije.</p> <p>U skladu s rečenim, uspostava jedinstvenog sustava turističke signalizacije i interpretacije turističkih lokaliteta/atrakcija na području cijele Imotske krajine podrazumijeva: (i) određivanje jedinstvenog dizajna i standarda izrade putokaza za izabrane turističke atrakcije/lokalitete turističke ponude, (ii) odabir prikladnih lokacija za postavljanje putokaza za izabrane turističke atrakcije/lokalitete turističke ponude, (iii) odabir atrakcija/lokaliteta koje je potrebno dodatno interpretirati putem interpretacijskih panoa te način njihove prezentacije (vizuali, tekst), odnosno (iv) određivanje elemenata jedinstvenog dizajna i standarda izrade interpretacijskih panoa.</p>	
<p>Operacionalizacija projekta</p>	<p>Projekt podrazumijeva izradu temeljnog konceptualnog okvira, osiguranje financijskih izvora, uspostavu sustava kao i osiguranje dugoročnog kvalitetnog održavanja/unapređenja sustava.</p>	
<p>Važnost</p>	<p>Projekt velike važnosti</p>	<p>Nositelj TZ Imotske krajine</p>
<p>Financiranje</p>	<p>👍 Gradski/općinski proračun</p>	<p>Ostali dionici 👍 TZ SDŽ 👍 Udruge</p>
<p>Vremenski horizont provedbe</p>	<p>2018. 2019.</p>	<p>2020. 2021. 2022.-2025.</p>

<p>Projekt br. 4: Izgradnja cjelovitog sustava biciklističkih i pješačkih staza/ruta</p>		
<p>Cilj</p>	<p>Diversifikacija ponude, privlačenje novih potrošačkih segmenata te unapređenje imidža Imotske krajine kao turističke destinacije.</p>	
<p>Opis</p>	<p>Cilj projekta je da se cijelo područje Imotske krajine premreži sustavom biciklističkih/pješačkih staza kako bi se cijeli ovaj prostor u što je moguće kraćem vremenu kvalitetno mogao pozicionirati kao izuzetno pogodna destinacija za 'activity-based' turiste različite dobi, fizičke sposobnosti i/ili razine posvećenosti rekreativnim aktivnostima. U tom smislu, posebnu pažnju zavređuje i mogućnost uključivanja u mrežu Europskih pješačkih putova, odnosno rutu E12 (Mediterranski pješački put).</p> <p>Projektna ideja svodi se na valorizaciju terena te mapiranje i trasiranje cjelovite mreže biciklističkih/pješačkih ruta koje će omogućiti stvaranje zaokružene i atraktivne mreže staza/ruta, podjednako privlačnih kako ambicioznijim, tako i manje ambicioznijim korisnicima.</p>	

	Sastavni dio projekta predstavlja i osmišljavanje/uvođenje prepoznatljivog i funkcionalnog sustava informiranja i signalizacije, ali i izrada dobro osmišljene palete odgovarajućih informativnih materijala (karte sa svim potrebnim informacijama, uključujući i popis atrakcija duž pojedinih ruta, odnosno popis turističko-ugostiteljskih sadržaja i drugih usluga koje stoje na raspolaganju). Konačno, projekt uključuje i uspostavu/izgradnju potrebnih sadržaja servisno-uslužne ponude na rutama (ugostiteljski sadržaji, servisni punktovi, vidikovci, odmorišta i sl.).				
Operacionalizacija projekta	Operacionalizacija projekta podrazumijeva valorizaciju terena te mapiranje, trasiranje, a potom i postupnu izgradnju cjelovite mreže biciklističkih staza/pješačkih ruta koje će omogućiti stvaranje zaokruženog sustava staza/ruta na cijelom području Klastera.				
Važnost	Projekt najveće važnosti	Nositelj	👍	TZ Imotske krajine u suradnji s JLS na području Imotske krajine	
Financiranje	👍 Izrada projektne dokumentacije – TZ SDŽ, proračun JLS Imotske krajine 👍 Izgradnja - sredstva EU fondova/ programa, bespovratna sredstva vlade RH, kreditna sredstva HBOR-a	Ostali dionici	👍 👍	Vlada RH (operativni programi pojedinih ministarstava) HBOR	
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

Projekt br. 5: Uspostava tematskih ruta/poučnih staza		
Cilj	Diversifikacija ponude, privlačenje novih potrošačkih segmenata te unapređenje imidža projektnog područja kao turističke destinacije.	
Opis	Suvremeni turisti sve više pažnje pridaju aktivnom provođenju vremena i traženju nove aktivnosti, posebice vezane uz rekreaciju, upoznavanje s lokalnim običajima, odnosno istraživanjem značajki prirodnog i kulturno-povijesnog naslijeđa mjesta u kojem provode odmor. Polazeći od prepoznatljive 'vlajske' kulture života i rada, gastronomije, ali i tradicije proizvodnje vina i stočarstva na velikom dijelu projektnog područja, ali i zbog potrebe 'kontrolirane turistifikacije' većeg dijela ruralnog prostora Imotske krajine, projekt se odnosi na uspostavu cijelog niza inovativnih i dobro interpretiranih tematskih staza (povijest/bitke s Turcima, kultura života i rada, gastronomija, vjerski turizam – crkve i samostani, Zelena katedrala, hodočasnički putevi, arheologija – prapovijest i stećci, krški fenomeni i sl.) kako kroz njihovu bolju interpretaciju, tako i kroz uspostavu dodatnih atrakcija i/ili konzumno-trgovačkih sadržaja.	
Operacionalizacija projekta	Paralelno s etabliranjem nekoliko manjih kušaonica vina, prerađivača poljoprivrednih proizvoda (džemovi, liker, smokve), proizvođača ljekovitog bilja	

kao i OPG-ova, valjalo bi pristupiti sustavnoj uspostavi cjelovitog sustava staza vina povijesnih i/ili arheoloških ruta, odnosno ruta posvećenih krškim fenomenima. Konačno, projektom valja uspostaviti i prikladni sustava poticaja privatnim poduzetnicima uključenim u program.						
Važnost	Projekt velike važnosti		Nositelj	TZ Imotske krajine u suradnji s JLS Imotske krajine		
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> 👍 Izrada projektne dokumentacije – TZ SDŽ, proračun JLS Imotske krajine 👍 Izgradnja - sredstva EU fondova/ programa, bespovratna sredstva vlade RH, kreditna sredstva HBOR-a 	Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> 👍 Vlada RH (operativni programi pojedinih ministarstava) 👍 HBOR 			
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.	

DODATAK 3: RAZVOJ PROIZVODA - PROJEKTI U FUNKCIJI OBOGAĆIVANJA TURISTIČKOG LANCA VRIJEDNOSTI

<p>Projekt br. 1: Ambijentalno uređenje stare jezgre grada Imotski</p>					
Cilj	Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora				
Opis	<p>Uređenost, opremljenost i ponuda sadržaja u nekom naselju sastavni je dio njegovog identiteta i imidža koji se projicira prema potencijalnim turistima i/ili posjetiteljima. Istodobno, riječ je o činiteljima koji svakodnevno pridonose kvaliteti života lokalnog stanovništva. Sukladno navedenom, projekt ima za cilj konceptualno razraditi te predložiti strukturu javnih i/ili privatnih sadržaja koji će omogućiti tržišno pozicioniranje grada Imotskog kao poželjnog 'mjestu susreta' i ugodnog boravka različitih korisnika – turista, jednodnevnih posjetitelja i/ili lokalnih žitelja. Drugim riječima, sustav iskustava koje valja osmisliti podrazumijeva ponudu različitih sadržaja u rasponu od zabavnih i rekreativnih do edukativnih i doživljajnih. Svi sadržaji moraju biti međusobno komplementarni te usklađeni s individualnim potrebama različitih korisnika.</p> <p>Projekt predstavlja trajni proces te uključuje provođenje različitih aktivnosti koje za cilj imaju definirati i sadržajno opremiti nekoliko ključnih točaka zadržavanja potencijalnih korisnika (ugostiteljski objekti, javni sadržaji, sakralni objekti, trgovci, parkovi i sl.). Osim toga, projektom bi valjalo definirati alternativne načine (tematiziranog) obilaska/doživljaja grada i njegovih atrakcija za različite grupe korisnika (ovisno o interesu, vremenu na raspolaganju i sl.).</p>				
Operacionalizacija projekta	Operacionalizacija projekta podrazumijeva detaljno snimanje i inventarizaciju raspoloživih, a nekorisćenih javnih, kao i privatnih prostora, pogodnih za smještaj novih sadržaja uslužne, zabavne i/ili kulturne ponude i/ili društvenog standarda. Isto tako, projekt podrazumijeva i utvrđivanje prikladnih sadržaja na podesnim lokacijama, kako javnim, tako i privatnim. Konačno, projekt implicira i prikladan sustav poticaja privatnim poduzetnicima uključenim u revitalizaciju pojedinih lokaliteta kao i zatvaranje financijske konstrukcije za svaki projekt javnog karaktera. Posebno su poželjna javno-privatna partnerstva.				
Važnost	Projekt najveće važnosti		Nositelj	Izvršna vlast grada Imotskog	
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> 👍 Proračun grada Imotskog 👍 Sredstva poduzetnika 👍 HBOR 👍 Eventualno (djelomično) financiranje sredstvima EU strukturnih fondova 	Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> 👍 TZ Imotske krajine 👍 Gospodarske i društvene djelatnosti 👍 Udruge 👍 Stanovnici, poduzetnici i vlasnici stanova/kuća 		
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

