**********VODIČ ZA RURALNI TURIZAM**

Ovaj Vodič će pružiti korisne alate ženama iz ruralnih područja, ali i svima ostalima, koje se žele baviti ili se već bave ruralnim turizmom.

Ovaj Vodič prvenstveno se bavi ruralnim turizmom na seoskim gospodarstvima (agroturizmom).

Pruža mnoštvo korisnih informacija, savjeta i preporuka koje je moguće vrlo jednostavno i praktično primijeniti.

Sadržaj

[1. RURALNI TURIZAM 4](#_Toc144276986)

[A. Ruralni turizam i žene na selu 4](#_Toc144276987)

[B. Vrste ruralnog turizma 8](#_Toc144276988)

[2. JE LI RURALNI TURIZAM ZA VAS? 10](#_Toc144276989)

[A. Procijenite svoje ciljeve 10](#_Toc144276990)

[B. Osobna procjena 10](#_Toc144276991)

[C. Ocjena lokacije 12](#_Toc144276992)

[3. TURISTIČKA PONUDA 24](#_Toc144276993)

[A. Ponuda u ruralnom turizmu 24](#_Toc144276994)

[B. Vaša turistička ponuda 25](#_Toc144276995)

[4. FINANCIJE 29](#_Toc144276996)

[A. Odredite svoje financijske ciljeve 29](#_Toc144276997)

[B. Izvori financiranja 29](#_Toc144276998)

[C. Vlastita sredstva 30](#_Toc144276999)

[D. Krediti 31](#_Toc144277000)

[E. Bespovratne potpore i donacije 31](#_Toc144277001)

[F. Poslovni plan 32](#_Toc144277002)

[G. Analiza rentabilnosti 34](#_Toc144277003)

[H. Postavljanje realnih ciljeva za očekivane prihode 35](#_Toc144277004)

[I. Izvori prihoda u ruralnom turizmu 35](#_Toc144277005)

[5. MARKETING 43](#_Toc144277006)

[6. KAKO RAZVITI ODRŽIV POSAO 50](#_Toc144277007)

1. RURALNI TURIZAM

Ruralni turizam ima veliki potencijal za poticanje lokalnog gospodarskog rasta i društvenih promjena zbog svoje komplementarnosti s drugim gospodarskim aktivnostima, doprinosa BDP-u i otvaranje radnih mjesta, kao i mogućnost utjecaja na pravilniji raspored potražnje u vremenu (smanjenje sezonskih utjecaja) i prostorno.

UNWTO shvaća ruralni turizam kao "... vrstu turističke aktivnosti u kojoj je iskustvo posjetitelja povezano sa širokim rasponom proizvoda i usluga općenito povezanih s aktivnostima na otvorenom, poljoprivredom, ruralnim načinom života i kulturom, ribolovom, šetnjom u prirodom“.

Prema UNWTO-u, „aktivnosti ruralnog turizma odvijaju se u neurbanim, odnosno ruralnim područjima koja imaju sljedeće karakteristike: nisku gustoću naseljenosti, krajolik i korištenje zemljišta u kojem dominiraju poljoprivreda i šumarstvo, te tradicionalnu društvenu strukturu i način života.

1. Ruralni turizam i žene na selu

Osnaživanje žena od posebne je važnosti u ruralnim područjima. Ruralni turizam koji vode žene, ne samo da stvara radna mjesta i doprinosi gospodarskom rastu, već ima i značajan utjecaj na lokalne zajednice. Osim toga, žene u ruralnim područjima snažni su pokretači promjena jer doprinose inkluzivnijem i pravednijem društvu, osobito ako im se daju jednake mogućnosti i resursi za pokretanje i razvoj poslovanja u ruralnom turizmu.

Smatra se da osnaživanje žena ima pet komponenti:

* Poboljšanje osjećaja vlastite vrijednosti
* Pravo na vlastiti ​​izbor
* Pravo na pristup mogućnostima i resursima
* Pravo da imaju moć kontrolirati vlastiti život, unutar i izvan doma
* Osnaživanje da utječu na smjer društvenih promjena u cilju stvaranja pravednijeg društvenog i ekonomskog poretka, na nacionalnoj i međunarodnoj razini

Kako bi se ostvarili ciljevi Agende održivog razvoja 2030., poboljšanje uvjeta za bavljenje turizmom značajan je iskorak te je u tom smislu nužno opredjeljenje za ravnopravnost spolova i osnaživanje žena za pokretanje vlastitog posla u turizmu. Upravo je ruralni turizam prilika za poticanje većeg broja žena na pokretanje vlastitog posla, jer su one najvažniji stupovi seoskih gospodarstava i kao takve imaju idealnu priliku za relativno jednostavan početak vlastitog poduzetničkog pothvata.

Intervencije države i lokalne samouprave, ali i raznih poslovnih i drugih udruga te civilnog društva - poput promicanja načela jednakih plaća za isti rad, borbe protiv seksualnog uznemiravanja i smanjenja diskriminacije daju značajan poticaj poboljšanju položaja žena, ali nisu dovoljni. S obzirom da, zbog same statistike, prema kojoj je broj žena u društvu u cjelini veći od broja muškaraca, žene čine većinu radne snage, to vrijedi i za turizam. Međutim, zapošljavanje u turizmu i dalje je spolno neravnopravno. Žene u pravilu rade slabije plaćene poslove, a radna mjesta su puna rodnih stereotipa (npr. zanimanje spremačice prvenstveno je namijenjeno ženama i u pravilu je manje plaćeno od nekih drugih pozicija koje su uglavnom namijenjene muškarcima). Upravo zbog toga, potrebno je potaknuti žene da svoju sudbinu u turizmu uzmu u svoje ruke.

Nedostatak obrazovanja ili formalnog osposobljavanja ugrožava aktivnije sudjelovanje žena u turističkom poslovanju, ali samo formalno obrazovanje nije uvijek nužan uvjet. Češće je problem nedostatak osnovnih informacija. To posebno vrijedi za žene u ruralnim područjima i selima. Obuka se pokazala ključnom za uspjeh poduzetničkih inicijativa, a da bi bila uistinu učinkovita, obuka mora nadilaziti klišeje formalnog obrazovanja i uključivati ​​obuku u "mekim" vještinama, obuku specifičnu za kontekst ruralnog turizma i obuku u informacijama i komunikacijskim tehnologijama, marketingu i specifičnim vještinama za ruralni turizam. Osim toga, bitno je da je obuka osmišljena na jednostavan i prijemčiv (poticajan) način, kako bi se osiguralo da se svijest i vještine mogu razviti uz minimalan napor kako bi se ruralni turizam maksimalno iskoristio za doprinos osnaživanju žena.

Kao jedna od pozitivnih posljedica pandemije COVID-19, počelo je rušenje kulturnih i tehnoloških barijera koje su prije sprečavale rad na daljinu, stvarajući pomak u tradicionalnim idealima o tome kako i gdje se rad odvija i dajući nam priliku da radimo i uspješno promoviramo naše turističko poslovanje i u najudaljenijim i najzabačenijim ruralnim područjima. Štoviše, ta udaljenost postaje komparativna prednost. No, „ženski“ posao u turizmu ugroženiji je od „muškog“ zbog niza svakodnevnih obaveza u seoskom domaćinstvu koje su često izraženije za žene, poput neplaćenog rada kod kuće (npr. čuvanje djece).

Jedan od presudnih uvjeta za pokretanje vlastitog posla često je posjedovanje ekonomskih resursa u različitim oblicima. Kad je riječ o ruralnom turizmu, on ženama može biti dodatni problem, jer prema istraživanju koje je provela UN WOMEN – Agencija Ujedinjenih naroda za ravnopravnost spolova i osnaživanje žena, u istočnoj Europi samo 16% potencijalnih poduzetnica posjeduje sredstva za poduzetništvo (opremu) u vlastitoj nekretnini, dok samo 6% njih posjeduje zemljište. To je posljedica tradicionalnog nasljeđivanja, gdje su vlasnici zemljišta i zgrada na selu uglavnom muškarci, a imovina se nasljeđuje u većini slučajeva po muškoj liniji.

U EU u prosjeku oko 30% poljoprivrednih gospodarstava vode žene. Većina žena na selu aktivno je uključena u poljoprivredne i kućanske poslove te druge poslove koji osiguravaju svakodnevni opstanak obitelji. Unatoč svemu, žene na poljoprivrednim gospodarstvima uživaju manje prava od muškaraca i bore se s rodnom diskriminacijom, što je prema UN-u, najveća prepreka u nastojanjima da se osnaže.

U Sloveniji je udio žena koje rade kao hraniteljice obitelji i članovi obitelji na poljoprivrednim gospodarstvima/farmama 46%, što je više od prosjeka EU (42%). Gotovo trećina vlasnika poljoprivrednih gospodarstava su žene, što povećava njihovu upravljačku ulogu na poljoprivrednim gospodarstvima. Svoj rad na gospodarstvu mogle bi početi adekvatno nadopunjavati raznim oblicima turizma na gospodarstvu za što je potrebna edukacija i dodatno osnaživanje.

Potencijalni poduzetnici u ruralnom turizmu koji dolaze iz ruralnih područja imaju tri puta veću vjerojatnost da će se susresti s problemom nedostatka financijskih sredstava pri pokretanju vlastitog posla od onih koji dolaze iz urbanih sredina.

Komplicirane procedure za pokretanje vlastitog posla u ruralnom turizmu najčešće se percipiraju kao dodatna prepreka i, zanimljivo, više kod mladih žena nego kod žena srednje i starije životne dobi, što dodatno ide u prilog tezi da su te prepreke više imaginarne prirode, najčešće zbog nedostatka adekvatnih informacija i obuke. Zanimljivo je da se s preprekom pokretanja vlastitog posla u turizmu, u vidu nedostatka prostora i sredstava, češće susreću žene iz urbanih nego one iz ruralnih sredina, pa je i to argument da je ruralni turizam idealna prilika za ekonomsku emancipaciju žena.

Kada su u pitanju problemi i prepreke vezane uz poslovanje, uspjeh i razvoj obrta u turizmu, aktivne i bivše poduzetnice (čiji su obrti prestali), najčešće navode probleme vezane uz njihovu poziciju na tržištu, zatim troškove poslovnog prostora, opreme i materijala, a potom komplicirane regulative i administrativne procedure. Kada se uzme u obzir da u ruralnim područjima već postoji značajan fond raspoloživih objekata i opreme, kao i kada se toj bazi pridoda odgovarajuća obuka, šanse žena da pokrenu vlastiti pothvat u ruralnom turizmu značajno rastu.

Uz ove probleme, koji se mogu smatrati općim problemima poslovanja, percepcija rodno specifičnih problema i moguća diskriminacija prilikom pokretanja i vođenja vlastitog posla u ruralnom turizmu dodatne su prepreke koje se mogu premostiti samo intenzivnim radom sa ženama i pružanjem kvalitetne podrške tijekom cjelokupnog procesa osnivanja i vođenja agroturizma.

U spomenutom istraživanju UN WOMEN, petina aktivnih poduzetnica i 17% bivših poduzetnica izjavilo je da su imale priliku iskusiti drugačiji tretman u odnosu na svoje muške kolege. Značajna većina ispitanika (76% aktivnih i 80% bivših) smatra da žene nisu prihvaćene ili shvaćene ozbiljno u poslu. Većina aktivnih poduzetnica (51,2%) i gotovo polovica bivših poduzetnica (46,2%) smatra da je ženama teže u poslu nego muškarcima. Kao razlog za to najčešće navode veću opterećenost žena brigom o obitelji i kućanstvu, raznim oblicima diskriminacije i rodnim predrasudama.

Kad kažemo poduzetnica, mislimo na uspješnu, samostalnu poslovnu ženu koja vodi vlastiti posao, odnosno koja živi posao koji vodi. Drugim riječima, riječ je o ženskoj osobi koja se bavi specifičnom poslovnom filozofijom koja se temelji na svijesti o stalnim promjenama i stalnom usavršavanju, uz brzo prilagođavanje potrebama tržišta. Poduzetnice u ruralnom turizmu su žene koje su osnivačice i vlasnice poduzeća, ali i upraviteljice imanja u najširem smislu, uz dodatne obveze vezane uz vođenje gospodarstva, ali i obitelji koja na njemu živi i radi. One su direktorice, ali i stalno zaposlene osobe koje vode seoski turizam kako bi ostvarile profit, ali pritom nisu oslobođene svakodnevnih obaveza oko vođenja gospodarstva i brige o obitelji, što dodatno otežava njihov položaj.

Zbog brojnih obveza i društvenih uloga koje imaju, mnoge žene odustaju od svojih ideja i ne žele se okušati u poduzetničkim vodama. Prepreke su im i razni socioekonomski čimbenici poput: utjecaja društvenog statusa i percepcije, institucionalnih čimbenika, obiteljskog života, ekonomske i imovinske nejednakosti, dobi, radnog statusa, obrazovanja i prihoda kućanstva. Svi ovi nabrojani čimbenici samo su neki od razloga zašto se žene teže odlučuju pokrenuti posao u ruralnom turizmu i to prepuštaju muškim članovima kućanstva.

Uz odgovarajuću edukaciju i podršku, sve više žena pokreće posao u turizmu, ali još uvijek se susreću s izazovima u vođenju posla.

Posljednje analize ruralnog turizma pokazale su da većinu posla u ovom području obavljaju žene. Može se reći da bez sudjelovanja žena, ruralni turizam ne bi bio moguć. Aktivno sudjelovanje žena u ruralnom turizmu mijenja ulogu žene u kućanstvu. Uz određene nove zadaće, posebice u turističkoj sezoni, promjena njezine uloge može imati veliki utjecaj na samu strukturu obitelji, jer na taj način žene zarađuju „vlastiti“ novac, što poboljšava njihovu ekonomsku situaciju, ali i njihov društveni status.

Žene koje su pokretači novih agroturističkih aktivnosti osiguravaju vlastitu neovisnost, kontrolu i samopoštovanje.

Razvojem ruralnog turizma potiče se razvoj ženskog poduzetništva koje bi moglo biti jedan od čimbenika razvoja ruralnog turizma u ruralnim područjima. Izravni ekonomski učinci ženskog poduzetništva u ruralnom turizmu su osiguravanje dodatnih prihoda za žene na selu, odnosno njihovo ekonomsko osnaživanje.

Razvojem ruralnog turizma i ženskog poduzetništva može se utjecati na smanjenje, pa čak i zaustavljanje depopulacije ruralnih područja, kao i na osiguranje ravnomjernijeg razvoja ruralnih područja i regija.

1. **7 glavnih izazova s kojima se žene suočavaju u vođenju posla u ruralnom turizmu**

Iako je evidentan napredak u rodnoj ravnopravnosti, žene u ruralnim područjima se i dalje suočavaju sa značajnim problemima kada vode vlastiti posao. Na primjer, žene u ruralnim područjima se često suočavaju sa financijskim ograničenjima, ograničenim pristupom obrazovanju i obuci kao i rodnim predrasudama i diskriminacijom. Promoviranje rodne ravnopravnosti u ruralnom turizmu je ključno, kako bi se osiguralo da žene imaju jednake mogućnosti da uspiju u ruralnim područjima kao muškarci. Žene mogu prevladati prepreke koje ih sprečavaju u pokretanju i širenju posla kada imaju jednak pristup obrazovanju, novcu i resursima. Osim toga, uklanjanje rodne pristranosti i diskriminacije u ruralnim područjima doprinijet će inkluzivnijoj i raznolikijoj radnoj snazi, što će koristiti ne samo ženama, nego i društvu u cjelini.

Sedam ključnih prepreka za žene u ruralnom turizmu su:

1. Ograničen pristup financijskim sredstvima

Nemaju sve poduzetnice tu sreću da imaju vlastita sredstva. Neke moraju započeti svoje poduzetničke pothvate oslanjajući se na kredite. Nije neuobičajeno da se ženama uskraćuju krediti zbog spolnih i kulturoloških predrasuda, a poseban je problem pitanje vlasništva nad nekretninama, jer ako žene nisu vlasnice, teže dobivaju jamstva za kredite.

1. Balansiranje odgovornosti

Velik broj žena nisu samo poduzetnice – one imaju obiteljske i druge obveze u seoskom domaćinstvu. Zahtjevi osobnih i profesionalnih obaveza mogu primorati ženu da odustane od vođenja turističkog posla. Njena obitelj od nje očekuje da bude majka i supruga, dok njen posao od nje zahtijeva da bude lider i da pokaže predanost. Još je teže ženama koje nemaju društvenu podršku, jer same moraju nositi sav teret.

1. Neadekvatan sistem podrške

Šta bi žene postigle da imaju savršen sistem podrške? Problemi ili neuspjesi u poslovanju mogu biti rezultat nedostatka adekvatnog sistema podrške. U poslu, nitko od nas nije otok. Žene se obično suočavaju sa značajnim preprekama, od nedostatka relevantnih informacija ili nedostatka emocionalne podrške. Također su im potrebni mentori koji će ih voditi na ovom novom putu. Sistem podrške je često nevidljiv ili potpuno nepristupačan, što primorava žene da odlažu početak svog poslovanja.

1. Rodna neravnopravnost

Zakoni, kultura, religija i politika izgrađeni su na patrijarhalnim osnovama sa muškim principom u centralnom fokusu. Žene moraju napredovati u muškom svijetu dok se suočavaju sa stigmom i diskriminacijom. Iako se zakoni i politike u posljednje vrijeme mijenjaju u korist rodne ravnopravnosti, stvarne promjene još uvijek nisu svuda evidentne.

1. Ograničeno znanje

Osnaživanje žena kroz unapređenje znanja samo je početak dugog puta do poslovnog uspjeha. Život je svakodnevni proces učenja u kojem svaki dan dolazi s novim informacijama. Nažalost, žene iz ruralnih područja imaju ograničen pristup ovim informacijama i novim saznanjima.

1. Nepovoljni društveni uvjeti

Među izazovima s kojima se žene susreću su društvena ograničenja - tradicionalne patrijarhalne norme na selu, vjera, predrasude, stereotipi... što sve sprečava žene u vođenju vlastitog posla.

1. Samopouzdanje

Žene moraju stajati iza svog uspjeha i dopustiti ljudima oko sebe da to prepoznaju. Samopouzdanje je bitan dio prosperiteta i rasta. Kad žena vodi, drugi je slijede. Samopouzdanje dolazi i iz podrške okoline. Ako postoji dobar sustav podrške, ohrabriti će se više žena koje će se odlučiti na taj korak i krenuti u svijet poduzetništva.

