Pretpostavke održivog razvoja ruralnog turizma u Ivanečkom području Varaždinske županije

Anđel, Lana

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:162:755500

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

University of Zadar Institutional Repository

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

Sveučilište u Zadru

Odjel za sociologiju
Preddiplomski sveučilišni studij sociologije (dvopredmetni)

Lana Anđel

Pretpostavke održivog razvoja ruralnog turizma u Ivanečkom području Varaždinske županije

Završni rad

Zadar, 2016

Sveučilište u Zadru

Odjel za sociologiju

Preddiplomski sveučilišni studij sociologije (dvopredmetni)

Pretpostavke održivog razvoja ruralnog turizma u Ivanečkom području Varaždinske županije

Završni rad

Studentica:
Lana Anđel

Mentorica:
Mr. sc. Nensi Segarić

Zadar, 2016.

Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Lana Anđel,** ovime izjavljujem da je moj **završni** rad pod naslovom **Pretpostavke održivog razvoja ruralnog turizma u Ivanečkom području Varaždinske županije** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 29. rujna 2016.

Sadržaj

1. Uvod ... 1

2. Predmet, cilj i problem istraživanja ... 2

3. Ruralni turizam ... 2

3.1. Oblici ruralnog turizma ... 4

3.2. Činitelji razvoja ruralnog turizma ... 7

3.3. Održivi razvoj ruralnog turizma ... 8

3.4. Istraživanja ruralnog turizma u sjeverozapadnoj Hrvatskoj ... 9

4. Ivanečko područje Varaždinske županije ... 10

5. Metodologija ... 12

6. Rezultati i rasprava ... 13

6.1. Procjena sadašnjih prilika razvoja ruralnog turizma u Ivanečkom području Varaždinske županije ... 13

6.1.1. Prednosti Ivanečkog područja za razvoj ruralnog turizma ... 13

6.1.2. Nedostaci i prepreke razvoja ruralnog turizma u Ivanečkom području Varaždinske županije 15

6.2. Viđenja mogućnosti ruralnog turizma za ostvarivanje održivog razvoja ... 16

7. Zaključak ... 19

8. Literatura ... 20

9. Prilozi ... 22

Pretpostavke održivog razvoja ruralnog turizma u Ivanečkom području Varaždinske županije

Sažetak

U današnje vrijeme turisti izbjegavaju odredišta masovnog turizma, čije posljedice su negativne za prirodni i kulturni okoliš, nego traže područja s očuvanim okolišem i tradicijom. „Novi turisti“ su obrazovaniji, žele iskusiti život lokalne zajednice i doživjeti autentičnost, stoga se vidi šansa u ruralnim područjima Republike Hrvatske čija turistička ponuda može odgovoriti na njihove potrebe. Odgovoran odnos lokalne zajednice prema prirodi i kulturnoj tradiciji temelj je održivog razvoja ruralnog turizma. Cilj ovog istraživanja bio je ispitati mišljenja lokalne zajednice o razvoju ruralnog turizma u Ivanečkom području Varaždinske županije. U istraživanju se koristila metoda intervjua. Rezultati istraživanja pokazuju da ruralni turizam u Ivanečkom području Varaždinske županije sve više počinje dobivati na važnosti kao gospodarska grana. Lokalno stanovništvo je svjesno da se u Ivanečkom području Varaždinske županije može odgovoriti na nove turističke zahtjeve u vidu ruralnog turizma te iskazuju mišljenja o novim perspektivama i mogućnostima za razvoj ruralnog turizma, no svjesni su i brojnih prepreka od kojih je najveća nedovoljna angažiranost i suradnja lokalne samouprave s lokalnim stanovništvom koje se bavi turizmom.

Ključne riječi: novi turisti, održivi razvoj ruralnog turizma, lokalna zajednica

The assumptions of sustainable development of rural tourism in Ivanec area in Varaždin county

Abstract

Nowadays, tourists are avoiding destinations of mass tourism, whose consequences have a negative impact on the natural and cultural enviroment, instead they are looking for destinations with preserved environment and tradition. "New tourists" are well educated, want to experience life of the local community and authenticity and because of that there is a chance for rural areas in Republic of Croatia, that can satisfy the needs of these tourists. A responsible relationship of the local community towards nature and cultural tradition is the foundation of sustainable development of rural tourism. The purpose of this research is to examine the opinions of the local community about the development of rural tourism in the Ivanec area in Varaždin county. In research were used interview method.. The results of this research indicate that rural tourism in Ivanec area in Varaždin county is starting to increace the importance as the industry. Local population is aware of the new needs in the world of tourism and that they can answer those

needs in Ivanec area in Varaždin county. Local population also have the perspective and visions for the development of the rural tourism, but they are aware of many obstacles, of which the main is lack of involvement and cooperation between local government and local popuation.

Key words: new tourists, sustainable development of rural tourism, local community

1. Uvod

Brzi ritam života suvremenog turista stvara potrebu za potražnjom ekološki čistih područja Hrvatske. Ljudi su počeli izbjegavati turistička odredišta karakteristična za masovni turizam. Zbog toga je važno da se ruralni turizam bazira na održivom razvoju. Održivost mora uključivati zaštitu okoliša, gospodarsku stabilnost i jednakost u raspodjeli šansi lokalnog stanovništva. No, za daljnji razvoj turizma su potrebni ljudski resursi, ali vrlo je poznata činjenica da hrvatski ruralni prostor već godinama doživljava iseljavanje. Turizam u ruralnim područjima bi mogao postati gospodarska grana koja će potaknuti ekonomski razvoj i omogućiti stanovništvu da ostane na tim područjima čime bi se ostvarila i socijalna održivost, odnosno smanjio bi se trend depopulacije, a uz odgovoran pristup njegovom razvojnom konceptu i ekološka održivost. Time bi se osiguralo zadovoljstvo turista koji traže doživljaj autentičnosti ruralnog prostora, ali i života lokalnog stanovništva koje bi moglo ostvariti ekonomsku dobit koristeći već postojeće resurse svog okoliša ne zadirući u autentičnost, što je ujedno i glavna pretpostavka održivog razvoja turizma.

Ruralni turizam ima vrlo široko značenje, ali može se definirati kao turizam koji obuhvaća sve aktivnosti u ruralnom području. (Ružić, 2005). Prirodne ljepote su oduvijek privlačne ljudima, posebice nakon procesa industrijalizacije i urbanizacije kada su ljudi masovno počeli putovati u želji za uživanjem u prirodi. Razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj započeo je početkom 90-ih godina prošlog stoljeća, a 1995. godine je započeo intenzivniji razvoj i zanimanje za takvu vrstu turizma kada je Ministarstvo turizma Republike Hrvatske pokrenulo prve aktivnosti vezane za obilazak terena, prikupljanje informacija i edukaciju inicijatora (Kušen, 1995, prema Demonja i Ružić, 2013). Pri tome se ukazalo na važnost povezanosti poljoprivredne proizvodnje, proizvodnje tradicionalnih proizvoda, tradicijska gastronomija te njenog prezentiranja kroz turističku ponudu. Danas postoje razni oblici ruralnog turizma: agroturizam, rezidencijalni turizam, zavičajni turizam, sportsko-rekreacijski turizam, avanturistički turizam, zdravstveni turizam, kulturni i vjerski turizam, lovni i ribolovni turizam, gastronomski i vinski turizam, tranzitni turizam, kamping turizam, edukacijski turizam, ekoturizam i mješoviti ruralni turizam.

Varaždinska županija nalazi se u sjeverozapadnoj Hrvatskoj i ima potencijala za razvoj ruralnog turizma. Prema površini Ivanečko područje je najveće područje Varaždinske županije (grad Ivanec i 29 naselja). Važna turistička resurno-atrakcijska osnova Ivanečkog područja su: planina Ivanščica, rijeka Bednja, Ivanečki bajeri i jezera, špilja Vindija, zaštićena kulturno-

povijesna baština (poput Pavlinkog samostana, kaznionice u Lepoglavi), manifestacije (poput seoskih igara, rudarski dani, festival čipke), vinogradi i vinske ceste. Na ovom području značaj imaju i seoska domaćinstva, kušaonice i vinske ceste. Profil turista u ovom području je obitelj s djecom te posjetitelji zrele (50-65 g.) i treće dobi (66+ g.), pretežito iz Hrvatske i Slovenije.

2. Predmet, cilj i problem istraživanja

Predmet istraživanja su mogućnosti razvoja te moguće prepreke u razvoju ruralnog turizma Ivanečkog područja Varaždinske županije.

Cilj istraživanja je ispitati kako lokalno stanovništvo vidi postojeću ponudu, mogućnosti, prepreke te posebnosti za održivi razvoj ruralnog turizma u Ivanečkom području Varaždinske županije.

Problem istraživanja je: Postoje li pretpostavke i koje su prepreke za održivi razvoj ruralnog turizma u Ivanečkom području Varaždinske županije?