<p>Projekt br. 2: Razvoj desetak tematiziranih (obiteljskih) mini hotela i/ili B&B pansiona</p>					
<p>Cilj</p>	<p>Povećavanje međunarodne konkurentnosti integralnog destinacijskog proizvoda Imotske krajine u pred i posezoni</p>				
<p>Opis</p>	<p>Izgradnja određenog broja malih obiteljski vođenih hotelskih objekata i/ili prikladno tematiziranih B&B pansiona dobro uklopljenih u autohtoni ambijent predstavlja ne samo značajan element diversifikacije postojeće (smještajne) turističke ponude, već i značajan čimbenik produljenja sezone, ponajviše iz razloga jer je riječ o ponudi koja 'cilja' turiste posebnih interesa koji, u pravilu, odmor provode izvan glavne ljetne sezone. Uspostava B&B pansiona može biti rezultat nove izgradnje, ali i prenamjene/revitalizacije nekorištenih/zapuštenih građevina čistog vlasničkog statusa.</p> <p>Osim pružanja usluga smještaja i prehrane, gosti tematiziranih ruralnih B&B pansiona, uz sve pogodnosti bijega od svakodnevnog stresa, ali i uobičajene turističke gužve u priobalju, imali bi mogućnost pasivne psihofizičke relaksacije, ali i mogućnost za provođenje aktivnog (obiteljskog) odmora u prirodnom, ekološki očuvanom okruženju.</p> <p>Projekt uspostave kritične mase malih, obiteljski vođenih smještajnih objekata, osobito onih koji njeguju tradicijski arhitektonski izričaj, značajno bi sadržajno obogatilo postojeću smještajnu ponudu te omogućio interes za boravkom na projektnom području osobito u vrijeme pred i posezone.</p> <p>Projekt bi, jednim dijelom, mogao biti potpomagan i proračunskim sredstvima (MINT, Ministarstvo poljoprivrede), osobito kroz dodjelu bespovratnih sredstva za potrebe provjere tržišne održivosti i financijske isplativosti.</p>				
<p>Operacionalizacija projekta</p>	<p>Operacionalizacija projekta sastoji se od dvije međusobno povezane faze. Prva faza podrazumijeva izradu razvojnog koncepta (idejno rješenje) za svaki pojedini objekt, kao i na provjeru njegove tržišne održivosti i financijske isplativosti. Druga faza operacionalizacije projekta odnosi se na dovršenje projektne dokumentacije, ishodenje svih potrebnih dozvola te na izgradnju planiranih sadržaja turističke ponude.</p>				
<p>Važnost</p>	<p>Projekt velike važnosti</p>	<p>Nositelj</p>	<p>Privatni investitor</p>		
<p>Financiranje</p>	<ul style="list-style-type: none"> 👍 Poduzetnici 👍 Ministarstvo turizma 👍 Ministarstvo poljoprivrede 👍 Sredstva EU fondova 👍 HBOR 	<p>Ostali dionici</p>	<ul style="list-style-type: none"> 👍 Proračun SDŽ 👍 TZ SDŽ 		
<p>Vremenski horizont provedbe</p>	<p>2018.</p>	<p>2019.</p>	<p>2020.</p>	<p>2021.</p>	<p>2022.-2025.</p>

Projekt br. 3: Upravljanje kvalitetom obiteljskih kuća za odmor i/ili turističkih apartmana					
Cilj	Osiguranje sadržajnijeg boravka/odmora				
Opis	<p>Obiteljski smještaj (kuće za iznajmljivanje, turistički apartmani) čine danas pretežiti dio raspoloživog, statistički registriranog, komercijalnog smještajnog kapaciteta Imotske krajine. Iako je, u pravilu, riječ o novoj izgradnji, radi se o objektima različite kvalitativne razine i prezentabilnosti (lokacija, opremljenost, dostupnost, arhitektonski izričaj) u vlasništvu osoba neujednačene osposobljenosti za pružanje turističko-ugostiteljskih usluga. Samim tim, riječ je o smještajnom kapacitetu različite konkurentne sposobnosti i različitog tržišnog potencijala.</p> <p>U cilju unapređenja današnje kvalitete i/ili tržišne pozicije obiteljskog smještaja na području cijele Imotske krajine projektom bi trebalo definirati mjere, aktivnosti i/ili programe certifikacije i standardizacije, vodeći računa o potrebi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • uspostave sustava marki kvalitete, • ekološki odgovornog poslovanja, • unapređenja sustava komercijalizacije i promocije, • podizanja razine postojećih znanja i vještina, kao i • klsterskog organiziranja pružatelja usluga obiteljskog smještaja. 				
Operacionalizacija projekta	Operacionalizacija projekta podrazumijeva postupanje po preporukama Nacionalnog programa unapređenja obiteljskog smještaja i novih zakonskih rješenja u kategorizaciji objekata turističke ponude u nas (difuzni i/ili integralni hotel, B&B objekti i pansioni).				
Važnost	Projekt najveće važnosti	Nositelj	TZ Imotske krajine u suradnji s nositeljima izvršni vlasti u JLS na području Imotske krajine		
Financiranje	👉 Proračuni JLS Imotske krajine	Ostali dionici	👉 TZ SDŽ 👉 Udruga/e iznajmljivača obiteljskog smještaja		
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

Projekt br. 4: Uspostava nekoliko integralnih/difuznih hotela			
Cilj	Unapređenje strukture smještajne ponude i diversifikacija proizvoda kroz izgradnju novih objekata turističke suprastrukture		
Opis	Na području gotovo svih JLS Imotske krajine sve je veći broj novo uspostavljenih kuća za odmor i/ili apartmanskog smještaja. Riječ je o poduzetničkim poduhvatima osoba koje često nisu turistički eksperti te koji imaju relativno malo znanja potrebnog za komunikaciju s tržištem, a time i tržišno pozicioniranje i		

	<p>adekvatnu komercijalizaciju svojih objekata.</p> <p>U cilju povećanja ekonomskih učinaka njihove eksploatacije (veći broj dana pune zauzetosti, veće prosječne cijene, veća profitabilnost, brži povrat uloženi sredstava), a sukladno zakonskim mogućnostima, predlaže se uspostava nekoliko integralnih/difuznih hotela, s naglaskom na JLS s najvećim brojem novoizgrađenih objekata.</p> <p>Uspostava integralnih/difuznih hotela omogućila bi i kvalitativno ujednačavanje smještajne ponude te se pozitivno odrazila na imidž i konkurentnost cijelog projektnog područja.</p>				
Operacionalizacija projekta	<p>Operacionalizacija projekta sastoji se od dvije međusobno povezane faze. Prva faza odnosi se na snimanje interesa vlasnika pojedinih kuća za iznajmljivanje prikladne veličine, kvalitete i ambijentalnosti, odnosno na organizacijski aspekt poslovanja i provjeru njegove tržišne održivosti i financijske isplativosti. Druga faza projekta odnosi se na pripremu neophodne projektne dokumentacije te ishođenje potrebnih dozvola.</p>				
Važnost	Projekt velike važnosti		Nositelj	TZ Imotske krajine u suradnji s izvršnom vlasti JLS Imotske krajine	
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ☛ Priprema projekta, provjera tržišne i financijske održivosti – zainteresirani vlasnici kuća za odmor ☛ Pribavljanje projektne dokumentacije i ishođenje potrebnih dozvola – sredstva zainteresiranih obiteljskih iznajmljivača, krediti HBOR-a, sredstva EU fondova/programa 	Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ☛ Turističke agencije ☛ Turistički konzultanti 		
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

Projekt br. 5: Podizanje kvalitete gastro ponude/razvoj eno-gastronomskog turizma			
Cilj	Osiguranje sadržajnijeg boravka/odmora		
Opis	<p>Autentična gastronomska ponuda, sagledavana ponajviše u kontekstu kulture života i rada nekog područja, postaje i samostalan (kulturno) turistički proizvod. Nju turistima čine dostupnom restorani i slični objekti, ali i seoska obiteljska gospodarstva, kušaonice i sl.</p> <p>Polazeći od broja objekata, kvalitete i raznovrsnosti ponude, razine usluživanja te dostupnosti usluge u postojećim ugostiteljskim objektima na području Imotske krajine, može se konstatirati da postojeću gastro ponudu karakteriziraju četiri bitne činjenice koje bi, kako u kontekstu povećanja zadovoljstva potencijalnih gostiju, tako i povećanja prihoda od turizma, ali i u kontekstu poželjnog tržišnog</p>		