1. Vrste ruralnog turizma

Ruralni turizam možemo podijeliti u nekoliko grana. U okviru ovog vodiča koristit će se podjela koja je navedena u Priručniku za bavljenje seoskim turizmom iz 2011. godine, izdan od strane Ministarstva turizma i sporta RH.

Seoski turizam, agroturizam, turistička obiteljska gospodarstva, ruralno domaćinstvo i ruralni turizam pojmovi su s kojima se vlasnici gospodarstava, koji se bave ili se namjeravaju baviti pružanjem turističkih usluga na svom gospodarstvu, svakodnevno susreću. S obzirom na učestalo korištenje navedenih pojmova, često dolazi do zabune među vlasnicima koji je od pojmova točan.

Ruralni turizam je najširi pojam koji obuhvaća sve turističke usluge u ruralnim područjima, uključujući npr. lovni, ribolovni, turizam unutar parkova prirode, zimski, seoski, ekoturizam, zdravstveni turizam, kulturni turizam itd. Ruralni turizam ne mora nužno biti dopunska djelatnost na gospodarstvu, kojom se ostvaruje dodatni prihod, već može biti i profesionalna djelatnost (npr. mali obiteljski hotel, konjički centar i sl.). Pojam ruralnog prostora uglavnom nije striktno definiran, već se pod tim pojmom podrazumijeva područje kojim dominiraju: prirodni okoliš, ruralni okoliš, mala naselja i sela, zaseoci, izolirana poljoprivredna gospodarstva s poljoprivredom i šumarstvom kao glavnim gospodarskim granama.

Seoski turizam je uži pojam od ruralnog turizma, ali je širi pojam od turizma na poljoprivrednim gospodarstvima (turističko seosko obiteljsko gospodarstvo) i vezan je uz ambijent sela i njegovu užu okolinu te sve njegove djelatnosti (poljoprivreda, manifestacije, gastronomija, folklor, etnologija itd.).

Turizam u ruralnom gospodarstvu (domaćinstvu) ili agroturizam, isključivo se odnosi na oblik turističke usluge koja predstavlja dopunsku djelatnost na poljoprivrednom gospodarstvu uz živu poljoprivrednu djelatnost u sklopu koje se nude proizvodi proizvedeni na tom gospodarstvu.

Agroturizam je oblik seoskog turizma, dok je seoski turizam oblik ruralnog turizma. Pojavni oblici ruralnog turizma objašnjeni su sljedećom shemom:

RURALNI TURIZAM

* seoski turizam
* turizam u nacionalnim parkovima i parkovima prirode
* pustolovni turizam
* vinski turizam
* gastro turizam
* zdravstveni turizam (lječilišta, toplice)
* lovni turizam
* vjerski turizam
* ribarski turizam
* kulturni turizam

SEOSKI TURIZAM

* agroturizam
* ruralni kamp
* kušaonica
* etnosela
* izletišta
* etnografske zbirke
* ruralna kuća za odmor
* seoske manifestacije
* ruralni B&B (noćenje s doručkom)
* folklor
* ruralni obiteljski hotel

AGROTURIZAM

* usluge noćenja
* ugostiteljske usluge
* ostale usluge aktivnog odmora na turističkom seoskom obiteljskom gospodarstvu

Među različitim vrstama ruralnog turizma, najprepoznatljiviji je turizam na poljoprivrednim gospodarstvima (seoski turizam), koji se u nekim zemljama naziva i agroturizam.

Zbog svoje raznolike ponude, turizam na poljoprivrednim gospodarstvima (seoski turizam) prva je asocijacija na ruralni turizam. Na poljoprivrednim gospodarstvima prelamaju se kulturni, gospodarski, tradicijski i suvremeni utjecaji, što ih čini autentičnim predstavnikom ruralnog prostora. Turizam na selu omogućuje ljudima koji žive na selu da prošire svoje aktivnosti i obogaćuje vrijednost njihovih proizvoda (dodana vrijednost). Ruralni turizam na poljoprivrednim gospodarstvima obuhvaća sve vrste turističkih usluga koje seosko gospodarstvo može pružiti na svom imanju u cjelini ili na pojedinim njegovim dijelovima koji mogu biti fizički odvojeni.

1. JE LI RURALNI TURIZAM ZA VAS?

Ruralni turizam važan je dio mnogih ruralnih gospodarstva. Aktivnosti ruralnog turizma imaju potencijal povećati prihode ruralnih gospodarstva i podržati njihovu održivost, no aktivnosti ruralnog turizma neće odgovarati svakom ruralnom gospodarstvu. Zbog toga je vrlo važno da osoba, prije nego što započne svoj posao u ruralnom turizmu, odvoji određeno razdoblje za procjenu vlastitog potencijala za poslovanje, kao i da pažljivo planira poslovne i marketinške elemente svog poslovanja. Ovaj vodič pomoći će u planiranju koje je neophodno za uspješno vođenje poslovanja u ruralnom turizmu.

1. Procijenite svoje ciljeve

Važno je postaviti stvarne ciljeve za svoje poslovanje. Ovisno o vašoj situaciji, ovi ciljevi mogu biti različiti. Evo nekoliko primjera:

* Ostvarivanje dodatnih prihoda
* Diverzificiranje prihoda gospodarstva kako bi se ostvario profit
* Početak nove karijere
* Stjecanje novih znanja
* Upoznavanje novih ljudi, njihovih navika i iskustava
* Omogućiti da članovi obitelji rade od kuće
* Omogućiti da članovi obitelji ostanu kod kuće
* Obrazovanje zajednice
* Pružanje zabave i užitka drugima bez ostvarivanja profita

Ipak, pored same motivacije za pokretanje ruralnog turizma važno je definirati i dugoročne i kratkoročne ciljeve. Postavljanje realnih ciljeva pomoći će vam u donošenju važnih odluka vezanih uz vaš novi posao u ruralnom turizmu.

1. Osobna procjena

Aktivnosti ruralnog turizma podosta se razlikuju od većine tradicionalnih poljoprivrednih poslova/obaveza. Turist koji posjeti vaše gospodarstvo može poželjeti sudjelovati u raznim aktivnostima, poput berbe grožđa, hranjenja životinja, kuhanja pekmeza i mnogih drugih. Tipovi ovakvih turista često ne dolaze sa sela i mogu postavljati mnoga pitanja koja se mogu činiti trivijalnim o svakodnevnim aktivnostima na poljoprivrednom gospodarstvu. Uspješan domaćin u ruralnom turizmu mora biti spreman podijeliti informacije o samom gospodarstvu i provoditi vrijeme sa turistima kako bi se osjećali dobrodošlima.

Idealan domaćin u ruralnom turizmu mora posjedovati sve osobine dobrog domaćina u okviru bilo koje turističke atrakcije ili u bilo kojoj vrsti uslužne djelatnosti.

Neka važna pitanja koja biste si trebali postaviti:

Osobne kvalitete:

* Smatrate li se dobrim planerom/organizatorom?
* Imate li kreativnih ideja?
* Posjedujete li visoku razinu energije i entuzijazma?
* Uživate li u obavljanju novih stvari?
* Prilagođavate li se lako promjenama?
* Uživate li u komunikaciji i odnosima s ljudima?
* Možete li relativno brzo uspostaviti kontakt s nepoznatim osobama?
* Uživate li zabavljati goste?
* Volite li gužvu?
* Raduje li vas komunikacija i ophođenje s ljudima?
* Koliko imate strpljenja?
* Jeste li organizirani?
* Možete li stvoriti toplu, sigurnu i privlačnu atmosferu za turiste?
* Možete li se nositi s dodatnim poslovnim obvezama vezanim uz ruralni turizam?
* Možete li se uz osnovnu djelatnost baviti i primanjem gostiju?
* Ne bi vas smetalo da vas gosti povremeno ometaju u vašem svakodnevnom poslu?
* Spremni ste raditi kao i "zabavljati" posjetitelje navečer, vikendom i praznicima, kada će posjetitelji najčešće dolaziti na vaše gospodarstvo?
* Biste li bili spremni jedan dio svog obiteljskog života podijeliti s gostima koji borave na vašem poljoprivrednom gospodarstvu?
* Možete li uspješno rješavati konflikte među ljudima?
* Imate li kreativnih ideja?
* Posjedujete li visoku razinu energije i entuzijazma?
* Uživate li raditi nove stvari?

Poslovno iskustvo:

* Motivirani ste za pokretanje novog poduzeća?
* Bavili ste se ranije sličnim poslom?
* Posjedujete li nacrt poslovnog plana za novi posao?
* Spremni ste da preuzmete rizik?
* Imate li prijatelja, člana obitelji ili poslovnog savjetnika s kojim možete razgovarati o ciljevima i kako bi novi pothvat mogao utjecati na vaše poslovanje?
* Možete li odvojiti vrijeme da sagledate svoje ruralno gospodarstvo iz perspektive turista i da napravite izmjene kako bi ono bilo više prilagođeno gostima?
* Spremni ste voditi detaljnu evidenciju prihoda i rashoda za svoj novi posao?
* Zainteresirani ste za istraživanje novih marketinških tehnika i resursa koji će vam pomoći u promociji vaše ponude ruralnog turizma?
* Spremni ste gostima pribaviti informacije o znamenitostima u okolici (prirodnim i kulturnim, muzejima, događanja, prometnim vezama, trgovinama, restoranima) i da budete dostupni za njihove upite?
* U slučaju lošeg vremena, možete li gostima organizirati dodatne aktivnosti?
* Spremni ste surađivati s drugim osobama (drugim nositeljima ruralnog turizma, turističkim vodičima, vlasnicima restorana i sl.) u organiziranju turističkih usluga i ugošćavanju turista?
* Spremni ste surađivati s lokalnim vlastima i drugim pružateljima turističkih usluga na poboljšanju uvjeta boravka turista na vašem području?

Vještine:

Imate li barem osnovna znanja o:

* Poslovnom planiranju
* Umjetnosti/dizajnu
* Oglašavanju/odnosima s javnošću
* Medijima: pisanje/društvene mreže/web stranica/radio/TV
* Prenošenju znanja
* Zanatima

Ako ste na većinu ovih pitanja odgovorili s "ne", možda ruralni turizam ne odgovara vašem tipu osobnosti. Ako ste na većinu pitanja odgovorili sa „da“, ruralni turizam bi mogao biti održiva opcija za vas. Važno je zapamtiti da se uspješan ruralni turizam fokusira na stvaranju ugodnog iskustva za posjetitelje. Ako se vaša osobnost dobro ne uklapa, možda bi drugi član obitelji ili zaposlenik mogao biti pogodniji za ovu ulogu.

Procjena vremena:

Neka važna pitanja koja biste si trebali postaviti:

* Koliko sati slobodnog vremena imate u toku radnog dana?
* Koliko tih sati ste spremni uložiti u ruralni turizam?
* Koliko sati slobodnog vremena imate vikendom?
* Koliko tih sati ste spremni uložiti u ruralni turizam?
* Mislite li da je to dovoljno za razinu usluge koju želite pružiti turistima?

Tko vas još može podržati i raditi s vama?

* Podržavaju li članovi vaše obitelji ovaj novi pothvat?
* Podržavaju li neki prijatelji ovaj novi pothvat?
* Možete li pronaći odgovarajuću radnu snagu te ima li je na raspolaganju u slučaju da vam zatreba?
* Posjeduju li neophodne vještine?
* Mogu li oni tome posvetiti potrebno vrijeme?
* Mislite li da je to dovoljno za razinu usluge koju želite pružiti turistima?

Za uspješno bavljenje ruralnim turizmom, poželjno je da posjedujete i sljedeće osobine:

* Ljubazan - Sve aktivnosti prema gostima trebale bi se odvijati na ljubazan način s radošću i osmijehom, čak i u situacijama kada će vam se gosti obraćati manje ljubaznim i uzrujanim tonom
* Gostoljubiv - Sposobnost da se pokaže gostima da nas njihov boravak, odnosno njihovo prisustvo na našem turističkom obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu raduje.
* Pažljiv - Biti dostupan gostu na način da gost dobije osjećaj vaše posvećenosti njemu, a pritom zadržati prostor i vrijeme za svoju vlastitu intimu i potrebe.
* Strpljiv - Potisnuti emotivne tenzije i ne pokazivati ih prema gostima. Ophoditi se s gostima uvijek mirnim tonom i mirno razgovarati
* Improvizator - U svakom trenutku biti u mogućnosti kreirati prijedlog aktivnosti koje bi mogle biti zanimljive gostu, primjerice, u slučaju kišnog dana.
* Diplomata - Ako dođe do sukoba između samih gostiju, gostiju i susjeda, gostiju i sumještana, gostiju i samih domaćina, konflikt riješiti na diplomatski način i pritom ne biti niti na jednoj od sukobljenih strana, već smireno posredovati. Također, ako gost traži nemoguće ili smatra da je oštećen te da nije dobio adekvatnu uslugu za koju je platio, smireno pronaći kompromis. Ne dopustite da vas postupci gostiju vidno uznemiruju.
1. Ocjena lokacije

Lokacija predstavlja jedno od osnovnih pitanja od kojih će ovisiti uspjeh vašeg posla u ruralnom turizmu. Morate procijeniti turistički potencijal vaše lokacije, kako u kontekstu šire regije, tako i u kontekstu vaše imovine, a temelji se na premisi da su regija i vaša imovina “kamen temeljac” za aktivnosti u ruralnom turizmu. Što su regija i imovina atraktivniji, veća je vjerojatnost da ćete razviti uspješan biznis u ruralnom turizmu.

Ovaj alat može pomoći u procjeni potencijala vašeg ruralnog turizma kao:

1. Potencijali vašeg gospodarstva na temelju vaših regionalnih karakteristika
2. Turistički potencijal vaše lokacije
3. **Potencijali vašeg gospodarstva na temelju vaših regionalnih karakteristika**

Pod pojmom "regija" možemo podrazumijevati teritorijalno područje sa vlastitim zemljopisnim karakteristikama koje se razlikuje od okolnih područja.

1. **Prirodna baština**

U okviru ovog dijela analizirajte turistički potencijal prirode i životno okruženje u vašoj regiji:

* U vašoj regiji nalazi se jedna od najpoznatijih prirodnih atrakcija u vašoj zemlji koju svake godine posjećuje veliki broj turista;
* Vašu regiju karakterizira bogata prirodna raznolikost. U regiji se ima što za vidjeti i za svakoga ponešto. Postoje planine i ravnice, postoje jezera, rijeke i potoci. Općenito, turisti vole putovati regijom i uživati u prirodi;
* Fauna - životinjski svijet važan je turistički potencijal u vašoj regiji. Mnoštvo je bezopasnih divljih životinja koje su turistima lako dostupne. Ili možda postoje neke jedinstvene vrste u regiji koje privlače turiste;
* Flora – biljni svijet je važan turistički potencijal u vašoj regiji. Biljni svijet je vrlo bogat i raznolik, postoje neke jedinstvene vrste koje privlače turiste;
* Voda – postoje, bilo prirodne, bilo umjetne, velike ili atraktivne vodene površine. Bar neki od njih imaju mogućnosti za rekreativne aktivnosti
1. **Kulturna baština**

U okviru ovog dijela analizirajte turistički potencijal kulturne baštine u vašoj regiji:

* U vašoj regiji nalazi se jedna od najpoznatijih kulturno-povijesnih atrakcija u vašoj zemlji koju svake godine posjećuje veliki broj turista;
* Vaša regija ima bogat kulturno-povijesni sadržaj. Puno se ulaže u očuvanje kulturno-povijesne baštine;
* Velik broj aktivnih muzeja i drugih kulturnih institucija pokazuje povezanost ove regije sa svojom prošlošću, kao i spremnost za očuvanje kulturne baštine;
* Posjetitelji ove regije mogu uživati u brojnim atrakcijama. Redovito se održavaju razna događanja, za svakoga ponešto. Veliki broj kulturnih, glazbenih i drugih festivala, sajmova, samo su neke od zanimljivih atrakcija u ovoj regiji;
* Ono što ovu regiju ističe je topla dobrodošlica prema svim posjetiteljima, kao i poštovanje i uvažavanje različitosti
1. **Aktivan odmor**

U okviru ovog dijela analizirajte turističke potencijale vezane za aktivan odmor u vašoj regiji:

* U vašoj regiji nalazi se jedno od najpoznatijih odredišta za aktivan odmor u vašoj zemlji, koje svake godine posjećuje veliki broj turista;
* Sportski sadržaji u regiji su razvijeni i pružaju mogućnost turistima da uživaju u raznim sportskim aktivnostima;
* Regija se može pohvaliti pružanjem različitih mogućnosti turistima, kao što su mogućnost šetnje u prirodi i vožnja bicikla po obilježenim stazama, jahanje konja itd.;
* Regija također nudi aktivnosti vezane uz vodu kao što su ribolov, vožnja čamcem i plivanje;
* Za one koji su više zainteresirani za ekstremne avanture, regija nudi veliki broj aktivnosti iz tog područja. Neke od aktivnosti su off-road vožnja, istraživanje spilja, penjanje po stijenama i mnoge druge
1. **Usluge**

U okviru ovog dijela analizirajte usluge koje su turistima potrebne u vašoj regiji:

* Vaša regija je jedna od najpoznatijih u vašoj zemlji po kvaliteti usluga za turiste;
* Vaša regija poznata je po velikom broju dobro opremljenih trgovina, dobroj mreži banaka i pošte. Osim klasičnih dućana, tu su i razne specijalizirane trgovine, a i sami turisti mogu pronaći dućane s različitim suvenirima iz regije. Pokrivenost regije internetom i telefonskom mrežom je dobra. Sve to u potpunosti zadovoljava kako potrebe stanovnika, tako i potrebe turista;
* Regija ima širok raspon objekata za popravak i održavanje automobila i bicikala;
* Ugostiteljstvo i turizam su vrlo važni u ovoj regiji, tako da možete vidjeti veliki izbor ugostiteljskih objekata, hotela i restorana koji nude različite vrste hrane i pića, kako domaćih tako i stranih. Uz sve to, lokalno stanovništvo i turisti imaju mogućnost posjete kinima, kazalištima i mnogim drugim kulturno-zabavnim sadržajima;
* Smještaj turistima u regiji nude razni hoteli, moteli, kampovi i pansioni
1. **Turistička infrastruktura**

