

Potencijali seoskog turizma u Slavoniji

Benačić, Laura

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:251:139726>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-24**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT
SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI STUDIJ

LAURA BENAČIĆ

Potencijali seoskog turizma u Slavoniji

ZAVRŠNI RAD

MENTOR:

doc. dr. sc. Marta Borić Cvenić

Osijek, 2022.

Sažetak

Turizam danas može imati veliki značaj i utjecaj na državu koja se bavi ovom djelatnosti. Kako bi zemlja bila turistički uspješna, potrebno je ulagati u turizam i razvijanje destinacije, ali uz to je neophodno imati nešto drugačije i posebno što bi se moglo ponuditi turistima. Prva teza o nastanku turizma govori kako se čovjek kretao od početka svojega postojanja što turizam, odnosno kretanje čovjeka na druge destinacije, jednostavno čini neophodnim. Posebnost destinacije moguće je ostvariti uz specifične oblike turizma koji stvaraju individualnu ponudu za posjetitelje. Specifični oblici turizma u potpunosti prepoznaju turista i ponudu stvaraju prema određenim željama turista. Posebnim oblicima turizma pripada seoski turizam. Seoski turizam počeo se razvijati još u 11. stoljeću, no potpuni razvoj doživljava u 18. stoljeću kada ljudi odlaze u mala mjesta izvan grada na odmor. Kontinentalna Hrvatska ima mogućnost ostvarenja seoskog turizma na visokoj razini koja bi produžila turističku sezonu države. Turizam na selu, osim zarade, oživljava i zajednicu u kojoj se odvija, te bi on smanjio migracije stanovništva u druge zemlje. Cilj je rada prikazati mogućnost razvoja seoskog turizma u Slavoniji i Baranji. Primjeri su uspješnog turizma, koji su navedeni u radu Acin Salaš i Etno selo Karanac Oni daju dobar primjer kako je moguće iskoristiti potencijale Slavonije i Baranje za daljnji razvoj seoskog turizma.

Ključne riječi: turizam, seoski turizam, turist, potencijal, ruralne destinacije

Abstract

Today, tourism can have a great significance and impact on the country. In order for the country to be successful in terms of tourism, it is necessary to invest in tourism and the development of the destination, but in addition, it is necessary to have something different and special to offer to tourists. The first thesis about the origin of tourism tells how man has moved since the beginning of his existence, which makes tourism, that is, the movement of man to other destinations simply necessary. The uniqueness of the destination can be realized with specific forms of tourism that create an individual offer for visitors. Specific forms of tourism fully recognize the tourists and create the offer according to the exact wishes of the tourists. Specific forms of tourism include rural tourism. Rural tourism began to develop in the 11th century, but it experienced full development in the 18th century when people went to small towns outside the city for vacation. Continental Croatia has the possibility of realizing rural tourism at a high level, which would extend the country's tourist season. In addition to earning money, tourism in the countryside revives the community in which it takes place and would reduce population migration to other countries. The aim of the work is to show the possibility of rural tourism development in Slavonia and Baranja. The examples of successful tourism mentioned in the paper are Acin Salaš and Ethno village Karanac, they provide a good example of how it is possible to use the potential of Slavonia and Baranja for the further development of rural tourism.

Keywords: tourism, rural tourism, tourist, potential, rural destinations

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja _____ potvrđujem da je moj _____ rad
diplomski/završni

pod naslovom _____

te mentorstvom _____

rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio diplomskog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranog rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga završnog/diplomskog rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

U Osijeku, _____

Potpis

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. POVIJESNI RAZVOJ TURIZMA	3
2.1. Predturistička epoha	3
2.2. Turistička epoha	4
2.3. Organizirani turizam	5
2.4. Suvremeni turizam	6
2.5. Razvoj turizma u Hrvatskoj	6
3. OPĆENITO O TURIZMU	8
3.1. Definicija pojma turizam i turist	8
3.2. Oblici turizma	9
3.3. Specifični oblici turizma	10
4. SEOSKI TURIZAM	12
4.1. Definicija seoskog turizma	12
4.2. Koncept seoskog turizma	13
4.3. Značajke seoskog turizma	14
4.4. Pružatelji usluga u području seoskog turizma	15
4.5. Razvoj seoskog turizma	16
4.6. Razvoj seoskog turizma u Hrvatskoj	16
5. POTENCIJAL TURIZMA SLAVONIJE	19
5.1. Statistika turizma u Slavoniji i Baranji	19
5.2. Prva nacionalna kampanja ruralnog turizma	21
5.3. Primjeri dobre prakse seoskog turizma	21
5.3.1. Acin Salaš	22
5.3.5. Etno selo Karanac	27
5.4. Prijedlozi djelovanja	30

6. ZAKLJUČAK	33
7. POPIS LITERATURE	34
8. PRILOZI.....	37

1. UVOD

Turizam je skup različitih gospodarskih djelatnosti koje zajedno turistu pružaju nezaboravno iskustvo. Prema Gržinić (2019: 19) turizam je skup gospodarskih djelatnosti koje imaju složenu strukturu, sezonalno poslovanje, neproizvodivost rada te specifično tržište. Teže ostvarenju turističkog doživljaja pri čemu stvaraju indirektne, direktne, sekundarne i primarne utjecaje. Turizam je izrazito složen jer su turisti danas željni novih doživljaja. Turisti danas više ne traže masovni turizam koji ih u jednu ruku umara, oni su u potrazi za nečim neotkrivenim. Turisti danas imaju potrebu pobjeći od urbanih sredina, stresa, ubrzanog načina života.

Odgovor na bijeg od užurbane svakodnevice seoski je turizam. Seoski turizam nudi mogućnost odmora, povratka prirodi, istraživanje različitih kultura i običaja, nove gastronomije te istraživanje starih zanata koji su u procesu izumiranja što ih čini nepoznatima velikom broju ljudi. Koncept seoskog turizma sastoji se od pet osnovnih elemenata, a to su: seoska zajednica, seosko okruženje, kulturno-povijesna baština, aktivnosti na ruralnom području i način života na ruralnom području (UNWTO, 2004: 13). Kada se sagleda koncept seoskog turizma, moguće je napraviti ponudu koja bi odgovarala svakom turistu.

Odgovor na nove zahtjeve turista može biti kontinentalna Hrvatska. Osim što seoski turizam može imati kvalitetnu ponudu za turiste, s druge strane će oživjeti zajednicu u kojoj se odvija, smanjiti iseljavanje stanovništva sa sela te poboljšati životni standard domicilnog stanovništva. Vukovarsko-srijemska i Osječko-baranjska županija posjeduju sve uvjete kako bi se ostvarila visoka razina seoskog turizma, no razvoj turizma u ovome području još je na iznimno skromnoj razini s obzirom na to koje mogućnosti i uvjete Slavonija i Baranja posjeduju.

Cilj je ovoga rada istražiti i prikazati mogućnosti razvoja turizma Slavonije i Baranje koje imaju veliki potencijal za njegovo ostvarenje.

Spoznaje u ovome radu nastale su iz proučavanja važne i dostupne literature koja je navedena u radu. Metode istraživanja koje su korištene u radu su analiza – istraživanje pojma turizma, pojma seoskog turizma, njihova dubinska analiza i proučavanje, statistička metoda – grafikoni i tablice koje su prikazane u radu za usporedbu statistike turizma Slavonije i Baranje, deskriptivna metoda – opisivanje i objašnjavanje navedenih pojmova u radu.

Završni rad podijeljen je u šest cjelina. U uvodu je ukratko predstavljena tema i problematika rada, metodologija te njegov cilj. Drugo poglavlje prikazuje povijesni razvoj turizma od predturističke epohe do suvremenog turizma te razvoj turizma u Hrvatskoj. Treći dio rada odnosi se na definiranje pojma *turizma* općenito, oblike turizma i definiranje pojma *turist*. U četvrtom poglavlju predstavlja se pojam seoskog turizma, njegova definicija, koncept, značajke, ali i njegov razvoj u prošlosti pa sve do sada. Peto poglavlje obuhvaća potencijal turizma Slavonije. Prikazuje se statistika turizma u Slavoniji i Baranji. Nadalje se prikazuju dva primjera dobre prakse seoskog turizma i prijedlozi djelovanja od strane autora rada. Zadnja je cjelina zaključak cjelokupnog rada.

2. POVIJESNI RAZVOJ TURIZMA

Povijesni razvoj turizma može se gledati na nekoliko različitih načina. Sam početak turizma, odnosno „predturistička epoha“ uglavnom se temelji na pretpostavkama jer danas ne postoje konkretni dokazi koji bi mogli upućivati na to kada je točno turizam doživio svoj početak. U nastavku rada navode se moguće teorije povijesnog razvoja turizma.

2.1. Predturistička epoha

Postoje dvije teze o nastanku turizma. Prva teza govori kako se čovjek kretao od početka svojega postojanja iz različitih potreba te se zbog toga govori da je pojam turizma ujedno star koliko i čovječanstvo. Točnije rečeno, turizam započinje s prvim migracijama i putovanjima ljudi (Petrić, 2006: 5).