3. Ruralni turizam

Postoji mnogo definicija ruralnog turizma jer ono ima vrlo široko značenje. Može se reći da je ruralni turizam naziv za različite aktivnosti i oblike turizma koji su uvjetovani turističkim atrakcijama[1] i javljaju se izvan grada (Demonja, Ružić, 2010) [2]. Ruralni turizam na Vijeću Europe 1986. godine je definiran kao turizam koji obuhvaća sve aktivnosti u ruralnom području, a ne samo one koje bi se mogle odrediti kao farmerski ili agroturizam. Kasnije Ružić (2005) ruralni turizam definira kao aktivnost ili pokret, kojim se čovjek urbane sredine vraća prirodi te pokreće niz gospodarskih i negospodarskih aktivnosti u ruralnom području kao što su:

- Uzgoj prirodne i zdrave hrane

[1] Kušen (2002) definira turističke atrakcije kao turističke resurse koji mogu privući ili već privlače turiste da posjete turističku destinaciju u kojoj se one nalaze.

[2] Ruralni turizam određen je ruralnim područjem. Prema Ružić (2011) za definiranje ruralnog područja su potrebna sljedeća obilježja: mali broj stanovnika, dominantno korištenje zemlje i šuma za opstanak zemlje i društvena struktura, običaji i seoski identitet. Uzimajući u obzir navedena obilježja i ostale definicije ruralnog područja, ono bi se moglo definirati kao površina izvan građevinskog područja gradova s malom koncentracijom stanovnika, kojemu je osnovno zanimanje poljoprivreda, a koje karakteriziraju posebni običaji i seoski identitet. Ono pruža različite mogućnosti aktivnog sudjelovanja u životu i radu seoskog gospodarstva kao i sudjelovanje u raznim blagdanskim i prigodnim svečanostima i drugim manifestacijama (Vuković, Čavlek, 2001). Ono je ujedno i primarni resurs za razvoj ruralnog turizma (Demonja, Ružić, 2010).

- Doprinosi oživljavanju poljoprivredne proizvodnje na malim površinama, ali na novijoj osnovi, s obzirom na poznato tržište i potrošače
- Omogućuje turistima u ruralnom području aktivan odnos prema prirodi i poljoprivrednoj proizvodnji na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima
- Ruralnim oblicima turizma valoriziraju se sve one vrijednosti koje daju ruralne sredine, omogućujući čovjeku na sadašnjem stupnju industrijskog i postindustrijskog društva povratak prirodnim vrijednostima, poljoprivrednim ambijentima, rasterećenju svih pritisaka i stresova urbanih sredina koji u mnogome sputavaju vrijednost slobode čovjeka
- razvoj ruralnih oblika turizma uključuje cjelokupnu ruralnu sredinu s ukupnim ambijentom seoskog života: ambijentom stanovanja, arhitekture, flore i faune, tradicionalne kulture, nošnje i slično.

Na razvoj ruralnog turizma ponajprije utječe bogato kulturno-povijesno nasljeđe i stanovnici ruralnih područja. Da bi se kulturno-povijesno nasljeđe moglo turistički valorizirati, lokalna zajednica mora uložiti napor u obnovu i restauraciju brojnih lokaliteta i objekta, a tome može doprinijeti jedino privrženost ljudi tradiciji i običajima lokalne zajednice (Čavrak, 2003). U ruralnom turizmu dolazi do interakcije poljoprivredne proizvodnje, prezentiranja tradicije, tradicijska gastronomija, turističke usluge i korištenje već postojećih resursa (Demonja, Ružić, 2010). Sukladno tome može se zaključiti da dolazi do nove postmoderne percepcije ruralnosti u kojoj se pojavljuju nove društvene vrijednosti kao što su zaštita okoliša, održanje biološke raznolikosti, ekološka proizvodnja. Ovdje je važno naglasiti da se ruralna kultura danas ne odnosi samo na tradicijsku kulturu, već ona uključuje i suvremene utjecaje modernog društva, odnosno modernizirane oblike i nove elemente industrijske i postindustrijske kulture (Cifrić, 2003). Ovaj oblik turizma pojavljuje se kao odgovor na masovni turizam čije posljedice su donijele veliku prijetnju okolišu, ali i negativne socioekonomske učinke, poput orijentacije radne snage na uslužne djelatnosti, sezonske radnike te mogućnosti zapostavljanja ostalih gospodarskih djelatnosti. Zbog toga se ubrzo razvija i širi pojam održivosti kojim se usklađuje zaštita okoliša, gospodarska stabilnost i jednakost u raspodjeli šansi lokalnog stanovništva. O održivom razvoju će više biti riječ u nastavku.

Osvješćivanjem stanovništva o ekološkim problemima mijenjaju se i turističke potrebe, obilježja turista i motivi putovanja. Ljudi počinju izbjegavati turistička mjesta koja su uništila prirodu i traže čista i očuva područja. Ti turisti se nazivaju „novi turisti“ (Tomić-Koludrović i

Petrić, 2007). U odnosu na masovne turiste, oni su obrazovaniji i informiraniji, teže odmoru u prirodi, a ne istraživanju povijesti i umjetnosti, žele iskusiti život lokalne zajednice i doživjeti autentičnost, a da pritom ne oštećuju okoliš. Vrlo veliki pomak vidi se i u načinu pretraživanja o turističkim destinacijama. Internet pruža trenutačne i uvijek dostupne informacije u/o cijelom svijetu, a u današnje vrijeme se bilježi porast broja online rezervacija i online istraživanja o mogućim putovanjima. Destinacijske turističke web stranice imaju određene osobnosti koje proizlaze iz osobnosti turističkog proizvoda. Oglašavanje se u posljednje vrijeme intenzivno provodi na društvenim mrežama (Facebook, Twitter, YouTube…)., među kojima je Facebook vodeća svjetska online društvena mreža. Dakle, u području turizma sve veći trend postaje e-marketing. E-marketing ima globalni doseg, niske troškove, omogućava personalizaciju marketinških aktivnosti i laku prilagodljivost tržišnim trendovima (Herman, 2016). Rezultati istraživanja Instituta za turizam pokazuju rast popularnosti interneta prilikom oglašavanja i smanjenje značaja starih medija (Herman, 2016). Rezultati istraživanja 2010. godine pokazuju još uvijek značajan utjecaj medija u oglašavanju: mediji -29%, Internet – 27%, dok rezultati istraživanja 2014. godine pokazuju pad popularnosti medija i sve veći porast promocije putem interneta: mediji – 20%, Internet – 30%.

Ruralni prostor u Hrvatskoj zauzima 91,6% ukupne površine gdje je 44,4% stanovništva direktno ili indirektno vezano za poljoprivredu (Demonja, 2014). To je vrlo velik potencijal za razvoj ruralnog turizma no u Hrvatskoj postoji niz naslijeđenih, povijesno uvjetovanih problema (Demonja, Ružić, 2010). Na primjer to su vrlo mala i usitnjena poljoprivredna gospodarstva, staračka domaćinstva bez poduzetničkog iskustva te slabo razvijena komunalna i društvena infrastruktura. Razvoj ruralnog turizma Hrvatske započeo je početkom 90-ih godina 20. stoljeća, a veći zamah ima od 1995. kada je Ministarstvo turizma Republike Hrvatske pokrenulo inicijative i prve aktivnosti vezan za obilazak terena, prikupljanje informacija i edukaciju inicijatora (Demonja, Ružić, 2013). S vremenom u Hrvatskoj su se razvili svi oblici ruralnog turizma.

3.1. Oblici ruralnog turizma

Postoji više oblika ruralnog turizma koji odražavaju zahtjeve turističkih potrošača kojima se prilagođava turistička ponuda i turistički proizvod.

Agroturizam ili seljački turizam je tip turističkog seoskog obiteljskog gospodarstva kod kojeg je poljoprivredna proizvodnja osnovna aktivnost, a turističke usluge smještaja i prehrane gostiju čine dodatnu aktivnost. Uz usluge smještaja i prehrane, na gospodarstvu se mogu organizirati i ostale turističke usluge čiji je cilj gostima pružiti mogućnost aktivnog odmora. U

pravilu, vlasnik gospodarstva sa svojom obitelji živi na samom gospodarstvu (Baćac, 2011). Na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima posjetiteljima su mogu pružiti kompletne usluge smještaja, prehrane i cijelog programa boravka s izletima, obilaskom gospodarstva, uključivanjem u poljske radove, sportsko rekreacijske i druge sadržaje. Iz godine u godinu raste kvaliteta, a time i popularnost agroturizma (Demonja, Ružić, 2010).

Rezidencijalni turizam se odnosi na boravak gradskog stanovništva u takozvanim vikendicama koje se nalaze na ruralnom području u blizini gradova ili značajnih prirodnih i drugih atrakcija. U tim vikendicama borave njihovi vlasnici, ali se mogu iznajmiti i drugima (Demonja, Ružić, 2010).

Zavičajni ili nostalgični turizam se temelji na osobnoj povezanosti pojedinca i određenog zavičaja. Stanovništvo koje se doselilo u grad putuje u zavičaj u kojem spava, hrani se kod rodbine ili u lokalnom ugostiteljskom objektu (Demonja, Ružić, 2010).