<p>profiliranja cijelog ovog područja prema tržištu specijalnih interesa valjalo adresirati u idućem razdoblju. To su: (i) premalen broj ugostiteljskih objekata, (ii) nedovoljna prisutnost ugostiteljskih objekata s tradicionalnom kuhinjom karakterističnom za ovo područje, (iii) nedovoljna raznovrsnost menija, odnosno (iv) naglašeno sezonsko poslovanje.</p> <p>U skladu s rečenim, trebalo bi, što je moguće prije, započeti sa sustavnim poticanjem povećanja kvalitete i raznovrsnosti/originalnosti ponude objekata hrane i pića (osobito uz mjesta najveće koncentracije turista/posjetitelja). Poticanje kvalitete i raznovrsnosti/originalnosti ponude valja povezivati i s fiskalnim stimuliranjem poslovanja tijekom većeg dijela godine.</p> <p>Realizacija programa uvelike će ovisiti o raspoloživosti proračunskih sredstava.</p>					
Operacionalizacija projekta	<p>Operacionalizacija projekta podrazumijeva detaljno sondiranje kvalitete postojeće eno/gastronomske ponude, kao i primarno istraživanje potreba turista/jednodnevnih posjetitelja. Nadalje, projekt implicira definiranje sustava eno-gastronomske ponude primjerenog, kako potrebama turista/posjetitelja, tako i imidžu projektnog područja. Konačno, projektom valja uspostaviti i prikladni sustav poticaja/destimulacija.</p>				
Važnost	Projekt velike važnosti		Nositelj	TZ Imotske krajine u suradnji s izvršnom vlasti JLS Imotske krajine	
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> 👍 Privatni poduzetnici 👍 Proračun JLS Imotske krajine 		Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> 👍 TZ SDŽ 👍 Vlasnici objekata hrane i pića 	
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

<h2>Projekt br. 6: Imotska jezera – UNESCO geopark</h2>		
Cilj	Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora	
Opis	<p>Geopark je područje koje karakteriziraju lokaliteti sa specifičnim geološkim i/ili geomorfološkim obilježjima. Svaki od pojedinačnih lokaliteta mora biti značajan po svojoj znanstvenoj vrijednosti, rijetkosti, estetskoj i/ili edukativnoj važnosti te ih valja primjereno štititi. Osim specifičnih geoloških/geomorfoloških formi, atraktivnosti geoparkova pridonose i razne druge ekološke, arheološke, povijesne i/ili kulturne znamenitosti.</p> <p>Budući da je riječ o atraktivnim geološkim formama na područjima s visokim stupnjem ekološke očuvanosti, geoparkovi u svijetu privlače sve veći broj posjetitelja. Zbog potreba kreiranja upečatljivih (turističkih) doživljaja, na području geoparkova dopušteno je organizirati/obavljati različite proizvodne i/ili uslužne djelatnosti, sve na principima razvojne održivosti, a koje doprinose socio-ekonomskom probitku lokalne zajednice.</p> <p>S obzirom na činjenicu da je relativno velik dio Imotske krajine, a osobito područje od 60-ak četvornih kilometara oko Modrog i Crvenog jezera, poznat po brojnim, izuzetno atraktivnim krškim fenomenima, ali i jedinstvenim primjercima biljnog i životinjskog svijeta, pokrenuta je inicijativa za proglašavanje imotskih</p>	


	<p>jezera UNESCO-vim geoparkom.</p> <p>U sklopu geoparka, nadalje, bilo bi potrebno uspostaviti i prikladni istraživačko-posjetiteljski centar (koji bi sadržavao i izložbeno-muzejski postav), istraživački 'rescue' centar za čovječju ribicu, kao i mnoge druge znanstvene i istraživačke sadržaje.</p>				
Operacionalizacija projekta	Operacionalizacija projekta podrazumijeva tri međusobno uvjetovane i povezane faze. To su: (i) priprema dokumentacije za prijavu, (ii) obilježavanje, signalizacija i priprema za implementaciju, te (iii) proglašenje geoparka.				
Važnost	Projekt najveće važnosti	Nositelji	TZ Imotske krajine u suradnji s izvršnom vlasti JLS Imotske krajine		
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> 👉 Sredstva lokalnog proračuna 👉 Sredstva EU strukturnih fondova 👉 Bespovratna sredstva Proračuna RH (MINT/Ministarstvo poljoprivrede) 	Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> 👉 TZ SDŽ 👉 Znanstvene institucije 👉 Civilne udruge 		
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

Projekt br. 7: Razvoj 'activity based' turizma		
Cilj	Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora	
Opis	<p>Osim ciklo turizma, cijelo područje Imotske krajine izrazito je pogodno i za druge, više ili manje zahtjevne sportsko-rekreativne, ali i adrenalinske aktivnosti kao što su, primjerice, planinarenje, 'trekking', slobodno penjanje, 'paragliding', 'bungee jumping' i sl. Riječ je o aktivnostima koje ne zahtijevaju gotovo nikakva materijalna ulaganja i/ili infrastrukturu, a uvelike mogu pridonijeti željenom pozicioniranju cijelog ovog prostora na tržištu specijalnih interesa.</p> <p>U skladu s rečenim, projektna ideja svodi se na kreativnu valorizaciju postojeće resursno-atraktivne osnove u cilju uspostave određenog broja lokaliteta/zona podesnih za prethodno navedene sportsko-rekreacijske i/ili adrenalinske aktivnosti, nakon čega bi se izvršilo njihovo mapiranje i opremanje prikladnim sadržajima.</p> <p>Sastavni dio projekta predstavlja i osmišljavanje/uvođenje prepoznatljivog i funkcionalnog sustava informiranja i signalizacije, ali i izradu dobro osmišljene palete odgovarajućih informativnih materijala (karte sa svim potrebnim informacijama, uključujući ne samo opis pojedinih lokaliteta te aktivnostima za koje su pogodne, već i popis turističko-ugostiteljskih sadržaja i drugih usluga koje korisnicima stoje na raspolaganju u neposrednoj blizini).</p>	
Operacionalizacija projekta	Operacionalizacija programa podrazumijeva definiranje najpogodnijih lokaliteta za pojedine sportsko-rekreativne i/ili adrenalinske aktivnosti, omogućavanje (laganog) pristupa svakom od lokaliteta te njihovo uređenje/opremanje. Pritom posebnu pažnju valja posvetiti i potrebi osiguranja potrebnih ugostiteljskih i/ili	


	uslužnih sadržaja/servisa (najam opreme, popravci, učitelji i sl.).				
Važnost	Projekt velike važnosti	Nositelj	TZ Imotske krajine u suradnji s izvršnom vlasti JLS Imotske krajine		
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> 👍 Sredstva lokalnog proračuna, stanovništva i poduzetnika 👍 Bespovratna sredstva Proračuna RH (MINT/Ministarstvo poljoprivrede) 👍 Eventualno (djelomično) financiranje sredstvima EU strukturnih fondova 	Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> 👍 TZ SDŽ 👍 Sportski klubovi 👍 Udruge 		
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

<p>Projekt br. 8: Razvoj seoskog turizma</p>	
Cilj	Osiguranje sadržajnog i individualnim potrebama prilagođenog boravka/odmora
Opis	<p>Poljoprivreda je sveprisutna tema u kulturi života i rada žitelja najvećeg dijela prostora Imotske krajine. Ona obuhvaća priču o vjekovnim sastavnicama lokalne ekonomije, a temelj je i lokalne gastronomske tradicije.</p> <p>Iako je u posljednjih nekoliko godina poljoprivredna aktivnost na cijelom projektnom području u drastičnom opadanju, boravak u ruralnom ambijentu, a koji uključuje noćenje u autohtonoj (kamennoj) kući te sudjelovanje u svakodnevnim poljoprivrednim aktivnostima lokalnog stanovništva može se oblikovati kroz niz proizvoda kreativnog turizma (druženje s proizvođačima vina, medarima, pastirima (ovce/koze), spravljanje ljekovitih pripravaka, zimnice i/ili džemova, priprema tradicionalnih jela u kućama lokalnih težaka i sl.) te kao tematska ruta koja objedinjuje najvažnije poljoprivredne proizvođače (i/ili OPG-ove) na projektnom području.</p> <p>U skladu s navedenim, smisao ovog projekta je: (i) popularizirati seoski turizam i njegovu tradiciju kroz različite doživljaje, aktivnosti i priče te time stvoriti kritičnu masu atrakcija kako bi se kulturno nasljeđe i tradicija privređivanja cijelog ovog prostora učinila prominentnim turističkim doživljajem, (ii) generirati dodatne prihode poljoprivrednim obiteljima, (iii) povećati mogućnost samozapošljavanja mladih, kroz nove oblike privatnog poduzetništva.</p>
Operacionalizacija projekta	Operacionalizacija projekta podrazumijeva detaljno sondiranje interesa potencijalnih pružatelja usluge, definiranje sustava doživljaja prilagođenog različitim grupama korisnika, kao i provjeru njihove financijske održivosti. Konačno, projektom valja uspostaviti i prikladan sustav poticaja privatnim poduzetnicima uključenim u program.
Važnost	Projekt velike važnosti
Nositelj	TZ Imotske krajine u suradnji s izvršnom vlasti JLS Imotske krajine