U okviru ovog dijela analizirajte infrastrukturu koja je turistima potrebna u vašoj regiji:

* Vaša regija je jedna od najpoznatijih u vašoj zemlji po kvaliteti turističke infrastrukture;
* Prijevozne usluge u regiji uključuju korištenje različitih vrsta prijevoza, kao i mogućnost iznajmljivanja različitih vrsta vozila (automobili, bicikli, čamci...);
* Sigurnost u regiji je na visokoj razini. Medicinske usluge dostupne su 24 sata dnevno;
* Sve javne površine u regiji održavaju se čistima i urednima, kako za lokalno stanovništvo tako i za turiste;
* Turistima je na raspolaganju velika količina informacija, kao i podrška za lakše snalaženje tijekom posjeta. Kako bi se turistima olakšalo snalaženje, nude se karte, brošure, lokalni vodiči, tumačenje lokalnih atrakcija i mnoge druge vrste podrške. Također, turističko informativni centri pružaju pomoć u regiji
1. **Odnos prema turistima**

U okviru ovog dijela analizirajte odnos prema turistima u vašoj regiji:

* Vaša regija poznata je po izvrsnom odnosu prema turistima. Ova regija ima veliki turistički potencijal, zbog čega se ulaže puno energije i sredstava kako bi se privuklo što više turista. Podaci pokazuju da se broj posjetitelja povećava, što nam pokazuje da se regija kreće u dobrom smjeru;
* Turistička infrastruktura je na zadovoljavajućoj razini i zadovoljava potrebe turista;
* Regija je poznata po toploj dobrodošlici, pa samim time i lokalne tvrtke izlaze u susret i ispunjavanju zahtjeve svih posjetitelja;
* Razumijevanje i poštivanje različitosti i drugih kultura jedan je od glavnih postulata regije. Posjetiteljima iz različitih kultura, usluge se pružaju na kulturan i srdačan način, pun razumijevanja;
* Iskustva posjetitelja ove regije su vrlo pozitivna. Posjetitelji regije uvijek se osjećaju dobrodošli i prihvaćeni
1. **Promet**

U okviru ovog dijela analizirajte prometnu infrastrukturu koja je turistima potrebna:

* Vaša je regija jedna od najpoznatijih u vašoj zemlji po kvaliteti prometne infrastrukture za turiste;
* Ova regija ima visokokvalitetni cestovni sustav koji posjetiteljima olakšava putovanje;
* Ceste u ovoj regiji su u dobrom stanju i omogućuju laku navigaciju. Tu je i opsežna cestovna i turistička signalizacija;
* Glavne prilazne ceste omogućuju slobodno i nesmetano odvijanje prometa u svakom trenutku;
* Posjet ovoj regiji omogućuje jednostavan posjet ostalim obližnjim atrakcijama. Također, regija graniči s drugim državama koje se nalaze u blizini
1. **Turistička atraktivnost**

U okviru ovog dijela analizirajte opću turističku atraktivnost svoje regije

* Vaša regija jedna je od najpoznatijih destinacija u vašoj zemlji;
* Jednostavan pristup regiji omogućuju zračna luka, kvalitetne ceste i autocesta;
* Turistička industrija u regiji ne ovisi o sezoni i klimi. Također, ne ovisi o nekom konkretnom događaju ili festivalu;
* Turističko tržište je dovoljno veliko. Ovo tržište ima veliki potencijal za poslovanje i ulaganja;
* Regija pruža mogućnost povezivanja i suradnje s drugima koji se bave turizmom u regiji
1. **Turistički potencijal vaše lokacije**

Analiza turističkog potencijala vaše lokacije, odnosno gospodarstva.

1. **Prirodna baština**

U okviru ovog dijela analizirajte prirodnu baštinu vaše lokacije/gospodarstva:

* Vaša lokacija/gospodarstvo je u središtu jedne od najpoznatijih prirodnih atrakcija u vašoj regiji;
* Nevjerojatan pogled, zanimljivi reljefi i izuzetna ljepota čine gospodarstvo/lokaciju izuzetno atraktivnom;
* Lokacija/gospodarstvo ima vrlo bogatu i raznoliku floru. Postoje određene autohtone vrste koje privlače turiste. Osim vrlo bogatog i raznolikog biljnog svijeta, može se vidjeti i značajan broj životinjskog svijeta, što također privlači veliki broj posjetitelja;
* Postoje jezera, rijeke i potoci koji omogućuju aktivnosti kao što su ribolov, plivanje i vožnja čamcem;
* Lokacija/gospodarstvo je na vrlo dobroj poziciji. Ova pozicija je pristupačna i u blizu je raznih drugih atrakcija
1. **Turističke ponude**

U okviru ovog dijela analizirajte turističku ponudu svoje lokacije:

* Vaša lokacija/gospodarstvo ima značajnu turističku ponudu;
* Važna činjenica je da se u blizini lokacije/gospodarstva nalaze povijesne i kulturne znamenitosti. Neke od ovih znamenitosti su autohtona mjesta, artefakti, muzeji i druga povijesno važna mjesta;
* Posjetitelje zanimaju različiti procesi koji se odvijaju na lokaciji/gospodarstvu. Ovi procesi uključuju poljoprivredne, industrijske i komercijalne procese. Poljoprivredni procesi koji mogu biti od interesa za posjetitelje su proizvodnja i berba;
* U okolici postoje razne mogućnosti za aktivan odmor i rekreaciju. Neke od mogućnosti su planinarenje, jahanje, nacionalni parkovi i drugo;
* Uz već navedene značajke i mogućnosti, lokacija/gospodarstvo ima još mnogo zanimljivih sadržaja za potencijalne posjetitelje, kao što su možda primjeri stare mehanizacije ili velikog broja suvenira
1. **Infrastruktura na lokaciji**

U okviru ovog dijela analizirajte infrastrukturu vaše lokacije:

* Vaša lokacija/gospodarstvo ima svu infrastrukturu potrebnu turistima. Gospodarstvo ima dobar pristup, struju, internet, vodu i kanalizaciju, a otpadne vode se pročišćavaju;
* Prometnice, ulaz na lokaciju/gospodarstvo, kao i parking zadovoljavaju trenutne zahtjeve. Postoje mogućnosti povećanja kapaciteta, ukoliko će biti potrebno;
* Usluge prehrane i smještaja dostupne su na licu mjesta ili u neposrednoj blizini, kako bi se zadovoljile potrebe turista;
* U neposrednoj blizini se nalaze igrališta za djecu, razne šetnice, a za ljubitelje roštilja predviđeni su prostori za izlet i roštiljanje;
* Posjetitelji mogu biti sigurni jer se sigurnost objekata i posjetitelja održava na najvišoj razini
1. **Poslovni potencijal**

U okviru ovog dijela analizirajte ljudske i poslovne potencijale kojima raspolažete, a koji su potrebni za zadovoljenje potreba turista:

* Vaša lokacija/gospodarstvo ima potreban ljudski i poslovni potencijal da zadovolji potrebe turista;
* Kako bi se zadovoljili zahtjevi i potrebe posjetitelja, može se osigurati zapošljavanje kvalificirane radne snage;
* Posjedujete potrebno znanje za vođenje posla ili ste ga spremni brzo steći;
* Vrijeme koje provodite na svojim drugim poslovima neće utjecati na vaše vrijeme namijenjeno poslovima u ruralnom turizmu;
* Imate potpuno jedinstveni turistički proizvod, kakav nema nitko drugi

Ako se slažete s većinom ovih izjava, ruralni turizam bi mogao biti održiva opcija za vas.

Ako se ne slažete s mnogima od njih, možda vaša lokacija/gospodarstvo nije najprikladniji za ruralni turizam.

KORISNI ALATI

Slijedi nekoliko korisnih alata koji vam mogu pomoći da procijenite je li ruralni turizam za vas:

***OSOBNA PROCJENA***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Osobne kvalitete | Da | Ne | Poboljšati |
| Smatrate li se dobrim planerom/organizatorom? |  |  |  |
| Imate li kreativnih ideja? |  |  |  |
| Posjedujete li visoku razinu energije i entuzijazma? |  |  |  |
| Uživate li u obavljanju novih poslova? |  |  |  |
| Prilagođavate li se lako promjenama? |  |  |  |
| Uživate li u komunikaciji i odnosima s ljudima? |  |  |  |
| Možete li relativno brzo uspostaviti kontakt s nepoznatim osobama? |  |  |  |
| Uživate li zabavljati goste? |  |  |  |
| Volite li gužvu? |  |  |  |
| Raduje li vas komunikacija i ophođenje s ljudima? |  |  |  |
| Koliko ste strpljivi? |  |  |  |
| Jeste li organizirani? |  |  |  |
| Možete li stvoriti toplu, sigurnu i privlačnu atmosferu za turiste? |  |  |  |
| Možete li se nositi s dodatnim poslovnim obvezama vezanim uz ruralni turizam? |  |  |  |
| Možete li se uz osnovnu djelatnost baviti i primanjem gostiju? |  |  |  |
| Ne bi vas smetalo da vas gosti povremeno ometaju u vašem svakodnevnom poslu? |  |  |  |
| Spremni ste raditi kao i "zabavljati" posjetitelje navečer, vikendom i praznicima, kada će posjetitelji najčešće dolaziti na vaše gospodarstvo? |  |  |  |
| Biste li bili spremni jedan dio svog obiteljskog života podijeliti s gostima koji borave na vašem poljoprivrednom gospodarstvu? |  |  |  |
| Možete li uspješno rješavati konflikte među ljudima? |  |  |  |
| Imate li kreativnih ideja? |  |  |  |
| Posjedujete li visoku razinu energije i entuzijazma? |  |  |  |
| Uživate li raditi nove stvari? |  |  |  |
| UKUPNO |  |  |  |
| Poslovno iskustvo | **Da** | **Ne** | **Poboljšati** |
| Motivirani ste za pokretanje novog poduzeća? |  |  |  |
| Bavili ste se ranije sličnim poslom? |  |  |  |
| Posjedujete li nacrt poslovnog plana za novi posao? |  |  |  |
| Spremni ste da preuzmete rizik? |  |  |  |
| Imate li prijatelja, člana obitelji ili poslovnog savjetnika s kojim možete razgovarati o ciljevima i kako bi novi pothvat mogao utjecati na vaše poslovanje? |  |  |  |
| Možete li odvojiti vrijeme da sagledati svoje ruralno gospodarstvo iz perspektive turista i da napravite izmjene kako bi ono bilo više prilagođeno gostima? |  |  |  |
| Spremni ste voditi detaljnu evidenciju prihoda i rashoda za svoj novi posao? |  |  |  |
| Zainteresirani ste za istraživanje novih marketinških tehnika i resursa koji će vam pomoći u promociji vaše ponude ruralnog turizma? |  |  |  |
| Spremni ste gostima pribaviti informacije o znamenitostima u okolici (prirodni i kulturi, muzejima, događanjima, prometnim vezama, trgovinama, restoranima) i da budete dostupni za njihove upite? |  |  |  |
| U slučaju lošeg vremena, možete li gostima organizirati dodatne aktivnosti? |  |  |  |
| Da li ste spremni surađivati s drugim osobama (drugim nositeljima ruralnog turizma, turističkim vodičima, vlasnicima restorana i sl.) u organiziranju turističkih usluga i ugošćavanju turista? |  |  |  |
| Spremni ste surađivati s lokalnim vlastima i drugim pružateljima turističkih usluga na poboljšanju uvjeta boravka turista na vašem području? |  |  |  |
| UKUPNO |  |  |  |
| Vještine | **Da** | **Ne** | **Poboljšati** |
| Imate li barem osnovna znanja o: |  |  |  |
| Poslovnom planiranju |  |  |  |
| Umjetnosti/dizajnu |  |  |  |
| Oglašavanju/odnosima s javnošću |  |  |  |
| Medijima: pisanje/društvene mreže/web stranica/radio/TV |  |  |  |
| Prenošenju znanja |  |  |  |
| Zanatima  |  |  |  |

Ako ste na većinu pitanja odgovorili s "ne", možda ruralni turizam ne odgovara vašem tipu osobnosti.

Ako ste na većinu pitanja odgovorili sa „da“, ruralni turizam može biti održiva opcija za vas.

***PROCJENA VREMENA***

|  |  |
| --- | --- |
| Koliko sati slobodnog vremena imate po radnom danu? |  |
| Koliko sati slobodnog vremena imate tijekom radnog dana? |  |
| Koliko tih sati ste spremni uložiti u ruralni turizam? |  |
| Koliko sati slobodnog vremena imate vikendom? |  |
| Koliko tih sati ste spremni uložiti u ruralni turizam? |  |

Mislite li da je to dovoljno za razinu usluge koju želite pružiti turistima?

**Tko vas još može podržati i raditi s vama?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tko | Uloge | Vještine/kvalitete | Dostupnovrijeme ( h / tjedan ) |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Imate li dovoljno podrške za svoj ruralni turizam?

***OCJENA TURISTIČKOG POTENCIJALA REGIJE***

Ocijenite svoju razinu slaganja sa sljedećim izjavama:

Ne - nije istina ili uglavnom nije istina

Možda – djelomično je istina

Da - istina je ili uglavnom istina

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. Prirodna baština
 | Da | Možda | Ne |
| U vašoj regiji nalazi se jedna od najpoznatijih prirodnih atrakcija u vašoj zemlji koju svake godine posjećuje veliki broj turista |  |  |  |
| Vašu regiju karakterizira bogata prirodna raznolikost. U regiji se ima što za vidjeti i za svakoga ponešto. Postoje planine i ravnice, postoje jezera, rijeke i potoci. Općenito, turisti vole putovati regijom i uživati u prirodi |  |  |  |
| Fauna - životinjski svijet važan je turistički potencijal u vašoj regiji. Mnoštvo je bezopasnih divljih životinja koje su turistima lako dostupne. Ili možda postoje neke jedinstvene vrste u regiji koje privlače turiste |  |  |  |
| Flora – biljni svijet je važan turistički potencijal u vašoj regiji. Biljni svijet je vrlo bogat i raznolik, postoje neke jedinstvene vrste koje privlače turiste |  |  |  |
| Voda – postoje, bilo prirodne, bilo umjetne, velike ili atraktivne vodene površine. Bar neki od njih imaju mogućnosti za rekreativne aktivnosti |  |  |  |
| UKUPNO |  |  |  |
| 1. Kulturna baština
 | **Da** | **Možda** | **Ne** |
| Svake godine posjećuje veliki broj turista |  |  |  |
| Vaša regija ima bogat kulturno-povijesni sadržaj. Puno se ulaže u očuvanje kulturno-povijesne baštine |  |  |  |
| Velik broj aktivnih muzeja i drugih kulturnih institucija pokazuje povezanost ove regije s svojom prošlošću, kao i spremnost za očuvanje kulturne baštine |  |  |  |
| Posjetitelji ove regije mogu uživati u brojnim atrakcijama. Redovito se održavaju razna događanja, za svakoga se nađe ponešto. Veliki broj kulturnih, glazbenih i drugih festivala, sajmova, samo su neke od zanimljivih atrakcija u ovoj regiji |  |  |  |
| Ono što ovu regiju ističe je topla dobrodošlica svim posjetiteljima, kao i poštovanje i uvažavanje različitosti |  |  |  |
| UKUPNO |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. Aktivan odmor
 | Da | Možda | Ne |
| U vašoj regiji nalazi se jedno od najpoznatijih odredišta za aktivan odmor u vašoj zemlji, koje svake godine posjećuje veliki broj turista |  |  |  |
| Sportski sadržaji u regiji su razvijeni i pružaju mogućnost turistima da uživaju u raznim sportskim aktivnostima |  |  |  |
| Regija se može pohvaliti pružanjem različitih mogućnosti turistima, kao što su mogućnost šetnje u prirodi i vožnja bicikla po obilježenim stazama, jahanje konja itd. |  |  |  |
| Regija također nudi aktivnosti vezane uz vodu kao što su ribolov, vožnja čamcem i plivanje |  |  |  |
| Za one koji su više zainteresirani za ekstremne avanture, regija nudi veliki broj aktivnosti iz tog područja. Neke od aktivnosti su off-road vožnja, istraživanje spilja, penjanje po stijenama i mnoge druge |  |  |  |
| UKUPNO |  |  |  |
| 1. Usluge
 | **Da** | **Možda** | **Ne** |
| Vaša regija je jedna od najpoznatijih u vašoj zemlji po kvaliteti usluga za turiste; |  |  |  |
| Vaša regija poznata je po velikom broju dobro opremljenih trgovina, dobroj mreži banaka i pošte. Osim klasičnih dućana, tu su i razne specijalizirane trgovine, a i sami turisti mogu pronaći dućane s različitim suvenirima iz regije. Pokrivenost regije internetom i telefonskom mrežom je dobra. Sve to u potpunosti zadovoljava kako potrebe stanovnika, tako i potrebe turista |  |  |  |
| Regija ima širok raspon objekata za popravak i održavanje automobila i bicikala |  |  |  |
| Ugostiteljstvo i turizam su vrlo važni u ovoj regiji, tako da možete vidjeti veliki izbor ugostiteljskih objekata, hotela i restorana koji nude različite vrste hrane i pića, kako domaćih tako i stranih. Uz sve to, lokalno stanovništvo i turisti imaju mogućnost posjete kinima, kazalištima i mnogim drugim kulturno-zabavnim sadržajima |  |  |  |
| Smještaj turistima u regiji nude razni hoteli, moteli, kampovi i pansioni |  |  |  |
| UKUPNO |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. Turistička infrastruktura.
 | Da | Možda | Ne |
| Vaša regija je jedna od najpoznatijih u vašoj zemlji po kvaliteti turističke infrastrukture |  |  |  |
| Prijevozne usluge u regiji uključuju korištenje različitih vrsta prijevoza, kao i mogućnost iznajmljivanja različitih vrsta vozila (automobili, bicikli, čamci...) |  |  |  |
| Sigurnost u regiji je na visokoj razini. Medicinske usluge dostupne su 24 sata dnevno |  |  |  |
| Sve javne površine u regiji održavaju se čistima i urednima, kako za lokalno stanovništvo tako i za turiste |  |  |  |
| Turistima je na raspolaganju velika količina informacija, kao i podrška za lakše snalaženje tijekom posjeta. Kako bi se turistima olakšalo snalaženje, nude se karte, brošure, lokalni vodiči, tumačenje lokalnih atrakcija i mnoge druge vrste podrške. Također, turističko informativni centri pružaju pomoć u regiji |  |  |  |
| UKUPNO |  |  |  |
| 1. Odnos prema turistima
 | **Da** | **Možda** | **Ne** |
| Vaša regija poznata je po izvrsnom odnosu prema turistima. Ova regija ima veliki turistički potencijal, zbog čega se ulaže puno energije i sredstava kako bi se privuklo što više turista. Podaci pokazuju da se broj posjetitelja povećava, što nam pokazuje da se regija kreće u dobrom smjeru |  |  |  |
| Turistička infrastruktura je na zadovoljavajućoj razini i zadovoljava potrebe turista |  |  |  |
| Regija je poznata po toploj dobrodošlici, pa samim time i lokalne tvrtke izlaze u susret i ispunjavanju zahtjeve svih posjetitelja |  |  |  |
| Razumijevanje i poštivanje različitosti i drugih kultura jedan je od glavnih postulata regije. Posjetitelji iz različitih kultura usluge se pružaju na kulturan i srdačan način, pun razumijevanja |  |  |  |
| Iskustva posjetitelja ove regije su vrlo pozitivna. Posjetitelji regije uvijek se osjećaju dobrodošli i prihvaćeni |  |  |  |
| UKUPNO |  |  |  |
| 1. Promet
 | **Da** | **Možda** | **Ne** |
| Vaša je regija jedna od najpoznatijih u vašoj zemlji po kvaliteti prometne infrastrukture za turiste; |  |  |  |
| Ova regija ima visokokvalitetni cestovni sustav koji posjetiteljima olakšava putovanje; |  |  |  |
| Ceste u ovoj regiji su u dobrom stanju i omogućuju laku navigaciju. Tu je i opsežna cestovna i turistička signalizacija; |  |  |  |
| Glavne prilazne ceste omogućuju slobodno i nesmetano odvijanje prometa u svakom trenutku; |  |  |  |
| Posjet ovoj regiji omogućuje jednostavan posjet ostalim obližnjim atrakcijama. Također, regija graniči s drugim državama koje se nalaze u blizini. |  |  |  |
| UKUPNO |  |  |  |
| 1. Turistička atraktivnost
 | **Da** | **Možda** | **Ne** |
| Vaša regija jedna je od najpoznatijih destinacija u vašoj zemlji; |  |  |  |
| Jednostavan pristup regiji omogućuju zračna luka, kvalitetne ceste i autocesta; |  |  |  |
| Turistička industrija u regiji ne ovisi o sezoni i klimi. Također, ne ovisi o nekom konkretnom događaju ili festivalu; |  |  |  |
| Turističko tržište je dovoljno veliko. Ovo tržište ima veliki potencijal za poslovanje i ulaganja; |  |  |  |
| UKUPNO |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Da | Možda | Ne |
| UKUPNO |  |  |  |