Sportsko-rekreacijski turizam je boravak i odmor u koji su uključene sportsko zabavne aktivnosti u prirodi poput šetnje, vožnje biciklom, skijanja, jahanja, aktivnostima na posebno opremljenim i izgrađenim igralištima. Najvažniji cilj ovog oblika turizma je aktivni i sadržajni odmor turista. Sport i turizam su povezani još od davnih dana. Različit sportske aktivnosti bile su pokretači putovanja na koja se odlazilo da bi se posjećivale sportske priredbe (Demonja, Ružić, 2010).

Avanturistički turizam je oblik rekreacijskog turizma kojemu je temelj rekreacija, ali uz mnogo rizika i uzbuđenja. Od sudionika se očekuje velika fizička i psihička pripremljenost. U ovaj oblik turizma ubraja se alpinističko penjanje, vožnja brdskim biciklom, rafting, paraglajding. Danas ovaj oblik turizma doživljava veliki uspon jer turisti traže uzbuđenje i nešto novo i nesvakidašnje (Demonja, Ružić, 2010).

Zdravstveni turizam je vezan uz termo-mineralna vrela, ljekovita blata i planinske predjele. Za ovaj oblik turizma specifična su lječilišta u kojima se posjetiteljima osigurava smještaj, prehrana i medicinski nadzor (Demonja, Ružić,2010).

Kulturni turizam se odnosi na obilaske spomenika kulture, muzeje, galerije, dvorce i kulturne manifestacije. Kulturni turizam u prvi plan stavlja kulturu, obrazovanje, doživljaje i iskustva kao zahtjeve aktivnog i sadržajnog odmora. Danas ruralni turisti sve više traže upoznavanje s lokalnom kulturom i kontakt s domaćinom. Uz kulturni turizam se često nadovezuje i vjerski turizam odnosno posjet svetištima i vjerskim manifestacijama (Demonja, Ružić, 2010).

Vjerski turizam označava putovanje i posjet vjerskim središtima, obredima ili hodočašćima. Motivi na putovanje su najčešće vjera, ali i umjetnički i kulturni sadržaj. U novije vrijeme to je široko zastupljen i ekonomski vrlo isplativ oblik turizma (Demonja, Ružić, 2010).

Lovni turizam je karakterističan za ruralni prostor, a razvio se zbog strasti lovaca da love i izvan svojeg lovišta. Sudionici ovog turizma osim lovaca su i članovi njihovih obitelji (Grubešić, Rusan, 2013).

Ribolovni turizam je tipičan oblik turizma u ruralnom području na vodenim površinama. Sudionici su ribolovci koji traže čiste i zdrave vode i ribe. Postoji više načina bavljenja ribolovom. Jedan je u mirnim vodama, a drugi oblik je „mušićarenje“ na brzim rijekama. Jedan od preduvjeta za razvoj ovog oblika turizma je očuvanje kvalitete vode i njihova zaštita od onečišćenja (Demonja, Ružić, 2010).

Gastronomski turizam se temelji na gastronomskoj ponudi. Vrlo je važna raznovrsna i nenametljiva, ali „uočljiva“ ponuda hrane te tradicionalna kuhinja. Te posebnosti treba prezentirati i specifičnim potrošačima, na primjer vegetarijancima, ljubiteljima biološki uzgojene hrane, lovcima, ribolovcima i tako dalje (Demonja, Ružić, 2010).

Vinski turizam je u uskoj vezi s gastronomskim turizmom. Za razvoj ovog oblik turizma potrebna su vinogorja (Demonja, Ružić, 2010).

Ekoturizam ima cilj zaštite svijeta prirode. Može se razviti na zaštićenom ili još neotkrivenom području, a ono se ne smije oštetiti. Posebna briga mora se voditi o načinu opskrbe vodom, hranom i zbrinjavanju otpada. Da bi se održala kontrola prirodnog sklada treba se pridržavati načela održivog rasta, a to su ekološka, ekonomska i društvena. U ovom obliku turizma vrlo važnu ulogu ima usmjerena edukacija organizatora putovanja, putnika i lokalnih djelatnika. U početnoj fazi razvoja ekoturizma vrši se kategorizacija putnika, pa se može reći da je riječ o svojevrsnom elitnom turizmu za ekološki osviještene i obrazovane turiste (Demonja, Ružić, 2010).

Edukacijski turizam se temelji na programu upoznavanja polaznika s obilježjima ruralnog prostora. Putnici mogu biti učenici, kojima su organizirana izletnička putovanja. Takva putovanja imaju pedagošku i nastavnu vrijednost, a ona se ogleda u povezanosti s nastavnim predmetima koji uče o poznavanju sela, života i rada na selu te biljnog i životinjskog svijeta. Za putovanje se koriste uglavnom autobusi, a za smještaj postojeći objekti u ruralnom prostoru (Demonja, Ružić, 2010).

Kamping turizam je oblik u kojem turisti za smještaj i boravak odabiru kampiranje, odnosno uređeni prostor za šatore, karavan, kampere ili tende koji je smješten u prirodnom

okruženju. Atraktivnost kamping turizma počiva na toma da je duboko uronjen u ruralni prostor te kao takav nudi prirodu atraktivnost (Baćac, 2011).

Nautički turizam je oblik u kojem turisti za smještaj i boravak koriste brod-jahtu, a odmaraju se u ruralnoj sredini na jezerima, rijekama i kanalima. Nautički turizam je karakterističan jer je vrlo kompleksan i čine ga brojni elementi (mala flota, mala brodogradnja, luke i lučice, industrija, obrt, ugostiteljstvo, trgovina…) (Demonja, Ružić, 2010).

Mješoviti oblici ruralnog turizma obuhvaćaju više oblika turizma u jedan.

Ružić i Demonja (2010) ističu još jedan oblik ruralnog turizma pod nazivom **difuzni oblik smještaja**, odnosno „albergo diffuso“ što u prijevodu znači „proširenі hotel“. To je oblik smještaja koji pokušava stvoriti uvjete uklapanja turista u ruralnu sredinu, odnosno organizirani sustav soba i apartmana u kojemu je turist uključen u svakodnevni život zajednice. Ovime se pokušava oživjeti ruralni prostor, zadržati stanovnike, nadvladati iskrivljen odnos između turista i gosta te doprinosi povećanju turističke potrošnje.

3.2. Činitelji razvoja ruralnog turizma

Za razvoj turizma nužni su činitelji potražnje i ponude. Privlačni činitelji potiču potražnju za putovanjem, a prometni činitelji to putovanje i omogućavaju.

Činitelji potražnje potiču turiste na putovanje (Demonja, Ružić, 2010). Dijele se na objektivne i subjektivne činitelje. Objektivni činitelji potražnje ovise o turistu i proizlaze iz njegovog životnog standarda. Skupina objektivnih činitelja može se podijeliti na: radnu i životnu sredinu, prirodni ambijent, slobodno vrijeme, slobodna sredstva i ostale objektivne činitelje. Radna i životna sredina se kroz prošlo stoljeće intenzivno mijenjala. Promjena načina proizvodnje i industrijalizacija dovela je do urbanizacije koju prate i negativne pojave kao što su velika gustoća naseljenosti i smanjenje broja zelenih površina što stvara nezdravu klimu. Čovjek je u takvim okolnostima okružen bukom, stresom i odvojen od prirode. Ti uvjeti tjeraju čovjeka urbane sredine na putovanje radi odmora i rekreacije. Subjektivni činitelji potražnje predstavljaju subjektivno ponašanje pojedinca kojim se pojačava djelovanje objektivnih činitelja (Demonja, Ružić, 2010). Postoje samo ako postoje objektivni činitelji. Na primjer može postojati novac i slobodno vrijeme, ali od čovjeka i njegovog subjektivnog ponašanja ovisi hoće li svoje vrijeme i novac iskoristiti u turističke svrhe. Jedni od važnijih subjektivnih činitelja su moda i oponašanje. Turistička putovanja se provode prema ponašanju neke poznate i/ili važne osobe. Ako takva osoba putuje ona na neki način stimulira i druge na putovanje.

Činitelji ponude omogućavaju privremenu promjenu boravka radi odmora i rekreacije (Demonja, Ružić, 2010). Njima se turisti privlače, prevoze i omogućava im se boravak u

turističkom odredištu. Činitelji ponude se dijele na privlačne ili atraktivne, saobraćajne ili komunikativne i prihvatne ili receptivne. Atrakcije privlačnosti mogu biti prirodne i socijalne. Prirodne privlačnosti se odnose na prirodno-geografske elemente (klima, hidrografski elementi, reljef, biljni i životinjski svijet, zaštićena prirodna područja, parkovi prirode te opća i posebna eko i bio poljoprivreda). Prema klimi je moguće razlikovati slavnu sezonu i izvansezonsko razdoblje. Poljoprivreda i ekološka poljoprivreda su također važni činitelji razvoja turizma. Socijalne atrakcije se odnos na prostor u koji se ubrajaju spomenici kulture, pučka kultura, stanovanje i prehrana, narodni običaji i pučka materijalna kultura sa starim zanatima, proizvodima, suvenirima, kulturne ustanove te zabavne, sportske i gospodarske manifestacije.