Financiranje	☝ Sredstva lokalnog proračuna, a dijelom i stanovništva i poduzetnika	Ostali dionici	☝ TZ SDŽ		
	☝ Eventualno (djelomično) financiranje sredstvima EU strukturnih fondova		☝ LAG Adrion		
	☝ HBOR		☝ Ostale udruge		
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

Projekt br. 9: Razvoj eko-turizma		
Cilj	Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora	
Opis	<p>Sve veći broj turista u svijetu, osobito oni educiraniji i ekološki svjesniji, za svoj odmor odabiru ekološki očuvane destinacije, odnosno mjesta na kojima se mogu stopiti s prirodom te se, na taj način, u relativno kratkom vremenu, psihofizički rekuperirati. Drugim riječima, eko-turizam valja ponajviše shvaćati kao provođenje odmora u očuvanom prirodnom ambijentu, daleko od urbane vreve i/ili masovnog turizma kao i bavljenje različitim aktivnostima koje smiruju, opuštaju te pozitivno utječu na zdravlje i psihofizički status.</p> <p>Najveća prednost Imotske krajine u odnosu na druge hrvatske turističke destinacije proizlazi iz izuzetno atraktivne prirodne resursno-atraksijske osnove (park prirode Biokovo, rijeka Vrljika - posebni ihtiološki rezervat, Imotska jezera i Prološko blato – zaštićeni krajolik, Crveno i Modro jezero – geomorfološki spomenici prirode). Tome valja dodati i činjenicu da je velik dio raspoloživog prostora još uvijek neizgrađen i turistički 'nezagađen' uslijed čega se pružaju velike mogućnosti boravka u autohtonom prirodnom ambijentu.</p> <p>Budući da je riječ je o proizvodu koji je moguće konzumirati i izvan glavne turističke sezone, a imajući na umu i činjenicu da se eko-turizam ubraja u jedan od skupljih vidova korištenja slobodnog vremena, projektom bi trebalo unaprijediti postojeću ponudu eko-turizma te pozicionirati određen dio projektnog područja, osobito u okruženju Prološkog blata, kao prostor prirodno predisponiran za eko-turizam.</p>	
Operacionalizacija projekta	Osim izgradnje središnjeg informacijsko-edukacijskog centra (otočić Manastir?) i većeg broja osmatračnica/platformi za promatranje ptica, operacionalizacija projekta podrazumijeva i sondiranje interesa/identifikaciju svih potencijalno zainteresiranih pružatelja usluga u sferi eko-turizma kao i osiguravanje fiskalnih i/ili financijskih poticaja poduzetnicima zainteresiranim za razvoj bilo kakve ekoturističke smještajne i izvan smještajne uslužne ponude. U cilju što raznovrsnije ponude i većeg zadovoljstva boravkom, preporučljivo je i umrežavanje s drugim destinacijama koje razvijaju proizvod eko-turizma u RH i u okolnim zemljama.	
Važnost	Projekt velike važnosti	Nositelj Izvršna vlast gradova/općina
Financiranje	☝ Sredstva lokalnog proračuna, stanovništva i	Ostali dionici ☝ TZ Imota ☝ TZ SDŽ

	poduzetnika Eventualno (djelomično) financiranje sredstvima EU strukturnih fondova				
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

<p>Program br. 10: Akcijski plan razvoja turizma događanja</p>	
Cilj	Povećavanje međunarodne konkurentnosti integralnog destinacijskog proizvoda Imotske krajine u pred i posezoni
Opis	<p>Iako područje Imotske krajine, a osobito grad Imotski, karakterizira održavanje relativno velikog broja različitih kulturno-zabavnih, vjersko-tradicijskih i/ili sportsko-adrenalinskih događanja, većina njih još uvijek ne privlači dovoljan broj (autonomno generiranih) posjetitelja.</p> <p>S obzirom da su atraktivna događanja/manifestacije, osobito na dugi rok, jedan od ključnih preduvjeta destinacijske konkurentnosti Imotske krajine, pri čemu svakakvo valja imati na umu njihovu važnost u privlačenju potražnje tijekom pred i posezone, potrebno je kritički propitati smisao, opravdanost i organizacijske troškove povezane s održavanjem postojećih manifestacija/događanja, osobito onih koja se održavaju tijekom glavne turističke sezone, odnosno onih koja troše relativno velik dio raspoloživih proračunskih/TZ sredstava.</p> <p>Propitivanje smislenosti održavanja pojedinih, već postojećih, manifestacija, ali i osmišljavanje novih manifestacija prikladnih za produljivanje sezone pretpostavlja izradu tzv. Akcijskog plana razvoja turizma događanja. Riječ je o projektu koji se temelji na definiranju portfelja atraktivnih događanja – od tzv. 'hallmark' događanja, do nacionalnih i regionalnih - koji će predstavljati novi, potpuno autonomni motiv turističkog dolaska i u izvansezonskom razdoblju.</p> <p>Akcijski plan razvoja turizma događanja predstavlja projekt koji iziskuje relativno mala sredstva i može se vrlo brzo implementirati, a u cijelosti se uklapa u suvremene trendove gdje posjetitelji najviše uživaju u atmosferi i raznim uličnim aktivnostima. Istodobno, s razvojnog stajališta, ovo je za cijelo projektno područje, a osobito za grad Imotski, zasigurno ekonomski najučinkovitija strategija produljenja sezone jer se, s jedne strane, oslanja na kreativne potencijale lokalnih dionika te, s druge strane, zahtijeva manja ulaganja i kraći rok efektuiranja od, primjerice, dodatnih ulaganja u turističku infra i suprastrukturu.</p>
Operacionalizacija projekta	Projekt podrazumijeva sljedeće aktivnosti: (i) osmisлити atraktivni portfelj događanja za pred i posezonu, pri čemu će se postojeća i potencijalna događanja strukturirati prema važnosti, od tzv. 'hallmark' događanja, preko događanja nacionalne važnosti do događanja regionalne/lokalne važnosti; (ii) definirati ciljeve svakog događanja (primarna turistička atrakcija, katalizator turističke potražnje u pred i posezoni, doprinos željenom imidžu Imotske krajine) te stupanj do kojeg svaki od njih pridonosi željenom turističkom pozicioniranju projektnog područja, (iii) odrediti ulogu nositelja izvršne vlasti i TZ Imotske krajine (glavni organizator događanja, financiranje - u cijelosti ili djelomično, organizacijska


	pomoć i podrška, promocija događanja, priprema događanja za plasiranje turističkom tržištu i sl.). Operacionalizacija projekta, nadalje, podrazumijeva osiguranje financijskih poticaja od strane JLS na projektnom području, aktivnu promociju od strane TZ Imotske krajine, ali i međusobnu suradnju i dogovor svih dionika turističkog razvoja oko optimalnih termina i prioriteta pojedinih događanja.				
Važnost	Projekt manje važnosti	Nositelj	TZ Imotske krajine u suradnji s izvršnom vlasti JLS Imotske krajine		
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> 👍 Proračuni JLS Imotske krajine 👍 Bespovratna sredstva Proračuna RH/MINT/Ministarstvo kulture 	Ostali dionici	👍	TZ SDŽ	
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