Zbrojite broj odgovora za svaku kategoriju (da, možda, ne):

* Ako imate najveći broj odgovora pod DA - vaša regija vjerojatno ima veliki turistički potencijal
* Ako imate najveći broj odgovora pod MOŽDA - vaša regija vjerojatno ima umjeren turistički potencijal
* Ako imate najveći broj odgovora pod NE - vaša regija vjerojatno nema značajan turistički potencijal

***PROCJENA TURISTIČKOG POTENCIJALA VAŠE LOKACIJE***

Analiza turističkog potencijala vaše lokacije ili nekretnine.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. Prirodna baština
 | Da | Možda | Ne |
| Vaša lokacija/gospodarstvo je u središtu jedne od najpoznatijih prirodnih atrakcija u vašoj regiji; |  |  |  |
| Nevjerojatan pogled, zanimljivi reljefi i izuzetna ljepota čine gospodarstvo /lokaciju izuzetno atraktivnom; |  |  |  |
| Lokacija/gospodarstvo ima vrlo bogatu i raznoliku floru. Postoje određene autohtone vrste koje privlače turiste. Osim vrlo bogatog i raznolikog biljnog svijeta, može se vidjeti i značajan broj životinjskog svijeta, što također privlači veliki broj posjetitelja; |  |  |  |
| Postoje jezera, rijeke i potoci koji omogućuju aktivnosti kao što su ribolov, plivanje i vožnja čamcem; |  |  |  |
| Lokacija/gospodarstvo je na vrlo dobroj poziciji. Ova pozicija je pristupačna i u blizu je raznih drugih atrakcija. |  |  |  |
| UKUPNO |  |  |  |
| 1. Turističke ponude
 | **Da** | **Možda** | **Ne** |
| Vaša lokacija/gospodarstvo ima značajnu turističku ponudu; |  |  |  |
| Važna činjenica je da se u blizini lokacije/gospodarstva nalaze povijesne i kulturne znamenitosti. Neke od ovih znamenitosti su autohtona mjesta, artefakti, muzeji i druga povijesno važna mjesta; |  |  |  |
| Posjetitelje zanimaju različiti procesi koji se odvijaju na lokaciji/gospodarstvu. Ovi procesi uključuju poljoprivredne, industrijske i komercijalne procese. Poljoprivredni procesi koji mogu biti od interesa za posjetitelje su proizvodnja i berba; |  |  |  |
| U okolici postoje razne mogućnosti za aktivan odmor i rekreaciju. Neke od mogućnosti su planinarenje, jahanje, nacionalni parkovi i drugo; |  |  |  |
| Uz već navedene značajke i mogućnosti, lokacija/gospodarstvo ima još mnogo zanimljivih sadržaja za potencijalne posjetitelje, kao što su možda primjeri stare mehanizacije ili velikog broja suvenira. |  |  |  |
| UKUPNO |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. Infrastruktura na mjestu
 | Da | Možda | Ne |
| Vaša lokacija/gospodarstvo ima svu infrastrukturu potrebnu turistima. Gospodarstvo ima dobar pristup, struju, internet, vodu i kanalizaciju, a otpadne vode se pročišćavaju; |  |  |  |
| Prometnice, ulaz na lokaciju/gospodarstvo, kao i parking zadovoljavaju trenutne uvjete. Postoje mogućnosti povećanja kapaciteta, ukoliko će biti potrebno; |  |  |  |
| Usluge prehrane i smještaja dostupne su na licu mjesta ili u neposrednoj blizini, kako bi se zadovoljile potrebe turista; |  |  |  |
| U neposrednoj blizini se nalaze igrališta za djecu, razne šetnice, a za ljubitelje roštilja predviđeni su prostori za izlet i roštiljanje; |  |  |  |
| Posjetitelji mogu biti sigurni, jer se sigurnost objekata i posjetitelja održava na najvišoj razini. |  |  |  |
| UKUPNO |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. Poslovni potencijal
 | Da | Možda | Ne |
| Vaša lokacija/gospodarstvo ima potreban ljudski i poslovni potencijal da zadovolji potrebe turista; |  |  |  |
| Kako bi se zadovoljili zahtjevi i potrebe posjetitelja, može se osigurati zapošljavanje kvalificirane radne snage; |  |  |  |
| Posjedujete potrebno znanje za vođenje posla ili ste ga spremni brzo steći; |  |  |  |
| Vrijeme koje provodite na svojim drugim poslovima neće utjecati na vaše vrijeme posvećeno poslovima u ruralnom turizmu; |  |  |  |
| Imate potpuno jedinstveni turistički proizvod, kakav nema nitko drugi. |  |  |  |
| UKUPNO |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Da | Možda | Ne |
| UKUPNO |  |  |  |

Zbrojite broj odgovora za svaku kategoriju (da, možda, ne):

* Ako imate najveći broj odgovora pod DA - vaša lokacija/gospodarstvo vjerojatno ima veliki turistički potencijal
* Ako imate najveći broj odgovora pod MOŽDA - vaša lokacija/gospodarstvo vjerojatno ima umjeren turistički potencijal
* Ako imate najveći broj odgovora pod NE - vaša lokacija/gospodarstvo vjerojatno nema značajan turistički potencijal
1. TURISTIČKA PONUDA

Može se reći da turisti – konzumenti ruralnog turizma većinom pripadaju skupini natprosječno obrazovanih ljudi, koji preferiraju manje poznata odredišta i odmor izvan glavne sezone, a motivirani su saznati više o lokalnoj kulturi, naučiti o lokalnom načinu života i brizi za okoliš.

Važne skupine posjetitelja u ruralnom turizmu su:

* Jednodnevni posjetitelji - posebno važna skupina iz većih urbanih središta (očekuje se daljnji rast potražnje)
* Posjetitelji na kratkim odmorima - podjela jednog dužeg odmora na više kraćih, kao opći trend, vidljiva je i u ruralnom turizmu, gdje se traži više doživljaja za manje vremena
* Obitelji s djecom - posebno su važna skupina, te treba voditi računa o njihovim posebnim potrebama, poput sigurnosti i zabave za djecu
* Treća dob – ruralne destinacije popularna su odredišta za stariju populaciju koja cijeni ruralnu tradiciju, mir i mogućnosti za laganu rekreaciju (npr. šetnje). Važno je uzeti u obzir posebne potrebe ovog segmenta, kao što su sigurnost, udobnost i prehrambene navike (eventualni zahtjevi u vidu specifične prehrane)
* Posebni interesi - u posljednjih desetak godina primjetan je porast interesa za ruralnim prostorima među posebnim interesnim skupinama, poput biciklista ili šetača, ali sve više i vrlo specijaliziranih skupina poput eno-gastronoma, promatrača ptica i etnoloških entuzijasta
* Grupe - prvenstveno grupe školske djece, grupe mladih (razni klubovi i udruge), interesne grupe
* Osobe s posebnim potrebama - Pružatelji usluga moraju obratiti pozornost na infrastrukturne detalje, kao što su: rampe za invalidska kolica na mjestima gdje postoje stepenice, kupaonska vrata širine najmanje 75 cm i sl.

Što gosti očekuju?

Općenito govoreći, očekivanja gostiju su:

* Ono što vide na terenu, mora odgovarati onome što ste i promovirali
* Sve je čisto, uredno i održavano
* Do vas se lako dolazi, parking je dovoljno veliki
* Lako se mogu orijentiraju, kretanje je logično
* Osoblje je vidljivo, pristupačno, ljubazno i daje upute
* Objekti za goste sigurni su i dostupni svim gostima, a posebno maloj djeci, starijim osobama i osobama s invaliditetom
* Toaleti i pitka voda dostupni su i za aktivnosti izvan objekta
* Wi Fi dostupan i izvan objekata
* Plaćanje je moguće i bankovnim karticama
1. Ponuda u ruralnom turizmu

Turistički proizvod je predmet ili sredstvo razmjene na turističkom tržištu.

Turistički proizvod je međusobno povezan skup pojedinačnih proizvoda i usluga različitog porijekla koje turisti koriste tijekom turističkog putovanja.

Turistički proizvod možemo definirati kao zbroj iskustava turista koji ispunjavaju njihova očekivanja. To uključuje iskustva sa smještajem, gastronomijom, prirodnom i kulturnom baštinom, aktivnostima, zabavom, prijevozom itd.

1. Vaša turistička ponuda

U današnja vremena turistima nije dovoljno pružiti samo kvalitetan smještaj i hranu. Turisti trebaju novu ponudu, intenzivnije doživljaje, nova znanja, više zabave, rekreacije, sporta i avanture. Potrebno im je pružiti ponudu koja će biti maksimalno prilagođena njihovim individualnim interesima i zahtjevima.

Uz svoju osnovnu turističku ponudu (smještaj, hrana ili prezentacija tradicijskih vrijednosti), razmislite o dodatnim sadržajima koji bi mogli privući turiste da ostanu "dan više" (od nekoliko sati do nekoliko dana). To je značajno s ekonomskog aspekta, jer dodatnu ponudu možete naplaćivati zasebno ili u sklopu šireg paketa, ali sa višom cijenom.

Slijedi pregled ideja i praktičnih savjeta kako sami možete obogatiti turističku ponudu.

1. **Aktivno**

Ove aktivnosti mogu unaprijediti i kvalitetno upotpuniti vrijeme koje turisti provode na vašem gospodarstvu ili objektu:

* **Biciklizam -** Turisti mogu voziti bicikle posebnim biciklističkim stazama, lokalnim ili seoskim cestama, ali i šumskim putovima i teže prohodnim terenima. Nabavite nove ili popravite vaše stare bicikle i iznajmljujte ih turistima. Opremite se jednostavnom opremom za servis bicikla (pumpa, rezervne gume, ventili itd.). Za svoje goste možete organizirati i malo biciklističko natjecanje.
* **Šetnje u prirodi -** Šetnja prirodom nudi turistima priliku da jednostavno upoznaju nova mjesta i dožive niz lijepih iskustava. Pripremite kartu s označenim stazama, označite neke svoje staze, turistima jasno prezentirajte težinu staza i vrijeme potrebno za iste. Uključite šetnju prirodom u svoju turističku ponudu.
* **Šetnje prirodom u pratnji vodiča -** Ova šetnja trebala bi, osim prekrasnih krajolika i šumskih predjela, turistima predstaviti i bogatstvo flore i faune. Podučite turiste o rijetkim biljnim i životinjskim vrstama u vašoj okolini i temeljite priču na svojim iskustvima s tim vrstama. Na određenim mjestima možete postaviti panoe ili informativne ploče koje će dopuniti vaše priče.
* **Vožnja čamcem -** Ako postoji rijeka ili jezero, nabavite adekvatan čamac i omogućite turistima da upoznaju vaš kraj iz vodene perspektive. Obratite pozornost na pitanje sigurnosti.
* **Sportovi s loptom -** Nogomet, odbojka ili badminton - ne moraju biti samo na uređenim sportskim terenima. Dobar je osjećaj igrati na travi ili pijesku. Uže možete objesiti između dva stabla u svom voćnjaku ili dvorištu i lako označiti teren.
* **Bazen -** Postavite bazen u dvorištu. Koristite sunčevu energiju za zagrijavanje kako biste produžili sezonu.
* **Wellness i spa -** Stvorite oazu mira i opuštanja u dijelu svog gospodarstva. Osigurajte sadržaje za turiste čak i kada je vani loše vrijeme.
* **Strjeljaštvo -** Gađanje mete lukom i strijelom dobar je način provođenja vremena u području oko objekta. Luk i strijela mogu biti od drveta i strune, a meta može biti oslikana drvena daska ili vreća pijeska. Obratite pozornost na sigurnost sudionika jer može doći do neželjenih ozljeda.
* **Gledanje ptica -** Napravite plakat s fotografijama i opisima ptica koje se viđaju u vašem kraju. Napravite kartu s mjestima odakle možete promatrati ptice i na ta mjesta postavite klupe. Nabavite dalekozor i iznajmite ga ili ga samo besplatno dajte turistima.
* **Penjanje po stijenama** - Ekstremni sport koji zahtijeva dobru opremu i dobro ispitan teren. Obično se organizira u suradnji s profesionalnim klubovima.
* **Jahanje konja -** Turisti, a posebno djeca, mogu jahati konje u ograđenom prostoru. Također možete organizirati školu jahanja i dodatno je naplatiti.
* **Vožnja quadovima -** Možda već imate quad koji koristite za teže prohodne puteve. Iznajmljujte ga turistima koji imaju odgovarajuću vozačku dozvolu.
* **Sanjkanje** - Sanjkanje nije samo aktivnost za djecu, već za cijelu obitelj. Pripremite odgovarajuću stazu u svom susjedstvu i predložite je svojim turistima kao aktivnost kojom se mogu koristiti.
* **Lov i ribolov -** Lov se najčešće provodi u suradnji sa specijaliziranim lovačkim udrugama. Pomozite ribičima da kupe dozvolu za ribolov. Ribičima možete iznajmiti ribolovnu opremu ili čamac.
* **Mini golf -** Ovo može biti smiješan način da gosti provedu dio dana. To bi mogao biti mali prostor iza kuće, gdje biste iskopali nekoliko rupa i postavili nekoliko prepreka za lopticu. Na internetu možete pronaći kreativne sheme za mini golf terene.
* **Igraonica za manju djecu -** Ako ste vješti u obradi drveta, možete postaviti male kućice u kojima će djeca uživati i provoditi vrijeme.
* **Šetnja kozjim stazama -** Samo za fizički najspremnije turiste. Nekoliko puta treba skrenuti pozornost na opasnosti koje vrebaju tijekom šetnje**.**
1. **Naučite nešto novo**

Turisti su zainteresirani vidjeti nešto novo. Sve više turista želi naučiti nešto novo ili probati nešto što su ljudi radili u prošlosti. Organizirajte radionice na teme koje su vaša specijalnost i na kojima znate odgovore na sva pitanja. Pripremite prostor za radionicu. To može biti već postojeći prostor: garaža, štagalj, štala, radiona, kuhinja, podrum itd.). Možete napraviti potpuno novi prostor, posebno pripremljen za prezentaciju. Obratite posebnu pozornost na definiranje broja turista koji mogu jednako dobro slušati ili aktivno sudjelovati na radionici ili obuci (npr. dovoljan broj alata, stolica, rukavica i sl.).