Među činiteljima razvoja turizma promet ima posebnu važnost. Promet je jedna od ključnih sastavnica turističkog doživljaja, a uključuje (Demonja, Ružić, 2010): prijevoz do turističke destinacije[3], prijevoz unutar turističke destinacije i prijevoz na povratku iz turističke destinacije. Ključna obilježja prijevoza uključuju brzinu putovanja, sigurnost kvalitetu i cijenu. Hrvatska ima vrlo visoku razinu dostupnosti što se tiče prometne infrastrukture.

3.3. Održivi razvoj ruralnog turizma

Održivi razvoj je „uravnoteženi razvoj, razvojni koncept koji općenito određuje da su rast i promjene strukture proizvodnje i potrošnje razvojno prihvatljivi, ako ne umanjuju ukupnu kakvoću i upotrebljivost prirodnih resursa“ (Vukonić, Čavlek, 2001: 253). Ovaj pojam se razvio kako bi riješio nesklad između čovjeka i prirode, a proširivao se u posljednjih 40-ak godina u skladu s uvjetima globalizirane ekološke i socijalne krize te njihovih posljedica (Cifrić, 2012). Održivi razvoj se može raščlaniti na više vrsta održivosti: ekološka održivost, ekonomska održivost, društvena održivost i tehnološka održivost. To znači da uz očuvanje ekosustava, proizvodnja mora biti takva da se vrati kapital, da se ne remete odnosi u društvenoj zajednici i da se ne stvara otpad (Kušen, 2002).

Ljudi utječu na okoliš, ali i okoliš utječe na ljude, a ti učinci se pojavljuju u takozvanim zajednicama. Održivost se prije definirala i razmatrala na globalnoj i nacionalnoj razini, no došlo je do „lokalnog zaokreta“ i održivost se od tada raspravlja u okvirima razvoja zajednice, odnosno na lokalnoj razini. Spuštajući se na lokalnu zajednicu, održivost je postala razumljiva i smislenija većini ljudi (Geiger Zeman, Zeman, 2010). Sličan koncept je sadržan u „Agendi 21“ u kojem se lokalne zajednice vide kao ključ za ostvarivanje održivog razvoja. Održivost je bit pojma ruralnog prostora i razvoja jer su još u svojoj povijesti ti prostori funkcionirali na

[3] Turistička destinacija je zajednički, širi funkcionalni prostor jednog ili više turističkih mjesta (Kušen, 2001).

način održivog razvoja. Seljak prije nije znao za koncept održivog razvoja, ali je znao što mora činiti da bi on i njegovi nasljednici mogli opstati.

Strategije suvremenog gospodarstva nameću promjenu ruralnog prostora. Te strategije nisu održive ni za urbane, ni za ruralne sredine jer se ne smanjuje broj nezaposlenih, odnosno ljudi ne zadržavaju radna mjesta i takva strategija nije održiva jer ne jamči radnu i životnu perspektivu te zbog toga velik broj radno sposobnih ljudi iseljava u urbana područja. Strategija ruralnog održivog razvoja mora se temeljiti na čvrstoj vezi s tradicijom u svim njezinim elementima i mora postojati pretpostavka da se ona može iskoristiti kao značajan inicijalni resurs za različite poduzetničke aktivnosti osobito u ruralnom turizmu (Čavrak, 2003).

Na osnovi koncepta održivog razvoja razvijen je koncept održivog turizma[4], a primjenjuje se na sve oblike turizma koji su dugoročno usklađeni sa svojom prirodnom, socijalnom i kulturnom okolinom. Održivi razvoj turizma ovisi o postupanju s turističkom atrakcijom. Turističke atrakcije se mora koristiti racionalno tako da ne propadaju, ne iscrpljuju se i ne ugrožavaju (Kušen, 2002). Činitelji održivog razvoja, poput turističkog gospodarstva, zaštite okoliša i lokalne zajednice moraju biti povezani i težiti poboljšanju kvalitete života.

U hrvatskom ruralnom prostoru, u većini je očuvan odnos između prirode i stanovništva, koje uglavnom samostalno razvija osjećaj za turizam s pretežnom skromnim turističkim znanjem. Održivi razvoj ruralnog turizma znači gospodarski i društveni rast koji je u skladu s ekosustavom. U Hrvatskoj raste svijest o značaju održivog ruralnog razvoja[5]. Bitan utjecaj ima i Vlada, pravilnim ulaganjem u infrastrukturu i nevladine organizacije koje promoviraju ideju održivog razvoja. Glavni cilj ruralnog turizma u Hrvatskoj mora biti podizanje kvalitete života i sprečavanje depopulacije. Održivi turizam mora biti onaj dio gospodarstva koji na ruralnom području pokreće sve ostale gospodarske djelatnosti (Demonja, Ružić, 2010).

3.4. Istraživanja ruralnog turizma u sjeverozapadnoj Hrvatskoj

U sklopu istraživanja ocjenjivanja ambijentalnosti i izvornosti, autori (Svržnjak i sur., 2007) su se osvrnuli na stanje ruralnog turizma u sjeverozapadnoj Hrvatskoj. Uzorak je bio 60 obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava (OPG-a). Vlasnici OPG-a primjećuju kako je ruralni turizam u sjeverozapadnoj Hrvatskoj moguć i pogodan za razvoj zbog bogate prirodne i kulturne baštine, ali veliki nedostatak je nezainteresiranost mlađih članova OPG-a za bavljenje

[4] Održivi turizam Vukonić i Čavlek (2001) definiraju kao sposobnost turističke destinacije da vodi brigu o okruženju, odnosno sposobnost da ostane konkurentna na tržištu unatoč pojavi novih i manje posjećenih destinacija te da podjednako privlači posjetitelje koji se vraćaju i one koji prvi put dolaze.

[5] Hrvatska od svog osnutka aktivno sudjeluje na međunarodnim skupovima o održivom razvoju, podupire donošenje zajedničkih dokumenata podnosi nacionalna izvješća i preuzima druge obveze. Prvu nacionalnu Strategiju održivog razvoj Hrvatski sabor je donio 2009. godine (Jelić Mück, 2010).

turizmom. U skladu s time, autori zaključuju, kako bi došlo do razvoja ruralnog turizma, u obvezno obrazovanje se mora uvesti specifičan program obrazovanja i investiranja u ljudske resurse.

Istraživanje ruralnog turizma Međimurske županije (Mesarić Žabčić, 2007) pokazalo je da je na razvoj ruralnog turizma pozitivno utjecala Slovenija i iskustva iseljenika povratnika iz Austrije, Švicarske i Njemačke. Tradicija, očuvanost starih zanata, proizvodnja tradicionalnih proizvoda i očuvanost prirodnog okoliša su poticaji županiji i stanovnicima za razvoj i ulaganje u ruralni turizam. Autorica zaključuje kako razvoj ruralnog turizma u Međimurju ima veliki potencijal, ono može stvoriti dodatne prihode, otvoriti radna mjesta te biti baza ostalim ekonomskim djelatnostima.

4. Ivanečko područje Varaždinske županije

Varaždinska županija se nalazi na sjevernom dijelu Republike Hrvatske u regiji Hrvatsko Zagorje i proteže se na 1262 km^2. Izuzevši grad Zagreb, Varaždinska županija je najgušće naseljena županija Hrvatske nakon Međimurske županije. Reljef je ravničarski te brežuljkasti s gorskim masivima (Ivanščica, Kalnik, Ravna gora). Klima je umjereno topla kišna klima s najviše padalina u zimskom dijelu godine. Županija ima i veliku hidrogeografsku važnost (Drava, Bednja, Plitvica). Ima važan prometni položaj jer kroz nju polaze važni cestovni i željeznički pravci koji spajaju sjeverozapadnu Hrvatsku i europski prometni sustav. Ovdje se nalazi 30 zaštićenih prirodnih vrijednosti (najznačajnije područje Regionalnog parka Mura-Drava), 315 zaštićenih pokretnih i nepokretnih materijalnih i nematerijalnih kulturnih dobara. Varaždinska županija je pretežno industrijska, što je i temelj razvoja Županije (Ivandić i sur., 2015). Ivanec je najveći grad županije prema površini (111,75 km^2) i broju naselja (29). Ivanečko područje ima dugu i zanimljivu povijest koja je iza sebe ostavila bogatu kulturnu baštinu.