Projekt br. 11: Revitalizacija napuštenih zaselaka/kuća u ruralnom ambijentu – provjera tržišne održivosti i financijske isplativosti		
Cilj	Unapređenje strukture smještajne ponude i diversifikacija proizvoda kroz izgradnju novih objekata turističke suprastrukture	
Opis	<p>Cilj ovog projekta, a koji valja promatrati u korelaciji s dinamičnijim razvojem seoskog turizma na području Imotske krajine, prerastanje je slabo naseljenih, a očuvanih sela/zaselaka/kamenih kuća u ruralnom okruženju u autentične kapacitete etno-eko turističke ponude. Na taj bi se način kvalitativno upotpunila i sadržajno diversificirala postojeća turistička ponuda cijelog projektnog područja te stvorio novi, međunarodno prepoznatljivi, turistički brend.</p> <p>Realizacija ove projektne ideje omogućila bi revitalizaciju/očuvanje autohtone ruralne baštine i stoljetne kulture života i rada težaka/stočara Imotske krajine. Proizvod bi uključivao aktivan odmor, počevši od pomaganja u tipičnim poljoprivrednim poslovima, do raznih aktivnosti u prirodi (vožnja biciklom, planinarenje, branje voća/lavande, berba grožđa, promatranje biljnog i životinjskog svijeta itd.). Projektna ideja uključuje i osnivanje specijalizirane udruge koja bi za domaćinstva-članice obavljala usluge edukacije, standardizacije proizvoda (sustav kvalitete) i marketinške aktivnosti.</p>	
Operacionalizacija projekta	Operacionalizacija projekta sastoji se od četiri međusobno povezane faze. Prva faza odnosi se snimanje interesa postojećih vlasnika (kamenih) kuća prikladne veličine (očuvanih i/ili zapuštenih) i na prikladnim lokalitetima (ambijentalnost sela/zaselka). Druga faza podrazumijeva provjeru tržišne održivosti i financijske isplativosti ulaganja u obnovu/opremanje pojedinačnih kuća i/ili cijelih zaselaka. Treća faza projekta odnosi na pripremu neophodne projektne dokumentacije te ishoda potrebnih dozvola, dok se četvrta faza odnosi na sam proces revitalizacije.	
Važnost	Projekt manje važnosti	Nositelj Privatni investitori

Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ☞ Provjera tržišne i financijske održivosti – privatni investitori, bespovratna sredstva Proračuna RH/MINT/Ministarstvo poljoprivrede ☞ Priprema projektne dokumentacije – privatni investitori ☞ Izgradnja – privatni investitor, Krediti HBOR-a, sredstva EU fondova/programa 	Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> ☞ TZ Imotske krajine ☞ TZ SDŽ ☞ Izvršna vlast JLS na prostoru Imotske krajine ☞ Turistički konzultanti 		
	Vremenski horizont provedbe		2018.	2019.	2020.

<p>Projekt br. 12: Duhanska stanica u Imotskom – koncept najbolje uporabe s provjerom tržišne održivosti i financijske isplativosti</p>	
Cilj	Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora
Opis	<p>Zgrade kompleksa bivše Duhanske stanice u Imotskom (izgrađene koncem 19. stoljeća), u vlasništvu Ministarstva financija, napuštene su i neiskorištene dugi niz godina kako u gospodarskom, tako i u kulturno-povijesnom i društveno-civilizacijskom smislu. Neovisno o tome, uslijed dugovječnosti kamena kao građevnog materijala i smještaju u samom središtu grada Imotskog, riječ je o kompleksu izrazitog tržišnog potencijala i (turističke) atraktivnosti.</p> <p>Uvažavajući povijesni kontekst njenog nastanka (Austrija je na imotskom području počela saditi duhan 1884. godine, pri čemu je ovaj duhan bio izvrsne kvalitete te su se od njega radile tzv. ministarske cigarete koje su bile namijenjene isključivo za Bečki i Njemački dvor), očuvana i primjereno korištena kamena zdanja kompleksa, mogla bi predstavljati jedan od ključnih turističkih markera i turističke prepoznatljivosti grada Imotskog. U tom smislu, a uvažavajući njegove prostorne gabarite kao i činjenicu da je riječ o zaštićenom spomeniku industrijske arhitekture, ovaj bi kompleks svakako valjalo staviti u primjerenu javno-turističku funkciju, pri čemu se posebno nameće ideja uspostave muzeja posvećenog povijesti uzgoja duhana, odnosno muzejskog prostora koji bi na jednom mjestu mogao udomiti različite eksponate, tematske postave i/ili zbirke umjetnina lociranih u Gradskom muzeju, Franjevačkom samostanu, odnosno u vlasništvu privatnih kolekcionara.</p> <p>Osim što bi već i djelomična realizacija ovog projekta dodala još jedan novi i inovativni sadržaj u kulturno-turističku ponudu grada Imotskog, za očekivati je da bi revitaliziran, sadržajno inoviran i marketinški podržan projekt revitalizacije povijesnog kompleksa Duhanske stanice mogao u Imotski privući značajan broj</p>

	jednodnevnih posjetitelja koji provode odmor u okolnim Županijama.				
Operacionalizacija projekta	Operacionalizacija projekta podrazumijeva sagledavanje nekoliko mogućih razvojnih scenarija turističkog korištenja kompleksa Duhanske stanice na temelju kojih bi se, potom, izvršio izbor koncepta njihove najbolje uporabe te provjerila tržišna opravdanost, financijska isplativost, a po potrebi i društveno-ekonomska opravdanost potrebnih ulaganja. U drugoj bi se fazi, u suradnji s konzervatorskom službom, pristupilo izradi projektne dokumentacije, ishodovanju potrebnih dozvola, osiguravanju financijskih izvora te planiranoj turistifikaciji.				
Važnost	Projekt najveće važnosti	Nositelj	Izvršna vlast grada Imotskog		
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> 👉 Prva faza operacionalizacije – bespovratna sredstva ministarstva kulture proračun SDŽ 👉 Druga faza operacionalizacije - sredstva EU fondova/ programa, bespovratna sredstva vlade RH (Ministarstvo kulture) 	Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> 👉 TZ Imotske krajine 👉 TZ SDŽ 		
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

Projekt br. 13: Tvrđava Topana u Imotskom – tematski plan interpretacije			
Cilj	Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora		
Opis	<p>Uvažavajući povijesni kontekst nastanka obrambenih fortifikacija na ovom prostoru (borbe s Turcima i/ili Mlecima), očuvane srednjovjekovne gradine o kojima se mogu pričati istinite priče/legende, a u koje svakako valja ubrajati i tvrđavu Topanu, izrazito su važne za turističko pozicioniranje neke destinacije na tržištu specijalnih interesa. U tom smislu, ovu bi gradinu, kako uslijed povijesnog konteksta njenog nastanka, tako i zbog izuzetnog položaja (vizure) svakako valjalo učiniti turistički pristupačnijom širokom krugu raznorodnih posjetitelja kroz dobro osmišljen tematski plan interpretacije.</p> <p>Sukladno navedenom, specifični ciljevi realizacije ovog projekta su: (i) osigurati cjelovitu tematsku interpretaciju kompleksa utemeljenu na povijesnim događanjima i s njima povezanim ljudima, (ii) potaknuti tematsko povezivanje lokaliteta/kompleksa s drugim sličnim gradinama u bližem okruženju i njihovom povijesti, (iii) stvoriti preduvjete za diversifikaciju turističkih doživljaja te povećanje turističke potrošnje na samom lokalitetu, odnosno u njegovom neposrednom okružju.</p>		
Operacionalizacija projekta	Operacionalizacija projekta, u prvoj fazi, odnosi se na detaljnu razradu ideje interpretacije tvrđava Topana, uspostavu načina/plana obilaska, postavljanje info-ploča, poboljšavanje pristupa lokaciji te definiranje potrebnih sadržaja ponude. Druga faza odnosi se na osiguranje potrebnih sredstava i realizaciju projekta.		



Važnost	Projekt manje važnosti	Nositelj	Izvršna vlast grada Imotskog		
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ☛ Prva faza operacionalizacije – bespovratna sredstva ministarstva kulture proračun SDŽ ☛ Druga faza operacionalizacije - sredstva EU fondova/ programa, bespovratna sredstva vlade RH (Ministarstvo kulture) 	Ostali dionici	☛ TZ Imotske krajine	☛ TZ SDŽ	
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.