Druga teza tvrdi da se turizam započinje razvijati kada je čovječanstvo postiglo određenu razinu razvoja, kada je civilizacija postala naprednija. Napredak civilizacije poklopio se s pojavom novca i razvojem trgovine te su se počela javljati prva putovanja koja su proizašla iz potrebe za trgovinom i zdravstvenim razlozima. Osim putovanja motiviranih trgovinom, tu su se također nalazili i državni činovnici, zabavljači, liječnici te putopisci (Petrić, 2006: 5).

Prvi konkretni podaci motivirani željom da se „nešto vidi“ postoje već u trećem tisućljeću prije nove ere. Ljudi su tada, primjerice, putovali u Egipat kako bi vidjeli piramide (Petrić, 2006: 5).

Putovanja koja se odnose na zadovoljstvo pojavila su se u antičko doba. Glavni su primjer sportska događanja (Olimpijske igre) u antičkoj Grčkoj 776. godine pr. n. e.

Rimljani su također putovali zbog zabave i zdravlja, primjerice preko ljeta su odlazili u ladanjske kuće ili terme, a putovanja su im bila omogućena zbog dobre cestovne povezanosti (Petrić, 2006: 6).

Razvoj putovanja zaustavio se zbog propasti Zapadnog Rimskog Carstva 476. godine. Navedeno razdoblje smatra se najmračnijim godinama u povijesti čovječanstva. Zbog toga nestaju putovanja koja su povezana sa zadovoljstvom ili rekreacijom. Početkom ranog srednjeg vijeka situacija u Europi postala je smirenija. Kao ponovni povratak turizma u srednjem vijeku smatraju se masovna putovanja koje je poticala Crkva. Vjernici su hodočastili do različitih svetišta, od kojih je prvo, a ujedno i najpoznatije, bilo Santa Maria de Compostela, koje se nalazi u Španjolskoj. U ovome razdoblju, stvaraju se i različiti objekti uz ceste poput svratišta, gostionica i slično. Uz to, pojavili

su se i organizatori hodočasničkih putovanja koji su vodili brigu o smještaju i prehrani na putovanju (Petrić, 2006: 7).

Humanizam i renesansa razdoblja su kada je u Europi vladao procvat kulturnog i duhovnog stvaralaštva. Stvorila se sve veća želja za upoznavanjem novoga i širenja kulturnih obzora. To je tadašnju intelektualnu elitu potaknuo na putovanja Europom. Prvi putnik koji je bio potaknut željom za upoznavanjem novoga bio je M. Montaigne, koji je na svoje putovanje Europom krenuo 1580. godine. Svoje doživljaje i saznanja opisao je u djelu pod nazivom „Journal de Voyages en Italie“, gdje je ujedno naglasio ulogu putovanja kao psihološko-intelektualno formiranje čovjeka (Antunac, 1985: n. p.).

Od sredine 16. stoljeća do sredine 19. stoljeća putuju mladi pripadnici plemstva, bogatih trgovaca i aristokracije iz Engleske. Putovanja su se nazivala „Grand Tour“, prevedeno „velika turneja“ ili „veliko putovanje“, a bila su dio njihovog školovanja, točnije, kao završnica obrazovanja. Vremenski su trajala od dvije do osam godina. Obilazili su Pariz, talijanske renesansne gradove do juga Italije i u povratku Njemačku te dolinu Rajne i na posljertku Englesku. Ova putovanja nazivaju se „pretečom pravih turističkih putovanja“ (Čavlek, 1998: 26-27).

Cijelo ovo razdoblje povijesti putovanja može se nazvati predturističkom epohom, tj. epohom pojava sličnih ili analognih turizmu jer se ova putovanja konkretno ne mogu usporediti sa suvremenim turističkim putovanjima jer nisu postojali svi osnovni uvjeti za razvoj turizma u njegovom potpunom smislu (Marković, 1987: 14).

Danas se u većini definicija turizma naglašava da je putovanje poduzeto iz potrebe i želje da se nešto novo vidi, doživi ili jednostavno radi odmora. Sukladno tome moglo bi se zaključiti da je druga teza, koja tvrdi da turizam započinje kada su se pojavila prva putovanja iz potrebe za trgovinom i zdravstvenim razlozima, više ispravna.

2.2. Turistička epoha

Turistička epoha razdoblje je koje započinje sredinom 19. stoljeća te se može podijeliti na četiri razdoblja:

- od 1845. do 1875. godine – aristokracija prevladava na putovanjima, to su uglavnom posjete lječilištima i kulturnim centrima
- od 1875. do 1910. godine – u turističkim putovanjima sudjeluje i buržoazija

- nakon 1910. godine – u turistička putovanja uključili su se i obični slojevi građana jer su se izborili za prava radnika (veće plaće, godišnji odmori, kraće radno vrijeme)
- nakon Drugog svjetskog rata – turizam je maksimalno procvjetao, nagli i brzi razvoj turističkih putovanja, turizam ujedno postaje interes znanstvenih disciplina poput ekonomske teorije i prakse (Petrić, 2006: 9-10).

Ovo razdoblje naziva se turistička epoha jer u sebi nosi određene elemente turizma:

1. putovanja su dobila na masovnosti
2. između turista i ambijenta sve više dolazi do aktivnog međudodnosa
3. svi se osnovni faktori turizma razvijaju, stvara se potreba za turističkom rekreacijom
4. sezona je postala uglavnom ljetna, kupališna
5. država ima aktivnu ulogu
6. turizam utječe na ekonomiju i postaje faktor privrednog razvoja (Cicvarić, 1990: 29,29).

Prema autorima Lickorish i Jenkins (2006: 24-26) povijesni razvoj turizma može se podijeliti i na četiri faze koje glase:

1. pretpovijest turizma – obuhvaća razdoblja srednjovjekovnog doba i početka 17. stoljeća
2. razdoblje željezničkog prometa
3. faza međuratnog razdoblja
4. uzletna faza – započinje nakon Drugog svjetskog rata sve do danas.

Iz kratkog povijesnog pregleda nastanka turizma može se zaključiti da se turizam razvijao onoliko koliko su mu ljudi to dopuštali. Odnosno, kako je napredovala civilizacija, tako se potreba za putovanjima sve više povećavala.

2.3. Organizirani turizam

Najznačajniju ulogu za turizam ispunio je Thomas Cook 1841. godine kada je proveo organizacijsku, ekonomsku u tehničku revoluciju te putovanje postavio na potpuno novu razinu. Putovanje je oglasio u tisku kako bi ga vidio što veći broj ljudi i na taj način odradio jednu vrstu

marketinga. Plan putovanja glasio je da se putuje željeznicom na izlet od mjesta Loughborougha do Leicestera gdje se održavala skupština antialkoholičarskog društva. Na izletu je sudjelovalo 500 osoba te se ovo putovanje smatra prvim organiziranim događajem. Nakon takvog uspjeha, Thomas Cook osnovao je prvu putničku agenciju 1845. godine. Nekoliko godina kasnije, osniva i prvu poslovnu banku kao novčarsku instituciju koja je radila s Cookovim putničkim čekovima, odnosno *voucherom* i kreditnim pismima. Prateći njegov uspjeh u Engleskoj, ali i ostalim europskim državama, počinju se otvarati putničke agencije (Petrić, 2006: 11).

Kao glavno prijevozno sredstvo koristila se željeznica, ali važnu ulogu za turizam ima i brodski prijevoz, zahvaljujući kojemu se organiziralo prvo kružno krstarenje Mediteranom od strane engleske kompanije „Peninsular and Oriental Co“ (Petrić, 2006 :12).

Kako se počeo povećavati broj putnika, tj. turista, krenula je “proizvodnja” turističkih vodiča za različite zemlje. Pokretač je turističkih vodiča Karl Beadecker (Petrić, 2006: 12).

2.4. Suvremeni turizam

Razvoj i unaprjeđenje prometnih sredstava uvelike su utjecala na turizam. Prvu značajnu ulogu imao je autobus kada je 1900. godine prvi puta upotrijebljen kako bi se razgledao New York. Zahvaljujući prvoj zračnoj liniji između Pariza i Londona, 1919. godine turizam postaje svjetska industrija (Petrić, 2006: 13).

Za masovni razvoj turizma ulogu je odigrala i sindikalna borba za radnička prava, kada su radnici ostvarili mogućnost na godišnji odmor i veće plaće. Upravo je zbog toga veća populacija ljudi u mogućnosti putovati i nastaje masovni turizam, koji je obilježio 20. stoljeće (Petrić, 2006: 13).

Masovni turizam uzrokovao je negativne posljedice u smislu uništavanja izvornosti nekog krajolika, zagađenje okoliša. Zbog toga se osamdesetih godina 20. stoljeća pokreću zahtjevi za prihvaćanje određenog broja turista koji bi neka destinacija mogla primiti u skladu s održivim razvojem (Petrić, 2006: 14).

2.5. Razvoj turizma u Hrvatskoj

Razvoj turizma u Hrvatskoj veže se uz Opatiju. U Opatiji je 1884. godine izgrađena Villa Angiolina. Ova destinacija postala je popularna kada je proglašena lječilištem, u zimskim mjesecima posjećivali su je bogati gosti iz Austro-Ugarske, ali i drugih dijelova Europe. Kako je vrijeme odmicalo i druge lokacije postajale su poznate, primjerice Lovran, Hvar, Dubrovnik, Lošinj

i slično. Tada su se počela osnivati društva koja su vodila brigu o uređenju mjesta, izgradnji prometnica i kupališta. Najstarije je osnovano društvo za razvoj turizma Higijeničko društvo koje je osnovano 1868. godine na Hvaru. Navedena društva prema temeljnim funkcijama predstavljaju početak društvenih organizacija turizma. (Petrić, 2006: 12-13).