Plan za razvoj turizma u Varaždinskoj županiji iz perspektive gospodarskog korištenja prostora je (Ivandić i sur., 2015):

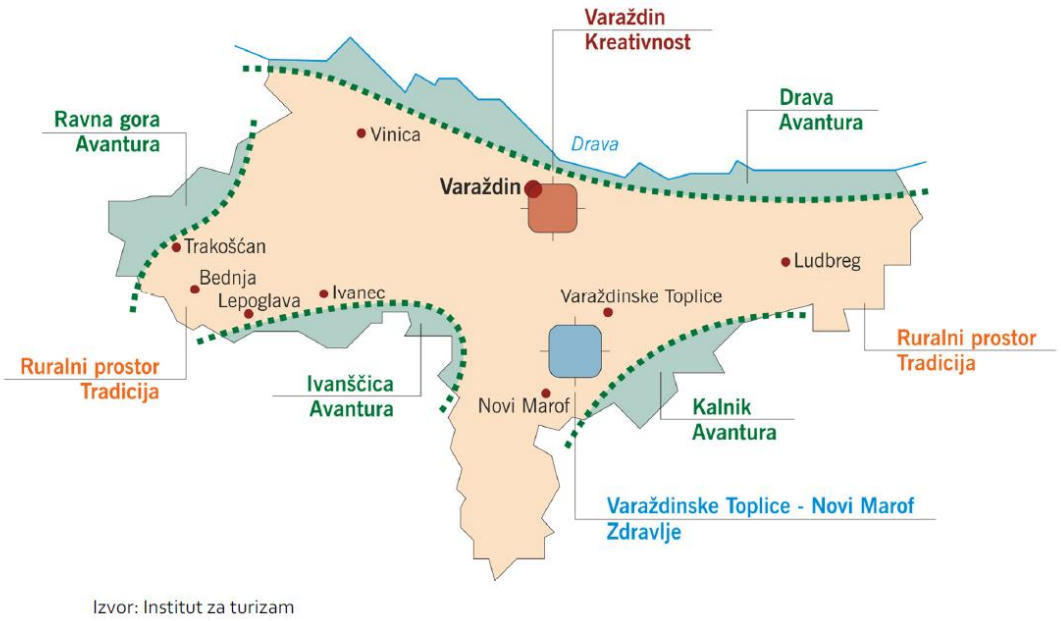
- osigurana konkurentska sposobnost turističke (kontinentalne) ponude utemeljene na prirodnim uvjetima (šume, jezera, vodotoci, termalni izvori, graditeljska baština, lovna područja)
- turizam integrira u ukupnu strukturu prostora/naselja, uz samo iznimno formiranje izdvojenih kompleksa

- sport i rekreacija, uz uključivanje poljoprivrede i tradicije, sagledavaju kao novi aspekti turizma
- prioritet na revitalizaciji zapuštenih građevina/naselja
- novu izgradnju usmjeri prema područjima na kojima je potrebna sanacija terena
- potencira izgradnja golfskih igrališta
- izradi novih prostornih planova kao pretpostavka realizaciji novih turističkih zona.

Turističkim i gospodarskim rastom i razvojem mora se upravljati na principima ekonomske, socijalne i ekološke održivosti. Turistički razvoj mora zadovoljavati potrebe sadašnjih stanovnika, ali i osigurati budućnost sljedeće generacije.

Profil turista u ruralnom prostoru su većinom obitelji s djecom te posjetitelji zrele (50-65) i treće dobi (66+), pretežito iz Hrvatske i Slovenije. Najposjećeniji ruralni dijelovi su oni s očuvanim prirodnim prostorom i tradicijskom baštinom, obronci Ivanščice, Ravne gore i Kalnika te vinogradi i vinske ceste. U Varaždinskoj Županiji su prepoznate četiri snažne prostorno i tematski međusobno različite zone turističke aktivnosti koje u prikazane na Slici 1 (Ivandić i sur., 2015):

- Varaždin – povijesni sadržaj i suvremena kulturna scena
- Varaždinske Toplice – Novi Marof – zdravstveno-turistički centri i orijentacija k zdravlju
- Središnji ruralni prostor – omeđen mjestima Ludbreg, Ivanec, Lepoglava, Bednja i Vinica, tradicijski prostor, mnogobrojne rute i staze
- Planinski i riječni prostor – ovdje se ubrajaju Ravna gora, Ivanščica, Kalnik i rijeka Drava, očuvana i zaštićena mjesta.



Slika 1. Shematski prikaz prostorne koncentracije razvoja turističke aktivnosti u Varaždinskoj županiji – zone turističke aktivnosti

Najčešći oblici turizma u ruralnom prostoru Varaždinske županije su kulturni turizam, vjerski turizam, gastronomski, cikloturizam, lov i ribolov te golf.

5. Metodologija

Metodologija je prilagođena problemu i cilju istraživanja. S obzirom na temu istraživanja odabrana je kvalitativna metodologija. Za prikupljanje podataka korištena je metoda polustrukturiranog intervjua. Metoda polustrukturiranog intervjua je odabrana iz razloga fleksibilnosti kod prikupljanja podataka te mogućnosti zahvaćanja dubljih dimenzija društvene stvarnosti. Intervju sadrži zadanu strukturu pitanja koja će biti postavljena svim sugovornicima/sugovornicama istraživanja, ali dozvoljava i postavljanje novih pitanja koja nastaju kao produkt sadržaja koje sudionici/ce iznose (Gillham, 2005.; prema Laklija i sur., 2011.). Ova metoda može dovesti do neočekivanih spoznaja, mišljenja i iskustava sudionika/ca o određenoj problematici koja se istražuje, a koje mogu biti propuštene uporabom kvantitativnih ili nekih drugih metoda.

Uzorkovanje je provedeno po kriteriju bavljenja nekim oblikom ruralnog turizma u Ivanečkom području. Intervjui su provedeni sa 5 sugovornika/ca. Svi intervjui se mogu smatrati ekspertnima jer su sugovornici mogli pružiti vrijedne informacije o temi istraživanja i stručna specifična mišljenja temeljena na vlastitom iskustvu (Petrić, 2011). Sugovornici/ce koji su

sudjelovali u intervjuu su: voditelj planinarskog doma (S1), vlasnik seoskog domaćinstva (S2), voditeljica izletišta i skijališta (S3), vlasnik OPG-a (uzgoj konja) (S4) i voditeljica OPG-a (lovačke kuće i uzgoj divljači) (S5). Oblici ruralnog turizma kojima se sugovornici/ce bave, odnosno oblici ruralnog turizma koji su prisutni u Ivanečkom području su: sportsko-rekreacijski, gastroturizam, etnoturizam, ekoturizam, lovni turizam.

Prikupljanje podataka putem intervjua trajalo je od 27. svibnja do 3. rujna. Intervjui su se provodili licem-u-lice. Svaki intervju se provodio na području gdje se sugovornik/ca bavi ruralnim turizmom i svima je osigurana potpuna privatnost. Razgovori su se snimali mobitelom uz pristanak sugovornika/ce. Intervjui su trajali u rasponu od 24 minute do 49 minuta. Navedena razlika u trajanju intervjua bila je zbog razlika između individualnih karakteristika pojedinih sugovornika/ca. Nakon što je obavljen svaki pojedinačni intervju tada se svaki intervju transkribirao. Nakon toga su određene glavne teme.

Etički standardi ispitivanja zadovoljeni su na način da se svi podaci smatraju iznimno povjerljivima (Petrić, 2011). Prije provedbe intervjua svi sudionici/ce su potpisali izjavu o suglasnosti za sudjelovanjem u istraživanju kojom pristaju sudjelovati u istraživanju te im se jamči anonimnost i povjerljivost podataka. Snimke i transkripti neće biti na raspolaganju nikome osim ispitivaču.

6. Rezultati i rasprava

Iz prikupljenih podataka izdvojene su dvije tematske cjeline koje su sadržane u protokolu intervjua (Prilog 1), prema kojima su dobiveni podaci i obrađeni. Instrument je obuhvatio sljedeće teme: procjena sadašnjih prilika razvoja ruralnog turizma u Ivanečkom području Varaždinske županije i viđenja mogućnosti za ostvarenje održivog turizma koji udovoljava potrebama postturista.

6.1. Procjena sadašnjih prilika razvoja ruralnog turizma u Ivanečkom području Varaždinske županije

6.1.1. Prednosti Ivanečkog područja za razvoj ruralnog turizma

Sugovornici navode pozitivne i negativne strane turizma. Kao najveću prednost razvoja ruralnog turizma u Ivanečkom području sugovornici ističu planinu Ivanščicu.

„I: Što mislite što ljude najviše privlači u ovo područje?

S4: Definitivno planina Ivanščica.“ (S4, 168-169)

Ivanščica daje brojne mogućnosti koje se mogu uklopiti u turističku ponudu, od raznih sportskih aktivnosti koje su bitne postturistima koji žele aktivni turizam:

„Recimo paraglajderi koriste prostor za polijetanje, biciklisti puno koriste staze. Nekad je u bila i žičara.“ (S1, 80-81)

Također važnom ocjenjuju i bogatu gastronomsku ponudu:

„kaj sam ja primijetio je to kaj sam ja uveo domaću hranu, domaće specijalitete, od mesa iz banjice, suhih jezika, štruklja, sira i vrhnja kaj do sad nije bilo“ (S1, 212-213).

Prednost je i mogućnost prezentiranja kvalitetne i lokalne hrane, razvijena infrastruktura te ljubav prema poslu.