Projekt br. 14: Stećci, gomile, gradine – tematski plan interpretacije			
Cilj	Osiguranje sadržajnijeg boravka/odmora		
Opis	<p>Plan interpretacije nekog lokaliteta/objekta od potencijalnog turističkog interesa trebao bi počivati na temama kao ključnim idejama koje opisuju glavne povijesne događaje i pokazuju kako se u njih uklapa pripadajuća materijalna i nematerijalna baština. Sukladno tome, dakle, tematski plan interpretacije stećaka, gomila i/ili manje očuvanih gradina trebao bi pridonijeti lakšoj i pristupačnijoj konceptualizaciji prošlih događanja te stvoriti preduvjete da se ovaj dio materijalizirane kulturne baštine Imotske krajine postavi u povijesni kontekst na turistički interesantan način.</p> <p>Sukladno navedenom, specifični ciljevi realizacije ovog projekta su: (i) osigurati cjelovitu tematsku interpretaciju nedovoljno valorizirane kulturne baštine kroz povezivanje s povijesnim događanjima i poznatim/mitskim osobama, (ii) potaknuti tematsko povezivanje lokaliteta sa sličnim lokalitetima u neposrednom okruženju, (iii) stvoriti preduvjete za privlačenje interesa različitih kulturno-turističkih tržišnih niša, (iv) potaknuti diversifikaciju postojećih turističkih doživljaja te (v) omogućiti povećanje turističke potrošnje na lokalitetu.</p>		
Operacionalizacija projekta	Operacionalizacija projekta podrazumijeva: (i) definiranje mogućeg sustava obilaska ključnih lokaliteta (u suradnji sa stručnjacima Ministarstva kulture), (ii) definiranje prikladnih tema i/ili načina interpretacije svakog od lokaliteta na način koji će biti prilagođen različitim grupama korisnika (u suradnji sa stručnjacima Ministarstva kulture), kao i (iii) osiguranje potrebnih sredstava za pripremu projekta i njegovu komercijalizaciju (u suradnji s Ministarstvom kulture).		
Važnost	Projekt manje važnosti	Nositelj	Izvršna vlast JLS Imotske krajine
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ☛ Prva faza operacionalizacije – bespovratna sredstva Ministarstva kulture proračun SDŽ ☛ Druga faza operacionalizacije - 	Ostali dionici	☛ TZ Imotske krajine ☛ TZ SDŽ

	sredstva EU fondova/ programa, bespovratna sredstva vlade RH (Ministarstvo kulture)				
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

Projekt br. 15: Jačanje uloge destinacijskih menadžment kompanija					
	Cilj	Osiguranje sadržajnog i individualnim potrebama prilagođenog boravka/odmora			
Opis	<p>Kako je turistički lanac vrijednosti na cijelom prostoru cijelog ruralnog zaleđa SDŽ, a time i područja Imotske krajine, još uvijek prilično skroman (kako po dubini, tako i po širini), valjalo bi iz sredstava županijskog i lokalnih proračuna sustavno poticati lokalne turističke posrednike (agencije) da na sebe preuzimaju ulogu umrežavanja i strateškog povezivanja različitih malih ponuđača različitih turističkih usluga, sve u cilju stvaranja većeg broja složenih turističkih proizvoda. Na taj bi se način, već u relativno kratkom roku, usustavila postojeća, uvelike razmrvljena i međusobno nepovezana, ponuda malih turističkih poduzetnika na području cijele Imotske krajine, čime bi se cijeli ovaj prostor učinio znatno privlačniji za turistički dolazak i boravak.</p> <p>U okviru realizacije projekta, pažnju valja posvetiti odabiru tema koje je moguće povezivati u složeni turistički proizvod s dominantnim ruralnim, ekološkim i/ili kulturno-turističkim motivima (npr. promatranje ptica, seoski turizam, eno-gastronomija, kreativni turizam, događanja, izleti), pronalaženju i povezivanju pružatelja usluga, izradi aranžmana različitog trajanja te povezivanju s partnerima u zemlji, a posebno u inozemstvu koji plasiraju proizvod na tržište.</p>				
Operacionaliza- cija projekta	Operacionalizacija programa podrazumijeva (i) definiranje prioriternih složenih turističkih proizvoda, odnosno (ii) osiguranje stimulativnog sustava poticanja postojećih/novih turističkih posrednika za potrebe kreiranja složenih turističkih proizvoda. Bitno je naglasiti i potrebu monitoringa provedbe cijelog projekta u cilju uklanjanja eventualnih nedostataka.				
Važnost	Projekt najveće važnosti		Nositelj	Izvršna vlast JLS Imotske krajine	
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ☝ Sredstva TZ gradova/općina, ☝ Sredstva lokalnih proračuna ☝ Bespovratna sredstva Ministarstva turizma ☝ Sredstva poduzetnika 		Ostali dionici	☝ TZ SDŽ	
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

DODATAK 4: PROJEKTI U FUNKCIJI UNAPREĐENJA TRŽIŠNE PREPOZNTALJIVOSTI

<p>Projekt br. 1: Razvoj prepoznatljivog turističkog brenda</p>		
<p>Cilj</p>	<p>Razvoj prepoznatljivog turističkog brenda</p>	
<p>Opis</p>	<p>Područje Imotske krajine u ovome trenutku nije dovoljno prepoznato na tržištu, posebno ne u odnosu na svoje glavne posebitosti. Zbog toga se predlaže stvaranje prepoznatljivog turističkog brenda koji će se temeljiti na osobinama koju Imotsku krajinu čine različitom i drugačijom od drugih. Te osobine potrebno je izraziti kroz nekoliko (ili jednu) ključnih poruka koje će gostima omogućiti brzo i jednostavno razumijevanje zašto je Imotska krajina posebna. Naglasak valja staviti na prenošenje emotivnih koristi ili vrijednosti koje su relevantne suvremenih kupcima, koje ih mogu inspirirati i zainteresirati za dolazak.</p> <p>Pri uspostavi prepoznatljivog regionalnog brenda posebno valja voditi računa da se odgovori na sljedeća pitanja: (i) po čemu se Imotska krajina razlikuje od potencijalne konkurencije, (ii) što se može isticati kao izvorno/originalno, odnosno (iii) kako komunicirati različitosti tržišta.</p> <p>Brendiranje destinacije proces je koji obuhvaća nekoliko faza. Polazi se od opipljivih koristi destinacije (što se može vidjeti i doživjeti), analize tržišta i postojećih percepcija o Imotskoj krajini, analize lokalnih dionika i pogleda na vrijednosti vlastite destinacije, analize glavnih resursa i atrakcija do pronalaženja glavnih elemenata brenda. Kad se definiraju i prihvate elementi brendiranja pristupa se izradi komunikacijskih konstanti – loga i slogana. Kroz komunikacijske konstante na jednostavan, pamtljiv i neposredan način prenose se glavne poruke. Primjenjuju se na sve promocijske materijale i koriste u svim promocijskim aktivnostima (oglašavanja, odnosi s javnošću, unapređenje prodaje, direktni marketing) i na taj način objedinjuju svu komunikaciju te pomažu u ostvarenju sinergijskih učinaka. Osim primjene komunikacijskih konstanti od strane TZ Imota, bilo bi poželjno da iste primjenjuju i drugi dionici u turizmu projektnog područja (primjerice ugostitelji, privatni iznajmljivači, hotelijeri, vlasnici suvenirnica i drugi).</p> <p>Iako se definiranje brenda može provesti vlastitim snagama, bolje bi bilo da se ovaj zadatak povjeri specijaliziranoj instituciji/agenciji. To se odnosi i na izradu komunikacijskih konstanti. Nakon što se brend definira i prihvati, slijedi njegova implementacija kroz promociju, odnosno kroz razvoj turističkih proizvoda. Budući da je brend svojevrsno 'obećanje' kupcu važno je da svi turistički proizvodi podržavaju to obećanje kako bi boravak u destinaciji ispunio očekivanja gostiju koja su se brendom kreirala.</p> <p>Razvoj prepoznatljivog turističkog brenda donio bi Imotskoj krajini višestruke koristi. Brend omogućuje gostima brzo i jednostavno razumijevanje ključnih vrijednosti destinacije te podiže njenu poziciju na tržištu. Osim toga, jednom uspostavljen brend koji je prihvaćen od strane svih dionika koji sudjeluju u stvaranju turističke ponude postaje ishodišna točka za sve marketinške i menadžmentske aktivnosti. Povezuje dionike i time pridonosi stvaranju sinergijskih učinaka.</p>	

Operacionalizacija projekta	Operacionalizacija podrazumijeva: (I) definiranje brenda, (II) razvoj komunikacijskih konstanti, (III) implementacija brenda, (IV) praćenje i evaluacija brendiranja.				
Važnost	Projekt velike važnosti		Nositelj	TZ Imotske krajine	
Financiranje	 TZ Imotske krajine		Ostali dionici	 Grad Imotski  JLS na području Imotske krajine  Privatni sektor	
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