* **Kulinarska radionica -** Potrebna vam je kuhinja u kojoj ćete zajedno s turistima pripremati lokalna domaća jela. Kada ih zajedno pripremate, zajedno ih i probajte.
* **Priprema proizvoda za van -** Radionica za izradu lokalnih domaćih specijaliteta, rakije, džemova, slastica. Zajedno s turistima napraviti finalni proizvod koji mogu ili konzumirati ili ponijeti kući.
* **Šišanje ovaca -** Pokažite kako se šišaju ovce te neka onda turisti sami probaju. Objasnite što se nakon toga događa s vunom.
* **Predenje vune -** Pokažite kako se vuna prede. Turisti mogu koristiti vreteno i sami oblikovati vunene niti. Možete napraviti mala vretena na kojima će sami ispredati vunu koju mogu ponijeti sa sobom. Mala vretena mogu se prodavati i kao pojedinačni suveniri.
* **Berba biljaka -** Organizirajte branje biljaka uz stručno vodstvo. Turistima možete pokazati kako se od ubranih biljaka izrađuju različiti vijenci koje mogu ponijeti sa sobom. Možete staviti naglasak na ljekovite biljke.
* **Astronomija -** Nabavite kućni teleskop i postavite zvjezdanu kartu neba. Zahtijeva dobro poznavanje astronomije, prateće karte, dobar pogled na nebo i lijepo vrijeme.
* **Proizvodnja organske hrane -** Prikaz proizvodnog procesa i njegove važnosti za okoliš. Prezentaciju možete napraviti u vrtu ili na mjestu gdje su izloženi organski proizvodi. Prezentacija može biti povezana s prodajom "izaberi i uberi".
* **Košnja -** Najprije objasnite što je potrebno za košnju (kosa, čekić, nakovanj...). Pokažite kako se pravilno drži kosa i budite strpljivi. Imajte na umu da turisti neće moći obaviti posao umjesto vas, samo će pokositi nekoliko otkosa dok se slikaju.
* **Rezbarenje bundeve -** Umjetnička radionica koju će svi pamtiti. Možete napraviti jednostavne modele koje sudionici mogu izraditi sami. Bundeve kasnije možete ukrasiti svjećicama, ali i raznim drugim ukrasima iz prirode.
* **Hranidba domaćih životinja -** Ovo je aktivnost uglavnom namijenjena djeci. Mora se voditi računa o maksimalnoj sigurnosti turista, ali i životinja.
* **"Posadi svoje drvo" -** Turisti mogu posaditi drvo na odabranom mjestu. To drvo može imati malu pločicu s imenom osobe koja ga je posadila. Nije dobro saditi stablo kada vegetacija to ne dopušta, jer neuspjela sadnja može kasnije imati negativan učinak na turiste.
* **Priprema kruha u staroj peći -** Možete pokazati turistima kako se mijesi kruh koji će im se kasnije ponuditi za vrijeme obroka.
* **Degustacija vina i rakije** - Ova aktivnost uglavnom se organizira na poljoprivrednim gospodarstvima koja proizvode vino ili rakiju. Ali ako ste u vinskoj regiji, organizirajte degustaciju nekoliko različitih vina iz regije. Degustaciju prati pomno birana hrana. Na vrijeme pripremite piće i hranu koju ćete poslužiti te razmislite o glazbenoj pratnji cijelog događaja.
* **Degustacija proizvoda s gospodarstva -** Ako proizvodite više različitih proizvoda, prezentirajte ih turistima.
* **Pletenje košara/cekera -** Zaboravljena vještina koja se može pokazati turistima i u kojoj oni mogu sudjelovati. Može se prezentirati u različitim fazama rada (priprema materijala, obrada dna...). Možda je najbolje uključiti turiste u završnu fazu pletenja.
* **Izrada drvenog ugljena -** Turisti se mogu uključiti u proces proizvodnje drvenog ugljena, od sortiranja drva i spaljivanja do vađenja drvenog ugljena.
1. **Usluge**

Usluge koje se pružaju u ruralnom okruženju razlikuju se od onih u urbanom okruženju. Zbog toga navedene aktivnosti mogu biti zanimljive turistima koji dolaze iz gradova:

* **Odmor na poljoprivrednom gospodarstvu -** Opušteni odmor u blizini životinja daje osjećaj blizine života u prirodi.
* **Događanja:** vjenčanja, rođendani, korporativni i drugi događaji - Mnogi ljudi žele imati nešto drugačije za "svoj dan" od uobičajenih proslava u restoranima. Organizacija ovakvih događaja zahtijeva potrebno iskustvo domaćina u radu s većom grupom ljudi.
* **"Ručak na travi" -** Prehrana u prirodi nešto je za što stanovnici grada rijetko imaju priliku. Možete ponuditi kompletan obrok ili samo prostor u koji će gosti sami donositi hranu, a vi ćete im osigurati infrastrukturu.
* **Kampiranje -** U kampu je potrebno urediti parcele na kojima je moguće postaviti šatore. Osigurati korištenje električne energije i sanitarnih čvorova.
* **Tematske večere -** Možete ponuditi organizaciju raznih tematskih programa uz popratne sadržaje (tradicijske igre i prigodna glazba).
* **Iznajmljivanje opreme -** Čamci, oprema za ribolov, oprema za kampiranje, bicikli... Potrebno je da u vašem okruženju postoji mogućnost korištenja iznajmljene opreme.
1. **Izravna prodaja proizvoda**

Ovom vrstom prodaje možete preskočiti veleprodaju i moći ćete naplatiti višu cijenu za svoje proizvode ili usluge

* **„Izaberi i uberi“** – voće, povrće, cvijeće, božićna drvca. Ovo je prodaja gdje turisti dođu u vaš voćnjak, povrtnjak i sl., razgledaju i biraju voće, povrće i sl., biraju konkretno plodove koje će kupiti i sami ih ubrati. Nakon toga, proizvodi se mjere i naplaćuju po kilogramu ili po komadu.
* **Dostava proizvoda na određene adrese -** Ponuda dostave na adrese kuća, tvrtaka, restorana…
* **Prodaja vaših proizvoda online**
* **Prodaja poklona:** npr. "košarica lokalnih proizvoda" - turisti ili tvrtke poklanjaju lokalne proizvode svojim prijateljima ili poslovnim partnerima
* **Prodaja na kućnom pragu -** Za prodaju na kućnom pragu (obično ispred vlastitog gospodarstva) možete napraviti mali štand na kojem su predstavljeni sezonski proizvodi s naznačenom cijenom.
1. **Posebni događaji**

Ovakva događanja izvrsna su prilika da vidite što rade drugi pružatelji usluga u ruralnom turizmu te da se pribavite važne kontakte, kako s potencijalnim turistima tako i s potencijalnim partnerima.

* **Festivali -** Da li možete organizirati vlastiti festival? Ako ne, uključite se u organizaciju festivala koje organiziraju drugi.
* **Vinske ture -** Povežite nekoliko proizvođača vina i eto vam nove gastronomske ponude.
* **Pronađite blago -** Izradite vlastitu digitalnu aplikaciju za igru potrage za izgubljenim blagom.

KORISNI ALATI

*TKO SU VAŠI GOSTI?*

U sljedećem popisu pokušajte preciznije definirati profil svojih gostiju i što im možete ponuditi:

|  |  |
| --- | --- |
| Opišite kategorije svojih gostiju(npr.: školski izleti, umirovljenici, mladi do 25 godina i slično) | Što im nudite?Navedite sve turističke proizvode koji su namijenjeni svakoj pojedinoj kategoriji gostiju |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

*ŠTO NUDITE SVOJIM GOSTIMA?*

U sljedećem popisu detaljno opišite najmanje 3 turistička proizvoda iz svoje turističke ponude:

|  |  |
| --- | --- |
| Naziv turističkog proizvoda(npr.: vožnja quadom, kulinarska radionica, „ručak na travi“ i sl.) | Detaljan opis turističkog proizvoda.Odgovorite na pitanja: gdje, kako, koliko, kada, tko, za koga... |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

1. FINANCIJE
2. Odredite svoje financijske ciljeve

Važno je razumjeti vezu između dobre ideje i financijski izvedive ideje. Započnite svoj novi pothvat bez duga; iskoristite ono što imate i utvrdite jeste li pogodni za agroturizam prije nego što posudite novac.

Izradite poslovni plan uz minimalna ulaganja - vlastita sredstva, sredstva posuđena od prijatelja, obitelji ili banaka. Testirajte pothvat, a zatim prema tome prilagodite svoj poslovni plan.

Provjerite svoju financijsku sposobnost odgovarajući na ova pitanja:

- Imam li gotovine za pokretanje posla?

- Hoću li morati podnijeti zahtjev za kredit?

- Odgovara li mi da posudim novac?

Procjena vaših financijskih sredstava može biti komplicirana. U većini slučajeva, dobra je ideja uključiti druge članove obitelji i vanjske stručnjake koji vam mogu pomoći u donošenju te odluke.

1. Izvori financiranja

Jedno od najvažnijih pitanja u svakoj analizi bavljenja ruralnim turizmom je kako će se osigurati potrebna financijska sredstva.

Zato je potrebno izraditi detaljan poslovni plan ili troškovnik kojim bi se definirala veličina investicije i iznos sredstava potrebnih za realizaciju projekta. To će vam pomoći da realno planirate iznos novčanih sredstava koji su vam potrebni.

Postoji nekoliko izvora financiranja ruralnog turizma.

Izvori financiranja mogu biti:

* Interni / Eksterni
* Bespovratni / Povratni
* Privatni / Javni
* Domaći / Strani

Neki od mogućih izvora financiranja mogu biti:

**- Samofinanciranje** (Samofinanciranje je način financiranja u kojem se koriste vlastita sredstva. Sredstva su rezultat prethodnog poslovanja, kroz akumuliranu dobit, odnosno štednju; najjeftiniji i najsigurniji izvor financiranja, koji omogućuje najveći stupanj samostalnosti)

**- Krediti** (Uglavnom kroz kredite poslovnih banaka, koji su dostupni za razne namjene; ​​u posljednjih nekoliko godina banke su produljile rokove otplate i malo povećale maksimalne iznose kredita, ali dolazi do povećanja kamata i povezanih troškova; svjetska financijska kriza utječe na banke - primjenjuju ​​znatno konzervativniju politiku financiranja kredita; dobivanje kredita postalo je znatno teže i zahtjevnije jer banke zahtijevaju vrlo temeljitu analizu sposobnosti klijenta)

**- Zajednička ulaganja** (engl. joint venture - poseban način ulaganja dviju ili više neovisnih tvrtki ili osoba koje zajednički ulažu sredstva u određenu poslovnu aktivnost. To je specifičan oblik povezivanja udruživanjem kapitala na nekom zajedničkom projektu ili pothvatu, ili u nekom obliku poslovne suradnje)

**- Izravna inozemna (strana) ulaganja** (Ulaganje strane osobe u domaću pravnu osobu, kada inozemni (strani) ulagač stječe udio ili dionice u temeljnom kapitalu te pravne osobe (poduzeća); drugim riječima, izravno inozemno (strano) ulaganje znači ulaganje inozemnog (stranog) kapitala od strane rezidenta (poduzeća) jedne zemlje u rezidenta (poduzeća) druge zemlje radi ostvarivanja zajedničkih interesa)

**- Leasing** (Leasing predstavlja jedan od načina financiranja i ulaganja u dugotrajnu imovinu za određeni objekt/predmet, a javlja se kao alternativa vlastitim sredstvima i bankovnim kreditima, suština leasinga je da korisnik ne postane vlasnik dugotrajne imovine sve dok u potpunosti ne podmiri troškove leasinga; riječ leasing dolazi od engleske riječi lease što znači iznajmiti, unajmiti, zakupiti)

**- Donacije** (Dar u obliku novca, imovine, vlasništva ili usluga)

**- Javno-privatno partnerstvo** (Javno-privatno partnerstvo definirano je kao oblik suradnje privatnih i javnih partnera koji zajednički rade na provedbi investicijskih projekata i pružanju javnih usluga; uglavnom se odnose na izgradnju i korištenje infrastrukture)

**- Investicijski fondovi** (Investicijski fondovi su oblik zajedničkog ulaganja koji ima za cilj prikupiti novčana sredstva od više ulagatelja i plasirati ih na tržište kapitala, kupnjom dionica poduzeća, obveznica i dr., najčešće s ciljem povećanja njihove vrijednosti, te njihovom prodajom s ciljem ostvarivanja profita)

**- Fondovi Europske unije** (EU financira niz projekata i programa; primjenjuju se stroga pravila kako bi se osiguralo da se novac troši na transparentan i odgovoran način, a korištenje sredstava je pod stalnim nadzorom; financijska sredstva EU dostupna su u različitim oblicima: kao bespovratna sredstva, koja se obično dodjeljuju putem javnih poziva, poznatijih kao pozivi na dostavu prijedloga, subvencije kojima upravljaju nacionalna i regionalna tijela, zajmovi, jamstva i kapital kao oblici financijske pomoći za potporu politikama i programima EU-a, itd.)

**- Državne potpore** (Subvencije, poticaji, premije, regresi, kreditne potpore iz državnog proračuna ili proračuna jedinica lokalne samouprave)

**- Vrijednosni papiri** (Vrijednosni papiri su dokumenti koji obećavaju isplatu novca, kamata, zarade ili dividende; vrijednosni papiri u užem smislu su instrumenti ulaganja, odnosno oni vrijednosni papiri kod kojih postoji rizik ulaganja koji se kompenzira potencijalnom zaradom)

**- Alternativni izvori:** **crowdfunding, poslovni anđeli...** (Novi oblici financiranja različiti po namjeni i obliku; Crowdfunding je način financiranja projekata prikupljanjem nekoliko manjih iznosa novca od više ljudi, najčešće putem interneta; Poslovni anđeli su individualni ulagači koji pružaju financijsku potporu malim start-up tvrtkama ili poduzetnicima)

Najvažniji izvori financiranja su: samofinanciranje (vlastita sredstva), krediti i bespovratna sredstva (subvencije).

1. Vlastita sredstva

Ulaganjem vlastitih sredstava, pod pretpostavkom da se njima raspolaže, najbrže je moguće realizirati projekt u ruralnom turizmu. To je najmanje rizičan pristup, jer ne postoji obveza vraćanja novca kao kod kredita, nema tereta na nekretnini (hipoteke) koje se često (gotovo uvijek) uzimaju kao jamstvo za povrat kod dizanje kredita. To je ujedno i najjeftiniji način ulaganja, jer nije opterećen kamatama i drugim troškovima. Najjednostavnije rečeno, ulaganje vlastitih sredstava, ako je moguće, najbolji je način jer na samom početku poslovanja, kada prihodi nisu redoviti i sigurni, niste opterećeni što bržim povratom uloženog, kao ni vraćanjem zajma s pripadajućim kamatama. Nažalost, vlastitih sredstava vrlo često nema, ili barem nisu dostatna, pa je potrebno ići na dodatne izvore financiranja.

1. Krediti

Za realizaciju svakog poduzetničkog pothvata, kao i za formiranje i unapređenje ruralnog turističkog gospodarstva ili projekta ruralnog turizma, najčešći izvor je kredit, bilo da se uzima direktno od poslovnih banaka ili kroz programe subvencioniranih od strane ministarstava ili raznih organizacija ili programa.

Ako postoji izbor, svakako je najbolje uzeti najjeftiniji kredit (s najnižom kamatom i najdužim "grace periodom" - razdobljem do početka otplate kredita). Ako su dostupni, dobro je ići na one kredite koji su namijenjeni izravno ruralnom turizmu.

1. Bespovratne potpore i donacije

Ako vam je za pokretanje posla u ruralnom turizmu potreban manji iznos novca, sredstva možete pokušati osigurati kroz razne programe koji ih nude u obliku bespovratnih sredstava – donacija. To su sredstva u obliku darova, koja ne morate vraćati, ali morate računati na, ponekad, složene procedure, vremenski okvir koji nije uvijek u skladu s vašim potrebama i nužnost da se ta sredstva moraju trošiti isključivo namjenski, u skladu s pravilima donatorskog programa.

Država, najčešće preko nadležnih ministarstava, provodi nekoliko programa za poticanje razvoja poduzetništva uz financijsku potporu (npr. za početnike u poslovanju). Kroz ove programe država nudi bespovratna sredstva u određenom postotku od ukupne investicije. Posebni uvjeti utvrđuju se posebno za svaki pojedini program i javni poziv. Obično su procedure za dobivanje ovih sredstava relativno jednostavne, a postoji niz institucija i organizacija koje pružaju pomoć i podršku pri apliciranju (npr. regionalne razvoje agencije).

Osim toga, država ima i posebne programe za poduzetnice i mlade, za razvojne projekte, samozapošljavanje i sl.

Osim države, bespovratna sredstva za projekte u ruralnom turizmu mogu se pronaći i u raznim bilateralnim programima, fondovima Europske unije, ali i kroz projekte Europske banke za obnovu i razvoj koja nudi financijske i savjetodavne usluge poduzetnicima, posebice ženama i mladima.

Manji iznosi potpora, vrlo često, mogu se pronaći u programima jedinica lokalne/regionalne samouprave.

Činjenica je da je relativno teško dobiti kredit za pokretanje posla ako već nemate dosadašnje rezultate u poslovanju i tzv. dobru kreditnu povijest. Banke žele vidjeti da ste već postigli uspjeh u određenoj vrsti posla prije nego što pokažu spremnost da preuzmu rizik. Kako biste započeli sa svojim poslom, možete učiniti sljedeće da biste osigurali financiranje:

* Posjetite poslovnu banku ili drugu financijsku organizaciju i ponudite svoju nekretninu u zalog (hipoteku)
* Pronađite opremu kroz leasing program
* Pogledajte sve nacionalne, EU i druge donatorske programe koji podupiru start-up programe u turizmu
* Samofinanciranje kroz vlastitu štednju ili druge osobne mehanizme ulaganja
* Posudite od svojih prijatelja i rodbine
* Sve kupnje obavljajte na kredit i štedite, a gotovinu sačuvajte za hitne slučajeve
* Svaka od ovih opcija ima svoje prednosti i nedostatke.

Ako tražite kredite poslovnih banaka, subvencionirane kredite ili sredstva iz donacija, vrlo je vjerojatno da će vam trebati poslovni plan.

Organizacije/programi koji nude sredstva mogu imati vlastiti format poslovnog plana koji se može razlikovati u nekim detaljima ili od vas mogu tražiti poslovni plan u slobodnom obliku. Izradu poslovnog plana možete povjeriti specijaliziranoj organizaciji ili pojedincu, no možete ga izraditi i sami. Uglavnom, kada u glavi imate jasnu predodžbu o svom budućem poslovanju, izrada poslovnog plana nije previše komplicirana, a nakon što ga jednom sastavite lako ćete ga prilagoditi traženoj formi, jer svi poslovni planovi imaju slične elemente .

1. Poslovni plan

Poslovni plan treba odgovoriti na pitanja poput "o kakvoj se poslovnoj ideji radi" i "može li ta ideja biti uspješna (dovesti do profita) na tržištu".

Poslovni plan sastoji se od nekoliko dijelova koji dublje analiziraju vašu ideju za ruralni turizam.