„A što se hrane tiče tu smo u autohtonoj kuhinji. Znači samo domaći specijaliteti. Nema ribe, nema bureka, nema čevapa i, kaj ja znam, bečkog. Tu je sve domaće.“ (S2, 23-24)

„jako bitno da imaš infrastrukturu da ljudi mogu doći do tebe i ja mislim da je prednost u tome što mi to volimo raditi, što to ljudi osjete, rado dođu opet.“ (S3, 93-94)

Gotovo svi sugovornici navode prednost koju treba shvatiti u ironijskom smislu, a to je da nema konkurencije.

„Pa moja prednost je sad kaj nema prave konkurencije.“ (S2, 90)

Razlozi zbog kojih nema konkurencije, odnosno nepovoljne okolnosti za razvoj ruralnog turizma, će se pokušati objasniti u nastavku rada.

Sugovornici nadalje ističu važnost obitelji za bavljenje ruralnim turizmom. Uključenost obitelji im je bitna zbog obujma posla i podrške. Ovo je bitna pretpostavka za ostanak mladog radno sposobnog stanovništva u ruralnom kraju jer kroz turizam mogu ostvariti ekonomsku dobit i egzistenciju, a bez komponente održivosti teško je pretpostaviti da će se ostvariti ekonomska i ekološka održivost.

„ ...ja sam znao, s obzirom kakav je obujam posla, da to sam ne mogu raditi i da je to po meni jedan obiteljski posao i da ako bude obitelj iza toga stajala da se onda ja toga i mogu prihvatiti.“ (S1, 44-47)

„općenito ruralni turizam mora biti povezani obiteljski jer se ti time trebaš baviti cijeli dan jer su to takve djelatnosti koje su pogodne da se time bavi cijela obitelj.“ (S3, 237-239)

Što se tiče zainteresiranosti lokalne zajednice za razvoj ruralnog turizma, sugovornici su podijeljeni. Neki sugovornici ističu veliku zainteresiranost i uključenost lokalne zajednice u organizaciju turističke ponude:

„Pa evo imali smo biciklijadu. Ekipa iz Marofa je došla i tu nas 23 ljudi iz sela je to odradilo. Znači od kuhanja gulaša, kiflica, kolača, raznoraznih sadržaja, animacija ljudi (…) ljudi su jako zainteresirani. U odlično selo smo došli.“ (S4, 84-85, 87)

Sugovornici ističu i spremnost lokalne zajednice na pomoć i suradnju:

„Kada treba uskočiti zbog nečeg, pripremiti drva ili tako nešto. Moraš imati neku pomoć oko same pripreme, oko nabave, recimo netko nekoga zna da ima svinje doma pa ti onda kaže i tako to.“ (S1, 124-126)

Neki imaju loša iskustva i za to okrivljuju loše financijsko stanje:

„Danas vam nitko ne želi pomoći ako mu vi ne platite. Nekad su se gradile kuće i svašta, bile su radne akcije ali danas toga nema.“ (S3, 119-120)

Usprkos lošoj organiziranosti, neki sugovornici su uspjeli postići suradnju s lokalnim obrtima ili OPG-ima zahvaljujući istim interesima:

„Surađujem sa xxx obrtom, licitarkama (…) posebno školska djeca. Oni idu u stari mlin da vide malo ovaj kako se žito mljelo na vodu, onda idu kod licitarke da vide proizvodnju srca, srćeka. Tamo napiše imena na srćeka. Znači taj tradicijski obrt i onda se završi kod mene na ručku i druženju, igrama tu po travi i tako.“ (S2, 70-74).

6.1.2. Nedostaci i prepreke razvoja ruralnog turizma u Ivanečkom području Varaždinske županije

Što se tiče nepovoljnih okolnosti za razvoj ruralnog turizma, sugovornici navode vremenske prilike pošto se svi sugovornici bave nekim oblikom turizma koji je povezan s prirodom.

„Veliki nedostatak je to što jako ovisiš o vremenskim uvjetima (…) Kad pada kiša samo gledaš kroz prozor van (smijeh) i čekaš da ti neko dođe.“ (S1, 70, 72-73)

„Padne kiša i gotovo, ovaj 8. mjesec je bio jako loš u biti jer je bilo dosta kiše i nije se moglo toliko raditi. Kad padne kiša tereni su dosta strmi i onda opet treba dva dana da se to osuši da se može nastaviti raditi.“ (S4, 149-151)

Nadalje, svi sugovornici imaju velike pritužbe na lokalnu upravu koja se ne želi angažirati da doprinese razvoju ruralnog turizma Ivanečkog područja, što je i razlog slabe konkurencije. Sugovornici žele potaknuti razvoj ruralnog turizma, no ne dobivaju podršku. Financiraju se iz vlastitih sredstava jer neki sugovornici uz ruralni turizam imaju još jedan posao. Dakle, glavni problem je ne suradnja lokalne uprave i zajednice i slaba informiranost lokalne zajednice o njihovim mogućnostima:

„Pa evo ja smatram da bi se lokalna samouprava, zajednica i županija trebali malo više uključiti u to i smatram da ovaj kraj ima velike perspektive i da bi se oni morali potruditi oko tog nekakvog uključivanja, sažimanja tih djelatnosti koje postoje. Ljudi su dosta loše informirani i dosta loše rade na promociji, naravno jer sve to košta, ali na nekakvoj razini županije, kada bi to bila organizacija, mislim da bi se moglo to puno bolje i kvalitetnije odraditi.“ (S5, 192-197)

Sugovornici primjećuju da u pravilnicima i strategijama puno piše o razvoju ruralnog turizma u Ivanečkom području, ali da se u praksi malo toga provodi:

„mi puno pričamo o tome, a ne ulaže se i ne daje se važnost tome.“ (S3, 178).

Razlog slabe, odnosno gotovo nikakve financijske pomoći lokalne uprave može se objasniti ulaganjem u poslovnu i industrijsku zonu Ivanca s ciljem privlačenja investitora i premještanja iz centra grada u posebne zone:

„…naš Ivanec se razvija i industrijska zona, tamo se zbilja puno ulaže, plaćaju se komunalije itd., a kada ti negdje želiš nešto od ruralnog turizma, znači ti si van grada i ti si u biti moraš te sve osnovne stvari sam platiti, ako si malo udaljeniji od te infrastrukture.“ (S3, 179-182)

Nadalje, neki sugovornici primjećuju da se radi i o sukobu interesa:

„Ma nema pomoći od Turističke zajednice, jer predsjednik samo gura svoj projekt rudara i vitezova, a ostalo ne valja.“ (S4, 46-47).

Jedan sugovornik ima loša iskustva s lokalnom zajednicom i lokalnom upravom zbog stranačke pristranosti:

„ja sam valjda kriva opcija“ (S2, 65).

Zbog pripadnosti određenoj političkoj stranci, sugovornik izjavljuje:

„Uzeli su mi čak i lampu kao javnu rasvjetu (smijeh). Velike radosti sitnih ljudi.“ (S2, 63).

Prema informacijama koje su dobivene od sugovornika, navedene su brojne prednosti za razvoj ruralnog turizma kao što su prirodne ljepote, tradicionalna hrana i mogućnost povezivanja raznih djelatnosti, ali i moguće prepreke poput vremenskih prilika koje se ne mogu kontrolirati ili ne postojanje podrške lokalne zajednice.

6.2. Viđenja mogućnosti ruralnog turizma za ostvarivanje održivog razvoja

Kao odgovor na moderni, odnosno masovni turizma kojeg karakterizira zadiranje i narušavanje prirodnog krajolika kako bi se udovoljilo potrebama „masovnih turista“, javljaju

se promjene u turističkim trendovima. Ekološki osviješteni turisti traže čisti krajolik, zdravu hranu i doživljaje autentičnog područja. Ove turističke potreba dovode do razvoja onih vrsta ruralnog turizma koje „cijene“, a time i „čuvaju“ prirodni okoliš.

„evo sad idemo na solarne kolektore za grijanje tako da smo što manje ovisni o vanjskim utjecajima“ (S2, 190-191)

„Na tome jako inzistiram, prije svega na čistoći, edukaciji ljudi tako da ljudi koji dođu ovdje, ako već koriste taj prostor i donesu svoju hranu i piće, da onda to svoje smeće prije svega odnese (…) Poznavajući kako je to nekada bilo i svijest ljudi, sasvim je to napredovalo.“ (S1, 298-302)

Profil turista koji posjećuju ruralno područje Ivanečkog područja u svrhu turizma sugovornici najčešće opsuju kao obitelji s djecom iz okolnih županija. Mnogo rjeđe, ali ruralna područja Ivanečkog područja posjećuju i turisti iz stranih zemalja:

„bili su Nijemci, Nizozemci, Norvežani, Englezi često dolaze i sad zadnje su bili Amerikanci.“ (S5, 103-104).

Znatiželja, susret s novim stvarima i direktno iskustvo življenja na drugačiji način nego su oni navikli privlači ljude u ruralna područja. Sugovornici navode da su ljudi postali zasićeni *„ručnika, stine i plaže“* (S2, 148) i sada traže mjesta gdje će se odmoriti i bar se na kratko vrijeme povezati s tradicijom. Sugovornici primjećuju da masovni turizam, odnosno odlazak na more gubi na važnosti. Uklopljenost turističke ponude u tradiciju i očuvanje i prezentiranje običaja, također je nešto što „novi turisti“ traže.