<p>Projekt br. 2: Uspostava jedinstvenog web portala Imotske krajine i promocija kroz društvene mreže</p>		
Cilj	Podizanje tržišne prepoznatljivosti te kvalitete informiranja gostiju	
Opis	<p>Web portali predstavljaju alat kojim se ostvaruje kontakt s gostom u svim fazama ciklusa putovanja - od prvog sanjarenja, preko prikupljanja informacija, rezervacija, pribavljanja informacija tijekom boravka u destinaciji do dijeljenja iskustva nakon povratka kućama. Zbog toga web portal treba biti dizajnerski lijepo koncipiran i funkcionalan.</p> <p>Dizajn podrazumijeva estetsku vrijednost pa bi novi web portal trebao biti opremljen lijepim fotografijama. To podrazumijeva korištenje fotografija najatraktivnijih dijelova Imotske krajine s naglaskom na atmosferu i detalje. Takve su fotografije važne za naslovnici i prve stranice. U dijelovima stranica gdje se pružaju detaljnije informacije i samo fotografije trebaju imati više informativnu funkciju. Osim toga, dizajn treba biti takav da su stranice jednostavne i lagane za pretraživanje, da korisnike zadrži na stranicama i da im omogući pronalazak informacija u što manje 'klikova'. Tome pridonose, osim dizajna, i kvalitetno osmišljena arhitektura web portala – glavni izbornik te podizbornici. Oni trebaju pokriti sve faze putovanja (zašto doći, kako doći, što vidjeti, gdje ići, što raditi, kako podijeliti iskustvo).</p> <p>Web portal bi trebao biti što je više moguće interaktivan i zanimljiv s mogućnošću selektiranja informacija, kratkim informativnim tekstovima, uklopljenim kartama. Također, trebao bi biti koncipiran 'iz perspektive gosta' s porukama usmjerenima prema ciljnim skupinama (npr. 'preporuke za obitelji s djecom', 'za ljubitelje hrane i vina', 'posebni doživljaj za ljubitelje adrenalina i prirode', 'za ljubitelje tišine i mira').</p> <p>Glavni web portal Imotske krajine namijenjen je krajnjim korisnicima (gostima i potencijalnim gostima) i na tim stranicama ne bi se trebali nalaziti sadržaji za druge grupe korisnika (poslovni sektor, interna javnost, novinari) već bi za njih trebalo osigurati zasebne portale (na koje se može doći i sa glavnog portala). Na tim bi se stranicama trebale naći strukturirane informacije za te grupe. Primjerice, za medije su to: baze fotografija, baze tekstova, najava aktualnih događanja, press materijali, statistički podaci, najava studijskih putovanja s obrascem za prijavu i sl. Za poslovni sektor i internu javnost to su: baze agencija, najave edukacija, adresari relevantnih dionika, aktualni trendovi, poslovna događanja, mogućnosti suradnje, najava i informacije o projektima, statistički</p>	


	<p>podaci, edukativni sadržaji i dr.</p> <p>Važno je naglasiti da bi se web portal trebao nadopunjavati s aktivnostima na društvenim mrežama i s tiskanim promocijskim materijalima što se postiže kroz koncept, poruke, korištenje boja, fontova. Time bi se ostvarili sinergijski učinci.</p> <p>Za Imotsku krajinu važno je kontinuirano ažurirati informacija na društvenim mrežama, pratiti što se objavljuje te dodavati zanimljive i aktualne informacije. Uz sve navedeno za pojedine turističke proizvode zanimljive su posebne mobilne aplikacije (npr. ciklo turizam, pješačenje i planinarenje) koje bi sadržavale objedinjene informacije za te proizvode s potrebnim informacijama, kartama i integriranim podacima o dodatnim sadržajem (npr. biciklističke staze s kartama, točkama odmora, mogućostima kupnje, restoranima, specijaliziranim smještajem).</p>				
Operacionalizacija projekta	Operacionalizacija projekta obuhvaća: (I) izradu koncepta web portala, (II) Izradu projektnog zadatka i objava natječaja, (III) izbor izvođača, (IV) evaluaciju web portala i njegovo kontinuirano ažuriranje, (V) ažuriranje sadržaja na društvenim mrežama, (VI) izradu mobilnih aplikacija.				
Važnost	Projekt najveće važnosti		Nositelj	TZ Imotske krajine	
Financiranje	👍 TZ Imotske krajine		Ostali dionici	👍 Grad Imotski	👍 JLS na području Imotske krajine
				👍 Privatni sektor	
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

Projekt br. 3: Redizajn/inoviranje promocijskih materijala		 	
Cilj	Podizanje prepoznatljivosti Imotske krajine i stvaranje imidža		
Opis	<p>Promocijski materijali danas prate trend/potrebu brzog i jednostavnog informiranja s prenošenjem glavnih poruka o nekoj destinaciji, ali i ciljanih informacija za pojedine tržišne segmente. Zbog toga je prilikom njihove izrade potrebno obratiti pažnju na sljedeće elemente: naslovnica, fotografije, tekst, izbor fonta, opseg materijala.</p> <p>Funkcija naslovnice je privlačenje pažnje te stoga treba istaknuti glavni 'adut' Imotske krajine, njenu 'najreprezentativniju' turističku posebnost, te izborom boja i fontova osigurati 'ugodnost za oko'. Osim toga, s obzirom da treba pobuditi interes važno je da bude jednostavna i razumljiva u poruci koju šalje. Za Imotsku krajinu to bi svakako trebala biti poruka ugođaja 'zelenila, mira, doline i krša' ispričana kroz upečatljivu/e fotografiju/e.</p> <p>Fotografije unutar brošure trebaju biti u funkciji prenošenja ambijenta i doživljaja pa je poželjno da na njima budu ciljni segmenti koji uživaju u njihovoj 'konzumaciji' (npr. mladi u vožnji biciklom, uživanje u adrenalinskom sportu, starija dob u posjeti vinariji, obitelj u 'gostima na imanju' i dr.). Također, može se koristiti i određeni 'detalj' koji dobro ilustrira posebitost Imotske krajine (npr. vrt s raštikom, detaljan ambijenta starih kamenih kuća).</p> <p>Tekst bi trebao biti kratak u manjim odlomcima, informativan s jasno istaknutim naslovom. Veličina, boja i izbor slova kao i pozadina trebaju biti u funkciji laganog</p>		

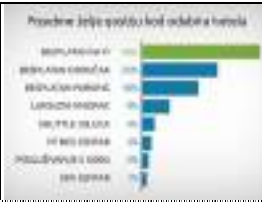
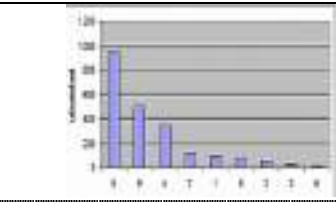
	<p>čitanja.</p> <p>Za Imotsku krajinu predlaže se izrada:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imidž/info brošure • Letaka turističkih proizvoda: 'Aktivan odmor', 'Kulturna baština Imotske krajine'; 'Gastronomski užici u Imotskoj krajini' • Turističke karte <p>Imidž/info brošura konceptom bi mogla predstavljati svojevrsno 'putovanje kroz Imotsku krajinu' iz perspektive gosta (s naglaskom na doživljajne komponente). To bi značilo ispričati priču o proizvodima i njihovoj jedinstvenosti na ovim prostorima.</p> <p>Letci bi bili fokusirani na kratko predstavljanje svakog od pojedinih proizvoda te bi se upućivalo na druge izvore informacija (web portal).</p> <p>Turistička karta bi na jednostavan i privlačan način predstavila prostor Imotske krajine, njenu udaljenost od regionalnih centara te glavne atrakcije, njihove lokacije i međusobne udaljenosti te druge korisne informacije.</p> <p>Svi bi materijali trebali biti povezani i predstavljati cjelinu. To se postiže kroz jedinstven koncept, korištenje boja, fontova, fotografija te dosljednu primjenu komunikacijskih konstanti. Osim toga, trebaju imati i prepoznatljive poveznice s aktivnostima na internetu i mobilnim aplikacijama.</p>				
Operacionalizacija projekta	Operacionalizacija projekta: (I) izradu koncepta imidž/info brošure, letaka i turističke karte, (II) izradu projektnog zadatka i objavu natječaja, (III) izbor izvođača, (IV) tiskanje publikacija, (V) izradu plana distribucije i distribuciju.				
Važnost	Projekt velike važnosti		Nositelj	Turistička zajednica Imotske krajine	
Financiranje	👉 Turistička zajednica Imotske krajine		Ostali dionici	👉 JLS-ovi na području Imotske krajine	👉 Poduzetnici
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

Projekt br. 4: Optimiranje promocijskih aktivnosti - operativni promocijski plan			
Cilj	Optimiranje korištenja marketinškog proračuna		
Opis	<p>Za intenziviranje promocijskih aktivnosti bilo bi potrebno izraditi operativni promocijski plan. Promocijske aktivnosti razrađuju se u Programu rada turističkih zajednica, koji se donosi krajem svake godine. Međutim, budući da se radi o većem području i novoj područnoj TZ, predlaže se detaljnija razrada promocijskih aktivnosti. To podrazumijeva sljedeće:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pripremu materijala: izrada oglasa, njihovog koncepta, poruka, dizajna; izrada materijala za medije koji se ažuriraju svake godine; izrada tzv. 'papirne konfekcije' koju koristi ured TZ • Oglašavanje: razraditi kako će se i na kojim mjestima oglašavati, koje vrste oglasa će se koristiti, u kojim medijima, u kojem vremenu (ukoliko se provode posebne kampanje odrediti veličine oglasa, pozicije, mjesta oglašavanja, broj objava, vrijeme trajanja i dr.) 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Online komunikacija: što se planira od aktivnosti, kojim sredstvima i u kojem vremenu • Offline aktivnosti: koje se brošure planiraju tiskati na godišnjoj razini, kada se planiraju izdavanja, troškovi, kanali distribucije • Sajmovi: na koje se sajmove planira ići, kada se održavaju, kakav se nastup planira (brošure, distribucija), model financiranja (npr. u suradnji sa SDŽ, prema modelu HTZ-a ili sl.) • Posebne prezentacije: koje se prezentacije planiraju, kada, u kojem gradu, kakav je koncept prezentacije, troškovi 					
Operacionalizacija projekta	Operacionalizacija programa obuhvaća: (I) definiranje budžeta, (II) raspored budžeta prema aktivnostima, (III) detaljnu razradu aktivnosti prema budžetu i terminskom planu, (IV) praćenje realizacije i eventualno revidiranje plana, (V) evaluaciju aktivnosti.					
Važnost	Projekt manje važnosti Nositelj Turistička zajednica Imotske krajine					
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> 👍 Turistička zajednica Imotske krajine 👍 Sustav turističkih zajednica na području SDŽ 👍 Hrvatska turistička zajednica (modeli za financiranje promocijskih aktivnosti) Ostali dionici 👍 Sustav turističkih zajednica 👍 Mediji					
Vremenski horizont provedbe	<table border="1"> <tr> <td>2018.</td> <td>2019.</td> <td>2020.</td> <td>2021.</td> <td>2022.-2025.</td> </tr> </table>	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.
2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.		