**Osnovni elementi poslovnog plana su sljedeći:**

* Opis poslovne ideje; koji je vaš glavni proizvod/usluga, tko su glavni kupci
* Analiza tržišta (postojeća ponuda, konkurencija, karakteristike vaših kupaca (turista), kanali distribucije, analiza vaših cijena
* Analiza lokacije
* Potrebna ulaganja i njihova dinamika te izvori financiranja
* Financijske projekcije poslovanja u budućnosti (budući prihodi i rashodi)
* Analiza rizika

U prvom dijelu poslovnog plana definirajte:

* Koji je vaš glavni proizvod ili usluga?
* Tko su kupci usluga ili proizvoda i što ih karakterizira?
* Kakva su Vaša dosadašnja znanja i iskustva?
* Imate li posebne vještine ili prednosti koje vam omogućuju uspješno obavljanje planiranog posla?
* Koje su vaše slabosti u obavljanju posla?
* Koje su očekivane promjene okoliša (mikro i makro) u budućnosti?

Na temelju tih informacija možete vidjeti je li vaša ideja održiva, koje su vaše snage i koje aspekte još morate poboljšati.

Analiza tržišta ima za cilj utvrditi najvažnije tržišne trendove koji su predmet vašeg poslovnog pothvata. Pokušajte analizirati:

* Kakva je ponuda i potražnja u ruralnom turizmu?
* Kako izgleda konkurencija sada i potencijalno u budućnosti?
* Karakteristike ruralnih turista (tko su gosti i kakve navike i očekivanja imaju)?
* Koji su mogući kanali distribucije vašeg proizvoda ili usluga kupcima?
* Kako će se tržište ruralnog turizma razvijati u budućnosti?
* Je li vaš proizvod ili usluga specifična u usporedbi s konkurencijom?
* Visina iznosa proizvoda/usluge?

S tim podacima možete procijeniti poziciju svoje ideje kada se pojavi na tržištu.

Pogledajte pobliže sljedeće elemente. Oni će vam biti od koristi kada počnete pružati turističku uslugu ili prodavati proizvode:

* Specifičnost - što je drugačije u vašem proizvodnom procesu ili prilikom pružanja vaše turističke usluge u odnosu na konkurenciju
* Iskustvo - vaša specifična iskustva kao dodatne prednosti
* Lokacija - analiza lokacije kao jednog od najvažnijih elemenata
* Zakonska regulativa - pregled regulative u ruralnom turizmu i njezin mogući utjecaj na vašu ideju

Nakon ove analize dobit ćete informacije na temelju kojih možete poboljšati svoju uslugu ili proizvod, kako bi vaša ponuda bila što konkurentnija.

Prilikom razmatranja mogućnosti ulaganja i izvora financiranja važno je učiniti sljedeće:

* Analizirati potrebna ulaganja i dinamiku realizacije
* Razmotrite dostupne izvore financiranja za pokretanje poslovne ideje, kao i troškove tih izvora (npr. kamate na kredite)
* Odrediti strukturu financiranja poslovnog pothvata te, ako projekt uključuje, korištenje vanjskih sredstava, izračun plana otplate kredita

Osnovni problem odluke o vašem ulaganju vezan je uz razliku između ulaganja danas i očekivanja dobiti u budućnosti. U tom smislu treba preispitati i analizirati pretpostavke na kojima se temelje financijske projekcije poslovanja, a to posebno uključuje:

* Pretpostavke o projekciji prodaje - očekivani prihod temeljen na pretpostavkama o broju vaših proizvoda i usluga i njihovoj strukturi, cijenama i sezonskim oscilacijama cijena, raznim posredničkim naknadama i oporezivanju usluga i proizvoda
* Pretpostavke i projekcije troškova - troškove poput troškova koji se odnose na pružanje usluga (varijabilni troškovi), ali i onih koji ne ovise o broju pruženih usluga (fiksni troškovi), potrebno je posebno analizirati. Varijabilni troškovi uključuju troškove rada (čak i ako posao vodi obitelj i nema novca koji se troši na troškove zaposlenika, potrebno je uzeti u obzir količinu utrošenog vremena barem iz razloga da se to vrijeme može iskoristiti na druge načine), troškovi sirovina i materijala za pripremu hrane i pića, troškovi inventara, troškovi održavanja. Kod fiksnih troškova, uz amortizaciju i razne komunalne naknade, potrebno je utvrditi i troškove vanjskih izvora financiranja ulaganja (trošak kamata i anuiteta)
* Pregled mogućih odstupanja od pretpostavljenih iznosa i količina vezanih uz prihode i rashode

Nakon toga treba usporediti predviđene prihode i rashode, utjecaj raznih poreza, te sagledati ukupne učinke poslovanja na temelju:

* Omjera dobiti i gubitka, odnosno neto dobiti,
* Novčani toka, koji određuje raspoloživi novac nakon podmirenja svih troškova

U izračun treba uključiti i moguća odstupanja od planiranih količina.

Projekcija omjera dobiti i gubitka i novčanog toka temelj je za ocjenu isplativosti ulaganja i pokretanja poslovnog pothvata.

Na kraju, potrebno je razmotriti najvažnije rizike vezane uz poslovnu ideju, i to one na koje se može utjecati (primjerice, rizici vezani uz prodaju, broj posrednika i sl.) kao i one koji dolaze iz šire okoline i na koje se ne može utjecati (primjerice porezi, dostupnost prometa i mnogi drugi).

Nakon svih ovih analiza dobivate cjelovitu sliku vaše poslovne ideje, a ta cjelovita slika se zove poslovni plan. Ako vam poslovni plan kaže da trebate nastaviti raditi na realizaciji svoje ideje, tada trebate krenuti u prikupljanje financijskih sredstava koja su potrebna za konkretnu realizaciju vaše ideje.

1. Analiza rentabilnosti

Analiza rentabilnosti može vam pomoći da odredite minimalni broj jedinica proizvoda koje trebate prodati da biste dosegli rentabilnost ili minimalnu cijenu koju morate postaviti za svaku jedinicu da biste dosegli rentabilnost. Obje se formule temelje na dvije varijable: vašim fiksnim troškovima i vašim varijabilnim troškovima.

Fiksni troškovi (FC) ne ovise o broju ugošćenih gostiju ili prodanim jedinicama proizvoda.

PRIMJERI: izgradnja/popravci; porezi i osiguranje; marketing; amortizacija...

Varijabilni troškovi (VC) varirat će s brojem gostiju ili jedinicama prodanog proizvoda.

PRIMJERI: gorivo; cijena hrane...

**Primjer analize točke rentabilnosti :**

Vaše pitanje: Koliko godina trebam poslovati po danoj cijeni da bi se poslovanje isplatilo?

1. Počnite s onim što znate:

Morat ćete popraviti parking, kupiti namještaj i dodati rasvjetu, tako da će vaši fiksni troškovi biti 25.000 €.

Troškovi rada po gostu iznosit će 5€, a obrok za goste 18€. Vaši varijabilni troškovi po gostu iznose 23 €.

Cijena po noćenju iznosit će 45 €/osobi, a vi ste uvjereni da možete dobiti najmanje 300 noćenja godišnje, tako da je vaša jedinična cijena 13.500 €.

2. Formula TOČKE KRETANJA:

Ukupni fiksni troškovi / (jedinična cijena - varijabilni troškovi) = prijelomna točka

25.000 € / (13.500 € - 6.900 €) = 3,7.

Dakle, s 300 noćenja godišnje po vašoj cijeni od 45 €, morat ćete raditi 3,7 godina da biste ostvarili rentabilnost!

**Primjer analize rentabilnosti za određivanje cijene:**

Vaše pitanje: Koja bi trebala biti moja cijena po noćenju da bih bila ravnomjerna?

1. Počnite s onim što znate:

Na temelju prethodnog primjera, vaši će fiksni troškovi biti 25.000 €.

Na temelju prethodnog primjera, vaši varijabilni troškovi po gostu iznose 23 €.

Znate da imate kapacitet za 500 noćenja godišnje.

2. Formula rentabilnosti za određivanje cijene:

(Ukupni fiksni troškovi/broj jedinica za prodaju) + varijabilni troškovi = prijelomna cijena

(25.000 € /500) + 23 € = 73 €

Na temelju toga, ako nakon godinu dana želite pokriti troškove, s punim kapacitetom, vaša cijena po gostu ne bi trebala biti manja od 73 €.

1. Postavljanje realnih ciljeva za očekivane prihode

Izdvojite vrijeme za utvrđivanje vaših očekivanih prihoda. To može uključivati:

* Da budete rentabilni ili ostvarite profit u prvoj godini
* Omogućite dodatni prihod radeći puno radno vrijeme na gospodarstvu
* Da zaradite sav svoj prihod (vašeg kućanstva) od poljoprivrede (unutar određenog vremenskog okvira)
* Zadovoljite trenutne i dugoročne potrebe obitelji (školarina, zdravstveno osiguranje, mirovina)
* Da povećajte prihode kućanstva dovoljno da svojoj djeci omogućite da postanu partneri u poslu na gospodarstvu
1. Izvori prihoda u ruralnom turizmu

Ruralni turizam se promiče kao način za ostvarivanje dodatnog prihoda za poljoprivredna gospodarstva, a također, postoji i mnogo načina za ostvarivanje prodaje.

Ovo poglavlje opisuje moguće izvore prihoda.

Poslovni plan ruralnog turizma najbolji je način da se pokaže kako se usklađuju tokovi prihoda i novi troškovi kako bi se osigurao novi izvor dobiti.

Neki od izvora prihoda mogu biti:

* Ulaznice za događaje
* Naknada za obilazak - turističke ture
* Prodaja svježih poljoprivrednih proizvoda
* Prodaja prerađenih poljoprivrednih proizvoda
* Prodaja suvenira
* Naknada za stjecanje vještina – radionice
* Naknada za degustaciju
* Iznajmljivanje objekta
* Smještaj
* Hrana

Za sve naknade koje naplaćujete, važno je da ih navedete u skladu s primjenjivim standardima i da provjerite jesu li naplaćene u skladu s važećim propisima.

**Ulaznice za događaje**

Turisti su spremni platiti ulaznicu kako bi prisustvovali ili sudjelovali u događajima. Imajte na umu da su turisti spremni platiti ulaznicu za neko nezaboravno iskustvo. Ulaz se može naplaćivati za događaje i aktivnosti. U ruralnom turizmu moguće je organizirati niz događanja. Od berbe grožđa, kosidbe, biciklijade, streličarskog natjecanja, utrke čamaca, folklorne smotre do glazbenog festivala ili obilježavanja autentičnog običaja, blagdana ili drugog značajnog datuma.

Cijena karata se može formirati na više načina:

* Odrasli mogu plaćati jednu cijenu, a djeca i umirovljenici drugu, nižu cijenu
* Moguće je uvođenje grupnih popusta
* Popust se može ostvariti i uz uvjet kupnje nekih proizvoda na imanju ili korištenje smještaja.

Razmislite o organizaciji događaja koji bi privukao turiste.

**Naknada za obilazak – turističke ture**

Ako organizirate obilazak (npr. posjet farmi s vodičem) možete naplatiti naknadu. Vodič možete biti vi ili netko drugi tko ima dovoljno znanja o vašoj farmi. Turisti koji su spremni platiti ovu naknadu najčešće žele upoznati autentičnost života i rada na poljoprivrednim gospodarstvima, neke detalje proizvodnih procesa, tehnološke specifičnosti i druge jedinstvene doživljaje koje im vaše gospodarstvo može pružiti.

Naknada za izlet može se formirati na više načina:

* Odrasli mogu plaćati jednu cijenu, a djeca i umirovljenici drugu, nižu.
* Moguće je uvođenje grupnih popusta
* Popust ili besplatna tura se može ostvariti i uz uvjet kupnje nekih proizvoda na farmi.

**Prodaja svježih poljoprivrednih proizvoda**

Jedan od razloga zašto turisti dolaze na gospodarstva je kupnja svježih poljoprivrednih proizvoda po proizvođačkim cijenama. Osim direktne prodaje svježih proizvoda, možete uvesti i aktivnost "Biraj i uberi", gdje turisti sami biraju svoje proizvode. Kako raste interes za zdravom hranom i kako ljudi sve više žele znati od koga što kupuju, ova vrsta zarade ima sve veću perspektivu.

**Prodaja prerađenih poljoprivrednih proizvoda**

Mnoga gospodarstva sve više rade na proširenju prodaje svojih proizvoda s dodanom vrijednošću. To može uključivati sve ono što možete preraditi na svom gospodarstvu, odnosno sve prerađevine od poljoprivrednih proizvoda (sir, maslac, džem, kompot, cijeđeni sokovi, kiseli proizvodi, sušeno voće, umaci, namazi i dr.). Razmislite o ponudi nekih od ovih proizvoda kao suvenira ili poklona.

**Prodaja suvenira**

Zašto vaše gospodarstvo ne bi imalo svoje suvenire? Zašto ne biste na svom gospodarstvu prodavali i suvenire vezane uz regiju u kojoj se nalazite? Prije svega, poželjno je imati autentične suvenire koji su vezani za vaše gospodarstvo i koji su na njemu napravljeni: ukrasi, rukotvorine, seoske starine itd. Njima uvijek možete dodati klasične suvenire: kape, majice, privjeske itd.

**Naknada za stjecanje vještina – radionice**

Smisao održavanja radionica na gospodarstvu je naplata iskustva i stručnosti. Mogućnosti različitih edukacija gotovo su neograničene. Turisti vole ostati aktivni i baviti se stjecanjem novih znanja i vještina. Možete organizirati edukativne radionice na različite teme kao što su: kulinarska radionica, pripremanje proizvoda za van, šišanje ovaca, predenje vune, košenje sijena, rezbarenje bundeva, pletenje košara/cekera, izrada drvenog ugljena itd.

Kao i ostale kotizacije, kotizacija za radionice može se formirati na različitim principima, ovisno o broju sudionika ili na neki drugi način.

**Naknada za degustaciju**

Degustacija se može organizirati za gotovo sve autentično što proizvedete na gospodarstvu. Osim degustacija vina ili rakija, možete organizirati i degustacije mnogih drugih proizvoda. Poljoprivredna gospodarstva koja uzgajaju ili proizvode neku autentičnu hranu mogu razmotriti naplatu na temelju iskustva kušanja. Na primjer, voćnjak može ponuditi kušanje starih sorti jabuka ili šljiva. Ako se bavite proizvodnjom mlijeka, možete ponuditi degustacije sireva, namaza i ostalih mliječnih proizvoda. Ukoliko već sušite meso za vlastite potrebe, možete ponuditi degustaciju mesnih proizvoda. Važno je da kušaonica bude čista, uredna i da higijena udovoljava svim propisima.

Cijena se obično formira po osobi. Sudionicima degustacije možete dati određeni popust za kupnju proizvoda.

**Iznajmljivanje objekata**

Drugi način na koji gospodarstvo može zaraditi od posjetitelja je iznajmljivanje cijelog gospodarstva (imanja), pojedinih njezinih dijelova ili objekata na imanju. Prazna štala se može koristiti za satove plesa, manja vjenčanja, obiteljska okupljanja, rođendane, vjerske događaje, sastanke i slično. Također možete iznajmiti praznu staju ili drugi objekt drugima koji se bave turizmom za neke svoje manifestacije ili aktivnosti. Prekrasan travnjak može se iznajmiti za piknike ili druge posebne događaje.

Provjerite je li sve što iznajmljujete čisto i uredno, ima li pristup vodi i toaletu.

Cijenu možete formirati prema vremenu korištenja (sat, pola dana, cijeli dan) ili po osobi.

**Smještaj**

Smještaj možete ponuditi u bilo kojem objektu koji je u skladu s propisima i koji je kategoriziran. To može biti soba, stan, kuća, šator, prikolica, velika bačva i slično. Smještaj treba imati odgovarajuću kupaonicu, sanitarni čvor i druge popratne sadržaje, sukladno svojoj kategorizaciji.

Naknada može biti po jedinici (sobi) ili po osobi. Ne zaboravite na popuste za djecu.

**Hrana**

Osim što turisti moraju jesti, oni uglavnom vole jesti domaću i autentičnu hranu. Ponudite im nešto od toga, u skladu sa svojim mogućnostima pripreme hrane. Cijenu možete formirati po obroku ili po grupi ili na neki drugi način.

 KORISNI ALATI

*VJEŽBA*

Izračunajte cijenu za jedan od vaših turističkih proizvoda/usluga.

*MODEL POSLOVNOG PLANA*

**1. OPIS PROIZVODA/USLUGE**

Popis pitanja koja će vam pomoći da ispunite tablicu:

* Što je (su) proizvod(i) - opis fizičkih karakteristika: veličina, težina, boja, pakiranje...,
* Što je usluga (opišite vrstu usluge),
* Tko su kupci/potrošači (sadašnji i potencijalni),
* Po čemu se razlikujete od konkurencije?
* Naglasite prednosti/nedostatke, slabosti/jake strane

|  |  |
| --- | --- |
| Opis usluge/proizvoda | Konkurentska prednost |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**2. PROFIL KUPCA/POTROŠAČA**

Razmotrite tko su kupci/potrošači za postojeće ili nove proizvode ili usluge. Prikažite tko su glavni kupci proizvoda/usluga po segmentima tržišta (uključujući domaće i inozemno tržište).