U međunarodni turistički promet Hrvatska se aktivno uključuje u prvoj polovici 20. stoljeća. Najveći turistički promet bio je ostvaren 1838. godine kada je zabilježeno tri milijuna noćenja, od kojih 61 % čini inozemni turistički promet. Kao najpoznatije lokacije navode se Opatija, Dubrovnik, Rab, Crikvenica te lječilište Topusko (Pirjevac, 1998: 32-38).

U sklopu bivše Jugoslavije došlo je do liberalizacije putovanja u inozemstvo i preusmjeravanje na komercijalni turizam. Strani turisti davali su prednost smještaju u hotelima, dok su domaći turisti više birali kampove i odmarališta. Kako se Hrvatska tada usmjerila na masovni turizam, većinom su bili dostupni kampovi, privatni smještaj i hoteli srednje kategorije. Brzi razvoj turizma nije jednako pratila izgradnja turističke infrastrukture, što je u konačnici dovelo do pada kvalitete turističke ponude u velikom broju hrvatskih destinacija (Petrić, 2006: 14).

3. OPĆENITO O TURIZMU

Turizam danas uvjetuje društveni razvoj, djeluje u prirodi te se zbog toga radi o otvorenom sustavu (Leiper, 1979: 390).

Kao preduvjete turističke pokretljivosti Gržinić (2019: 17) navodi slobodno vrijeme i financijska sredstva, dok s druge strane kao objektivni pokretač naglašava životnu sredinu. Navedena autorica financijska sredstva opisuje kao diskrecioni dohodak, jednostavnije rečeno, kao onaj dohodak koji ostaje na raspolaganju nakon što se podmire osnovne životne potrebe.

Slobodno vrijeme i financijska sredstva neizostavni su dio turističke pokretljivosti. Financijska sredstva za putovanje ona su koja ostaju na raspolaganju nakon što se podmire osnovne životne potrebe. Slobodno vrijeme uglavnom se veže za putovanja koja se odvijaju kroz duži vremenski period, potrebno je odvojiti slobodno vrijeme od dokolice jer dokolica označava ono vrijeme koje se može provesti i kod kuće, primjerice odmaranje od svakodnevnih obaveza.

U nastavku ovoga poglavlja definirani su pojam *turizam* i *turist*, navedeni su oblici turizma i objašnjeni specifični oblici turizma.

3.1. Definicija pojma *turizam* i *turist*

Turizam kao pojam ima izuzetno velik broj definicija. Definicije dolaze iz područja ekonomije, sociologije, kulturologije te nominalnih definicija, koje promatraju turizam kao skup odnosa i pojava (Gržinić, 2019: 19).

Prema Gržinić (2019: 19) turizam je skup gospodarskih djelatnosti koje imaju složenu strukturu, sezonalno poslovanje, neproizvodivost rada te specifično tržište. Teže ostvarenju turističkog doživljaja pri čemu stvaraju indirektno, direktne, sekundarne i primarne utjecaje. Turizam je izrazito složen jer su turisti danas željni novih doživljaja.

Najcitiranija definicija turizma glasi: „Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.“ Definiciju su odredili švicarski autori Hunziker i Krapf (Blažević, 2007: 72).

Definicija Svjetske turističke organizacije, koja je prihvatila „potražni koncept“ glasi: „Turizam podrazumijeva aktivnosti osoba tijekom njihova putovanja i boravka u mjestu izvan svog

uobičajenog boravišta, i to, bez prekida, ne duže od jedne godine, a radi odmora, odnosno zbog poslovnih i drugih razloga.“ (Blažević, 2007: 76)

Prema navedenim definicijama moguće je vidjeti kako im je zajedničko da je turizam izrazito složen i da se sastoji od različitih odnosa i pojava. Također, uvjet koji određuje putovanje je taj da se ne ostvaruje stalno prebivalište u zemlji u koju je osoba otputovala.

Turist je svaka osoba, tj. putnik, koja putuje izvan svog stalnog mjesta boravka na najmanje 24 sata, a najduže 12 mjeseci, a putovanje ima obilježja privremenog boravka i dobrovoljnog odlaska. Turist na putovanje odlazi iz različitih razloga: razonoda, odmor, rekreacija, relaksacija, zdravstveni razlozi, posao i slično. UNWTO pojam je *turist* definirao kao osobu koja putuje izvan svoje sredine kraće od 12 mjeseci, a primarni razlog putovanja nije obavljanje lukrativne aktivnosti u mjestu koje posjećuje (Hrvatska enciklopedija, 2022).

3.2. Oblici turizma

Turist je danas postao zahtjevniji. Većini turista više nije dovoljno samo sunce i more, oni putuju zbog dubljih motiva nego što je to bilo u prošlosti. Danas turisti na svojim destinacijama traže različite aktivnosti jer su postali obrazovaniji, fleksibilniji te multikulturni. (Čavlek, et. al., 2011: 210). „Važno obilježje selektivnih turističkih vrsta je disperzija, odnosno diversifikacija ponude i turističkih proizvoda” (Luković, 2008: 6).

Gejić (2011: 225), kako je navedeno kod Kasper (1975: 14-15), objašnjava klasifikaciju oblika turizma koja je podijeljena prema više različitih osnova.

Podjela prema motivaciji:

- rekreativni turizam (rekreativni turizam u bližim ili dalekim destinacijama, zdravstveni turizam)
- kulturni turizam (kulturni svjetovni turizam i religijski turizam)
- socijalni turizam (roditeljski turizam, turizam udruženja i saveza)
- sportski turizam (aktivni i pasivni sportski turizam)
- komercijalni turizam (poslovni i kongresni, turizam sajmovi i izložbi)
- politički turizam (diplomatski turizam, turizam političkih manifestacija).

Podjela prema uzrocima i vanjskim učincima:

- prema podrijetlu (nacionalni turizam, međunarodni turizam)
- trajanju boravka (turizam kratkog boravka, turizam tranzita ili graničnih prijelaza)
- rekreativni turizam na bližim odredištima, turizam dužeg trajanja boravka, turizam godišnjih odmora
- prema sezonama (ljetni turizam, zimski turizam)
- prema broju sudionika (individualni turizam, kolektivni turizam, turizam skupina ili društava, klupski turizam, masovni turizam, obiteljski turizam)
- prema dobi sudionika (turizam mladih, turizam treće dobi)
- prema vrstama prijevoza (željeznički turizam, automobilski turizam, avionski turizam, pomorski, riječni i jezerski turizam)
- prema vrsti smještaja (hotelski turizam, para-hotelski turizam, turizam sekundarnog domicila, kamping turizam)
- prema učincima na platnu bilancu (aktivni turizam – receptivni turizam, pasivni turizam – emitivni turizam)
- prema načinu plaćanja (socijalni turizam, turizam iz štednje i kredita)
- prema sociološkim kategorijama (ekskluzivni i luksuzni turizam, tradicionalni turizam, turizam mladih, socijalni turizam).

Kako bi destinacija u koju dolaze turisti ostala uspješna i tražena potrebno je uvoditi inovacije te se prilagoditi različitim tipovima turista jer se danas teži za individualnim i personaliziranim doživljajem u turističkoj destinaciji. Potrebno je ostvariti „drugačiju“ i „posebnu“ destinaciju u odnosu na ostale turističke ponude.

U nastavku rada navode se specifični oblici turizma.

3.3. Specifični oblici turizma

U specifičnim oblicima turizma turist je u potpunosti prepoznat, ponuda je kreirana za njegove točno određene želje. On je u središtu istraživanja i oblikovanja turističke ponude i turističkog proizvoda. Specifični oblici turizma imaju bitnu ulogu i u konceptu održivog razvoja turizma (Luković, 2008: 7).

Promjene koje se događaju u okruženju utječu i na promjene turista. Izuzetno je važno da se u specifičnim oblicima turizma kontinuirano prate potrebe turista te da se razvija personalizirana usluga. Najvažnija karakteristika specifičnih oblika turizma jest usredotočenost na turista, zbog čega je potrebno pratiti potrebe, želje i zahtjeve turista.

Specifične oblike turizma moguće je podijeliti u dvije glavne skupine. Prva skupna su oni koji su zasnovani na prirodnim resursima te druga, oni koji su zasnovani na društvenim resursima. Točnu podjelu resursa moguće je vidjeti u tablici broj 1. dolje u tekstu.

Tablica 1. Specifični oblici turizma

SPECIFIČNI OBLICI TURIZMA ZASNOVANI NA PRIRODNIM RESURSIMA	SPECIFIČNI OBLICI TURIZMA ZASNOVANI NA DRUŠTVENIM RESURSIMA
Zdravstveni turizam	Kongresni turizam
Sportski turizam	Kulturni turizam
Nautički turizam	Gastronomski turizam
Seoski turizam	Turizam događanja
Lovni i ribolovni turizam	Vjerski turizam
Ekoturizam	Casino turizam
Robinzonski turizam	Turizam na umjetno stvorenim atrakcijama

Izvor: Čavlek, et. al. (2011: 40)

Kada se gleda s aspekta potražnje, kao specifične oblike turizma zasnovane na prirodnim resursima, navodi se zdravstveni, sportski, nautički, seoski, ekoturizam, robinzonski te lovni i ribolovni turizam. Specifični su oblici turizma zasnovani na društvenim resursima kongresni, kulturni, gastronomski, vjerski, casino, turizam događanja te turizam na umjetno stvorenim atrakcijama. Turističke destinaciju trebale bi maksimalno iskoristiti potencijal specifičnih oblika turizma jer danas ljudi sve teže održavaju svoj identitet i kulturu radi globalizacije te teže za destinacijama koje im omogućavaju ono što ih ispunjava u potpunosti.

4. SEOSKI TURIZAM

Ljudska potreba za prirodom postala je sve veća zbog procesa globalizacije. Koncentracija ljudi u gradovima postaje sve veća te je zbog toga potražnja za seoskim turizmom sve veća. Buka, gužve u gradovima, ubrzani životni ritam probudile su potrebu u ljudima za prirodni ambijent gdje je okolina smirena. U nastavku rada definira se seoski turizam koji je odgovor na ubrzani život današnjeg čovjeka.

4.1. Definicija seoskog turizma

Za početak je potrebno razlikovati pojmove ruralni turizam, seoski turizam i turizam na seljačkom gospodarstvu.

Ruralni turizam pojam je koji obuhvaća sve turističke aktivnosti i usluge turizma na ruralnim područjima, što se odnosi i na lovni i na ribolovni turizam, turizam u parkovima prirode, ekoturizam, zdravstveni, seoski itd. Ruralni turizam može biti dopunska djelatnost na gospodarstvu, ali može biti i profesionalna djelatnost (Baćac, 2011: 16).

Seoski turizam uži je pojam od ruralnog turizma. Seoski turizam vezan je uz ambijent sela i njegovu užu okolinu i sve one aktivnosti koje se tamo odvijaju, primjerice manifestacije, etnologije, folklor i sl. (Baćac, 2011: 17). Ovaj sektor turizma obuhvaća spektar aktivnosti, usluga i dodatnih sadržaja koje organiziraju osobe na obiteljskim gospodarstvima s ciljem privlačenja turista i ostvarivanja prihoda (Jelinčić, 2007: 270).

Turizam na seljačkom domaćinstvu ili gospodarstvu (agroturizam) odnosi se na turističke usluge koje su dodatna djelatnost uz poljoprivredu, u sklopu se nude proizvodi proizvedeni na tome gospodarstvu (Baćac, 2011: 17).

Turizam na seljačkom domaćinstvu pojavni je oblik seoskog turizma, a seoski turizam pojavni je oblik ruralnog turizma (Baćac, 2011: 17).

Seoski turizam pojam je koji obuhvaća kulturu, tradiciju, gastronomiju, povratak starih zanata, opuštanje i povratak čovjeka prirodi. Uz seoski turizam gospodarstva imaju mogućnost dodatne zarade. Oživljava se okolina, odnosno selo u kojemu se turizam prakticira. Pomoću ove vrste turizma moguće je turistu pružiti nove, neotkrivene destinacije gdje će saznati i doživjeti nešto novo, drugačije od onoga što mu pruža masovni turizam.

4.2. Koncept seoskog turizma

Koncept seoskog turizma sastoji se od pet osnovnih elemenata:

1. Seoska zajednica – obuhvaća sve dolje navedene elemente
2. Seosko okruženje – planine, rijeke, jezera, šume, netaknuta priroda
3. Kulturno-povijesna baština – tradicija, arhitektura, kulturno-povijesni objekti
4. Aktivnosti na ruralnom području – jahanje, biciklizam, šetnje, lov, ribolov
5. Način života na ruralnom području – lokalni događaji, tradicionalna glazba, zanati, gastronomija (UNWTO, 2004: 13)

Ružić (2011, n. p.) seosko područje definira kao prostor s manjom koncentracijom ljudi, gdje prevladava poljoprivreda, a karakteriziraju ga seoski običaji i identitet. Turističke aktivnosti na seoskome području bile bi ture, aktivnosti na vodi, aktivnosti u zraku, sportske aktivnosti, aktivnosti otkrivanja radnih procesa, kulturne aktivnosti te aktivnosti zdravstvenog karaktera. Opis svake navede aktivnosti nalazi se u tablici broj 2.

Tablica 2. Aktivnosti seoskog turizma

Ture	Pješačenje, jahanje, ture u kamp kućici, motorizirane ture, fitness trening, zdravstvene pogodnosti
Aktivnosti na vodi	Ribolov, plivanje, boravak na rijekama, kanu i rafting, windsurfing, utrivanje čamcima, jedrenje
Aktivnosti u zraku	Malim zrakoplovima, jedrilicama, hang-gliding, balonima na topli zrak
Sportske aktivnosti	Tenis, golf, spuštanje i penjanje po stijenama
Aktivnosti otkrivanja, radnih procesa	Lokalna proizvodnja, poljoprivredna poduzeća
Kulturne aktivnosti	Arheologija, područje pod restauracijom, tečajevi ručnog rada, umjetničke radionice, folklorne skupine, kulturni, gastronomski i drugi izvori i podrijetla
Aktivnosti zdravstvenog karaktera	Fitness trening, zdravstvene pogodnosti

Izvor: Ružić (2009: 14)

Aktivnosti koje pruža seoski turizam mnogobrojne su i velikom broju turista pruža se mogućnost pronalaska aktivnosti koje u potpunosti ispunjavaju njihove zahtjeve.

4.3. Značajke seoskog turizma

Posebnost seoskog turizma njegov je personalizirani pristup prema turistima. Turist i domaćin u izravnom su kontaktu te im je omogućena usluga točno prema njihovim željama. Posjetitelji imaju mogućnost upoznati život mjesta koje su posjetili, tradiciju, svakodnevne poslove i aktivnosti koje su se odvijale u povijesti sve do danas. Mogu kušati domaću hranu i pića te imaju osjećaj pripadnosti u mirnom seoskom okruženju (Puklavec, 2017: 4). Tablica broj 3, dolje u tekstu, sadrži nabrojane značajke seoskog turizma i njihov opis.

Tablica 3. Važne značajke seoskog turizma

ZNAČAJKE	OPIS
Komunikacija s domaćinima	Turisti imaju izravan kontakt s domaćinima i personaliziran pristup prilikom pružanja turističke usluge.
Gostoprimstvo	Iskazivanje poštovanja i pažnje prema turistima kako bi stekli osjećaj pripadnosti.
Mirna sredina i odsutnost buke	Njegovanje ekološke svijesti, upoznavanje s ambijentom sela.
Domaća gastronomija	Konzumacija tradicionalnih jela i namirnica iz domaćeg uzgoja.
Ekološka proizvodnja	Tradicionalna proizvodnja bez štetnih aditiva i pesticida.
Upoznavanje seoskih poslova	Upoznavanje i sudjelovanje u tradicionalnim poslovima koji se odvijaju u određenom mjestu.

Izvor: Puklavec (2017: 5)

Iz prikazane tablice moguće je vidjeti da se seoski turizam temelji na održivom razvoju, koristi svoju tradiciju, običaje i način života kao turistički proizvod. Nudi jedinstveni doživljaj rada na selu što većina turista iz velikih gradova nikada nisu imali mogućnost doživjeti.

Madžar (2016: 163), kako je navedeno u radu Robertsa i Halla (2001), objašnjava kako bi postojanje zajedničke vizije u obliku seoskog turizma osiguralo održivi razvoj te ekosustav koji ovim oblikom turizma traži povezanost tradicionalnog i ostalih elemenata turističkih posebnosti prostora. Seoski turizam u konačnici se oslanja na ekološke komponente prostora koji čine privlačnost za posjetitelje. Također se mogu izdvojiti ključni elementi seoskog turizma koji govore kako je prva bitna stavka ta da je smješten u seoskim sredinama te da je funkcionalan, u smislu otvorenog prostora i izravnog dodira s prirodom. Trebao bi se zasnivati na nasljeđu i tradicijskim aktivnostima, dozvoljavati aktivnu uključenost u radu, tradiciji i načinu života lokalnih stanovnika. Seoski turizam raste sporo i organski, povezan s lokalnim obiteljima, sastoji se od različitih vrsta predstavljajući kompleksan uzorak povezan s lokalnim obiteljima.

Razvoj seoskog turizma bitan je za turizam svake zemlje jer vlasnicima seoskih gospodarstava osiguravaju dodatne prihode, potiče izgradnju komunalne infrastrukture i servisa, održava se broj stalnih zaposlenika, obilježava društveni i kulturni život, osigurava kontakte s ljudima iz drugih krajeva te daje samosvijest lokalnom stanovništvu (Madžar, 2016: 163-164).

4.4. Pružatelji usluga u području seoskog turizma

U području seoskog turizma usluge mogu pružati registrirane pravne ili fizičke osobe, oni mogu pružati usluge:

- smještaja
- prehrane
- turističke usluge (jahanje, lov, izleti, radionice i sl.) (cimerfraj.hr / Seoski turizam).

Objekti koji se mogu registrirati za obavljanje djelatnosti:

- vinotočje
- izletište
- apartman
- soba
- ruralna kuća za odmor
- kamp (cimerfraj.hr / Seoski turizam).

4.5. Razvoj seoskog turizma

Seoski se turizam kao takav počeo razvijati u 11. stoljeću, ali tada nisu bile postignute visoke razine seoskog turizma. Ova vrsta turizma svoj razvoj, u punom smislu te riječi, doživljava u 18. stoljeću kada su imućni ljudi odlazili na odmor u malim mjestima izvan grada. Smještaj bi im bio uređena vila ili kuća (Ružić, 2009: 98).

Seoski turizam u onom obliku u kojem se danas shvaća, a to je da je on čimbenik obnove i razvitka sela te integrirani dio turističkog proizvoda, razvijao se 60-ih godina u državama Europe i SAD-a. Temelj razvoja bila je stopa slobodnog vremena. Do 1960-ih rekreacija i turizam na ruralnom području nisu podlijegali zakonima slobodnog tržišta ni onima koji su bili na vlasti. Vladajući su se fokusirali na primorska i planinska turistička mjesta. Općenito, ruralna područja u to vrijeme nisu bila smatrana za nešto više od poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede. Slobodno su vrijeme (primjerice vikend) ljudi uglavnom provodili u ruralnim područjima, a godišnje odmore u primorskim te planinskim destinacijama. No, kasnije, kada se novčana svota namijenjena za slobodno vrijeme povećala, turizam u ruralnim područjima ujedno je dobio više ekonomsko značenje. Sve se više provedeno vrijeme u ruralnim destinacijama produživalo i koristilo u svrhu rekreacije i odmora. Vodeće države u Europi koje su prve započele razvoj ruralnog/seoskog turizma su Austrija, Škotska te Velika Britanija, Francuska (Lukić, 2005).

Francusku se može gledati kao kolijevku seoskog turizma u svijetu jer se već 1951. godine u Provansi formiralo prvo turističko seosko, obiteljsko gospodarstvo. Godinu dana nakon toga, Ministarstvo poljoprivrede u Francuskoj omogućilo je potporu poljoprivrednicima koji su se odlučili baviti seoskim turizmom. Ubrzo nakon toga ostvarili su svoje udruženje seoskog turizma Francuske (Baćac, 2011: 174).

Koncept seoskog turizma u prošlosti i danas nije se puno promijenio, jedino što je danas ponuda proširena. No, njegova srž, radi koje je prvenstveno nastao, odmor u prirodi, ostala je ista.

4.6. Razvoj seoskog turizma u Hrvatskoj

Ova vrsta turizma u Republici Hrvatskoj počela se razvijati tijekom 1990-ih godina. Važan iskorak napravilo je Ministarstvo turizma Republike Hrvatske 1995. godine kada su pokrenuli prve inicijative i aktivnosti vezane za ruralna područja (Ružić, 2009: 148).

Razvoj ruralnog turizma u RH može se predstaviti u dva razdoblja:

1. razdoblje od 1995. do 1999. godine (donošenje nacionalnog programa „Razvoj malog i srednjeg poduzetništva u turizmu s naglaskom na održivi razvoj u ruralnom prostoru“)
2. razdoblje od 2003. godine do danas (Vlada RH donosi brojne odrednice koje pomažu poljoprivredi i turizmu, briga o ruralnom prostoru) (Ružić, 2009: 149).

Kako je već ranije navedeno u tekstu, ruralni dijelovi Hrvatske znatno su manje razvijeni u odnosu na obalu Hrvatske. Kada se pogleda 2002. godina, postoji iznimno mali broj seoskih gospodarstava koji su uključeni u turizam. Smatra se da je tomu razlog bio nedostatak tradicije turizma na ovim područjima u odnosu na primorsko područje (Mišćin, 2008: 26).

Prema Tomljenović (2006: 171), seoski turizam isprva je definiran kao ruralni turizam u segmentu ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu. Seljačka domaćinstva organizirana su kao turistička seljačka gospodarstva koja imaju pravo iznajmiti gostima sobe i apartmane. Ograničenje za iznajmljivanje je 10 soba i 20 kreveta. Sljedeće je organiziranje kampa, koji može imati najviše 10 smještajnih jedinica, tj. 30 gostiju istovremeno. Uz to mogu pružati uslugu doručka, polupansiona ili pansiona, ali samo gostima koji su smješteni u njihovom objektu.

Veliki problem ruralnih krajeva Hrvatske upravo je taj nedostatak informacija i znanja da kontinentalni dio Hrvatske može ostvariti visoku razinu turizma.

Seoski turizam u Hrvatskoj – trenutačno stanje

Hrvatska je zemlja koja obiluje vrijednim, prirodnim resursima najviše zbog njihove kakvoće. Zemljište je dobre plodnosti te je jedno od bolje očuvanih u Europi. Zahvaljujući vodenim resursima, šumama, obalnom pojasu moguć je razvoj ribarstva, šumarstva, poljoprivrede i svih vrsta ruralnog turizma (Franić, Žimbek, 2003: 153).

Geografski položaj Hrvatske i tri različite vrste klime (kontinentalna, planinska, mediteranska) omogućuje uvjete za život i ostvarivanje dohotka u ruralnim područjima (Franić, 2006: 225).

Ako se netko odluči pokrenuti seoski turizam, to je moguće ostvariti pomoću vlastitih sredstava koja se ujedno navode kao najsigurniji način, jer ne postoji obveza vraćanja novca.

Kao druga opcija za pokretanje seoskog turizma je tzv. darovnica. To su bespovratna sredstva koja se moraju uložiti u točno određenu namjenu. Natječaje raspisuje Ministarstvo turizma u nekoliko

različitih programa koja imaju namjeru poboljšati poslovanje, a direktno su vezena za seoski turizam na obiteljskim gospodarstvima, neovisno na koji su način registrirana (seljačko domaćinstvo, privatni iznajmljivač, obrt ili trgovačko društvo). Postoje četiri programa, a to su:

- Program poticanja zaštite, obnove i uključivanja u turizam baštine u turistički nerazvijenim područjima „Baština u turizmu“
- Program poticanja izrade i plasmana suvenira „Izvorni suvenir“
- Program poticanja razvoja posebnih oblika turizma na kontinentu „Zelena brazda“
- Program poticanja plasmana certificiranih ekoloških proizvoda u turizmu „Ekoproizvod“ (Baćac, 2011: 65-66).

Kao treća opcija navode se kreditna sredstva za kojima se najčešće poseže. Moguće je da kredite subvencioniraju ministarstva, županije, lokalne samouprave, turističke zajednice ili pak komercijalne kreditne linije poslovnih banaka (Baćac, 2011: 67).

5. POTENCIJAL TURIZMA SLAVONIJE

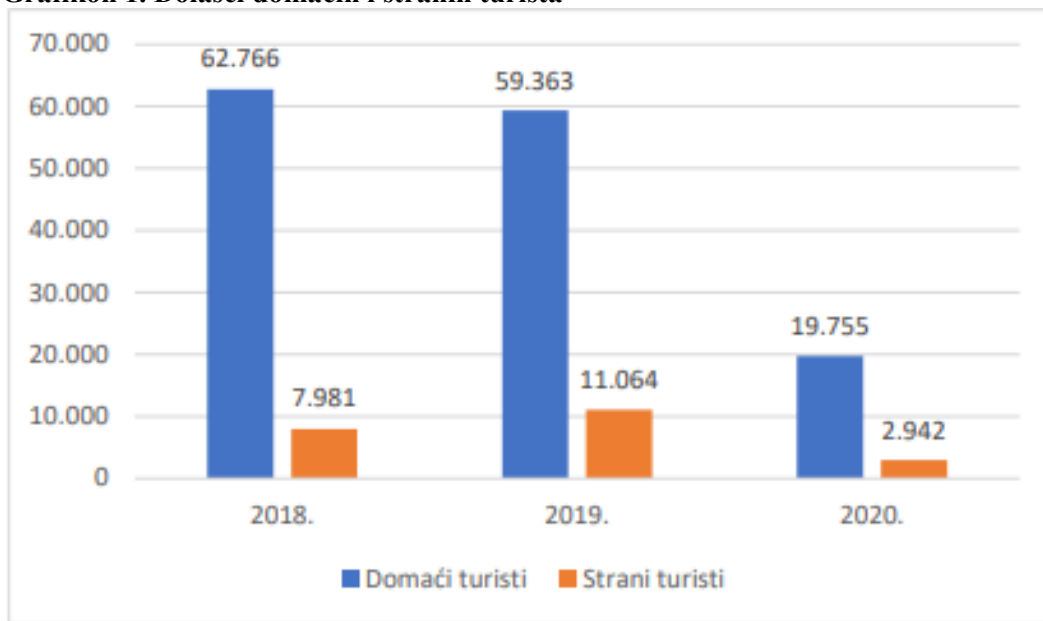
Slavonija bilježi kontinuirani rast broja gostiju, bilo domaćih ili stranih. Ulaganja u razvoj cijele turističke ponude sve su veća. Počelo se voditi računa o infrastrukturi, što za sobom vuče proširenje smještajnih kapaciteta, razvijanje turističke ponude, turističke aktivnosti te jačanje marketinga na području istočne kontinentalne Hrvatske (Završki, Horvat, 2020: 106).

Sam razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj pomažu Ministarstvo poljoprivrede, Ministarstvo turizma. Pomoću različitih potpora uključuju se i županije, jedinice lokalne samouprave, razne institucije te se uz njih tu još nalazi i Hrvatska banka za obnovu i razvoj kreditnim linijama za turizam (Ružić, Demonja, 2013: 59).

5.1. Statistika turizma u Slavoniji i Baranji

Godine 2020. obilježen je pad od 60 % kada je riječ o dolasku turista što je posljedica pandemije COVID-19. Najveći dio dolazaka ostvaruje se tijekom proljetnih i jesenskih mjeseci. Domaće tržište u Vukovarsko-srijemskoj županiji predstavlja dominantnu potražnju. Godine 2019. udio domaćih turista iznosio je visokih 84 %, što prikazuje grafikon broj jedan (Institut za turizam).

Grafikon 1. Dolasci domaćih i stranih turista



Izvor: podaci sustava eVisitor

Prvi problem koji bi se trebao riješiti period je u kojem se ostvaruje najviše dolazaka, a to je proljeće i ljeto. Naime, seoski turizam može pružiti ponudu kroz cijelu godinu te ne bi trebao biti sezonalan.

Drugi je problem previsoka posjećenost samo domaćeg stanovništva što ukazuje na lošu promociju i da su destinacije još uvijek neotkrivene za šire područje ljudi.

U nastavku se iz Tablice 4. mogu iščitati noćenja i dolasci turista u Osječko-baranjskoj županiji. Iz tablice je moguće zaključiti kako je Osječko-baranjska županija postigla veći broj noćenja, ali i veći broj dolazaka turista u odnosu na Vukovarsko-srijemsku županiju.

Tablica 4. Noćenja i dolasci turista

	NOĆENJA TURISTA	INDEKS 1. 9. 2021. 1. 9. 2019.	DOLASCI TURISTA	INDEKS 1. 9. 2021. 1. 9. 2019.
Osječko- baranjska županija	114.857	72,1	68.957	88,2
Vukovarsko- srijemska županije	46.057	47,4	32.943	57,3

Izvor: obrada autora prema Državnom zavodu za statistiku

Sljedeća Tablica 5. prikazuje obradu podataka vezanu za noćenje turista u komercijalnim smještajnim objektima u Vukovarsko-srijemskoj županiji. Naime, mora se uzeti u obzir 2020. godina koja ima smanjeni broj noćenja i dolazaka zbog pandemije COVID-19.

Tablica 5. Noćenja u komercijalnim smještajnim objektima Vukovarsko-srijemske županije

GODINA	BROJ DOLAZAKA TURISTA	BROJ NOĆENJA
2019.	80.549	134.308
2020.	29.380	47.335

Izvor: obrada autora prema Hrvatskom zavodu za statistiku

Tablica 6. prikazuje noćenja u komercijalnim smještajnim objektima Osječko-baranjske županije. Unatoč pandemiji u ovoj je županiji ostvaren iznenađujući broj dolazaka i noćenja.

Kroz ono što je prikazano u ovome kratkom pregledu statistike turizma u ove dvije županije, može se zaključiti kako je OBŽ postigla veći uspjeh na području turizma u odnosu na Vukovarsko-srijemsku županiju.

Tablica 6. Noćenja u komercijalnim smještajnim objektima Osječko-baranjske županije

GODINA	BROJ DOLAZAKA TURISTA	BROJ NOĆENJA
2019.	107.598	217.692
2020.	75. 351	161.056

Izvor: obrada autora prema Hrvatski zavod za statistiku

5.2. Prva nacionalna kampanja ruralnog turizma

Hrvatska turistička zajednica i Ministarstvo turizma pokrenuli su promotivnu kampanju „Doživi domaće. Istraži ruralnu Hrvatsku!“ Cilj je ove kampanje približavanje ponude ruralnih destinacija u Hrvatskoj. Kampanja se sastoji od 12 tematskih videopriloga u kojima je predstavljena turistička ponuda hrvatskih ruralnih područja. Zaštitno je lice kampanje Doris Pinčić. Kampanja se provodi *online* i *offline* kanalima komunikacije, ali i na društvenim mrežama. Kampanju je uz Ministarstvo turizma i sporta inicirala i Udruga ruralnog turizma Hrvatske, a ostvaruje se u suradnji sa zajednicama kulturnog i poslovnog turizma i obiteljskog smještaja HGK. Ministrica turizma i sporta Nikolina Brnjac je za kampanju rekla kako se stavlja fokus na ruralnu Hrvatsku jer ona nudi gostoljubivost domaćina, boravak u očuvanoj prirodi i svježem zraku. Nadalje, govori da je ovo vrsta turizma koja u sebi ima sve za mogućnost produljenja turističke sezone (Hrvatska turistička zajednica).

5.3. Primjeri dobre prakse seoskog turizma

Acin Salaš i Etnoselo “Kranac” primjeri su dobre prakse koja se odvija na području ruralne Hrvatske.

5.3.1. Acin Salaš

Acin salaš smješten je u općini Tordinci koja se nalazi u Vukovarsko-srijemskoj županiji. Točna je adresa Vukovarska 32, Tordinci. Općina ima oko dvije tisuće stanovnika, a nazivaju je pravim mjestom za osjetiti tradiciju ovih prostora. Tordinci se prvi puta u povijesti spominju u nekim od sačuvanih dokumenata iz 1269. godine.

Acin Salas glavna je atrakcija Tordinaca, radi se o šokačkom imanju na četiri hektra koje je prepuno tradicije i starinskog načina života. Osoba koja je zaslužna što danas postoji Acin Salaš je Adam Adžić (Acin Salaš – službena stranica / O nama).



Slika 1. Acin Salaš

Izvor: Acin Salaš-službena stranica – <https://www.acinsalas.com/>

Slika 1. prikazuje kako su svi objekti koji se nalaze na Acinom Salašu izgrađeni po uzoru na nekadašnje šokačke stanove. Salaš je 2013. godine osvojio nagradu *Simply the best* u kategoriji „Najbolji turizam ruralnog područja - OPG u kontinentalnom dijelu Hrvatske“. Navedenu nagradu dodjeljuju Udruga hrvatskih putničkih agencija i redakcija magazina *Way to Croatia* (Agroklub / Acin Salaš u Tordincima). Acin Salaš također ima i obilježje „safe stay in Croatia“ (safestayincroatia.hr, 2022.).

5.3.2. Hrana

Posjetitelji Acinog Salaša mogu se okušati u tradicionalnim aktivnostima poput svinjokolje, pečenja rakije i sl. Salaš također ima restoran koji u svojoj unutrašnjosti prima 70-ero ljudi, a uz terasu restorana broj ljudi koji se može primiti je 250. Jela se pripremaju u starim krušnim pećicama na tradicionalan način, a moguće je okusiti vina te rakiju šljivovicu. Ono što se izdvaja iz tradicionalne gastronomije masni je kruh, čvarnjače, kiflice, švargl, krvavica, čvarci, kulen, kobasica, šunka, slanina od domaće crne slavnoske svinje, šokačka kokošja juha, juha od rajčice, kisela čorba, čobanac te fiš paprikaš (topdestinacije.hr / Acin Salaš tradicionalno šokačko imanje u Tordincima). Slika 2. prikazuje gastronomiju Acinog Salaša.



Slika 2. Gastronomija Acinog Salaša

Izvor: Acin Salaš – službena stranica- <https://www.acinsalas.com/>

5.3.3. Aktivnosti na salašu

U sklopu salaša moguće je vidjeti čardake, ambare, svinjce, konjske štale, ovčarnik, đeram i pušnice. Na salašu se također nalaze tereni za različite sportove poput tenisa, nogometa, odbojke i boćanje što prikazuje slika broj tri.



Slika 3. Aktivnosti na salašu_sport
Izvor: izrada autora prema službenoj stranici Acin Salaš

Moguće je jahati konje, voziti se fijakerom i starinskim kolima ili se jednostavno može prošetati imanjem. Mogu se vidjeti različite domaće životinje poput kokoši, guski, patki, svinja itd. što prikazuje slika 4.



Slika 4. Životinje i fijaker
Izvor: obrada autora prema službenoj stranici Acin Salaš

Vlasnik salaša osmislio je program škole u prirodi gdje se kroz petodnevni boravak prolaznicima uz boravak na salašu nudi i mogućnost obilaska Osijeka, Vinkovaca i Vukovara. U budućnosti vlasnik želi izgraditi šatorski kamp (Agroklub / Nebo sa milijun zvijezda iznad Acinog Salaša).

5.3.4. Smještaj

Moguće je odsjesti u spavaonicama u ambarima koji su uređeni na starinski način (topdestinacije.hr / Acin Salaš – tradicionalno šokačko imanje u Tordincima). Postoji 55 ležaja s kojima se raspolaže u jednokrevetnim, dvokrevetnim, trokrevetnim i četverokrevetnim sobama te dva apartmana s kuhinjom. Primjer četverokrevetne sobe prikazuje slika broj 5. (Agroklub / Nebo sa milijun zvijezda iznad Acinog Salaša, 2015.)



Slika 5. Primjer četverokrevetne sobe
Izvor: obrada autora prema službenoj stranici Acin Salaš

Posebna soba koja se ističe naziva se „Bakina soba“. Sve sobe imaju poseban ulaz, kupaoonicu i besplatni WiFi (Acin Salaš - službena stranica / Sobe). Bakinu sobu prikazuje slika broj 6.



Slika 6. Bakina soba

Izvor: Acin Salaš – službena stranica- <https://www.acinsalas.com/>

5.3.5. Etno selo Karanac

Na trideset kilometara od Osijeka nalazi se etnoselo Karanac. Točna je adresa etnosela Kolodvorska 99, Karanac (putovnica.net/Karanac). Karanac je najzaslužnije mjesto za preporod baranjskog turizma, a tomu doprinosi velika turistička ponuda: restoran „Baranjska kuća” i nadaleko poznata „Ulica zaboravljenog vremena”, obiteljsko gospodarstvo „Skepić”, „Tri mudraca”, seosko gospodarstvo „Ivica i Marica”, obiteljski podrum „Sabo”, „Bakine čarolije”, „Kukuriku” te „Vila Baranja” (općina Kneževi Dvori - službena stranica / Etno selo Karanac).

5.3.5.1. „Španjolska” arhitektura u baranjskom Karancu

U pitanju su izdužene kuće sagrađene oko dvorišta s dugačkim trjemovima te zidovima koji su oslikani raznim motivima. Ovakva arhitektura podsjeća na imanja koje se mogu vidjeti na jugu

Španjolske, no ustvari se radi o tradicionalnim panonskim kućama koje su se gradile u razdoblju Austro-Ugarske Monarhije. Uzduž ovakve građevina nalazi se karakteristični trijem koji je u prošlosti omogućio nesmetane radove bez obzira na vremenske neprilike, a uz to su trijemski lukovi pružali zaštitu od sunca (putovnica.net/Karanac). Na slici 7. je moguće vidjeti prikaz arhitekture.



Slika 7. Arhitektura u Karancu

Izvor: putovnica.net - <https://www.putovnica.net/odredista/hrvatska/karanac>

5.3.5.2. Hrana

Najpopularnije mjesto za isprobati autentičnu hranu Baranjska je kuća (topdestinacije.hr / Etnoselo Karanac turistička destinacija u srcu Baranje). Etnorestoran Baranjska kuća obiteljski je restoran koji nudi autentične recepte poput puževa u umaku od kopriava i pečenog bagremovog cvijeta, grah gulaš u zemljanom loncu te klasični baranjski specijaliteti kao što su čobanac, šaran na rašljama i sl. Godine 2013. restoran je izabran za najbolji restoran Osječko-baranjske županije, a 2013. je dobio je svoje mjesto na listi top 100 restorana u Hrvatskoj (baranjska-kuca.com/ Restoran). Primjer gastronomije prikazuje slika 8.



Slika 8. Gastronomija Karanca

Izvor: topdestinacije.hr – Karanac- <https://topdestinacije.hr/etno-selo-karanac-turisticka-destinacija-u-srcu-baranje/>

5.3.5.3. Aktivnosti i smještaj

Gosti u etnoselo dolaze prvenstveno radi autentičnog doživljaja baranjskog sela. Na obiteljskim gospodarstvima koji se bave turizmom moguće je vidjeti domaće životinje te tradicionalan način života (putovnica.net/Karanac).

Etnoselo Karanac poznato je i po svojim manifestacijama, koje svake godine okupe veliki broj stranih i domaćih turista. Neke od najpoznatijih manifestacija su:

- Čvarak fest
- Zimski vašar
- Proljetni vašar
- Burza kafanskih svirača
- Off-road sarmijada (općina Kneževi Dvori-slужbena stranica / Etnoselo Karanac)

Vlasnici restorana Baranjska kuća otvorili su „Ulicu zaboravljenog vremena“ koja predstavlja zaboravljene stare zanate. Ulica se sastoji od sedam ambara u kojima su smještene lončarska, stolarska i bačvarska radionica, tkalačka radionica, brijačnica i gostionica koja nosi naziv „Pod kruškom“. U ulici se nalazi mlin koji vlasnici koriste za kukuruzno brašno, kovačeva kuća koja je građena od blata i piljevine te ledara u kojoj se nekada čuvao led iz Dunava. Iznad ledare nalazi se vidikovac koji pruža pogled na cijelo selo Karanac, Baranjsku planinu i vinograde (baranjska-kuca.com/ Restoran).

Etnosajam u Karancu se održava nekoliko puta godišnje, tj. za svako godišnje doba posebno. U sklopu su sajma izložbe tradicionalnih proizvoda, razgledanje manjeg ZOO-vrta, jahanje, kušanje domaće hrane i sve to je popraćeno tamburaškom glazbom.

Neke od drugih zanimljivih aktivnosti koje je moguće isprobati vožnja su terenskim vozilom po Baranji, kulinarski tečaj te posjete vinskom podrumu s kušanjem vina (topdestinacije.hr / Etno Selo Karanac – Turistička destinacija u srcu Baranje).

Začetnik je turizma u Karancu obitelj Sklepić koja pruža smještaj za 15 turista. Osim smještaja, nude i etnološku zbirku, pušnicu te vinski podrum. Dio soba naziva se prema osobama značajnim za ovaj zavičaj, primjerice Đuka Begović ili Andrija Čordaš. Uz noćenje je ponuđen i doručak koji se sastoji od kulena, sira, turšije, jaja i pekmeza te langošica i pogačica iz krušne peći. Obitelj Sklepić je 2003. godine dobila nagradu „Turistički cvijet“ za kontinentalni turizam (putovnica.net/Karanac).

5.4. Prijedlozi djelovanja

Slavonija i Baranja prepune su sadržaja koji bi se mogao ponuditi turistima. Kada bi se pažnja više usmjerila na turizam u kontinentalnom dijelu Hrvatske bilo bi moguće održavati cjelogodišnji turizam na području Republike Hrvatske. Pozivajući se na autore Završki i Horvat (2020: 111)

glavni potencijali Slavonije i Baranje boravak su na selu, etnokulturni turizam, aktivni odmor, rekreacija na vodi te etnogastronomija. Boravak na selu podrazumijeva:

- odmor u prirodi
- autentični doživljaj na selu, pustare, etnosela
- očuvanu floru i faunu (primjerice Kopački rit ili Papuk).

Etnokulturni turizam i baština sastoje se od:

- etnosela i ostavština, multikulturalnog okruženja
- tradicionalnih manifestacija i događaja (pr. Vinkovačke jeseni)
- povijesnog i kulturnog turizma (dvorci, sakralna arhitektura).

Aktivni odmor i rekreacija na vodi uključuju cikloturizam (koji se razvija u pet županija), jahanje, sportove na vodi i lovni turizam. Etnogastronomija obuhvaća autohtonu kuhinju, graševinu, kušaonice, OPG i ekoproizvode.

Potrebno je uzeti u obzir današnji način života koji je ubrzan te je zato većina ljudi izložena prevelikom stresu, zbog toga sve više raste potražnja za ekološki čistim područjima (Rudančić, Kulić, 2021: 25). Kada se pogleda na Slavoniju, svako selo obiluje čistom prirodom, livadama i njivama, potrebno je samo malo truda kako bi se ostvario turizam na visokoj razini u ovome području.

Kao drugu opciju moguće je iskoristiti i kampiranje. Za kampiranje je najčešće potreban ruralni prostor, to može biti i improvizirani kamp koji je smješten u sklopu nekog seljačkog gospodarstva ili prirodnih ljepota (Rajko, 2013: 57).

U Slavoniji i Baranji je moguće stvoriti i pejzažni turizam. Preko ljeta njive su prekrivene suncokretom, žitom ili makom. Prizor je toliko lijep da može konkurirati nizozemskim tulipanima. Često se kaže da se ne jede nigdje kao u Slavoniji, što je također jedan od aduta koje je potrebno iskoristiti za turizam Slavonije. Gotovo svaka kuća u slavonskim selima proizvodi svoje domaće suhomesnate proizvode. Ako bi se poučilo i aktiviralo ljude u smjeru turizma zasnovanom na gastronomiji, bilo bi moguće ostvariti cjelogodišnji turizam. Još jedan prijedlog je ostvarivanje kreativnog, iskustvenog turizma. Odnosno, bilo bi potrebno iskoristiti staru šokačku kuću koja predstavlja duh toga vremena i posjetiteljima omogućiti rad u polju, sadnju vrta obrezivanje voćki,

hranjenje domaćih životinja sve one poslove koje su radili naši djedovi i bake. Omogućiti im da nose nošnju, jedu hranu koja je bila karakteristična za to razdoblje. Gostima koji bi dolazili iz stranih zemalja, posebno ako gledamo one koji su odrasli u gradu, ovaj način turizma bio bi nezaboravno iskustvo. Hrvatska se može predstavljati i kao destinacija za odmor uz pomoć seoskog turizma.

6. ZAKLJUČAK

Iako je seoski turizam nastao još u 11. stoljeću njegova popularnost sada izuzetno raste zbog potrebe za mirom i odmorom usred užurbane svakodnevice.

Hrvatska, točnije Slavonija i Baranja, imaju potencijala za rast i razvoj. Naime, problem leži u tome što nema konkretnog plana za razvoj određenih destinacija na duža razdoblja. Doživljaj prirode, autentičnosti, starih vremena mogu biti osnovni motiv za posjet destinacija kontinentalne Hrvatske. Turističko tržište sve je zahtjevnije, stoga je potrebno prilagođavati se uvjetima na tržištu te obogaćivati turistički ponudu novitetima. Kontinentalni dio Hrvatske ima sve potrebne uvjete za razvoj seoskog turizma – očuvan okoliš, priroda, raznolikost svake županije, dugogodišnju kulturu i tradiciju. Potrebno je raditi na dobrom odnosu između lokalne zajednice i turističkih agencija. Bolja valorizacija turističke ponude, ulaganje i rad usmjeren marketingu potaknuli bi veći razvoj turizma. Usmjeravanje Hrvatske prema seoskom turizmu i promoviranje Hrvatske kao destinacije odmora dovelo bi veći broj turista na područje kontinentalne Hrvatske.

Cilj je svake države ostvariti gospodarski rast. Gospodarstvu mnogih zemalja rast donosi upravo turizam. Kada bi se radilo na unaprijeđenju seoskog turizma u kontinentalnim dijelovima Hrvatske, turistička bi se sezona mogla produžiti na cijelu godinu, a ujedno bi se umanjila iseljavanja stanovništva iz države.

Primjeri koji su navedeni u radu, Acin Salaš i Karanac dokazuju da je moguće ostvariti kvalitetnu ponudu.

7. POPIS LITERATURE

- Antunac, I. (1985) Turizam i ekonomska teorija, Zagreb, Institut za istraživanje turizma
- Baćac, R. (2011) Priručnik za bavljenje seoskim turizmom, Zagreb, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske
- Cicvarić, A. (1990) Ekonomika turizma, Čakovac, Izdavačko poduzeće “Zagreb”
- Čavlek, N., (1998). Turoperator i svjetski turizam, Zagreb, Golden marketing - tehnička knjiga
- Čavlek, N. et. al. (2011): Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb, Školska knjiga
- Franić, R., Žimbek, T. (2003) Pretpostavke za uključivanje poljoprivrede u proces pridruživanja Hrvatske Europskoj uniji. U: Pridruživanje Hrvatske Europskoj uniji: izazovi ekonomske i pravne prilagodbe (Katarina Ott, ur.), Zagreb, Institut za javne financije i Zaklada Friedrich Ebert
- Franić, R. (2006) Politika ruralnog razvitka – nova prilika za Hrvatsku, Agronomski glasnik: Glasilo Hrvatskog agronomskog društva, Vol. 68, No.3, str: 221-235. URL: <https://hrcak.srce.hr/26547> [pristup: 22.6.2022.]
- Gržinić, J. (2019) UVOD U TURIZAM - povijest, razvoj, perspektive, Opatija, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
- Geić, S. (2011) Menadžment selektivnih oblika turizma, Split, Sveučilište u Splitu 20. Str 225., prema Kasper, C., 1975:14-15)
- Jelinčić D. A. (2007) Agroturizam u europskom kontekstu, StudiaethnologicaCroatica, vol.19 no.1, str.270. URL: <https://hrcak.srce.hr/22137> [pristup: 22.6.2022.]
- Marković Z. i Marković S. (1987) Osnove turizma, Zagreb, Školska knjiga
- Mišćin L. (2008): Aktualno stanje turizma na ruralnom prostoru Hrvatske, Zagreb, Sektor za turizam HGK

- Madžar, I. (2016) Analiza elemenata i preporuke za unaprijeđenje razvoja seoskog turizma na području Hercegovine. *Ekonomika misao i praksa*, vol. 25, No. 1, str. 159-176. URL: <https://hrcak.srce.hr/clanak/236047> [pristup: 23.6.2022.]
- Lickorish, L. J., Jenkins C. L. (2006) Uvod u turizam, prijevod izvornika podnaslovom "Introduction to tourism", Split, Ekokon
- Leiper, N. (1979) "The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist, and the Tourist Industry,". *Annals of Tourism Research*, vol.6, No. 2, str. 390–407. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0160738379900033?fbclid=IwAR1nbfz7QMmt0Nm5m5wX7TTVAJxJcyqx8diIZkoayOXiRhYVgwiLfCvmuw> [pristup: 20.6.2022.]
- Luković, T. (2008) Selektivni turizam, hir ili znanstveno-istraživačka potreba, *Acta turistica nova*, vol. 2, No.1, str. 51-74. URL: <https://hrcak.srce.hr/37744> [pristup: 22.6.2022.]
- Pirjevac, B., Kesar, O. (2002) Počela turizma, Zagreb, Mikrorad i Ekonomski fakultet Zagreb
- Petrić L. (2006) Osnove turizma, Split, Ekonomski fakultet Split
- Ružić, P. (2009) Ruralni turizam, Poreč, Institut za poljoprivredu i turizam
- Ružić, P. (2011) Ruralni turizam Istre, Poreč, Institut za poljoprivredu i turizam
- Ružić P., Demonja D. (2013) Prirodna i antropogena osnova turizma Hrvatske, *Sociologija i prostor: časopis za istraživanje prostornoga i sociokulturnoga razvoja*, Vol.51, No.1(195), str. 45-56. URL: <https://hrcak.srce.hr/101799> [pristup: 1.7. 2022.]
- Rudančić, A., Kulić, K. (2021) Kamping turizam u ulozi stvaranja konkurentnosti hrvatskog turizma, *Acta Economica Et Turistica*, Vol. 6, No. 1-2, str. 25-40, URL: <https://hrcak.srce.hr/252104> [pristup: 4.7. 2022.]
- Rajko, M. (2013) Institucionalni model razvoja ruralnog turizma na primjeru Središnje Istre, *Oeconomica Jadertina*, Vol.3, No. 2, str. 50-62. URL: <https://hrcak.srce.hr/114927> [pristup: 4.7. 2022.]
- Roberts, L., Hall, D. (2001) *Rural tourism and Recreation: Principles to Practice*: CABI, Publishing, London.

Tomljenović R. (2006) Kulturni turizam: strategije za postizanje uspjeha, Zagreb, Hrvatsko knjižničarsko društvo

Završki, M., Horvat, K. (2020) Uloga i utjecaj e-marketinga u turizmu Slavonije i Baranje, Communication Management Review, Vol. 5, No. 1, str. 104-123. URL: <https://hrcak.srce.hr/238222>, [pristup: 1.7. 2022.]

WTO. (2004) Ruralni turizam u Europi: iskustva, razvoj i perspektive, Svjetska turistička organizacija

Internetske stranice

Acin Salaš. URL: <https://www.acinsalas.com/kontakt-2/> [pristup: 1.7. 2022.]

Agro klub. URL: <https://www.agroklub.com/seoski-turizam/nebo-sa-milijun-zvijezda-iznad-acinog-salasa/16408/> [pristup: 1.7. 2022.]

Baranjska kuća. URL: <https://www.baranjska-kuca.com/> [pristup: 2.7. 2022.]

Cimerfraj.hr. URL: <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/seoski-turizam-hrvatska> [pristup: 22.6.2022.]

Hrvatska enciklopedija. URL: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763> [pristup: 22.6.2022.]

Geografija.hr. URL: <https://geografija.hr/na-selo-na-selo-razvoj-ruralnog-turizma-u-europi/> [pristup: 29.6.2022.]

Ekonomski institut Zagreb. URL: <https://www.eizg.hr/> [pristup: 30.6.2022.]

Hrvatska turistička zajednica. URL: <https://www.htz.hr/hr-HR/press/objave-za-medije/zapocela-prva-nacionalna-kampanja-ruralnog-turizma-dozivi-domace-istrazi-ruralnu-hrvatsku> [pristup: 1.7. 2022.]

Institut za turizam. URL: <http://www.iztztg.hr/> [pristup: 30.6.2022.]

Kneževi vinogradi. URL: <https://knezevi-vinogradi.hr/turisticki-subjekt/etno-selo-karanac/> [pristup: 2.7. 2022.]

Putovnica.net. URL: <https://www.putovnica.net/odredista/hrvatska/karanac> 2.7.2020 [pristup: 2.7. 2022.]

Safestayincroatia. URL: <https://www.safestayincroatia.hr/hr/pretrazivanje/acin-salas> 1.7.2020. [pristup: 2.7. 2022.]

Topdestinacije.hr. URL: <https://topdestinacije.hr/acin-salas-tradicionalno-sokacko-imanje-u-tordincima/> [pristup: 2.7. 2022.]

URL: <https://topdestinacije.hr/etno-selo-karanac-turisticka-destinacija-u-srcu-baranje/> [pristup: 2.7. 2022.]

Ostalo

Puklavec, M. (2017) Strategija razvoja seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj. Diplomski rad. Varaždin: Sveučilište sjever

8. PRILOZI

POPIS SLIKA

Slika 1. Acin Salaš

Slika 2. Gastronomija Acinog Salaša

Slika 3. Aktivnosti na salašu_sport

Slika 4. Životinje i fijaker

Slika 5. Primjer četverokrevetne sobe

Slika 6. Bakina soba

Slika 7. Arhitektura u Karanjcu

Slika 8. Gastronomija Karancu

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Dolasci domaćih i stranih turista

POPIS TABLICA

Tablica 1. Specifični oblici turizma

Tablica 2. Aktivnosti seoskog turizma

Tablica 3. Važne značajke seoskog turizma

Tablica 4. Noćenja i dolasci turista

Tablica 5. Noćenja u komercijalnim smještajnim objektima VSŽ

Tablica 6. Noćenja u komercijalnim smještajnim objektima OBŽ