<p>Program br. 5: Povezivanje sa specijaliziranim facilitatorima (posrednicima) u prodaji izabranih turističkih proizvoda u pred i posezoni</p>	
Cilj	Povećanje dolaska posebnih segmenta gostiju
Opis	<p>Privlačenje specijaliziranih segmenata turističke potražnje u većini hrvatskih kontinentalnih destinacija, uključujući i područje Imotske krajine, još uvijek nije na zadovoljavajućoj razini. Razloge za takvo stanje valja, između ostalog, tražiti, ne samo u nedovoljnoj tržišnoj spremnosti pojedinih proizvoda, već i u neadekvatnom sustavu komunikacije s tržištem, uključujući i učinkovitu strategiju komercijalizacije odabranih/ciljanih proizvoda.</p> <p>U uvjetima nedovoljnog poznavanja tehnika/alata suvremenog tržišnog komuniciranja određenim tržišnim segmentima/potrošačkim skupinama od interesa za kvalitetno izvansezonsko poslovanje, ali i ograničenosti lokalnih (i/ili regionalnih) promidžbenih budžeta, bilo bi korisno uspostaviti suradnju s nekoliko etabliranih međunarodnih/domaćih posrednika, osobito u sferi turizma posebnih interesa.</p> <p>Dobar način povezivanja je sudjelovanje poslovnih subjekata iz Imotske krajine na specijaliziranim radionicama 'Buy Croatia' i 'Sell Croatia' koje organizira Glavni ured Hrvatske turističke zajednice. Glavni ured takva događanja planira na</p>

	<p>godišnjoj razini, objavljuje na stranicama namijenjen poslovnoj javnosti gdje su informacije o događanju, cijena sudjelovanja i mogućnost online prijave. 'Sell Croatia' poslovne radionice održavaju se između hrvatskih turističkih objekata i stranih partnera, uobičajeno u inozemstvu u organizaciji predstavništva HTZ-a u inozemstvu. TZ Imotske krajine bi trebala informirati i poticati poslovne subjekte koji djeluju na području Imotske krajine na sudjelovanje u takvim radionicama. Radionice 'Buy Croatia' održavaju se u Hrvatskoj i okupljaju turističke gospodarske subjekte. Teme događanja često su vezane uz selektivne oblike turizma tako da okupljaju specijalizirane ponuđače i posrednike.</p> <p>Alternativni način da Imotska krajina bolje promovira i predstavi svoje turističke potencijale i proizvode posrednicima je i organizacija studijskih putovanja za posrednike, bilo uključivanjem u programe Hrvatske turističke zajednice (prema modelima objavljenim u godišnjim Programima rada HTZ-a) ili samostalno. Cilj takvih studijskih putovanja je spajati posrednike s ponuđačima u destinaciji te im predstaviti mogućnosti prodaje turističkih proizvoda Imotske krajine i njihova specifična obilježja.</p> <p>Konačno, kontakti s posrednicima mogu se ostvariti i putem nastupa na specijaliziranim turističkim sajmovima kao i direktnim marketingom. Za potrebe direktnog marketinga kreira se baza specijaliziranih turističkih posrednika u Hrvatskoj i na emitivnim tržištima, posebno u zemljama u okruženju (npr. za biciklizam, sport i avanturizam, ekoturizam). Formira se newsletter te se na regularnoj bazi (primjerice, kvartalno) posrednicima šalju informacije o Imotskoj krajini.</p>				
Operacionalizacija programa	Operacionalizacija projekta uključuje: (I) istraživanje interesa dionika za sudjelovanjem u aktivnostima Glavnog ureda HTZ-a i sudjelovanja u organizaciji studijskih putovanja za posrednike te provedba tih aktivnosti, (II) izrada baze posrednika, (III) izrada koncepta newslettera, njegova izrada i slanje, (III) sudjelovanje na specijaliziranim sajmovima.				
Važnost	Projekt velike važnosti		Nositelj	TZ Imotske krajine	
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> 👍 TZ Imotske krajine 👍 Poduzetnici 		Ostali dionici	<ul style="list-style-type: none"> 👍 Poduzetnici 👍 JLS-ovi 	
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.

Program br. 6: Redovito praćenje zadovoljstva boravka turista			
Cilj	Povećanje zadovoljstva gostiju Imotske krajine		
Opis	<p>Usprkos činjenici da na području Imotske krajine svake godine boravi rastući broj turista, TZ Imotske krajine još uvijek ne prati dovoljno dobro stupanj njihovog zadovoljstva boravkom/odmorom, osobito u razdoblju izvan glavne turističke sezone.</p> <p>Praćenjem zadovoljstva gostiju elementima turističke ponude dolazi se do vrijednih podataka o potrebnim aktivnostima unapređenja pojedinih segmenta ponude. Budući da su očekivanja gostiju različita i pod utjecajem promjena u društvenom i gospodarskom okruženju neprekidno se mijenjaju, važno je saznati</p>		

	<p>koliko ponuda Imotske krajine uspijeva zadovoljiti ta očekivanja. Stoga je u sferi destinacijskog menadžmenta nužno provoditi aktivnosti istraživanja zadovoljstva gostiju na kontinuiranoj bazi i vidjeti gdje postoje mogućnosti za unapređenja.</p> <p>U skladu s rečenim, potrebno je dugoročno, ali i u godišnjim planovima TZ Imotske krajine planirati sredstva, ali i definirati okvir za provedbu primarnog tržišnog istraživanja. To podrazumijeva jasno iskazivanje ciljeva istraživanja, razvoj metodologije, provedbu i praćenje. Drugim riječima, projekt se odnosi na osmišljavanje anketnog/ih upitnika, utvrđivanje statistički relevantnog broja ispitanika (za svako pojedino istraživanje) te provođenje redovitog (godišnjeg/višegodišnjeg) primarnog istraživanja koje bi obuhvaćalo slučajno odabrane predstavnike turističke potražnje u razdoblju od travnja do lipnja, odnosno u razdoblju rujna – listopad. Istraživanja se provode u suradnji s drugim dionicima u destinaciji prema kojima treba komunicirati potrebu i koristi od istraživanja.</p> <p>Istraživanje se može provesti vlastitim snagama Turističke zajednice ili se za to može angažirati specijalizirana tvrtka.</p> <p>Rezultate istraživanja potrebno je distribuirati kako bi se svima pomoglo u unapređivanju turističke ponude. Za to se može iskoristiti zasebna sekcija unutar novog web portala TZ Imotske krajine (B2B stranice). Potrebno je odrediti učestalost istraživanja kako bi se vidjeli pomaci i trendovi u promjenama zadovoljstva gostiju Imotske krajine.</p>				
Operacionalizacija programa	<p>Operacionalizacija programa podrazumijeva: (I) definiranje područja za koja su potrebna istraživanja (ciklo turizam, obiteljski odmor, eno-gastro turizam i/ili elementi ukupne destinacijske ponude), (II) definiranje metodologije istraživanja ('on-line', osobni intervju, fokus grupe i sl.), (III) izrada projektnog zadatka (IV) objava natječaja i izbor izvođača (V) distribucija rezultata istraživanja.</p>				
Važnost	Projekt najveće važnosti		Nositelj	Turistička zajednica Imotske krajine	
Financiranje	<ul style="list-style-type: none"> ☛ Sredstva TZ Imotske krajine ☛ Sredstva JLS-a ☛ Sredstva poduzetnika ☛ Bespovratna sredstva Ministarstva turizma 	Ostali dionici	☛ Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije		
Vremenski horizont provedbe	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.-2025.