Popis pitanja koja mogu pomoći u odgovoru:

* Kakav je sistem plaćanja?
* Je li sezonski faktor presudan?
* Je li kupac ujedno i korisnik?
* Kako ste organizirali prodaju?
* Navedite svoje najvažnije kupce…

|  |  |
| --- | --- |
| Kupac/potrošač | Opis |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**3. PROFIL KONKURENCIJE**

Popis pitanja koja će vam pomoći da ispunite tablicu:

* Napravite popis i ukratko opišite svoje izravne konkurente, kao i koje su njihove prednosti/slabosti u usporedbi međusobno i s vama?
* Koji su za vas faktori uspjeha/diferencijacije u odnosu na konkurenciju?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Glavni konkurenti (tvrtka/osoba) | Proizvod | Cijena | Glavne prednosti/ slabosti | Komentar |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

**4. SWOT analiza**

|  |  |
| --- | --- |
| Snage | Slabosti |
| Prilike | Prijetnje |

**5. CJENOVNA STRATEGIJA, PLAN NABAVE I PRODAJE, FIKSNI I VARIJABILNI TROŠKOVI**

Popis pitanja za objašnjenje cjenovne strategije:

* Na koji način određujete svoje cijene u odnosu na konkurenciju?
* Kakvu cjenovnu politiku imaju vaši konkurenti?
* Možete li s vašom cijenom ostvariti konkurentnu prednost?
* Jeste li razmislili o reakciji konkurencije na vaše cijene?

|  |
| --- |
|  |

**6. PLAN PRODAJE I OBRAČUN UKUPNOG PRIHODA**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Red. br.** | **Proizvod/usluga** | **Jedinica mjere** | **Prodajna****cijena** | **Obim prodaje po godinama** | **Prihodi po godinama** |
| **Prva godina** | **Druga godina** | **Treća godina** | **Prva godina** | **Druga godina** | **Treća godina** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 = 4x5 | 9 = 4x6 | 10 = 4x7 |
| 1. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **Ukupno** |  |  |  |  |  |  |  |  |

**7. PLAN NABAVE (VARIJABILNI TROŠKOVI)**

Potrebne količine materijala, ambalaže (varijabilni troškovi) za svaki proizvod/uslugu – (po potrebi skratiti ili proširiti tablicu)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Red. br. | Potreban materijal | Količina materijala po proizvodu | Obim proizvodnje za prvu godinu | Potrebna količina materijala u prvoj godini |
| 1 | **2** | **3** | **4** | 5 = 3 x 4 |
| 1. | Materijal 1 |  |  |  |
|  | - za proizvod/uslugu 1 |  |  |  |
|  | - za proizvod/uslugu 2 |  |  |  |
|  | **Ukupni materijal 1** |  |  |  |
| 2. | Materijal 2 |  |  |  |
|  | - za proizvod/uslugu 1 |  |  |  |
|  | - za proizvod/uslugu 2 |  |  |  |
|  | Ukupni materijal 2 |  |  |  |

**8. FIKSNI TROŠKOVI**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Red. br. | Trošak | Prva godina | Druga godina | Treća godina |
| 1 | **2** | **3** | **4** | 5 |
| 1. | Bruto plaće (ukupno za sve radnike) |  |  |  |
| 2. | Struja |  |  |  |
| 3. | Komunalije |  |  |  |
| 4. | Internet |  |  |  |
| 5. | Grijanje |  |  |  |
| 6. | Amortizacija objekata i opreme |  |  |  |
| 7. | Zajmovi (ako postoje) |  |  |  |
| 8. | Troškovi promocije |  |  |  |
| 9. | Bankovne naknade |  |  |  |
| 10. | Troškovi osiguranja |  |  |  |
| 11. | Ostalo |  |  |  |
| 12. | Ukupno |  |  |  |

**9. POPIS POSTOJEĆIH OBJEKATA I OPREME TE FIKSNI TROŠKOVI**

Popis objekata, njihove karakteristike i vrijednost (molimo navedite popis svih objekata i zemljišta koji će se koristiti):

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Red. br. | Zgrada | Karakteristike | Vrijednost |
| 1 | **2** | **3** | 4 |
| 1. |  |  |  |
| 2. |  |  |  |
| 3. |  |  |  |
| 4. |  |  |  |

Popis postojeće opreme za rad, njihove osnovne karakteristike i vrijednost:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Red. br. | Oprema | Karakteristike | Vrijednost |
| 1 | **2** | **3** | 4 |
| 1. |  |  |  |
| 2. |  |  |  |
| 3. |  |  |  |
| 4. |  |  |  |
| UKUPNO: |  |

**10. FINANCIJSKI PLAN**

Popis svih potrebnih ulaganja za nesmetano obavljanje djelatnosti - adaptacije objekata, opreme, alata, drugih potrebnih ulaganja i sl. i njihove osnovne karakteristike:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Red. br. | Ulaganje | Karakteristike | Vrijednost |
| 1 | **2** | **3** | 4 |
| 1. |  |  |  |
| 2. |  |  |  |
| 3. |  |  |  |
| 4. |  |  |  |
| UKUPNO: |  |

1. MARKETING

Marketing se odnosi na sve radnje koje se poduzimaju kako bi se privukla željena klijentela proizvodu ili uslugama putem visokokvalitetnih poruka. Snažan marketing može vas izdvojiti i osigurati da u vašim izvanrednim proizvodima i uslugama uživaju oni kojima su i namijenjeni.

Marketinški miks, odnosno „Princip 5P“, dolazi od pet engleskih riječi product, price, placement, promotion, positioning - proizvod, cijena, plasman, promocija, pozicioniranje. 5P daje strukturu vašem marketinškom planu i potiče vas da budete inkluzivni kada razmatrate svoj proizvod, cijenu, plasman, promociju i pozicioniranje.

U ruralnom turizmu 5P se može opisati na sljedeći način:

**1. PROIZVOD**

PROIZVOD je ono što nudite svom ciljanom tržištu:

* Roba: povrće, meso, proizvodi s dodanom vrijednošću, peciva, ručno rađeni predmeti...
* Iskustva: izleti, smještaj na seoskim gospodarstvima, večere, degustacije, festivali, vjenčanja...

Zapamtite sve "proizvode" koje su posjetitelji iskusili, uključujući:

* Signalizaciju
* Ljubaznost zaposlenika (svaki kupac može utjecati na 100 drugih potencijalnih kupaca)
* Vizualna privlačnost i čistoća vašeg gospodarstva (pogledajte “proizvod” očima vašeg kupca)
* Pogodnost i dostupnost parkinga
* Recepti ili informacije o tome kako kuhati/pripremiti domaću hranu
* Pomoćne usluge (npr. prihvaćanje kreditnih kartica, kupnja hrane, kupaonice, smještaj)
* Za osobe s posebnim potrebama: starije osobe, osobe s invaliditetom, roditelji s kolicima

Savjeti korisničke službe:

Gosti mogu doći u vaše gospodarstvo u sklopu šireg obilaska područja. Kako biste bili maksimalno susretljivi, pobrinite se da vi i svi članovi vaše obitelji/zaposlenici mogu odgovoriti na ova pitanja:

* Koje bih još atrakcije trebao posjetiti dok sam u okolici?
* Koji su smještaji dostupni u blizini?
* Ima li dobrih mjesta za jelo?
* Može li se u blizini iznajmiti bicikl, ski opremu ili slično?
* Gdje je najbliža benzinska pumpa?
* Događaju li se neki posebni događaji u blizini?
* Postoje li maloprodajne trgovine u blizini?
* Koja još gospodarstva mogu posjetiti?

**2. CIJENA**

CIJENA je ono što naplaćujete za svoje proizvode/usluge.

Postavljanje odgovarajuće cijene za svaki proizvod ili usluge je ključno. Također je bitno da sebe pošteno platite. Postoje dva pristupa određivanju cijena: biti „low-cost“ lider ili ponuditi proizvod ili uslugu temeljene na vrijednosti. Kod „low-cost“, posao se vodi uz nisku maržu i zahtijeva visoku količinu prodaje. Vaši kupci ne očekuju kvalitetu; to je bonus, a ne uvjet.

Uz pristup temeljen na vrijednosti, kupci su spremni platiti ono što smatraju poštenom vrijednošću za kvalitetu i jedinstvene karakteristike, kao i koristi koje očekuju od vašeg proizvoda. “Poštena vrijednost” varira ovisno o ciljanoj publici. Ono što neko smatra skupim, drugi može smatrati jeftinim. Stoga, morate znati što pokreće vaše ciljano tržište pri donošenju odluka o kupnji vašeg proizvoda/uslugu, što oni smatraju fer vrijednošću za karakteristike i prednosti vašeg proizvoda kako biste svoj proizvod mogli procijeniti u skladu s tim i prenijeti poruku koja će odjeknuti kod tih kupaca .

Savjeti koji će vam pomoći da odredite svoje početne cijene:

* Saznajte svoje ukupne troškove
* Provedite analizu rentabilnosti kako biste odredili troškove proizvodnje
* Nemojte se bojati naplatiti realnu cijenu za vaš proizvod/uslugu
* Shvatite tržište oko sebe: analizirajte cijene konkurenata, provedite istraživanje o spremnosti ciljnih kupaca da plate određeni proizvod/uslugu

**3. PLASMAN I DISTRIBUCIJA**

PLASMAN & DISTRIBUCIJA predstavljaju distribucijske kanale koji se koristite za dostizanje ciljanog tržišta ili način na koji će posjetitelji pristupiti vašim proizvodima i uslugama.

U agroturizmu, jedan od ciljeva je prodati iskustva ruralnih gospodarstva koja se mogu ponuditi samo na selu. Drugi cilj može ostati povezan s turistima putem prodaje ostalih proizvoda nakon što napuste vaše gospodarstvo. Stoga je vaše gospodarstvo samo distribucijski kanal, a vaša web stranica s internetskom trgovinom ili sustavom za registraciju online događaja može biti drugi. Kada pozivate goste, pobrinite se da je to sigurno i gostoljubivo.

Savjeti:

* Smanjite rizik od ozljeda svojih posjetitelja
* Održavajte visoku razinu estetske privlačnosti
* Olakšajte posjetiteljima upute za vožnju do vašeg gospodarstva (provjerite je li vaša adresa na Google kartama točna, provjerite svoju web stranicu, društvene mreže; pobrinite se da sve mreže jasno prikazuju vaše radno vrijeme u odnosu na dane u tjednu/ mjesecu i godišnjim dobima)
* Dostupnost proizvoda za sezonske artikle
* Sanitarije
* Ponudite savjete i recepte za pripremu tradicijskih jela
* Osigurajte klupe za odmor i prostore za igru djece
* Razmotrite probleme pristupačnosti i potrebe roditelja s dječjim kolicima, starijih posjetitelja i osobe s ograničenom pokretljivošću

**4. PROMOCIJA**

PROMOCIJA je strategija koju koristite za podizanje svijesti o proizvodu ili usluzi koju nudite svom ciljanom tržištu. Promocija se često brka s pojmom „marketing“, ali je u stvari samo jedan dio marketinga.

Postoji ogroman broj mjesta na kojima možete predstaviti svoje ruralno gospodarstvo i mnogo načina za promociju vaše ponude. Odredite prioritet strategijama promocije na temelju onoga što ste naučili iz svojih profila kupaca. Gdje i kako dolaze do informacija?

Potražite prilike za smanjenje troškova i povećanje ulaganja. Napravite analizu troškova za svaku strategiju kako biste odabrali kombinaciju koja najučinkovitije koristi vaš marketinški novac. Koliko će ljudi doći? Koliko to košta? Hoće li izravno generirati prodaju ili samo podići svijest? Usredotočite se na poruke usmjerene na akciju koje privlače publiku.

Nakon što dovedete posjetitelje na svoje gospodarstvo, neka postane standardna praksa da ih pitate kako su saznali za vas. To će vam pomoći da odredite je li vaš marketing učinkovit i gdje trebate izvršiti prilagodbe.

Istražite plaćene i besplatne marketinške mogućnosti i budite otvoreni za partnerstva. To može uključivati suradnju s hotelom u gradu, obližnjim skijalištem, restoranom kojem prodajete proizvode, umjetničkim i obrtničkim organizacijama koje bi mogle suorganizirati događaj, susjednim gospodarstvom ili vašom školom. Možete surađivati s lokalnim umjetnicima/profesionalcima kako biste pružili komplementarne usluge, poput tečaja joge ili vikend odmora koji uključuje pripremu zdravog obroka i jednostavnu umjetničku radionicu.

Ova vam partnerstva mogu ponuditi pristup tržištima partnera, uz vaše vlastito.

Savjeti:

* Što god radili, pobrinite se da ono što vaši klijenti vide na mreži bude ono što vide kada dođu
* Proširite glas o svojoj agroturističkoj ponudi putem:
	+ Društvenih medija
	+ Priopćenja za tisak
	+ Prometne signalizacije,
	+ Putničke i turističke web stranice i blogova
	+ Radio ili televizije
	+ Tiskanih medija (novine, časopisi, vodiči za posjetitelje)
	+ Stalka za kartice/brošure
	+ Pakiranja proizvoda
	+ Brendirane robe (kape, biciklistički dresovi, torbe, šalice, boce za vodu)
	+ Vaše web stranica itd…
* Fotografije i videozapisi mogu poboljšati ili uništiti vaše marketinške napore, osobito u ovoj eri društvenih medija. Kada koristite fotografije i videozapise na društvenim medijima ili u publikacijama, zapamtite:
	+ Koristite samo fotografije/video zapise za koje imate autorsko pravo
* Koristite samo visokokvalitetne slike i videozapise koji su jasni, nisu mutni (razmotrite angažiranje profesionalnog fotografa da ih napravi za vas)
* Izrežite fotografije kako biste izrezali neprivlačne hrpe nereda ili smeća. Podijelite slike koje prikazuju čiste i sigurne dijelove vašeg gospodarstva
* Ponekad je manje više. Na primjer, kada snimate fotografiju, zapitajte se: "Hoće li gledatelj moći odmah znati koji je moj cilj?" Također, umjesto da podijelite četiri fotografije svojih upravo ubranih mrkvi, odaberite najbolju.
* Kada objavljujete fotografije hrane, pobrinite se da izgleda ukusno. Zapitajte se: Bi li je osoba koja gleda fotografiju željela pojesti?
* Postoji veliki interes ljudi koji dolaze slikati sve što im je zanimljivo. Što više dodate u kućanstvo, poput murala, umjetničkog djela, zanimljivog pejzažnog dizajna - sve neobično ili jedinstveno, privlači pažnju ljudi. Njihove fotografije na društvenim mrežama bit će vam besplatna promocija.

**5. POZICIONIRANJE**

POZICIONIRANJE je proces stvaranja jedinstvenog dojma za vaš proizvod/uslugu u glavama vaših kupaca.

Započnite s pitanjem: "Kako želim da moji klijenti opišu moje gospodarstvo?" Koje biste pridjeve htjeli da koriste? "Prijateljski"? "Neobavezno"? “Održivo”? Ovaj proces se obično naziva razvoj branda.

Savjet: nakon što ste utvrdili kakav "brand" imate, pobrinite se da svi vaši marketinški materijali odražavaju tu brand. Zadržite dosljedan izgled i dojam:

* Signalizacije na gospodarstvu
* Oglašavanja i promotivnih materijala (tiskani i online)
* Odjeće za zaposlenike
* Kontakt informacije — e-pošta, govorna pošta itd.

KORISNI ALATI

Za cjelovito i temeljito planiranje Vaših promotivnih/marketinških aktivnosti, kao i za praćenje njihovih učinaka potrebno je izraditi marketinški plan. Sam marketinški plan može biti složen dokument, no za planiranje promocije ruralnog turizma može se koristiti jednostavna matrica – plan promocije:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Aktivnost | Rok | Odgovornost | Troškovi | Bilješka |
| Dizajn logotipa | 2.1.2024 |  |  |  |
| Priča o nama | 2.1.2024 |  |  |  |
| Izrada promotivne brošure | 2.1.2024 |  |  |  |
| Distribucija brošure | 3.1.2024 |  |  |  |
| Posjet sajmu u... | 22.6.2024 |  |  |  |
| Izrada majice s logom | 8.1.2024 |  |  |  |
| Obučavanje zaposlenika | 9.1.2024 |  |  |  |
| Izrada signalizacije na domaćinstvu | 11.1.2024 |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

Slijedi nekoliko korisnih savjeta koji vam mogu pomoći da bolje prezentirate i promovirate svoj ruralni turizam:

*PREZENTACIJA VAŠEG TURISTIČKOG GOSPODARSTVA*

Poželjeli ste dobrodošlicu gostima na svom gospodarstvu. Važno je svoje turističko gospodarstvo i svoju okolinu predstaviti u dobrom svijetlu. Razmislite o tome što želite da gosti ponesu sa sobom kada odu: dobre dojmove, pozitivna iskustva, nova znanja i kupljene (ili poklonjene) proizvode.

**Na što treba obratiti pozornost prilikom izrade prezentacije Vašeg turističkog gospodarstva?**

Odredite posebnu lokaciju za grupne/obiteljske fotografije. Ovo mjesto treba sadržavati nešto sa obilježjima Vašeg gospodarstva (logo ili tabla sa nazivom turističkog gospodarstva, proizvod koji je specifičan za Vaše turističko gospodarstvo ili nešto što je jedinstveno i nematerijalno, npr. panorama u pozadini...)

Pazite na higijenu. Provjerite čistoću svojih kupaonica i mjesta za pranje ruku (fontane i sl.), osobito ako posjetitelji dolaze u kontakt s domaćim životinjama prije jela.

Postavite kante za otpad na više mjesta. Omogućite razvrstavanje otpada različitog podrijetla u posebne kante (npr. organski otpad, plastika, staklo i metal).

**Raspored prezentacija**

Pripremite program prezentacije koji je dovoljno fleksibilan da odgovara interesima različitih vrsta posjetitelja.

Postavite informativne ploče koje jasno pokazuju sigurnosne preduvjete (ako postoje).

Pogledajte svoju prezentaciju iz perspektive svojih gostiju.

Odaberite temu koju ćete „provlačiti“ kroz prezentaciju, a koja je vezana uz vaše gospodarstvo (npr. reciklaža, organski uzgoj, kvaliteta hrane, human odnos prema životinjama, briga o zaštiti okoliša, zaštita kulturno-povijesne baštine...)

Potaknite raspravu o proizvodnom procesu. Primjerice, od sjemenki rajčice do soka od rajčice koji se služi posjetiteljima, od kravljeg mlijeka do sira i kiselog vrhnja ili od janjetine do vunenih čarapa. Naglasite gdje se vaši proizvodi mogu koristiti.

Odaberite tri do pet stvari koje ćete posebno predstaviti tijekom svoje prezentacije. Što biste željeli da vaši gosti nauče na kraju prezentacije? Kad god je moguće, pokušajte prezentaciju učiniti interaktivnom (uključiti goste, pitati ih za mišljenje ili slična iskustva). Na primjer, predstavljate svoj voćnjak jabuka. Prvo pokazujete, ako imate, različite starosti stabala. Objasnite što radite u nasadu jabuka tijekom godine. Opišite koliko je plodova po stablu (kako bi prezentacija bila zanimljivija, možete usporediti težinu ubranih jabuka s npr. "plod je težak kao dva automobila". Recite zašto ovdje uzgajate jabuke (tlo, klima uvjetima...). Opišite procese kroz koje proizvod prolazi prije nego što stigne do kupca. Objasnite i probleme s kojima se susrećete, bolesti koje napadaju jabuke, promjene cijena na tržištu. Ali nemojte biti dosadni svojim posjetiteljima, ovdje su radi rekreacije, opuštanja i obrazovanja.