„radimo Zagorsko selo na ovom jednom izdvojenom dijelu u blizini ovog objekta gdje će biti stare, kamene, zagorske i drvene kuće u kojima bi prezentirali te neke stare zagorske običaje“ (S5, 35-37)

„Mi čak i dočekujemo autobuse u narodnim nošnjama. Svi smo opremljeni. Imamo i cimplete, zdjele.“ (S2, 125-126)

Sugovornici navode da turisti koji najčešće dolaze u ruralna područja brinu o svom zdravlju, bježe od komercijaliziranih sadržaja i urbanih sredina gdje nemaju dvorište, a ni dovoljno prostora za bavljenje sportskim aktivnostima poput pješačenja, planinarenja, trčanja i nemaju gdje izbaciti iz sebe stres i nervozu.

„Jer ljudi su navikli doći tu dva sata, ispustiti sve to, nervozu i to van i napune se za idućih recimo tjedan dana.“ (S4, 163-165)

Ono što sugovornici posebno ističu kada je riječ o ruralnom turizmu je tradicionalna, domaće proizvedena i pripremljena hrana.

„Priča je takva da želimo prezentirati naš proizvod, domaći proizvod, organski uzgojen, isključivo meso iz naše proizvodnje i većina namjernica iz naše proizvodnje ili iz ostalih opg-a.“ (S2, 10-12)

Naravno da sve namjernice ne mogu biti iz domaćeg uzgoja zbog sezonskih namjernica ili nedostatka registriranih uzgajivača:

„nažalost naše domaćinstva još uvijek nisu sposobna da budu „suport“ potrebama koje mi imamo“ (S5, 40-41)

Nadalje, kao jedan od indikatora ovog oblika turizma je e-marketing. Turisti najviše saznanja o turističkim ponudama dobivaju putem interneta. Svi sugovornici za oglašavanje u prvom redu koriste Facebook, pa vlastite web stranice, a neki sugovornici se koriste i ovlaštenim internetskim turističkim agencijama. Napominju kako svoje facebook profile i web stranice redovito aktualiziraju.

„trenutno samo facebook stranica, ali ići će izrada pametne web stranice, ali kako mi je to struka ja sam to dosta zakomplicirao“ (S4, 113-114)

Kao još jednu dobru reklamu sugovornici ističu usmenu predaju, jer „*najbolja informacija ti je predaja. Znači zadovoljni gosti.“* (S2, 31)

Sugovornici smatraju da bi turiste u svoje područje još više mogli privući stalnim poboljšanjem svoje ponude, održavanjem tradicionalnih jela, povećanjem smještajnih kapaciteta, informiranjem ljudi, većim angažmanom lokalne uprave te gradnjom staza za sportske aktivnosti.

„Pa samo nekim zbivanjima, morate nešto organizirati, recimo gljivarijade pa kestenijade“ (S3, 214-215)

„domaća jela koja su se nekad pripremala i sada se polako vraćaju iz zastare i trebalo bi smještajne kapacitete uključiti u to“ (S2, 238-239)

Jedan sugovornik za privlačenje gostiju posebno ističe važnost niske cijene:

„Ja sam svoju priču dobro proširio na način da sam još uvijek jako jeftin, a zašto sam jeftin, to je zato da ljudi dođu i da šalju priču dalje.“ (S2, 164-166)

Nositelj održivog razvoja turizma je lokalna zajednica (Geiger Zeman, Zeman, 2010). Kako bi se turizam smatrao održivim mora se uskladiti zaštita okoliša (čiji primjeri sugovornika su ranije navedeni), gospodarska stabilnost i jednakost u raspodjeli šansi lokalnog stanovništva. Prema navodima sugovornika može se zaključiti da ruralni turizam u Ivanečkom području još nije održiv na svim aspektima, iako je zaštita okoliša na vrlo visokoj razini. Ekološki uzgoj je u usponu. Sugovornici navode da mu je prepreka lokalna uprava od koje ne dobivaju podršku:

„pa evo ja smatram da bi se lokalna samouprava, zajednica i županija trebali malo više uključiti u to i smatram da ovaj kraj ima velike perspektive i da bi se oni morali potruditi oko tog nekakvog uključivanja, sažimanja tih djelatnosti koje postoje“ (S5, 192-194)

Svi sugovornici smatraju da bi razvoj ruralnog turizma, koji kod nas ima veliku perspektivu, uvelike doprinijeo gospodarskom razvoju Ivanečkog područja. Neki sugovornici već doprinose gospodarskom razvoju tako što imaju zaposlenike iz lokalne zajednice:

„Svi naši radnici su iz ovog područja (...) trenutno imamo 11 zaposlenih“ (S5, 90, 92)

Ako bi se razvijao ruralni turizam, paralelno bi se razvijala i poljoprivreda. Smanjila bi se nezaposlenost i depopulacija sela tako što bi ljudi počeli proizvoditi proizvode koje turisti traže ili bi se zaposlili na gospodarstvu ili ugostiteljskom objekt koji se bavi turizmom.

„...čim nekom obrtniku ili ugostitelju dobro ide, on će zaposliti radnika.“ (S3, 201)

„Ako će doći ljudi i budu potrošili, naši ljudi budu više zainteresirani da se bave proizvodnjom domaćih proizvoda“ (S1, 287-288)

Zaključno, ljudi imaju perspektive i vizije za razvoj ruralnog turizma kakav traže „novi turisti“, no glavnu kočnicu tog razvoja predstavlja lokalna uprava. Primjećuje se smanjenje važnosti turizma na Jadranu i sve veća traženost ponude koja uključuje čistu prirodu, tradiciju i domaće proizvode. Vrlo je važno da su sugovornici svjesni realnog stanja ruralnog turizma Ivanečkog područja i da svojim apelima pokušavaju zainteresirati lokalne vlasti.

7. Zaključak

Iz navedenih rezultata istraživanja razvidno je da ruralni turizam u Ivanečkom području Varaždinske županije postaje sve važnija gospodarska grana. Pomaci su vidljivi u povećanom interesu lokalnog stanovništva za bavljenjem ruralnim turizmom i osviještenosti o trendovima koji se traže u svijetu turizma. Prema mišljenjima sugovornika, jedna od najvećih prepreka održivog razvoja ruralnog turizma u Ivanečkom području je lokalna uprava koja ne daje financijske poticaje, no bez obzira na to sugovornici su uporni u poboljšanju svoje turističke ponude i rade na uključivanju lokalnog stanovništva kako bi ruralni turizam mogao postati jedna od uspješnih gospodarskih grana. Ruralni prostor ima veliki značaj zbog ekonomskih i ekoloških resursa te tradicijom očuvanih kulturnih bogatstva. Ta raznolikost ruralnog društva je u skladu s idejom održivosti. Koncept održivog razvoja ima tri cilja: zaštitu okoliša, stabilan gospodarski razvoj i jednakost u raspodjeli šansi lokalnog stanovništva (Cifrić, 2003). Ruralni turizam u Ivanečkom području još nije održiv u svim njegovim aspektima. Velika briga vodi

se o zaštiti okoliša i ekološkom usponu. Ruralni turizam se na gospodarskom planu još nije uspio razviti zbog nesuradnje stanovništva i vlasti i neulaganjem u njegov razvoj, a lokalno stanovništvo se tek počelo uključivati. Neki sugovornici imaju zaposleno lokalno stanovništvo, a neki rade na suradnji lokalnih obrta u svrhu turizma. Važnost održivosti vidi se u gospodarskom i društvenom rastu koji je usklađen s ekosustavima u kojima djeluje, pa je zbog toga i dugoročno postojan. Održivi turizam treba biti dio gospodarstva koji na ruralnom području pokreće sve ostale gospodarske djelatnosti (Demonja, Ružić, 2010).

Ruralni turizam sve više dobiva na važnosti zbog novih društvenih vrijednosti poput zaštite okoliša, ekološke proizvodnje te turističke ponude. Turistička ponuda se usklađuje s potražnjom „novih turista“, a to je prezentacija tradicije, običaja i domaćih proizvoda ekološki uzgojenih i proizvedenih, prezentiranje ekološki čistog okoliša te način oglašavanja. Oglašavanje se u posljednje vrijeme sve manje provodi putem starih medija, a sve intenzivnije na društvenim mrežama (Facebook, Twitter, YouTube…)., među kojima je Facebook vodeća svjetska online društvena mreža.

Kako bi se razvoj ovog kraja kretao u smjeru održivosti, treba težiti podizanju kvalitete života i postupnom povećanju broja stanovnika u ruralnim prostorima. Razvojem ruralnog turizma bi se potaknuo ekonomski razvoj kojim bi se spriječila depopulacija stanovništva i povratak onih koji su se odselili u urbana središta i inozemstvo. Prezentacija tradicije i običaja kroz turizam, te izvorni i očuvani okoliš kojima Ivanečki kraj već raspolaže može i treba biti izvor egzistencije lokalnog stanovništva. Stoga su potrebna ovakva istraživanja koja bi ukazala na prepreke kako bi se iste mogle spriječiti i time ostvariti razvoj ruralnog turizma u Ivanečkom području Varaždinske županije u skladu sa zahtjevima održivosti.

8. Literatura

1. Baćac, Robert (2011). *Priručnik za bavljenje seoskim turizmom.* Zagreb: Ministarstvo turizma RH.
2. Cifrić, Ivan (2012). *Leksikon socijalne ekologije*. Zagreb: Školska knjiga.
3. Cifrić Ivan, 2003). *Ruralni razvoj i modernizacija : prilozi istraživanju ruralnog identiteta.* Zagreb: Institut za društvena istraživanja – Zagreb.

4. Čavrak, Vladimir (2003). „Održivi razvoj ruralnih područja Hrvatske“. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu,* 1(1): 61-77.
   Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=41399
5. Demonja, Damir (2014). „The Overview and Analysis of the State of Rural Tourism in Croatia*“, Sociologija i prostor,* 52(1): 69-90.
   Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=173050
6. Demonja, Damir i Ružić, Pavlo (2010). *Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima.* Zagreb: Meridijani.
7. Demonja Damir, Ružić Pavao (2013). „Prirodna i antropogena osnova turizma Hrvatske“, *Sociologija i prostor,* 51(1): 45-66.
   Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=150104
8. Geiger Zeman, Marija i Zeman Zdenko (2010). *Uvod u sociologiju (održivih) zjednica.* Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
9. Grubešić, Marijan i Rusan Mirjana (2013). „Lovni turizam i destinacije lovnog turizma“, prrntacija na Konferenciji „*Hrvatska očima putnika“ specifični oblici turizma kao dio ponude ruralnog prostora Hrvatske“,* Eko etno trade show 2013.
   Dostupno na: http://www.hgk.hr/wp-content/blogs.dir/1/files_mf/9_prof._marijan_grubesic_i_mirjana_rusan_lovni_turizam.pdf
10. Herman, Sandra (2016). „Novi trendovi u marketingu; e-marketing u turizmu“ u: Nevenka Breslauer (ur.). *Inovacije, tehnologije, edukacija i menadžment.* Čakovec: Međimursko veleučilište u Čakovcu, 69-78.
11. Jelić Mück, Višnja (2010). „Održivi razvoj“. *Zajedno za održivi razvoj ruralnih područja.* Zagreb: HMRR i ODRAZ.
12. Kušen, Eduard (2002). *Turistička atrakcijska osnova.* Zagreb: Institut za turizam.
13. Laklija, Maja, Kolega, Maja, Božić, Tončica, Mesić, Margarta (2011). „Supervizijski stil i komunikacijski procesi u superviziji iz perspektive supervizora“, *Ljetopis socijalnog rada.* 18 (2): 365-382.
   Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/74096
14. Mesarić Žabčić, Rebeka (2007). „Ruralni turizam i poduzetništvo: primjer Međimurske županije“ u: Robert Baćac (ur.). *Zbornik radova Prvog hrvatskog kongresa ruralnog turizma: Perspektive razvoja ruralnog turizma s međunarodnim sudjelovanjem.* Zagreb: Klub članova selo.

15. Petrić, Mirko (2011) Kvalitativne metode istraživanja. Sveučilište u Zadru. Odjel za sociologiju. Zadar. Ak. god. 2010/2011. [Nastavni materijal]
16. Ružić, Pavlo (2005). *Ruralni turizam.* Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč.
17. Ružić, Pavao (2011). *Ruralni turizam Istre.* Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč.
18. Svržnjak, Kristina i sur. (2007). „Razvoj seoskog turizma sjeverozapadne Hrvatske“ u: Robert Baćac (ur.). *Zbornik radova Prvog hrvatskog kongresa ruralnog turizma: Perspektive razvoja ruralnog turizma s međunarodnim sudjelovanjem.* Zagreb: Klub članova selo.
19. Tomić-Koludrović, Inga i Petrić, Mirko (2007). „New Cultural in a Southeastern European City: The Case of Split“ u: Švob-Đokić, Nada (ur.). *The Creative City: Crossing Visions and New Realities in the Region.* Zagreb: Institute for International Relations, 125 – 150.
Dostupno na: http://www.unizd.hr/Portals/13/pdf/ITK--Cultural_tourists.pdf
20. Vukonić, Boris i Čavlek, Nevenka (2001). *Rječnik turizma.* Zagreb: Masmedia.

9. Prilozi

Prilog 1. Protokol i namjera pitanja

PROTOKOL **SET PITANJA**	**NAMJERA PITANJA**
1.Kada ste se počeli baviti turizmom? Kako? 2.Kako ste se odlučili na to? 3.Kako ste se informirali o poslovanju? Kako se stekli potrebna znanja? 4.Bavite li se još nekim poslom uz turizam? Kojim? 5.Kako usklađujete posao i bavljenje turizmom?	saznati kako su se odlučili baviti turizmom, što ih je potaknulo; gdje su stekli potrebna znanja saznati je li to jedini izvor prihoda
6. Kojim oblikom turizma se bavite?	Saznati prednosti i nedostatke oblika turizma kojim se bavi

7. Što biste naveli kao prednosti tog oblika turizma? Što bi naveli kao nedostatke tog oblika turizma?	
8.Je li Vaša obitelj bila uključena? 9.Je li sada uključena? Ako da, na koji način?	Saznati o obitelji, je li obitelj bila uključena u kretanje u posao i je li sada uključena Koje je viđenje obitelji i njihova funkcija
10.Koja je Vaša turistička ponuda? 11.Smatrate li da bi mogli poboljšati tu ponudu? Kako? 12. Na koji način bi ljude još više privukli? 13. Koristite li lokalne proizvode? Ako da - uvijek ili ponekad i one iz supermarketa? Ako ne – zašto? 14. Surađujete li s nekim lokalnim obrtom ili OPG-om? Kako je došlo do suradnje? Je li Vam ta suradnja poboljšala poslovanje?	Saznati o turističkoj ponudi; uklopljenosti turističke ponude u okoliš Briga za okoliš, ekološki uzgoj Saznati o suradnji s obrtima, odnosno lokalnom zajednicom
15. Pomaže li Vam netko financijski u poslovanju? Općina županija? 16.Na koji način županija ili općina investira u ruralni turizam? 17. Smatrate li da razvoj ruralnog turizma može doprinijeti gospodarskom razvoju Vašem područja?	Saznati ulaže li lokalna uprava u ruralni turizam i na koji način Saznati mišljenje sugovornika o tome Saznati mišljenje o tome kakav doprinos rur. turizam ima na gospodarstvo
18. Na koji način posjetitelji mogu doći do informacija o Vašoj turističkoj ponudi? 19. Reklamira te se? Na koji način se reklamirate? 20. Koji je tipičan profil turista koji dolazi?	Saznati način oglašavanja Saznati o posjetiteljima, njihovom profilu, odakle dolaze, kako oni dolaze do informacijama o njima

21. Koliko prosječno imate posjeta godišnje? 22. U kojem dijelu godine imate najviše posjeta?	Saznati kada ima najviše posjeta i profil turista
23. Je li Vaša zajednica uključena u Vaše poslovanje? Na koji način? 24. Je li lokalno stanovništvo zainteresirano za razvoj ruralnog turizma? 25. Koliko ljudi se u Vašoj općini također bavi turizmom? Kojim oblicima turizma? 26. Što mislite što potiče turiste na putovanje? 27. Što najviše privlači turiste da posjete Vaše područje?	Saznati je li lokalna zajednica zainteresirana za razvoj ruralnog turizma Saznati jesu li ljudi općenito zainteresirani za ruralni turizam Saznati tko se iz lokalne zajednice isto bavi ruralnim turizmom i poznaju li se oni međusobno Saznati mišljenja o razlozima zbog kojeg turisti dolaze u njihovo područje i općenito na selo
28. Možete li usporediti turizam u Vašem kraju i turizam na moru? Ima li prednosti? 29. Ima li nepovoljnih okolnosti za razvoj turizma u sredini u kojoj živite?	Saznati koje prednosti ima ivanečko područje za razvoj turizma u odnosu na more Saznati nedostatke razvoja turizma u Ivanečkom području
30. Kojim se sve aktivnostima turisti mogu baviti u Vašem području? (kulturne, sportske, zdravstvene, ture – koje? 31. Koje sve potencijale pruža područje u kojem živite za razvoj ruralnog turizma?	Saznati potencijale, aktivnosti kojima se ljudi mogu baviti u Ivanečkom području
32. Jeste li upoznati sa Strategijom razvoja turizma Varaždinske županije 2015. – 2025.? 33. Koje je Vaše mišljenje o tome?	Saznati jesu li upoznati sa strategijama razvoja turizma i što oni o tome misle

34. Znate li što je održivi razvoj turizma? 35. Primjenjujete li ga? Na koji način?	Saznati jesu li upoznati s terminom održivog razvoja i na koji način ga oni shvaćaju i primjenjuju