Budite spremni na prisutnost djece. Pripremite im mogućnost da dotaknu sadnice, male domaće životinje i sl. ali vodite računa o sigurnosti djece i svojih proizvoda.

Razmislite pred koliko ljudi možete prezentirati u isto vrijeme i kako prezentaciju učiniti učinkovitijom. Isprobajte prezentaciju s ostalim članovima kućanstva. Hodajte stazom kojom planirate voditi posjetitelje kroz prezentaciju.

**Informacije o prezentaciji**

Po potrebi objasnite gostima gdje se nalazi parking za minibus ili druga vozila kojima se posjetitelji mogu koristiti.

Preporučite kako se posjetitelji trebaju odjenuti. Primjerice, cipele trebaju biti zatvorene, bez visokih potpetica i udobne. Preporučite gostima da ponesu šešire ili kape ljeti i toplu odjeću zimi.

Dogovorite se oko obroka. Hoćete li organizirati ručak kod sebe? Ako postoji potreba za organiziranjem piknik obroka, imate li dobro opremljeno mjesto za to?

**Upute posjetiteljima prije početka prezentacije**

Predstavite se i pristojno odredite pravila ponašanja tijekom prezentacije. Djeci treba savjetovati da: ne dodiruju kamenčiće, ne udaljavaju se od grupe, pažljivo slušaju i podignu ruku kada žele nešto pitati.

Pripremite posjetitelje na uobičajene karakteristike farme kao što su: neugodni mirisi, insekti i muhe ili prašina. Naravno, koliko god je to moguće, pokušajte smanjiti ove negativne karakteristike.

**Vođenje prezentacije**

Hodajte tempom koji je primjeren veličini grupe i dobi posjetitelja. Djecu možete potaknuti da ponove nekoliko novih riječi koje ste im prethodno objasnili.

Odgovarajte samo na pitanja na koja znate odgovor i ograničite svoje komentare na svoje gospodarstvo.

**Završni dio prezentacije**

Ostavite vremena za pitanja. Prezentaciju možete završiti informacijama o tome kako i gdje mogu kupiti ili naručiti vaše proizvode. Otpratite grupu do automobila ili minibusa, zahvalivši im na posjeti. Potaknite ih da ponovno dođu.

*IZGLED OSOBLJA*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Općenito | Nakit | Izgled |
| poželjno | **nepoželjno** | **poželjno** | **nepoželjno** | **poželjno** | **Nepoželjno** |
| Osmijeh | Žvakanje žvakaće gume | Najviše jedna naušnica po uhu | Napadan nakit | Čista i uredna kosa | Kosa pokriva lice |
| Higijena i provjera izgleda zuba | Pušenje cigareta | Diskretne naušnice do 3 cm dužine | Veliki sportski satovi | Duga vezana kosa, gumica crna ili srebrna | Kosa preko ramena |
| Svijež miris i čistoća | Neprijatan miris tijela | Jedan prsten  | Duge naušnice | Minimum šminke: podloga, rumenilo, maskara, ruž | Masna kosa, mokra i sa puno gela |
| Parfem laganih nota | Jaki parfemi | Jedna ogrlica | Vidljive tetovaže | Njegovani, očuvani i polirani nokti | Napadna frizura |
|  |  |  | Prstenje na palcu ili kažiprstu |  | Bez šminke |
|  |  |  | Platnene ili gumene ogrlice |  | Lice koje se sija |
|  |  |  |  |  | Previše šminke |
|  |  |  |  |  | Šljokice |
|  |  |  |  |  | Prljavi ili izgriženi nokti |

*SAVJETI ZA PISANJE PROMOTIVNIH TEKSTOVA*

Kada predstavljate svoje poslovanje (pisanje teksta za internet prezentacije, brošure...) što možete navesti kao svoje prednosti?

* Opis koji razlikuje vaš proizvod ili uslugu od drugih atrakcija (npr. restoran na organskom gospodarstvu, smještaj na životinjskoj farmi...)
* Koliko dugo radite na ovom poslu (npr. obiteljska tradicija proizvodnje vina duga više od stoljeća...)
* Uspješni ljudi koji su uključeni u vaš posao (npr. pobjednik natjecanja u pripremi riblje čorbe će vam pripremati hranu, pobjednica izbora ljepote će vas dočekati...)
* Vaša lokacija (npr. u srcu Nacionalnog parka, 15 minuta od obale rijeke, u centru grada...)
* Veličina (npr. na 8 hektara šumskog kompleksa)
* Koristi od vaših proizvoda ili usluga (npr. osjetite čari planine, ispunjenje snova iz djetinjstva)
* Usluge (aktivni odmor za mlade, posebna pažnja za starije)
* Vaša cijena (npr. pristupačna obiteljska avantura)
* Vaš ugled (npr. vinarija je nagrađivana na sajmovima u inozemstvu)
* Vaša ponuda je drugačija (bijeg od svakodnevice, jedinstveni odmor...)

*VJEŽBA*

* Napišite kratki promotivni tekst za svoju tvrtku
* Napišite promidžbeni tekst za jedan od svojih turističkih proizvoda
* Napišite promotivni post za neku od društvenih mreža i odmah ga objavite

6. KAKO RAZVITI ODRŽIV POSAO

I na kraju, evo nekoliko praktičnih savjeta koji će vam pomoći da radite uspješno i održivo.

**11 koraka za razvoj vašeg poslovanja**

Donosimo 11 koraka koji će pratiti rast vašeg biznisa – vašeg ruralnog turizma.

Ovih 11 koraka treba da prijeđete u par godina:

* 1. Pažljivo evidentirajte sve svoje resurse.
	2. Informirajte se. Sudjelujte na prezentacijama, promocijama, konferencijama i radionicama, razgovarajte s drugima koji se bave ruralnim turizmom u blizini. Istražite što je dostupno na internetu.
	3. Saznajte čime se drugi bave u ruralnom turizmu. Razgovarajte sa susjedima i drugim poduzetnicima o njihovim poslovima. Posjetite ih. Pogledajte što rade ljudi u susjednim zemljama.
	4. Konzultirajte potencijalne kupce – turiste. Pitajte rodbinu, prijatelje i susjede o proizvodima ili

usluge koje planirate nuditi. Jesu li zainteresirani? Jesu li spremni platiti cijene koje ste planirali? Što oni traže?

* 1. Istražite tržište, svoje konkurente i potencijalne suradnike. Istražite što je dostupno na internetu.
	2. Umrežite se. Učlanite se u udruge, klastere, klubove i druga udruženja. Zajedno ste jači.
	3. Učite. Kontaktirajte organizacije za poslovnu potporu: regionalne razvojne agencije, gospodarsku komoru, lokalnu akcijsku grupu, lokalnu turističku zajednicu itd. Idite na treninge i radionice. Pratite online tečajeve.
	4. Osigurajte se. Osigurajte ne samo imovinu, već i sve ostalo što može uzrokovati probleme u vašem poslovanju.
	5. Napravite poslovni i marketinški plan. Napišite ih!
	6. Počnite s malim i budite štedljivi u početku!
	7. Učite iz svog iskustva, prilagođavajte se i širite se tek kada znate da vaš novi posao u ruralnom turizmu ispunjava ciljeve koje ste si postavili od samog početka.

**Zlatni savjeti za uspjeh u ruralnom turizmu**

Počeli ste koračati vaših 11 koraka, od prvog koraka i bilježenja resursa, zatim drugog koraka gdje se informirate i tako dalje. Uvijek imajte na umu ove zlatne savjete za uspjeh u ruralnom turizmu:

* **Odaberite nešto što volite raditi** - većina ljudi pokreće novi posao kako bi zaradili više novca. Vaš istinski entuzijazam za vaš posao dio je onoga što vas čini jedinstvenim. Ako ne radite nešto što volite, teško da ćete imati dovoljno energije i motivacije.
* **Procijenite vrijeme i znanje** - pažljivo analizirajte i procijenite imate li dovoljno znanja i vještina za ovaj posao. Dobro izračunajte koliko ćete vremena trebati posvetiti ovom poslu i procijenite imate li ga dovoljno. To se odnosi i na vas i na sve ostale koji rade s vama.
* **Uspješno počnite** - dobar početak je vrlo važan. Nemojte žuriti s početkom rada. Ne mičite se dok niste potpuno spremni. Prvi dojam možete ostaviti samo jednom. To se također odnosi na svaki novi turistički proizvod koji uvedete.
* **Osigurajte kvalitetu** - ponudite proizvod ili uslugu visoke kvalitete. Izravni prodavači često kombiniraju visoku kvalitetu s nekom jedinstvenom karakteristikom kako bi se njihovi proizvodi/usluge razlikovali. Izvrsno iskustvo ili kvalitetan proizvod važniji su za privlačenje potrošača od niske cijene.
* **Počnite s malim i polako se razvijajte** - počinjanje s malim obično znači manje vašeg angažmana i manje potrebnog novca kako greške ne bi bile skupe. Zapamtite, lakše je kontrolirati jednostavne aktivnosti.
* **Vodite dobre evidencije (proizvodne, financijske, marketinške...)** - pokušaj upravljanja poslom bez dobrih informacija je kao pokušaj pronalaska adrese bez karte. Dobre informacije i evidencija neophodni su za analizu, da li ispunjavate svoje ciljeve ili ne i za razlog zašto su vaši ciljevi ispunjeni ili ne.
* **Radite ciljanu promociju** - Promocija radi promocije nema svrhe. Precizno definirajte koga želite kontaktirati, na koji način i kojim komunikacijskim kanalima. Definirajte realan budžet za promociju.
* **Sigurnost prije svega** - učinite sve što je potrebno kako biste osigurali da ste i vi i vaši gosti u svakom trenutku potpuno sigurni od bilo kakvih nepredviđenih događaja.
* **Pružite više od turističkog proizvoda** - uspješni uvijek nude više od proizvoda ili usluge. Pružaju iskustvo, emocije, interakcije…
* **Suradnje** – partnerstva vam mogu pomoći da dođete do novih gostiju ili da zadržite stare.
* **Budite informirani** - morate biti informirani o svakom aspektu svog poslovanja, preferencijama potrošača, konkurenciji, financijama itd.
* **Planirajte budućnost** – planiranje je ključno za uspjeh. U planiranju budite realni u pogledu ciljeva, cijene, troškova, vremena itd. Budite fleksibilni i shvatite da i najbolji planovi mogu poći po zlu i stvari se mogu promijeniti.
* **Kontinuirano procjenjujte** - Stvari se uvijek mijenjaju. Morate stalno pratiti i procjenjivati što se događa oko vas. Nemoguće je znati postižete li svoje ciljeve bez da odvojite vrijeme za procjenu.
* **Budite uporni** - potrebno je mnogo upornosti da se shvati kako napraviti turistički proizvod i možda još više vremena da se plasira na tržište. Definiranje ciljne skupine i način na koji ćete joj se obratiti također zahtijeva vrijeme. Zato budite uporni i izdržite. Idejama je potrebno mnogo vremena da postanu stvarnost.
* **Neka vam posao bude zadovoljstvo!**

**Održivo poslovanje**

Vaše poslovanje mora biti održivo. Održivo poslovanje puno je više od puke brige o životnoj sredini. Održivo poslovanje znači da morate osigurati da su vaš poslovni model i sve poslovne aktivnosti dovoljno otporne da dugoročno napreduju. Biti održiv također znači da biste trebali preuzeti odgovornost za sve utjecaje svog poslovanja i dati sve od sebe da ublažite sve negativne utjecaje. Održivo poslovanje također može poboljšati vašu reputaciju i marketing, kao i povećati prodaju i profit.

Turisti su, kao i svi drugi potrošači, sve više svojim potrošačkim navikama utječu na društvo, a time i na zdravlje i planetu. Kao i svi drugi potrošači, turisti će vjerojatno "kupovati" od onih koji posluju u skladu s njihovim sustavom vrijednosti. Procjenjuje se da je 2/3 ljudi spremno platiti više za održive usluge ili proizvode, a taj postotak raste na 3/4 kada se fokusiramo na „milenijalce“ (rođene od 1981. do 1996.), koji trenutno imaju najveću kupovnu moć. Mlađe generacije (koje još više brine održiva potrošnja) nastavit će pokretati ovu potražnju jer njihova kupovna moć raste s nadolazećim godinama.

**Kako poslovati održivo?**

Održivost je iznimno širok pojam, ali u svom najjednostavnijem smislu fokusira se na stvaranje dugoročnog pozitivnog utjecaja na okoliš.

Evo nekoliko prijedloga koji će vam pomoći da stvorite održivo poslovanje:

* Smanjite utjecaj na okoliš – od ponovne upotrebe i recikliranja, prelaska na LED rasvjetu, smanjenja upotrebe plastike, smanjenja emisije CO2 , uvođenja energetski učinkovitih uređaja do usvajanja kružnog poslovnog modela
* Osigurajte održiv opskrbni lanac – nakon što shvatite što je potrebno za vođenje održivog poslovanja, možete osigurati da pridonose i vaši dobavljači (ili ih podržati da se prilagode)
* Uključite ljude s kojima radite – ugradite svoje ciljeve u kulturu vašeg ruralnog turizma. Objasnite zaposlenicima, rodbini, kolegama i onima koji vam pomažu zašto je održivo poslovanje važno i korisno za sve, postavite ciljeve, surađujte na idejama
* Podržite ljude s kojima radite – razvijajte pozitivnu kulturu, ulažite u razvoj zaposlenika i drugih koji rade s vama, pošteno plaćajte zaposlenike i svoj opskrbni lanac, budite transparentni u komunikaciji, zapošljavajte lokalno gdje je to moguće kako biste poboljšali svoju zajednicu, nudite poticaje te nagrade za izvrstan rad
* Uvedite nove tehnologije – tehnologija može uvelike koristiti vašem poslovanju pružajući podatke iz kojih možete učiti, pomažući minimizirati neučinkovitosti, razumjeti financije, poboljšati odnose s turistima i dobavljačima i reagirati na trendove puno brže od vaših tradicionalnih konkurenata. Također vam može pomoći u pristupu novim tržištima
* Pripremite se za loša vremena - diverzificirajte svoju ponudu, proširite bazu kupaca, razumijte svoju konkurenciju i ostanite korak ispred, imajte plan B, držite korak s trendovima
* Omogućite inovaciju - omogućavanje suradnje i razmjene ideja u vašem poslovanju osnažit će sve da razmišljaju "izvan okvira", da stvaraju i dijele ideje, testiraju ih, provode u praksi i pomognu vašem ruralnom turizmu da raste. Održivo poduzeće mora biti u stanju brzo se prilagoditi, što nije moguće ako se guši inovacija.
* Vratite zajednici – donirajte svoje proizvode ili postotak svog profita lokalnoj dobrotvornoj organizaciji, organizirajte dobrotvorni događaj, omogućite svom osoblju da volontiraju nekoliko sati negdje ili budu nekome mentori. Uključite ljude s kojima radite u odlučivanje kako i gdje da vrate zajednici.

KORISNI ALATI

*PRVI DOJAM*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Opis | Da | Ne | Treba poboljšati |
| Lako pronalaženje gospodarstva |
| Putokazi na ključnim raskrižjima jasno usmjeravaju posjetitelje na lokaciju? |  |  |  |
| Označeno gospodarstvo na Google kartama i/ili drugom navigacijskom sustavu? |  |  |  |
| Po dolasku |
| Postoji li dobro postavljen znak za gospodarstvo? |  |  |  |
| Lako je pronaći ulaz? |  |  |  |
| Postoji li dobra vidljivost za siguran ulazak i izlazak? |  |  |  |
| Postoji li logičan tijek prometa? |  |  |  |
| Parkiralište |
| Je li lako shvatiti gdje se parkirati? |  |  |  |
| Postoje li znakovi koji vas usmjeravaju na parkiralište? |  |  |  |
| Postoje li barijere koje definiraju parkirno mjesto? |  |  |  |
| Parkiranje je lako nakon što nađete parking? |  |  |  |
| Jesu li parkirna mjesta označena? |  |  |  |
| Ima li dovoljno mjesta za ulaz/izlaz? |  |  |  |
| Staze |
| Relativno ravno? |  |  |  |
| Nema rupa? |  |  |  |
| Nema blata? |  |  |  |
| Nema prašine? |  |  |  |
| Asfaltirano za lagano hodanje? |  |  |  |
| Otvoreni prostor |
| Pokošen travnjak |  |  |  |
| Lijepo uređen prostor |  |  |  |
| Atraktivni cvjetni aranžmani |  |  |  |
| Može li se vidjeti starinska poljoprivredna oprema? |  |  |  |
| Ima li mjesta za sjedenje - stolovi/paviljoni/klupe za piknik? |  |  |  |
| Postoji li određeno područje za djecu? |  |  |  |
| Postoje li znakovi s uputama/informacijama? |  |  |  |
| Područje je čisto od smeća? |  |  |  |
| Opasnosti od spoticanja su uklonjene? |  |  |  |
| Jesu li poljoprivredna oprema, gorivo i kemikalije izvan dohvata gostiju? |  |  |  |
| Postoji li sapun/voda, antiseptički losion za posjetitelje? |  |  |  |
| Wi Fi dostupan? |  |  |  |

*OSOBLJE*

Pogledajte neke karakteristike zaposlenika na sljedećem popisu:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Opis | Da | Ne | Treba poboljšati |
| Izgled osoblja je uredan i čist |  |  |  |
| Osoblje nosi uniformu ili pločicu s imenom |  |  |  |
| Osoblje dočekuje goste |  |  |  |
| Uslužni, ljubazni, veseli, profesionalni |  |  |  |
| Dobro obaviješteni o turističkom gospodarstvu |  |  |  |
| Osoblje nije prepotentno |  |  |  |
| Pitaju goste odakle ste, kako ste čuli za nas itd |  |  |  |
| Poznaje turizam u okolici, daje prijedloge i upute |  |  |  |

*PONUDA*

U sljedećoj tablici navedite što turist može vidjeti, raditi ili kupiti u vašem mjestu:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Što turist može vidjeti kod nas? | U bilo koje vrijeme | Samo uz prethodnu najavu |
|   |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| Što sve turist može raditi kod nas? | **U bilo koje vrijeme** | **Samo uz prethodnu najavu** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| Što sve turist može kupiti kod nas? | **U bilo koje vrijeme** | **Samo uz prethodnu najavu** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |