Atraktivnost ruralnog turizma Slavonije i Baranje

Petrić, Boris

Master's thesis / Diplomski rad

2014

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of agriculture / Sveučilište Josip Jurja Strossmayera u Osijeku, Poljoprivredni fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:151:350619

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek

Repository / Repozitorij:

Repository of the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek - Repository of the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA
POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU

Boris Petrić
Diplomski studij: Agroekonomika

Atraktivnost ruralnog turizma Slavonije i Baranje

Diplomski rad

Osijek, 2014.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA
POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU

Boris Petrić
Diplomski studij: Agroekonomika

Atraktivnost ruralnog turizma Slavonije i Baranje

Diplomski rad

Povjerenstvo zs ocjenu i obranu diplomskog rada:

1. prof.dr.sc. Krunoslav Zmaić, predsjednik
2. doc.dr.sc. Tihana Sudarić, mentor
3. prof.dr.sc. Ružica Lončarić, član

Osijek, 2014.

SADRŽAJ:

1.UVOD 1
2.PREGLED LITERATURE 2
3.MATERIJAL I METODE 3
4.RURALNI TURIZAM 4
4.1.OBLICI RURALNOG TURIZMA 7
4.2.ZAKONSKI OKVIR 9
5.POVIJEST RURALNOG TURIZMA 11
6.RURALNI TURIZAM U HRVATSKOJ 13
6.1.RURALNI TURIZAM SLAVONIJE I BARANJE 15
7. SPECIFIČNOST RURALNOG RAZVOJA SLAVONIJE I BARANJE 16
7.1.TRADICIJA I BAŠTINA RURALNOG KRAJA 19
7.2. TURISTIČKA ATRAKTIVNOST RURALNOG KRAJA 22
8.RURALNI TURIZAM U EUROPSKOM KONTEKSTU 25
8.1. KONKURENTNOST RURALNOG TURIZMA 29
9.PROBLEMI RURALNOG TURIZMA 31
10.RAZVOJ RURALNOG TURIZMA 33
10.1.SMJERNICE I PLANOVI ZA RAZVOJ TURIZMA 35
10.2.REZULTATI ANKETE 40
11.INOVATIVNI TURIZAM 54
11.1.TRENDOVI RAZVOJA TURISTIČKIH PROIZVODA 56
12.ZAKLJUČAK 60
13.LITERATURA 61
14.SAŽETAK 63
15.SUMMARY 64
16. PRILOZI 65
17. POPIS TABLICA I SLIKA 73
TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA 74

1.UVOD

Ruralni turizam, kao posebni oblik turizma u Hrvatskoj se operativno i organizirano počeo razvijati 1990-ih godina, ali tek od 2003./2004. bilježi pomake, kada su izrazitije pokrenuti resori poljoprivrede i turizma te se počinje voditi značajnija briga o ruralnom prostoru i njegovom razvoju. Koncept ruralnog turizma temelji se na bogatim prirodnim resursima, na ruralnome nasljeđu, ruralnom načinu života te ruralnim aktivnostima. Sve od navedenoga kontinentalna Hrvatska ima, ali je razvoj seoskog turizma u Hrvatskoj još skroman. Usprkos raspolaganju nizom važnih preduvjeta, kao što su atraktivan i očuvan okoliš, bogata tradicijska i posebice etno gastronomska baština, hrvatska se ponuda seoskog turizma sporije razvija, suočena s nerazvijenom domaćom potražnjom, nepoticajnim okruženjem, u određenoj mjeri i zapuštenim selima, te s izrazito razvijenom konkurencijom. Ruralna baština kao temelj ruralnog turizma većim je dijelom resurs, koji još nije postao turistički proizvod. Uzrok tome su brojna ograničenja, koja usporavaju turistički razvoj. U turističkoj ponudi na ruralnom prostoru Hrvatske, baštini i tradiciji posvećuje se određena pozornost, ali još uvijek nedovoljna, no primjeri dobre prakse pokazuju da se odgovarajućim pristupom i korištenjem baštine i tradicije mogu postići izvrsni rezultati, koristeći prirodne i društvene atraktivnosti kao temelje razvoja ruralnoga turizma. Područje Slavonije i Baranje ima veliki potencijal za razvoj turizma zbog svojih jedinstvenih prirodnih resursa i bogatog kulturnog nasljeđa, zbog čega je sam cilj ovoga rada ukazati na te znamenitosti, prikazati zašto je ruralni kraj Slavonije i Baranje atraktivan za turiste te ukazati na planove i smjernice daljnjeg razvoja.

2. PREGLED LITERATURE

Atraktivnost ruralnog turizma Slavonije i Baranje u hrvatskoj stručnoj i znanstvenoj literaturi dosad je nedovoljno istražena. Ovdje će biti predstavljeni relevantni radovi koji korišteni za istraživanje navedene problematike. Od radova u kojima se obrazlaže i tumači atraktivnost ruralnog turizma izdvajaju se radovi autora Kušen E., Ružić P., Demonja D., Baćac R. U knjizi (Kušen E.,2002.) „Klasifikacija turističkih atrakcija" autor predlaže izvorni koncept funkcionalne klasifikacije potencijalnih i realnih turističkih atrakcija u funkciji planiranja održivog razvoja turizma te zaštite prostora i okoliša. Govori o „novom turizmu" i objašnjava koje turističke atrakcije su u njegovu svrhu potrebne. Iznosi klasifikaciju turističkih atrakcija, nove trendove u turizma i ukazuje na njihovu važnost. U knjizi „Turizam i rekreacija" (Kušen E., 2007.) autor obrazlaže zašto turisti posjećuju mjesta u kojima postoje turističke atrakcije, zašto su turističke atrakcije osnovica razvoja turizma, navodeći osnovnu funkcionalnu klasifikaciju turističkih atrakcija. Iznosi pojmovno objašnjenje ruralnog turizma, njegovu problematiku, te uvjete turističke atraktivnosti kraja. Autori Ružić P., Demonja D., (2013.) u djelu „Prirodna i antropogena osnova turizma Hrvatske" istražuju ruralni turizam Hrvatske s aspekta njegovih prirodnih i društvenih razvojnih posebnosti iznoseći da su one temeljne atraktivnosti ključne za razvoj ruralnog turizma. Uz navedeno daju povijesni prikaz razvoja ruralnog turizma u Hrvatskoj. Demonja D., Baćac R., (2012.) u knjizi „Baština i tradicija u oblikovanju turističke ponude na ruralnom prostoru Hrvatske" ističu da su tradicija i baština temelji seoskog turizma, navodeći da u današnje vrijeme ruralni turizam u Hrvatskoj dobiva na osobitoj važnosti, jer je jedna od njegovih ključnih uloga očuvanje tradicije, na način da ju kreativno primjenjuje. Baziraju se na ulozi tradicijskog graditeljstva u formiranju turističke ponude ruralnog područja, odnosno prezentaciji graditeljske baštine i njezinih osnovnih komponenata, prije svega atraktivnosti seljačkog gospodarstva.

3. MATERIJAL I METODE

Rezultati, odnosno zaključci ovoga rada proizašli su iz proučavanja dostupne i relevantne literature, koja je navedena u samome radu. Za potrebe pisanja rada korištena je slijedeća metodologija:

1. Prikupljanje i proučavanje znanstvene i stručne literature o ruralnom turizmu
2. Korištenje empirijskih istraživanja putem ankete, kao i postojećih rezultata istraživanja o ruralnom turizmu

Metode koje su korištene u radu su slijedeće: Analiza (raščlanjivanje osnovnog pojma ruralnog turizma na jednostavnije dijelove, te izučavanje svakog dijela za sebe); Statistička metoda (putem rezultata statističke metode, grafikonima i tablicama su se prikazali rezultati istraživanja korištenih u radu); Deskripcija (opisivanje i objašnjavanje rezultata proučavanja literature o ruralnom turizmu); Komparativna metoda (Uspoređivanje ruralnog turizma u RH i zemljama Europe).

4. RURALNI TURIZAM

Ruralni turizam je pojam koji obuhvaća sve turističke usluge, aktivnosti i vidove turizma unutar ruralnih područja, pri tome sam pojam ruralnog područja nije strogo definiran već se pod njim podrazumijevaju područja u kojem prevladavaju: prirodno okruženje, seoski okoliš, mala naselja i sela, zaseoci, izdvojena poljoprivredna gospodarstva, s poljoprivredom i šumarstvom kao glavnom gospodarskom granom.[1] Dakle ruralni turizam je takav oblik turizma koji uključuje kompleksnost svih aktivnosti i aspekata cjelovitog proizvoda turizma od rekreacija u seoskoj sredini, uživanja u dokolici i miru ruralnih predjela, uživanja u prirodi i raznovrsnim krajolicima, nacionalnim parkovima te parkovima prirode, kulturni turizam do turizma na seoskim domaćinstvima. Neke definicije ruralnog turizma odnose se jednostavno na turizam u područjima slabe naseljenosti, a ruralne turističke destinacije mogu se široko definirati kao područja koja se posebno identificiraju i promiču turistima kao mjesta posjeta u kojima je primarni motiv uživanje u seoskom krajoliku i pripadajućim aktivnostima.

Pojam ruralnog turizma sadrži mnoštvo pojavnih oblika, npr. seoski turizam, agroturizam, rezidencijalni, zavičajni, turizam na seljačkim gospodarstvima itd., od kojih je najznačajnija komponenta seljački turizam.[2] Taj je pojam često označen i sintagmom turizam na seljačkim gospodarstvima, ali seoski turizam je širi pojam od turizma na seljačkim gospodarstvima jer se on vezuje za ambijent sela i njegovu užu okolicu te sve njegove aktivnosti (poljoprivreda, manifestacija, gastronomija, folklor, etnologija itd.) Definicija koja se čini najprikladnijom za promišljanje seoskog turizma u hrvatskim okvirima podrazumijeva spektar aktivnosti, usluga i dodatnih sadržaja koje organizira ruralno stanovništvo na obiteljskim gospodarstvima u cilju privlačenja turista u vlastito područje te stvaranja dodatnog prihoda.[3] Turizam na seoskim (seljačkim) gospodarstvima ili turizam na obiteljskim seoskim gospodarstvima ili agroturizam isključivo se odnosi na oblik turističke usluge koji je dodatna djelatnost na gospodarstvu s poljoprivrednom djelatnošću, u sklopu koje se nude proizvodi proizvedeni na takvom gospodarstvu.[4]

---

[1] Baćac, R., (2011.): Priručnik za bavljenje seoskim turizmom, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb, str. 16.

[2] Jelinčić D. A., (2007.): Agroturizam u europskom kontekstu, StudiaethnologicaCroatica, Vol.19 No.1, str.270.

[3] Isto, str.270.

[4] Baćac, R., (2011.): Priručnik za bavljenje seoskim turizmom, str. 17.

Pojavni oblici ruralnog turizma objašnjeni su u slijedećoj shemi:[5]

Slika 1. Shematski prikaz međuodnosa ruralnog turizma, seoskog turizma i turizma na turističkim seoskim obiteljskim gospodarstvima



Izvor: Baćac, R., (2011.): Priručnik za bavljenje seoskim turizmom, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb, str.17

Značajke ruralnog turizma:[6]

Lociran u ruralnim područjima, funkcionalno je seoski: utemeljen na malom poduzetništvu, na otvorenom prostoru u izravnom dodiru s prirodom, zasniva se na naslijeđu i tradicijskim aktivnostima, dozvoljava sudjelovanje u aktivnostima, tradicijama i načinu života lokalnog stanovništva, osigurava personaliziran kontakt, naselja i građevine su ruralni (malih razmjera), tradicijski po značenju, raste sporo i organski, povezan s lokalnim obiteljima, različitih vrsta, predstavlja kompleksan uzorak ruralnog okruženja, ekonomije, povijesti i lokaliteta, visok udio turističkog prihoda koji koristi lokalnoj zajednici.

[5]Baćac, R., (2011.): Priručnik za bavljenje seoskim turizmom, str. 18.

[6]Jelinčić D. A., (2007.): Agroturizam u europskom kontekstu, str.275.

Slika 2. Usporedba gradskog i seoskog turizma:

Tipične značajke gradskog / odmorišnog turizma	Tipične značajke seoskog turizma
naselja s više od 10.000 stanovnika	naselja s manje od 10.000 stanovnika
izgrađen (urbaniziran) okoliš	prirodni okoliš
intenzivna infrastruktura	slaba infrastruktura
značajni zabavni i trgovački sadržaji	snažne individualne aktivnosti
veliki objekti	mali objekti
kompanije u nacionalnom/ međunarodnom vlasništvu	posao koji je u lokalnom vlasništvu
samopodržavajući turistički interesi	turizam podržava ostale interese
zaposlenici mogu živjeti daleko od radnog mjesta	zaposlenici često žive blizu radnog mjesta
rijetko je pod utjecajem faktora sezonalnosti	često je pod utjecajem faktora sezonalnosti
odnosi s gostima su nepersonalizirani	odnosi s gostima su personalizirani
profesionalni menadžment	amaterski menadžment
etika rasta i razvoja	etika očuvanja/ograničavanja rasta

Izvor: Jelinčić D. A., (2007.): Agroturizam u europskom kontekstu, Studia ethnologica Croatica, Vol.19 No.1, str.273.

Prema WTO-u, koncept ruralnog turizma temelji se na bogatim prirodnim resursima, na ruralnome nasljeđu, ruralnom načinu života te ruralnim aktivnostima. Prirodni resursi podrazumijevaju planine, rijeke, jezera, šume; ruralno nasljeđe uključuje tradicijsku arhitekturu, industrijsko nasljeđe, povijest, dvorce, crkve, sela; ruralni život odnosi se na obrtništvo, lokalne događaje, gastronomiju, tradicijsku glazbu; ruralne aktivnosti odnose se na jahanje, biciklizam, pecanje, šetnje, sportove. Razvoj ruralnog turizma bazira se na održivom razvoju. To se ogleda u revitalizaciji već postojeće, tradicijske gradnje odnosno baštine, kojoj se daje nova namjena, ona turistička. Ruralni turizam na potpuno drugačiji način pokušava objediniti, obnoviti i organizirati prostor, jer nema potrebu za izgradnjom novih kapaciteta, već, dapače, susreće se s izazovima kako na najbolji i najkvalitetniji način iskoristiti postojeće strukture. Važnost ruralnog turizma, prije svega, ogleda su u vrlo važnoj interakciji poljoprivredne proizvodnje, proizvodnje tradicionalnih proizvoda, prezentiranja tradicije, tradicijske gastronomije i turističkih usluga, jednom riječju korištenju već postojećih resursa.[7]

[7]Mišćin,L., (2008.):Aktualno stanje turizma na ruralnom prostoru Hrvatske,Sektor za turizam HGK,Zagreb,str. 3.

4.1. OBLICI RURALNOG TURIZMA

Ruralni turizam predstavlja zajednički naziv za sve posebne oblike turizma u ruralnim područjima. Posebni oblici ruralnog turizma mogu biti[8]: Turizam na seljačkim gospodarstvima, lovni, ribolovni, ekoturizam, zdravstveni, sportsko-rekreacijski, rezidencijalni (kuće za odmor), avanturistički (pustolovni), kamping turizam, nautički turizam, gastronomski, vinski, kulturni turizam, vjerski turizam i ostali posebni oblici.
Polazeći od navedene definicije seoskog turizma i dodajući joj komponentu održivog razvoja koja je danas osnovna sastavnica seoskog turizma, proizlazi da se na ruralnim područjima javljaju različiti oblici turističke aktivnosti**.** Sukladno navedenim posebnim oblicima ruralnog turizma, navesti će se njihova obilježja:

Agroturizam, seosko gospodarstvo, farme: turisti promatraju ili sudjeluju u tradicionalnim poljoprivrednim radnjama, bez negativnih učinaka na ekosustav ili na produktivnost seoskog domaćinstva. Nailazi na veliku podršku malih zajednica budući da seljaci shvaćaju koju dobrobit održivog razvoja donose slični oblici prirodnih putovanja.[9] Agroturizam je takav oblik turizma u kojem pripadnici lokalne zajednice nude obilazak u sklopu vlastitoga poljoprivrednog projekta i na taj način dopuštaju posjetitelju izravno sudjelovanje u iskustvu sadnje, žetve/berbe i procesiranja hrane određenog lokaliteta. To je moderan, ali ujedno i tradicionalni oblik turizma ukorijenjen u lokalnoj zajednici i temeljen na njenim geografskim obilježjima, tradiciji, kulturi i običajima. To je poslovna aktivnost kojoj je cilj ugošćavanje turista u privatnim kućama – uglavnom na farmama/poljoprivrednim gospodarstvima ili u malim hotelima.[10]
Lovni i ribolovni turizam : vezan je uz posebne segmente turista obično većih platežnih mogućnosti. Jedan je od prvih oblika turizma na ruralnom prostoru. Danas se treba prilagođavati novim trendovima vezanim uz očuvanje prirode.
Ekoturizam: podrazumijeva vrstu 'odgovornog' turizma koji podržava zaštitu prirodnih resursa, kao i održavanje dostignute razine blagostanja i socijalne vrijednosti lokalne populacije. Oblik turizma sa sve većim trendom rasta u svijetu, a odvija se na prirodno

[8]Balkan, R., Oblici ruralnog turizma i činitelji razvoja ruralnog turizma, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici, Virovitica, str.4.

[9]Jelinčić D. A., (2007.): Agroturizam u europskom kontekstu, str.270.

[10]Franić R., Cunj L., (2005.): Društveno-gospodarski preduvjeti razvitka agroturizma u Zagrebačkoj županiji, str.384.

zaštićenim područjima.[11] Privlači obrazovanije segmente i segmente većih platežnih mogućnosti.

Zdravstveni turizam: vezan je uz termalno-mineralne izvore, ljekovita blata, planinske predjele u svrhu prevencija bolesti, opuštanje i rehabilitaciju.

Sportsko-rekreacijski turizam: Temelji se na sportsko-rekreacijskim aktivnostima u prirodi: šetnje, jahanje, biciklizam, veslanje, plivanje, stari sportovi. Uz prirodne i izgrađene atraktivnosti (dvorci, pansioni...) izgrađuju se tereni za tenis, golf, manji bazeni, adrenalinski parkovi, *paintball* tereni.[12]

Rezidencijalni turizam: boravak gradskih stanovnika u dane vikenda , blagdana i godišnjih odmora u vlastitim "vikendicama", a u Hrvatskoj je 1991. godine popisano 176.845 takvih objekata.[13] Vlasnici ostvaruju turističku potrošnju.

Avanturistički turizam: oblik rekreacijskog turizma ali s puno više "adrenalina" i uzbuđenja. Privlači mlađe segmente i poslovne ljude koji se teže osloboditi stresa. Penjanje, adrenalinski parkovi, brdski biciklizam, rafting, paraglajding.

Kamping turizam: obično obuhvaća boravak u manjim kamping jedinicama smještenim uz ostale sadržaje u ruralnom prostoru ili u okviru seljačkog gospodarstva.

Nautički turizam: iako je najrazvijeniji na prostorima uz more, sve više se razvija i na rijekama, jezerima i kanalima. Manjeg je opsega od maritimnog te obuhvaća manje plovne jedinice (čamci, kanui, splavovi i sl.)

Gastronomski i vinski turizam : zbog bogatstva i raznolikosti gastro ponude ruralnih krajeva značajan je atraktivni činitelj. Uz gastro ponudu veže se i vinska. Tematske gastro ture, vinske ceste, ekološki uzgojena hrana …

Kulturni i vjerski turizam: temelji se na brojnim spomenicima kulture, galerijama, muzejima, svetištima te kulturnim i vjerskim manifestacijama. Posebni oblici kulturnog turizma vežu se uz narodnu baštinu i upoznavanje lokalne kulture i običaja. Odnosi se na kulturu, povijest, arheologiju i ostale kulturne odrednice predmetnog ruralnog područja.

[11]Balkan, R., Oblici ruralnog turizma i činitelji razvoja ruralnog turizma, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici, Virovitica, str.13.

[12]Isto, str.7.

[13] Isto, str.5.

4.2. ZAKONSKI OKVIR

Seoski turizam ponajprije treba pravno odrediti pa je predstavljen pregled zakona koji ga reguliraju: Zakoni u području poduzetničkog organiziranja i turizma u RH: Zakon o trgovačkim društvima; Zakon o obrtu; Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti; Zakon o turističkoj djelatnosti i Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu

Ključni propisi koji reguliraju poslovanje u turizmu ipak su Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, Zakon o turističkoj djelatnosti, Zakon o pružanju usluga u turizmu te, kada govorimo o seljačkom domaćinstvu, Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu.[14]

1. Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti

Ugostiteljskom djelatnošću mogu se baviti pravne i fizičke osobe, a ona podrazumijeva pripremanje hrane i pružanje usluga prehrane, pripremanje i usluživanje pića i napitaka i pružanje usluga smještaja, kao i pripremanje hrane za potrošnju na drugom mjestu i opskrbu tom hranom.

2. Zakon o turističkoj djelatnosti

Turistička djelatnost podrazumijeva pružanje usluga putničke agencije, turističkog vodiča, pratitelja, animatora, zastupnika, pružanje usluga u nautičkom, seljačkom, zdravstvenom, kongresnom, sportskom, lovnom i drugim oblicima turizma, pružanje turističkih usluga i drugo. Upravo ovim Zakonom definiran je i seljački turizam.[15]

3. Zakon o pružanju usluga u turizmu

Usluge u turizmu u smislu ovoga Zakona su pružanje usluga turističke agencije, turističkog vodiča, turističkog pratitelja, turističkog animatora, turističkog zastupnika, turističke usluge u nautičkom turizmu, turističke usluge u seljačkom gospodarstvu ili obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, turističke usluge u ostalim oblicima turističke ponude i ostale usluge koje se pružaju turistima u svezi s njihovim putovanjem i boravkom.

[14] Jelinčić D. A., (2007.): Agroturizam u europskom kontekstu, str.275.

[15] Isto, str. 276.

4. Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu

Seljačko domaćinstvo može pružati usluge smještaja u sobama i apartmanima do najviše 20 kreveta te u kampovima do najviše 10 smještajnih jedinica (30 gostiju). Gostima kojima se pružaju usluge smještaja mogu se pružati i usluge doručka, polupansiona i pansiona te usluživanja pića i napitaka iz pretežno vlastite proizvodnje (poljoprivredni proizvodi proizvedeni u vlastitom seljačkom domaćinstvu, na drugom seljačkom gospodarstvu s područja iste županije te gljive, samoniklo bilje, puževi, žabe, šumski proizvodi, ribe, divljač, itd.). Ovim Pravilnikom seljačko domaćinstvo definirano je kao seljačko gospodarstvo ili obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo upisano u Upisnik seljačkih gospodarstava ili obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava sukladno Zakonu o poljoprivredi (Narodne novine broj 66/01, 83/02) i koje pruža ugostiteljske usluge u seljačkom domaćinstvu sukladno Zakonu o Ugostiteljskoj djelatnosti (članak 2 Zakona).[16] Osim navedenoga, u seljačkom domaćinstvu mogu se pružati i usluge kušanja vina, voćnih vina, drugih proizvoda od grožđa ili rakije za najviše 50 osoba (izletnika) istodobno.

[16] Jelinčić D. A., (2007.): Agroturizam u europskom kontekstu, str.277.

5. POVIJEST RURALNOG TURIZMA

Ruralni turizam u Hrvatskoj i turizam na seljačkim gospodarstvima nalaze se u početnoj fazi. Posljedica je to pretežite usmjerenosti hrvatskog turizma na maritimne prostore, ali i desetljećima dugog procesa zanemarivanja ruralnog prostora i obiteljskih seljačkih gospodarstava. Promjene društveno-ekonomskog sustava početkom devedesetih godina 20. stoljeća bile su poticaj razvoju ove vrste turizma u Hrvatskoj. No iako čak 3/4 ruralnih prostora Hrvatske imaju obilježja socijalno-ekonomske krize, ruralni turizam ne koristi se sustavno kao alat u revitalizaciji problemskih ruralnih prostora. Zbog neuspjele kolektivizacije i nacionalizacije, lošeg položaja seljaka, te pojačane industrijalizacije i propadanja interesa za zemlju, sredinom 20. st. javlja se i proces deruralizacije tj. napuštanja sela kao mjesta stanovanja.[17] Deagrarizacija je u posljednjih pedesetak godina bila znatno brži proces. Veliki broj stanovnika koji živi na selu, a ne bavi se poljoprivrednim djelatnostima ili nepoljoprivrednim djelatnostima u selu, zapravo predstavlja prepreku razvoja ruralne sredine.

Hrvatska nikada nije razvila jedinstvenu politiku razvoja ruralnog turizma budući se različita ruralna područja/zajednice naprosto ne mogu svesti pod zajednički nazivnik. Pa ipak, i pored različitosti između hrvatskih ruralnih područja/zajednica, jedno im je zajedničko, a to je da su sva iskusila iste probleme, a to su depopulacija, pad ekonomske aktivnosti i sl., što je direktna posljedica politike deagrarizacije koju je vodio bivši komunistički režim nakon drugog svjetskog rata.[18] Ovaj je proces brojna hrvatska ruralna područja suočio s problemom njihova ekonomskog opstanka. Ovaj posebni oblik turizma u Hrvatskoj se operativno i organizirano počeo razvijati 1996. godine, kada je ministar turizma, temeljem tada važećeg Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti, donio Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu i tada je stvoren pravni okvir reguliranja ove vrste turizma. Od tada pa do danas, broj registriranih turističkih seljačkih obiteljskih gospodarstava na razini RH, koja ima čak 92% ruralnog prostora od ukupne površine Hrvatske, neprekidno je u uzlaznom trendu.

[17]Lukić A., (2002.): Turizam na seljačkim gospodarstvima u Hrvatskoj, Prirodoslovno-matematički fakultet, Zagreb, str.3.

[18]Mišćin L., (2008.): Aktualno stanje turizma na ruralnom prostoru Hrvatske, str. 25.

Razvoj seoskog turizma u Hrvatskoj započeo je svoj organiziran razvoj 1990-ih godina, a njegov su razvoj uvjetovali različiti razlozi od kojih valja istaknuti:

• društveno-ekonomske promjene na hrvatskom selu nastale kao posljedice povijesnih događanja;
• poimanje životne filozofije kroz oblike življenja u zdravom okolišu i uzgoju zdrave hrane (posebno kod mlađeg naraštaja);
• infrastrukturne pogodnosti (Turizam na seoskim obiteljskim gospodarstvima).

Tradicionalna poljoprivredna područja u sjevernim dijelovima Hrvatske, znatno slabije angažirana u razvoju agro, odnosno ruralnog turizma u odnosu na obalne i otočne regije. Takoje 2002. godine, u Zagrebačkoj županiji svega 13 farmi bilo angažirano u ruralnom turizmu, u Krapinsko- zagorskoj županiji, jednoj od najslikovitijih ruralnih regija, svega 8, a u Varaždinskoj županiji turističkim aktivnostima se bavilo svega 6.[19] Mogući razlog ovakvoj situaciji u ovim područjima jest upravo nedostatak tradicije u razvoju turizma u odnosu na primorske destinacije. Drugi razlog vjerojatno leži u relativno pasivnoj ulozi koju su sve donedavno imale nacionalna i/ili regionalne vlade u promicanju razvoja ruralnog turizma. Osim toga, općenito govoreći, u Hrvatskoj je i socijalni kapital nedovoljno razvijen, a to može biti jedan od razloga zbog kojeg ruralno stanovništvo nije spremno prihvatiti nove razvojne modele koji se temelje na suradnji i umrežavanju.[20]

[19] Mišćin L., (2008.): Aktualno stanje turizma na ruralnom prostoru Hrvatske, str.26.

[20] Isto, str.26.

6. RURALNI TURIZAM U HRVATSKOJ

Hrvatsku možemo deklarirati kao turističku zemlju koju posjećuju mnogi turisti koji stalno traže nove i drugačije oblike odmora, a Hrvatska im zadnjih godina može ponuditi nešto takvo, a to je agroturizam, koji podrazumijeva boravak turista u seoskoj sredini u kojoj se pružaju mogućnosti za aktivno sudjelovanje u životu i radu na seoskom imanju.[21] Hrvatska je zemlja s rijetko očuvanim seoskim destinacijama, na selu započinje obnova i prenamjena starih zapuštenih imanja u seoska izletišta, prenoćišta, pa i male hotele s nekoliko zvjezdica. Ruralni prostor zauzima gotovo 90% površina Hrvatske od čega je 57% površina poljoprivredno, a 36% šumsko zemljište. Na tom prostoru živi oko 46% pučanstva koje je izravno ili posredno vezano uz poljodjelstvo. U Hrvatskoj se pod pojmom "ruralno" sve više percipiraju ekološke vrijednosti, originalna znanja i kulturni identitet, a poljoprivreda je način života koji na specifičan način oblikuje obitelj, odnose u obitelji te njeguje određeni sustav vrijednosti, zato je razvitak ruralnog prostora temelj gospodarskoga i društvenog jedinstva zemlje.[22] Važnost valorizacije i zaštite potencijalnih i realnih turističkih atrakcija u Hrvatskoj potvrđena je 1993.godine i normativno kad je u „Razvojnoj strategiji hrvatskog turizma" određeno da je jedan od dva osnovna cilja razvoja turizma u Hrvatskoj - obnova i potpunija valorizacija i zaštita turističkih potencijala.[23] Sukladno Strategiji razvoja hrvatskog turizma do 2010. godine, prepoznata je potreba za pripremom posebnih programa za oživljavanje turističkih potencijala unutrašnjosti Hrvatske, a značajna je pozornost posvećena upravo razvoju seoskog turizma.

Razvoj seoskog turizma u Hrvatskoj još je skroman, a vidljive su i velike prostorne razlike u razvijenosti te vrste turizma. Indikativno je da je najveći broj domaćinstava koncentriran u dvije turistički najrazvijenije županije (istarskoj i dubrovačko-neretvanskoj), što upućuje na to da je konzument ruralnog turizma pretežno strana klijentela koja traži autohtonu ponudu. Naime, istarska županija je županija s najvećim ukupnim brojem dolazaka i ostvarenih noćenja, pa tako i dolazaka, odnosno noćenja stranih turista.

[21] Franić R., Cunj L., (2005.): Društveno-gospodarski preduvjeti razvitka agroturizma u Zagrebačkoj županiji, str. 381.

[22] Jelinčić D. A., (2007.): Agroturizam u europskom kontekstu, str.278.

[23] Kušen E., (2002.): Klasifikacija turističkih atrakcija, Prostor: znanstveni časopis za arhitekturu i urbanizam, Vol.9 No.1(21), str. 4.

S obzirom na različitost prirodno-resursne osnove te oblikovne značajke ruralne arhitekture i običaja, u Hrvatskoj je moguće razlikovati sljedeće ruralne cjeline: a) Slavonija, Baranja i Srijem b) Hrvatsko zagorje, Prigorje, Međimurje i Podravina c) Posavina, Pokuplje, Moslavina d) Gorski kotar i Žumberak e) Lika i Kordun f) Istra i Hrvatsko primorje g) Dalmacija

Jedan od temeljnih oblika seoskog turizma u Hrvatskoj je turizam na seoskim (obiteljskim) domaćinstvima, koji je danas u najvećoj mjeri razvijen na području Istarske i Dubrovačko-neretvanske županije. Zahvaljujući činjenici da se u proteklom razdoblju u Hrvatskoj razvoj turizma nije odvijao na račun značajnijeg devastiranja prostora kao osnovnog resursa, a niti značajnije degradacije prirodnih resursa, Hrvatska je danas u mogućnosti turizmom valorizirati ove svoje prednosti. Upravo je seoski turizam oblik turizma koji se razvija prema načelima održivog razvoja i na najbolji način valorizira ruralni prostor, prirodne i kulturno-povijesne resurse te autohtone tradicijske elemente.

Uspoređujući stupanj razvijenosti ruralnog turizma u Hrvatskoj s Europom, proizlazi da se Hrvatska, prema procjenama, nalazi na početku razvojnog puta ovog oblika turizma: Udio ruralnog turizma u europskim turističkim aktivnostima = 10–20%, a udio ruralnog turizma u Hrvatskoj = < 1%.[24] Prema aktualnim raspoloživim podacima, u Hrvatskoj je registrirano ukupno 227 turističkih seljačkih domaćinstava u 11 županija. Od 1998. godine (kada su bila registrirana 32 seljačka domaćinstva koja su pružala turističke usluge) broj registriranih seljačkih domaćinstava u Hrvatskoj povećan je 7 puta.[25]

[24] Jelinčić D. A., (2007.): Agroturizam u europskom kontekstu, str.279.

[25] Isto, str.279.

6.1. RURALNI TURIZAM SLAVONIJE I BARANJE

Područje Slavonije i Baranje obuhvaća 5 županija od kojih jedino Osječko – Baranjska bilježi pozitivne rezultate na području ruralnog turizma.[26] Slavonija je 2000.god. ostvarila 0.5% ukupnog turističkog prometa, što ju čini najslabije posjećenim područjem u državi. U posljednjem desetljeću bilježi stalan pad turističkog prometa, koji iznosi tek trećinu prijeratnog. Ipak, u daljnjem se razdoblju očekuje zaustavljanje silaznog trenda i početak oporavka Slavonije.[27] Potencijal razvoja turizma u Istočnoj Hrvatskoj čine: gradovi antičke tradicije npr. Cibalae (Vinkovci), Mursa (Osijek), Marsonija (Slavonski Brod), Vukovar kao memorijalni kompleks i simbol ratnih stradanja, Vučedol sa 200 arheoloških lokaliteta, međunarodne folklorne manifestacije (Vinkovačke jeseni, Đakovački vezovi), slavonski dvorci i kurije, park prirode Kopački rit, Bizovačke toplice, Lipik, Konjička akademija Đakovo, prepoznatljiva gastronomska ponuda (kutjevačko i iločko vino, kulen, šljivovica) itd.[28] Nabrojane mogućnosti čine potencijal razvoja tranzitnog, kulturnog, rekreacijskog, lovnog, gastronomskog i memorijalnog turizma.

Iako je slavonska i baranjska turistička ponuda raznovrsna i prepoznatljiva, u svijetu je daleko poznatiji hrvatski Jadran, koji dominira i u prezentaciji hrvatske turističke ponude. Kad je riječ o unutrašnjosti Hrvatske, govorimo o najvećem odstupanju postignutih tržišnih rezultata i tržišnih vrijednosti i atrakcija ovog prostora. Cjelokupna kulturno – povijesna baština većim je dijelom resurs, koji još nije postao turistički proizvod. Uzrok tome su brojna ograničenja, koja usporavaju turistički razvoj. Oni su posljedica ratnih zbivanja, poremećenih gospodarskih tokova, nerazvijene prometne infrastrukture, nedostatka stručnih kadrova i nedostatne promocije turističke ponude. Zastupljenost turizma i ugostiteljstva u ukupnom prihodu Slavonije vrlo je niska (<2%), iako se može pretpostaviti da je, kao i u drugim dijelovima Hrvatske, ta brojka podcijenjena zbog nepotpunog obuhvata, odnosno sive ekonomije.

[26]Bosnić, I., (2012.), Agroturizam u RH, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici, Virovitica, str. 33.

[27]http://www.geografija.hr/clanci/135/turizam-kao-faktor-razvoja-istocne-hrvatske-stvarnost-ili-san

[28]http://www.geografija.hr/clanci/135/turizam-kao-faktor-razvoja-istocne-hrvatske-stvarnost-ili-san

7. SPECIFIČNOST RURALNOG RAZVOJA SLAVONIJE I BARANJE

Specifičnosti ruralnog razvoja su individualne usluge, personaliziran pristup, tradicijske vrijednosti, održivi razvoj te autentičnost. Ruralni prostori svojim karakteristikama motiviraju posjet turista. Motivi koji čine turizam na ruralnom prostoru zanimljivim i prihvatljivim, klasificiraju se prema tipologiji kao:

1. fizički, kao što je relaksacija
2. kulturni, kao što je otkrivanje novih prostora
3. interpersonalni, kao što su socijalizacija i upoznavanje novih ljudi
4. prestiž, kao što su samoupoznavanje i samoaktualizacija.

Prednosti ruralnog turizma Slavonije i Baranje su pretežno nezagađen okoliš, postojeći nedovoljno valorizirani kapaciteti: dvorci, lovačke kuće, crkve, narodne priče i legende, mogućnost cjelogodišnje turističke sezone, mogućnost prodaje svojih proizvoda "u vlastitom dvorištu", mogućnost dopunske zarade iz dodatnih usluga (jahanje, suveniri, smještaj, ubiranje ljetine i plodova, kampiranje, usluge hrane, pića i prehrane, "pečenje" rakije, proizvodnja vina, branje gljiva), poslovično gostoljubivi žitelji u seoskim domaćinstvima, bogata multietnička i multikonfesionalna baština i postojanje prirodnih znamenitosti (Kopački rit, ušće Drave u Dunav, termalni izvori u Bizovačkim toplicama, rudnici kraj Popovca).[29]

Vanjske prilike ruralnog turizma su postojano nezasićeno domaće i strano tržište potražnje ruralnog turizma koje raste zajedno s urbanizacijom, mogućnosti komplementarnog razvoja s ostalim oblicima turizma, planirana izgradnja koridora Vc, deklarativno i stvarno poticanje ruralnog turizma i poduzetništva u turizmu od strane RH, ali i od strane vanjskih inicijativa i blizina tri susjedne države.[30]

[29] http://www.obz.hr/hr/pdf/Program%20razvitka%20turizma%20u%20ruralnom%20prostoru%20na%20podru%C4%8Dju%20Osje%C4%8Dko-baranjske%20%C5%BEupanije.pdf

[30] http://www.obz.hr/hr/pdf/Program%20razvitka%20turizma%20u%20ruralnom%20prostoru%20na%20podru%C4%8Dju%20Osje%C4%8Dko-baranjske%20%C5%BEupanije.pdf

Ruralni turizam nije nastao tek kao potreba za novim turističkim kapacitetima, već kao potreba očuvanja, revitalizacije i davanja nove, dodatne vrijednosti naslijeđenoj baštini i autentičnom promoviranju tradicijskih znanja i vještina kroz organizaciju atraktivne i originalne turističke ponude.[31] Ruralni turizam osim smještaja nudi i prostornost, dakle cjelokupno okruženje što nije slučaj na obalnom prostoru gdje se, uglavnom, nudi samo osnovni smještaj bez pripadajućeg prostora. Ruralni turizam polazi od održivih postavki prema kojima nema prekapacitiranosti, pa je potražnja za ovakvom vrstom smještaja veća u odnosu na ponudu. Razvidna je i originalnost ponude koja se prvenstveno odnosi na organizaciju i uređenje smještaja, ali i organizaciju i provođenje svih ostalih aktivnosti, pri čemu u ruralnom turizmu nije primjenjiv tzv. »*copy paste*« pristup u organizaciji ponude, u smislu velikog broja smještajnih kapaciteta po istom modelu izgradnje i uređenja, te bez dodatnih sadržaja i aktivnosti.[32]

Turistička ponuda u ruralnom turizmu uvijek se osmišljava na temelju postojećih potencijala, koji uključuju[33]:

1. tradicijsku arhitekturu (kuće, zgrade, ostali objekti/građevine tradicijske ruralne arhitekture),
2. poljoprivrednu proizvodnju
3. pojedine vještine ili znanja (tradicijsko zanatstvo, izrada narodnih instrumenata, folklor, običaji, lov, ribolov, konjaništvo, i slično),

ili, pak, iskorištavanjem resursa položaja domaćinstva i/ili njegove bliže okolice kao što su, na primjer:
1. osobito vrijedan prirodni položaj (zaštićeni krajolik, kultivirani krajolik, park prirode ili nacionalnipark), ili
2. položaj unutar vrijedne i zaštićene arhitektonske i kulturne cjeline.

[31]Demonja D., Baćac R., (2012.): Baština i tradicija u oblikovanju turističke ponude na ruralnom prostoru Hrvatske, Podravina: časopis za multidisciplinarna istraživanja, Vol.11 No.21, str.206.

[32] Demonja D., Baćac R., (2013.) Ruralna graditeljska baština u funkciji turističke ponude Hrvatske, Podravina: časopis za multidisciplinarna istraživanja, Vol.12 No.23, str. 137.

[33] Isto, str. 137.

Kako i na koji način će se ti potencijali iskoristiti, i od njih učiniti atraktivna turistička ponuda, ovisi o kvalitetno i konkretno razrađenoj ideji potencijalnog pružatelja turističkih usluga u ruralnom turizmu, ali i o prepoznavanju na temelju čega se sve može osmisliti buduća kvalitetna ponuda ruralnog turizma. Najčešći potencijal oko kojeg se formira i organizira turistička ponuda u ruralnom turizmu je izvorna, ambijentalna arhitektura: tradicijska kuća za stanovanje i ostali tradicijski objekti/građevine kao što su objekti/građevine seoske, odnosno ruralne arhitekture: gatori, kleti, torete, kažuni, pastirski stanovi, kolibe, i slično.[34] Izvorna arhitektura koja se stavlja u funkciju turizma kod korisnika koji koristi usluge ruralnog turizma ima za cilj pružiti doživljaj tradicije u izvornom obliku. Osnovno pravilo u korištenju tradicijske arhitekture za potrebe ruralnog turizma je prilagođavanje turističkog sadržaja arhitekturi i prostoru, a ne obrnuto.

Osim ambijentalne izvorne arhitekture specifičnost ruralnog turizma, kako Slavonije i Baranje, tako i RH u cijelosti leži u tradiciji i baštini ruralnog kraja. Ruralni kraj i selo su žarišta života na ovim prostorima već stotinama godina. Tradicija sela kao mjesta obitavanja i njegovih običaja i kultura je za svaki kraj jedinstvena. Često se nerazvijenost i primitivni način života na selu prikazuju kao negativnosti, no baš te "negativnosti" su selu i seoskim domaćinstvima sačuvali tradiciju i baštinu kojom se danas trebamo ponositi. Nije strano da se na pojedinim domaćinstvima nađu predmeti stariji čak i od pojedinih država (SAD).

[34]Demonja D., Baćac R., (2013.) Ruralna graditeljska baština u funkciji turističke ponude Hrvatske, str. 137.

7.1.TRADICIJA I BAŠTINA RURALNOG KRAJA

Ruralna baština, koja je temelj seoskog (ruralnog) turizma, uključuje prije svega krajolik (očuvana priroda, posebnosti flore i faune, mikro klima, i drugo), te materijalnu i nematerijalnu baštinu (očuvano graditeljsko nasljeđe, predanja, običaji, zanati, manifestacije i događanja kojima se održava i njeguje tradicija).[35] Danas ruralni turizam u Hrvatskoj ima osobitu važnost, jer je jedna od njegovih ključnih uloga očuvanje tradicije na način da kreativno koristi ruralnu baštinu, jer ruralna baština je jednako vrijedan dio hrvatske kulturne baštine i posljednjih godina u Hrvatskoj se o njoj pojačano skrbi i brine za njezinu obnovu.[36] Važno je naglasiti da se cjelokupna ponuda ruralnog turizma temelji na ambijentu, kulturi, svjetonazoru koji su bliski prirodnom okruženju, te da ruralni turizam temelji svoju turističku atrakciju koristeći baštinu, odnosno tradiciju kao osnovu za kreiranje turističke ponude.[37]

Baština na temelju koje se može izgraditi ruralna turistička ponuda može biti: kuća, crkva, dvorac, rukotvorine, tradicijska hrana i piće, narodna nošnja, selo, naselje, spomenik, arheološka nalazišta, bunar, narodni instrument, običaj, mlin, krajolik, park, perivoj, muzej, zbirka predmeta, galerija, knjižnica, novac, vrijednosni papiri, dokumenti, jezik, dijalekti, govor, toponimika, glazba, ples, predaja, obredi, pučke vrednote, tradicijski obrti, namještaj, odjeća, oružje i oruđe, i drugo.[38]

[35]Demonja D., Baćac R., (2012.): Baština i tradicija u oblikovanju turističke ponude na ruralnom prostoru Hrvatske, str. 205.

[36]Demonja D., Baćac R., (2013.) Ruralna graditeljska baština u funkciji turističke ponude Hrvatske, str.133.

[37]Demonja D., Baćac R., (2012.): Baština i tradicija u oblikovanju turističke ponude na ruralnom prostoru Hrvatske, str. 206.

[38]Isto, str. 208.

Baštinu i tradiciju u ruralnom turizmu moguće promatrati na sljedeće načine, prema ulozi koju imaju[39]:

• baština i tradicija u rekonstrukciji i opremanju objekata/građevina (za stanovanje i turističke usluge),
• baština i tradicija u uređenju okoliša i vrta (okućnica),
• baština i tradicija u gastronomiji (tradicijska jela i tradicijski proizvodi),
• baština i tradicija u ophođenju s gostom (folklor, prezentacija življenja).

U turističkoj ponudi na ruralnom prostoru Hrvatske, baštini i tradiciji posvećuje se određena pozornost, ali još uvijek nedovoljna, premda primjeri dobre prakse pokazuju da se odgovarajućim pristupom i korištenjem baštine i tradicije mogu postići izvrsni rezultati. Korištenje baštine i tradicije u turističkoj ponudi na ruralnom prostoru Hrvatske identificira se promidžba nacionalne baštine i tradicije, kreiranje svijesti o identitetu, bogatija turistička ponuda, mogućnosti zapošljavanja, stvaranje imidža destinacije, i promjene u strukturi gostiju/posjetitelja, a koristi od takve turističke ponude ima društvo u cjelini, odnosno svi uključeni u ponudu, a posebno lokalno stanovništvo.[40]

Ruralna baština u Hrvatskoj se tek posljednjih godina prepoznaje kao jedna od vodećih ideja razvoja turizma, premda je Hrvatska u okružju u kojem upravo činjenica o ruralnom bogatstvu i baštini rukovodi razvojem turističkih djelatnosti i daje vidljivost lokalnoj zajednici kao vrijednoj turističkoj destinaciji.[41] No, i dalje treba sustavno ustrajati na povećanju znanja o vlastitoj baštini i tradiciji, i poticati razvoj kreativnosti ponuditelja turističkih usluga, jer će se na taj način pomoći daljnjem uspješnom definiranju/oblikovanju turističkih destinacija na ruralnom prostoru Hrvatske.

[39] Demonja D., Baćac R., (2012.): Baština i tradicija u oblikovanju turističke ponude na ruralnom prostoru Hrvatske, str. 212.

[40] Isto, str. 217.

[41] Demonja D., Baćac R., (2013.) Ruralna graditeljska baština u funkciji turističke ponude Hrvatske, str. 133.

Primjer Baranja: seljačko domaćinstvo *»Sklepić«,* selo Karanac, vlasnika Gordane i Denisa Sklepića[42]

Ovo domaćinstvo predstavlja tipično baranjsko poljoprivredno gospodarstvo. Sastoji se od tradicionalne panonske kuće s dvorištem i poljoprivrednim površinama. Višak prostora na imanju organiziran je za smještaj gostiju, a čini ga: šest dvokrevetnih soba s vlastitim ulazom i kupaonicom, i dvije četverokrevetne sobe, što sveukupno »broji« 20 kreveta. Imanje je sačuvano u izvornom obliku iz vremena kada je izgrađeno, te predstavlja iznimno vrijedno mjesto na kojem je do detalja očuvana baština i tradicija. Na gospodarstvu se može pogledati etno-zbirka koju čini gotovo 2000 predmeta, potom radionica lončarstva, »špajza«, kovačnica, podrum, čardak, konji i konjska oprema. Osim etnozbirke, domaćinstvo nudi dnevne posjete, degustaciju domaćih proizvoda, a gostima na smještaju usluge doručka s vlastito spravljenim proizvodima. Cijelo dvorište ovoga obiteljskog gospodarstva uređeno je kao nekada: konjske zaprege i kola, seoski cvjetnjak omeđen poluciglama, mnoštvo alata za svakodnevnu uporabu, paprike koje se suše na svježem zraku, štala s konjima. U jednoj sobi gospodarstva nalazi se i tkalački stan na kojemu su žene tkale stolnjake i odjeću, potom starinski krevet s narodnim nošnjama, komoda sa zapisima i novcem iz prošlih vremena, te ručno izrađena kolijevka za dijete. Naročitu atrakciju na gospodarstvu predstavlja posebno osmišljena soba s pogledom na kokošinjac.

[42]Demonja D., Baćac R., (2012.): Baština i tradicija u oblikovanju turističke ponude na ruralnom prostoru Hrvatske, str. 210.

7.2. TURISTIČKA ATRAKTIVNOST RURALNOG KRAJA

Turisti u turističku destinaciju poglavito dolaze zbog turističkih atrakcija, a ne zbog smještajnih kapaciteta ili dobre prometne povezanosti turističke destinacije s emitivnim područjima, to je razlog da se turizam može razviti samo u područjima koja posjeduju potencijalne ili realne turističke atrakcije, iz čega slijedi zaključak da turističke atrakcije u turističkom gospodarstvu imaju funkciju njegove „sirovine", tj. da su njegov temeljni resurs.[43] Većina istraživača se slažu s tezom da bez turističkih atrakcija ne bi bilo turizma, ali bez turizma ne bi bilo ni turističkih atrakcija, govoreći da su turističke atrakcije temeljni resurs na kojem se razvio turizam, zbog čega su turističke atrakcije integralni dio velikoga turističkog sustava.[44] Ruralna područja u današnje vrijeme postala su turistički atraktivna i prihvatljiva za „moderne"turiste koji traže »*retro*« odmor, odnosno odmor temeljen na tradicionalnosti i individualnom pristupu.[45] Ruralni turizam, odnosno potreba za boravkom (turista) u nenarušenim socijalnim, prostornim i prirodnim okruženjima postaje temelj i model daljnjeg razvoja ruralnih krajeva kroz diverzifikaciju aktivnosti te očuvanje ambijentalnih vrijednosti i prostornosti, prije svega, tradicijske arhitekture. Ruralni se prostor sve više afirmira kao mjesto autonomne i prepoznatljive turističke ponude, čak i sudionici „reformiranoga masovnog" turizma sve više traže obogaćivanje maritimne ponude turističkim atrakcijama u naseljima na priobalju i u zaleđu obale (unutrašnjosti).[46]

[43]Kušen E., (2002.): Klasifikacija turističkih atrakcija, str. 6

[44]Isto, str. 6.

[45]Demonja D., Baćac R., (2013.) Ruralna graditeljska baština u funkciji turističke ponude Hrvatske, str. 134.

[46]Kušen E., (2002.): Klasifikacija turističkih atrakcija, str.. 4.

Atraktivni činitelji ruralnih prostora oblikuju turizam s posebnostima. Uvjeti turističke atraktivnosti kraja**:** (1) zdrava klima, (2) nezagađeni zrak, voda i tlo, (3) odsutnost buke i vibracija, (4) odsutnost potencijalnih opasnosti od elementarnih nepogoda (eksplozija, poplava, požar, radijacija), (5) očuvana priroda, (6) očuvano graditeljsko nasljeđe, (7) očuvane socio-kulturne značajke, (8) slikovit i uređen krajobraz, (9) mogućnost slobodnog kretanja turista po okolici, (10) uvjeti za sportsku rekreaciju, razonodu i posjete znamenitostima, (11) ugostiteljski objekti, osobito s ponudom regionalnih jela, (12) dobra cestovna povezanost sela, (13) telefonska povezanost sela, (14) udaljenost seljačkog gospodarstva do prve ambulante i pošte ne veća od 15 km, (15) udaljenost seljačkog gospodarstva do prve trgovine i gostionice ne veća od 5 km.[47]

Ruralna su područja i danas zanimljiva turistima, između ostalog izbog toga što ruralna područja, više od maritimnih, pružaju turistima veliku mogućnost zabave i razonode. Prema popisu sačinjenom pri Vijeću Europe turističke su aktivnosti na ruralnom području brojne. Naime, u spomenutom popisu može se uočiti preko 30 turističkih aktivnosti koje su svrstane u 7 skupina, kao što su: ture, aktivnosti na vodi (rijekama i jezerima), aktivnosti u zraku, sportske aktivnosti, aktivnosti otkrivanja zanimljivosti, aktivnosti radnih procesa, kulturne aktivnosti i aktivnosti zdravstvenog karaktera.[48] Prema navedenim turističkim aktivnostima na ruralnom prostoru moguće je razvijati dvadeset oblika turizma Naposljetku, ruralno je područje zanimljivo turistima, jer čovjeka urbane sredine vraća prirodi kojoj oduvijek pripada. Ruralno područje je čovjekov prirodni ambijent, mjesto odakle potječe, priroda mu je u genima, ona ga zove, on joj se rado vraća i u njoj se ugodno osjeća i odmara. Stoga je zaštićena priroda i okolina u ruralnom području uvijek privlačila, a u novije vrijeme posebno privlači sve veći broj urbanog stanovništva. Povećava se interes za putovanja na selo, selo i ruralni predjeli ulaze u uži krug interesa sve većeg broja turista.

[47]Kušen E., Turizam i rekreacija, Institut za turizam, Zagreb, 2007., str. 15.

[48]Ružić, P., Analiza posebnosti i precepcija ruralnog turizma Istre, Institut za polj. I tur., Poreč

Prirodne i društvene atraktivnosti su temelji razvoja ruralnoga turizma.[49] Ruralni prostor, zapravo, cjelokupni obradiv i naseljiv prostor izvan gradova. Nadalje, ističe se da su na ruralnom prostoru nastali: tradicijsko selo, ruralne cjeline, tradicijska ruralna arhitektura i tradicijski interijeri, tradicijski vrtovi, te ekološki, proizvodno i oblikovano uravnoteženi kulturni pejzaž. Na tom materijalnom temelju paralelno se razvijala tradicijska kultura života i rada seljaka (tradicijska znanja i tehnologije poljoprivredne proizvodnje i načina stanovanja, odijevanja, prehrane i zajedništva), koja je u konačnici rezultirala i nematerijalnim dobrima, kao što su plesovi, pjesme, legende, i slično. Sve to predstavlja pretežni, prepoznatljiv i najvrjedniji dio turističke atrakcijske osnove ruralnoga prostora, koja čini razvojni resurs ruralnoga turizma. Uz navedene čimbenike važan je i privlačan prostor, koji to jest ako ima društvene atrakcije koje su: spomenici kulture, pučka kultura, stanovanje i prehrana, narodni pučki običaji i pučka materijalna kultura sa starim zanatima, proizvodima, suvenirima, kulturne ustanove i priredbe , zabavne i sportske manifestacije.

[49]Ružić P., Demonja D., (2013.): Prirodna i antropogena osnova turizma Hrvatske, Sociologija i prostor Vol.51, No.1(195), Zagreb, str.48.

8. AGROTURIZAM U EUROPI

Iako su europske institucije svjesne naglog razvoja i potražnje ovog oblika turizma, razvoj uspješnog europskog modela nije išao u korak sa svijesti o njegovoj potrebi. Tako nailazimo na nacionalne organizacije različitog karaktera: vladinog, nevladinog, profesionalnog ili interesnog povezivanja. Gotovo sve te organizacije ne djeluju samo na nacionalnoj razini, već se razvijaju i u okviru regionalnih ili lokalnih podružnica što im daje veću snagu jer upravo lokalna organizacija najbolje poznaje lokalitet i njegove potrebe. Usprkos prethodno navedenom sveobuhvatnom određenju pojma ruralnog turizma, u različitim se zemljama ovaj termin u praksi različito shvaća i sadrži određene specifičnosti, kao na primjer:[50]

• u Finskoj on podrazumijeva iznajmljivanje turistima malih seoskih kućica (tzv. *cottages*) uključujući usluge *cateringa*;

• u Mađarskoj navedeni termin označava ponudu usluga i aktivnosti koje se nude turistima u seoskom ambijentu, cjenovno prihvatljiv-jeftin smještaj, sudjelovanje u poljoprivrednim radovima i sl.;

• u Sloveniji je najvažniji oblik ruralnog turizma upravo turizam na obiteljskim gospodarstvima – farmama, gdje gosti noće u istoj kući s domaćinima ili u odvojenoj gostinskoj kući (naglasak se stavlja na gastronomiju i posjete imanju);

• u Nizozemskoj ovaj termin podrazumijeva prvenstveno kampiranje u obiteljskim gospodarstvima – farmama, s naglaskom na dodatnim aktivnostima kao npr. biciklizam, pješačenje, jahanje i sl.;

• u Grčkoj je glavni proizvod ruralnog turizma 'noćenje i doručak' uz smještaj u tradicijski opremljenim sobama s tradicijskim doručkom , često utemeljenim na domaćim proizvodima.

Postoje ipak neke zajedničke karakteristike koje čine ključne elemente po kojima se seoski turizam prepoznaje: ruralna/mirna sredina, očuvan okoliš, smještaj u tradicijskim seoskim domaćinstvima, komunikacija s domaćinima, domaća hrana u lokalno prepoznatljivom ambijentu (npr. klijeti, konobe i sl.) te upoznavanje poljoprivrednih poslova, a komplementarne aktivnosti koje podrazumijeva ruralni turizam najčešće se odnose na organizaciju kulturnih i rekreacijskih aktivnosti.

[50] Jelinčić D. A., (2007.): Agroturizam u europskom kontekstu, str. 273.-274.

Posljednjih godina tri su osnovna faktora dovela do povećanja broja prepoznatljivih ruralnih turističkih odredišta i poduzeća[51]:

• pad prihoda od poljoprivrede i promjene u sustavu podrške poljoprivrednicima koji vrši prevelik pritisak na farmere i ruralne stanovnike da diverzificiraju svoje aktivnosti;

• rad ruralnih razvojnih agencija, uključujući skupine LEADER, koje podržavaju Strukturni fondovi EU-a;

• pojačana svijest o dužnosti pružanja pristupa te mogućnost zarade od turizma među organizacijama uključenim u upravljanje okolišem, uključujući nacionalne i regionalne parkove te tijela koja se brinu o izgrađenoj baštini.

Italija

Što se tiče zakonske regulative, Italija je jedna od rijetkih zemalja koja posjeduje jasan zakon na državnoj razini, no usprkos tome, postoje i regionalni zakoni. Oni nisu isključivi, već se regionalnim zakonima određuju norme, intervencije, promidžba u svrhu boljeg razvoja agroturizma. Po pitanju promidžbe agroturizma, u Italiji djeluje nekoliko organizacija od kojih je najstarija i najsustavnije organizirana nacionalna udruga Agriturist osnovana još 1965. s ciljem promidžbe i zaštite nacionalnih proizvoda i regionalnih etnogastronomskih proizvoda, ambijenta, krajolika i ruralne kulture.[52] Sama riječ 'agroturizam' stvorena je u isto vrijeme kada i ime udruge, a osnivači udruge koristili su se francuskim i britanskim iskustvima. Upravo je Agriturist zaslužan za donošenje spomenutog Zakona, a danas broji oko 5.000 članova koje imaju važnu ulogu u normativnim, organizacijskim i promidžbenim pitanjima talijanskog agroturizma. Osim njih, Agriturist ima i oko 12.000 pridruženih članova od kojih kontinuirano dobiva informacije o kvaliteti posjećenih lokacija i na taj način poboljšava vlastitu ponudu. Agriturist je savez regionalnih udruga i provincijskih odjela, a sjedište mu je u Rimu. Organizacija je pokazala neke slabosti u svom poslovanju. Svojevremeno je bila članica saveza European Federation for Rural Tourism(EUROGITES), no istupila je iz te federacije. To je dovelo do određenog „umrtvljenja" Agriturista pa se regionalno osnivaju jake profesionalne udruge koje nisu povezane s nacionalnom.

[51] Jelinčić D. A., (2007.): Agroturizam u europskom kontekstu, str.280.

[52] Isto, str.282.

Austrija

Turizam na farmama ima udio od 1/6 u ukupnim noćenjima u Austriji (170.000 kreveta). Malog je opsega i umjerenih cijena (25 eura/noćenje) i donosi promet od 25.000 eura po farmi godišnje. Organiziran je u udrugu pod nazivom Farm Holidays koja je osnovana kako bi jasno i precizno predstavila raznoliku ponudu. Udruga služi kao europski uzor, a njenih 3.400 članova podijeljeno je u osam regionalnih jedinica koje komuniciraju i surađuju na nacionalnoj razini. Iako pojedini farmeri imaju individualne ponude i individualna pravila, drže se nekih osnovnih pravila koja udruga Farm Holidays određuje, a to su: autentičnost, kvaliteta po pristojnim cijenama, raznolikost i tradicija, razvijena svijest o okolišu. Osim pojedinačne ponude pojedine farme, udruga ima u ponudi i tematske rute, a trenutačno su to sljedeće: *bio&health*; Farm Holidays s bebama i djecom; Farm Holidays za osobe s osobnim potrebama; vinski Farm Holidays; Farm Holidays s konjima.[53] Nevladina udruga Farm Holidays postala je zaštitni znak za 20% svih farmi koje se bave turizmom. Koriste se zajedničkom internetskom stranicom i internetskim rezervacijama te imaju oko 25% veći prihod od ostalih farmi koje nude turističke sadržaje. Austrijski model pokazuje snažnu razvijenost kako regionalnih udruga, tako i nacionalne.

Francuska

Nacionalna udruga Gîtes de France ujedinjuje raznovrsnu ponudu seoskog turizma u Francuskoj. Trenutno ima specijaliziranu ponudu koja uključuje: samoposlužni turizam noćenje s doručkom na selu; prenoćišta i odmorišni turizam dvorce u slobodno vrijeme; kampiranje na farmi; tematski odmor i vikend turizam.[54] Gîtes de France postao je vodeća snaga seoskog turizma Francuske, a Fédération Nationale des Gîtes de France, koja objedinjuje razne podružnice ima sljedeće ciljeve: promicati odmor na selu i vikend turizam razvijajući kvalitetan smještaj; odgovoriti na zahtjeve i potrebe turista koji traže autentičan odmor u prirodom ambijentu, mir, novost, i širinu otvorenih prostora; unaprijediti i zaštititi seoski ambijent i nacionalnu baštinu; pomoći lokalnom stanovništvu u ostvarivanju dodatne zarade; doprinijeti lokalnom razvoju poboljšavajući ponudu za posjetitelje.

Prvi agroturizam osnovan je 1951. godine, a već 1955. osnovan je savez Fédération Nationale des Gîtes de France koji je brojio 146 jedinica. Danas u udruzi radi oko 600 djelatnika, a udruga broji 95 odjela odnosno ureda.

[53] Jelinčić D. A., (2007.): Agroturizam u europskom kontekstu, str.283.

[54] Isto, str.283.-284.

Velika Britanija

Organizacija Farm Stay UK je konzorcij u vlasništvu farmera osnovan s primarnim ciljem učinkovite promidžbe smještaja koji nude njezini članovi kako bi se povećao broj noćenja i prihoda, ona je vodeća tvrtka u području seoskog turizma, a kvaliteta i nekretnine podložni su inspekciji i klasifikaciji Nacionalne turističke zajednice.[55] Promidžba usluga i smještaja vrši se putem interneta, a tvrtka se financira dijelom iz članarina, a dijelom od sponzorstva i reklama. Organizacija djeluje na nacionalnoj razini, a na čelu je uprava od 11 regionalnih direktora te predsjednik. Sjedište joj je u okviru Nacionalnog poljoprivrednog centra koji vodi izvršni direktor i troje zaposlenih. Primarne funkcije organizacije Farm Stay UK jesu promidžba koncepta turizma na farmi u Velikoj Britaniji, pomoć članovima u proširivanju vlastitog poduzeća putem proaktivne promidžbe i prodaje, pomoć članovima u povećanju prihoda kroz diverzifikaciju aktivnosti. Osnovana je 1983. pod imenom Farm Holiday Bureau, s 23 lokalne grupe, uz podršku ADAS-a (bivše vladino konzultativno tijelo za poljoprivredu i hortikulturu), Royal Agricultural Society of England (RASE), Nacionalne, turističke zajednice i organizacije Farmer's Weekly. Još uvijek usko surađuje s osnivačima i trenutno broji preko 1000 članova koordiniranih u 94 grupe diljem Velike Britanije.

[55] Jelinčić D. A., (2007.): Agroturizam u europskom kontekstu, str.284.-285.

8.1. KONKURENTNOST RURALNOG TURIZMA

Razlozi izrazito nepovoljne konkurentske pozicije Slavonije i Baranje proizlaze iz nedovoljnog poznavanja vlastitih snaga, nedostatnog pretvaranja prijetnji iz okoline u konkurentske prilike regije, neodgovarajućih vještina, kompetencija, motiviranosti i znanja.[56] Raspoloživa prirodna bogatstva nedovoljno su naglašena kao jedan od mogućih činitelja razvoja regije. Konkurentnost je utemeljena na identifikaciji i jačanju jedinstvene kombinacije imovine regije. Inovacije i poduzetništvo su ključni za translatiranje regionalne imovine u konkurentnost i u tom smislu u regionalni razvoj. Inovacije na regionalnoj razini pune ekonomiju novim idejama, proizvodima, uslugama i tehnologijom koja unaprjeđuje konkurentnost (Porter) Regionalni prosperitet svake zemlje, regije, pa tako i Slavonije i Baranje treba svoje izvore tražiti u kreiranom, a ne naslijeđenom prosperitetu. Razlog tome je što tvrtke usmjerene na proizvodnost, produktivnost i inovacije trebaju biti središnji akteri u državi.

Usprkos raspolaganja nizom važnih preduvjeta, kao što su atraktivan i očuvan okoliš, bogata tradicijska i posebice etno gastronomska baština, hrvatska se ponuda seoskog turizma sporije razvija, suočena s nerazvijenom domaćom potražnjom, nepoticajnim okruženjem, u određenoj mjeri i zapuštenim selima, te s izrazito razvijenom konkurencijom u Sloveniji, Mađarskoj i Austriji. Danas je u Hrvatskoj registrirano 360 poljoprivrednih gospodarstava s ponudom turističkih usluga. Ona, međutim, u najvećoj mjeri nude domaću, tradicijsku hranu izletničkoj potražnji, dok su ponuda smještajnih kapaciteta i aktivnosti kojima je moguće ispuniti višednevni boravak bitno manje prisutni. Kao iznimke izdvajaju se naročito Istra, a potom i Osječko-baranjska županija koje se sadržajnim ruralnim destinacijama te ponudom smještaja kako na seljačkim gospodarstvima, ali i u ruralnim kućama za odmor i u seoskim domaćinstvima (npr. sobe, apartmani) uspijevaju pozicionirati i kao destinacije seoskog turizma. Postojeća ponuda općenito se smatra kvalitetnom te je primjenom novo-razrađenih dodatnih standarda kvalitete 'Q' realno za očekivati i daljnje pozitivne pomake.

[56] http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf

Generalno gledano, sukladno rezultatima Travel and Tourism Competitiveness Reporta, hrvatski je turizam u 2011. godini, prema svojoj međunarodnoj konkurentnosti, zauzeo 34. mjesto u svijetu.[57] Pritom je primjetno zaostajanje u odnosu na druge turistički razvijene zemlje Mediterana (Francuska, Španjolska, Italija, Grčka, Cipar, Malta). Hrvatska je međunarodno najkonkurentnija u sferi broja hotelskih soba, bankomata i rent-a-car usluga po stanovniku (rang 4), odnosno u afinitetu prema turizmu (rang 20). Prosječnu konkurentnost Hrvatska je ostvarila i u sferi kvalitete/raspoloživosti kulturnih atrakcija (rang 30), kao i u kvaliteti zdravstvene zaštite (rang 32) i osobne sigurnosti (rang 33).[58] Povoljna je okolnost i to što je, prema pokazatelju cjenovne konkurentnosti, Hrvatska bolje rangirana od svih razvijenih zemalja Mediterana. S druge strane, zabrinjava relativno loša ocjena konkurentnosti hrvatskog ljudskog potencijala (rang 83), osobito stoga što su sve turistički razvijene zemlje Mediterana u ovom segmentu bolje rangirane.

[57] http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf

[58] http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf

9. PROBLEMI RURALNOG TURIZMA

Ruralni turizam, kao značajan element održivog turističkog, ekonomskog i socijalnog razvoja ruralnih područja, nailazi na sve veće razvojne, marketinške, menadžerske i ekonomske poteškoće u svom razvoju, dok se istovremeno na strani turističke potražnje iskazuje sve značajniji interes za ovakvim oblikom turizma.[59] Hrvatska ima sve preduvjete za razvoj ruralnog turizma i svih posebnih oblika turizma koji se odnose na ruralno područje. Međutim, ruralno područje u Hrvatskoj još uvijek nedovoljno iskorištene u turističkom smislu.
Hrvatska kao turistička zemlja sa značajnim potencijalima za razvoj ruralnog turizma u praktički svim njenim regijama, slično kao što je to slučaj i u drugim receptivnim zemljama iznjedrio sve probleme i poteškoće na koje nailazi receptivna zajednica pokušavajući razviti ruralni turizam. Takvi se problemi i poteškoće odnose prije svega na slabu ekonomsku snagu obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, kojima je u kombiniranoj (nepovoljnoj) ekonomiji paralelnog bavljenja poljoprivredom i turizmom vrlo teško, gotovo nemoguće, postići pozitivan financijski učinak, a pojavljuje se problem nedovoljnih i/ili neadekvatnih financijskih poticaja od strane javnog sektora, neprepoznavanje ruralnog turizma kao oblika turizma koji dodaje vrijednost turističkoj destinaciji, nepostojanje ekspertize u malim obiteljskim gospodarstvima, donose se neadekvatni zakoni koji tretiraju problematiku ruralnog turizma, prisutna je vrlo loša ili neadekvatna marketinška aktivnost objedinjenih poslovnih jedinica (obiteljskih seoskih gospodarstava u ruralnom turizmu) i slično.[60]

Glavna i najveća prepreka razvoju turizma na seljačkim gospodarstvima u Hrvatskoj bila je, a još je i uvijek, nedovoljna veličina i rascjepkanost poljoprivrednog zemljišta hrvatskih seljačkih gospodarstava, koje je 1991. godine u prosjeku iznosila 2,8 ha podijeljena na prosječno 5 čestica, no i kada je poljoprivredno zemljište seljačkog gospodarstva dovoljno veliko, to ne znači da su ispunjeni svi uvjeti za njegovo uključivanje u turističku ponudu.[61] Ono mora biti smješteno u turistički privlačnom kraju.

[59]Krajnović, A., Čičin-Šain, D., Predovan,(2011.) M.,Strateško upravljanje ruralnim razvojem-problemi i smjernice, OeconomicaJadertina, br.1, Zadar, str. 30.

[60]Isto, str. 31.

[61]Eduard Kušen, Turizam i rekreacija, Institut za turizam, Zagreb, 2007., str. 15.

Da bi se u nekom kraju razvijao turizam na seljačkom gospodarstvu, takav kraj mora zadovoljiti određene uvjete turističke atraktivnosti, a seljačko gospodarstvo određene uvjete podobnosti za pružanje turističko-ugostiteljskih usluga.

U procesu razvoja, dionici ruralnog turizma susretali su se i susreću se s nebrojenim poteškoćama, bilo administrativnim, birokratskim, organizacijskim, financijskim i ostalim Poteškoće se ogledaju u još potpuno nedefiniranoj kategoriji ruralnog turizma kao djelatnosti, te velikom broju propisa i uredbi koji koče brži prosperitet i jače investicijske cikluse u ovom segmentu. Poteškoće se ogledaju u još potpuno nedefiniranoj kategoriji ruralnog turizma kao djelatnosti, te velikom broju propisa i uredbi koji koče brži prosperitet i jače investicijske cikluse u ovom segmentu.

SLABOSTI - unutrašnje[62]:
Nepostojanje tradicije ruralnog turizma, minirana područja, neinformiranost o zakonima, tržištu, marketingu, povijesti svoga kraja, biološkoj raznolikosti, turističkim atrakcijama, novim tehnologijama i poticajnim mjerama.

OPASNOSTI - vanjske[63]:
Zahtjevna i nekonzistentna zakonska regulativa, nepostojanje pratećih infrastrukturnih objekata (pristaništa, parkirališta, kanalizacija, vodovod), nedovoljna zaštita od otpadnih voda sliva Drave i Dunava.

[62]http://www.obz.hr/hr/pdf/Program%20razvitka%20turizma%20u%20ruralnom%20prostoru%20na%20podru%C4%8Dju%20Osje%C4%8Dko-baranjske%20%C5%BEupanije.pdf

[63]http://www.obz.hr/hr/pdf/Program%20razvitka%20turizma%20u%20ruralnom%20prostoru%20na%20podru%C4%8Dju%20Osje%C4%8Dko-baranjske%20%C5%BEupanije.pdf

10. RAZVOJ RURALNOG TURIZMA SLAVONIJE I BARANJE

Razvoj ruralnog prostora predstavlja poseban izazov zbog čitavog niza razloga. Prije svega, njegova nerazvijenost, nedovoljno razvijene strategije razvoja i nepoznata tržišna pozicija za proizvode i usluge. Činjenica je kako je to problem, ne samo Republici Hrvatskoj nego i većeg dijela Europe. Smatra se kako turizam na ruralnom prostoru, s obzirom na trendove potražnje u Europi i svijetu, a i njegovu razvijenost u nekim državama, ukazuje kako na ovom području razvoja ima puno neiskorištenih mogućnosti.

Razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj operativno provode i potporama pomažu Ministarstvo poljoprivrede i Ministarstvo turizma, a u potporama pomažu i županije, jedinice lokalne samouprave, sporadično i međunarodne institucije, te Hrvatska banka za obnovu i razvoj (HBOR) kreditnim linijama za turizam.[64]

Među glavnim prednostima razvoja ruralnog turizma su osim bogatstva prirodnog okoliša: selo koje je zadržalo tradicionalni stil života, različita kulturna ponuda ruralnih prostora (povijest, glazba), lokalna gastronomija i dobar stav lokalnih sudionika prema razvoju turizma.[65]

Ključni čimbenik u razvoju trebalo bi biti privlačenje stranoga kapitala, poticanje seoskog turizma, ponuda autohtonih slavonsko-baranjskih proizvoda, različiti državni poticaji usmjereni isključivo na proizvodnju koja bi trebala zauzeti primarno mjesto u funkciji razvitka regije.

[64] Ružić P., Demonja D., (2013.): Prirodna i antropogena osnova turizma Hrvatske, str.59.

[65] Isto, str.55.

Vizija razvoja hrvatskog turizma

Nova vizija razvoja hrvatskog turizma temelji se na sustavu vrijednosti kojim se odgovara na tri bitna pitanja: a) kakav bi hrvatski turizam trebao biti, b) koji su ključni preduvjeti razvoja hrvatskog turizma, te c) čime će hrvatski turizam privlačiti potražnju.

Slika 3: Sustav vrijednosti nove vizije Hrvatskog turizma[66]



Izvor: http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf

Nova vizija razvoja hrvatskog turizma sadrži konceptualni, operativni i proizvodni aspekt. Konceptualni aspekt vizije odgovara na konceptualno pitanje kakav bi hrvatski turizam trebao biti. Operativni aspekt odgovora na drugo pitanje ključnih preduvjeta razvoja hrvatskog turizma i identificira osnovne ciljeve operativnih strategija. Proizvodni aspekt vizije odgovara na treće pitanje, čime će hrvatski turizam privlačiti potražnju, ističući ključne sastavnice hrvatskog turističkog proizvoda.

[66] http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf

10.1.SMJERNICE I PLANOVI ZA RAZVOJ RURALNOG TURIZMA

Razvojna rješenja za razvoj ruralnog turizma treba tražiti u implementaciji adekvatnog modela upravljanja ovim osjetljivim područjem društvenog i ekonomskog razvoja te njegovom kvalitetnom operacionalizacijom na svim razinama. Pri tome je nužno umrežavanje, kako gospodarskih subjekata, prvenstveno agro-turističkih domaćinstava međusobno, tako i s drugim segmentima i interesnim skupinama u segmentu ruralnog turizma i općenito ruralnog razvoja regionalne zajednice.

Kao jedno od mogućih rješenja nudi se razvojni model IRQ – Integrated Rural Quality, "hrvatska inačica" europskog modela upravljanja integriranom kvalitetom turističkih destinacija – Integrated Quality Management (IQM).[67] Ovaj je model implementirala Europska unija svojom Direktivom, a trebala bi služiti kao podloga, model razvoja ruralnih turističkih destinacija, a utemeljen je na iskustvima 15 slučajeva uspješnih ruralnih turističkih destinacija u Europi. IQM pristup sadrži dva ključna elementa[68]: fokusiranje na kupca (posjetitelja), unapređenje svih usluga koje koristi u destinaciji, zadovoljavanje njegovih potreba i poticanje njegovih aktivnosti za vrijeme turističkog boravka, te aktivno uključenje lokalnog stanovništva i poduzetništva u menadžment destinacije. U razmatranju pristupa razvoju ruralnog turizma na načelima sustava IRQ, posebnu ulogu imaju stakeholdersi – interesne skupine. One trebaju imati ključni značaj u donošenju strategije razvoja najznačajniju ulogu u iznalaženju efektivne metode i načina razvoja, a kasnije i promocije ruralnog turizma, kao segmenta ruralnog razvoja. IQM model je istovremeno i upravljački i razvojni i marketinški alat koji donosi konkretne rezultate, a to su razvoj ruralnog, integriranog turističkog proizvoda, zasnovanog na autentičnosti i kvaliteti, uz garanciju održivog razvoja.

[67]Krajnović, A., Čičin-Šain, D., Predovan,(2011.): M.,Strateško upravljanje ruralnim razvojem-problemi i smjernice, str. 30.

[68]Krajnović, A., Tomičić, Z., Poropat, A.,(2007.): Mogućnosti i ograničenja primjene modela Upravljanja integralnom kvalitetom u ruralnom turizmu (IRQ), Zbornik radova. Prvi hrvatski kongres ruralnog turizma. Hvar

Problemi u strateškom planiranju ruralnog razvoja značajni su i uključuju brojne interesne skupine s različitim interesima, ciljevima i vrijednostima. Zbog toga je nužno izgraditi zajedničku Strategiju održivog razvoja ruralnog područja. Konvencionalni turistički planovi, usmjereni su na povećanje prometa, broja posjetitelja, obrta kapitala i zapošljavanja, koristeći postojeće resurse, ne pazeći pri tom na popratne efekte. Radi se o fizičkom planiranju korištenja zemljišta, koja nema nikakve veze sa razvojem zajednice, kulture ili poduzetništva. Održivi turizam, a time i ruralni turizam, bazira svoje strateško planiranje na široj, holističkoj, analizi ruralnog područja, te obuhvaća:[69] analizu turističkih potencijala i postignutih dosadašnjih napora za turistički razvoj; snažnu lokalnu participaciju sudionika – lokalnih stakeholdersa u procesu planiranja, implementacije i realizacije projekata; pažljivo uzimanje u obzir kapaciteta nosivosti ruralne turističke destinacije, definiranje tipa turizma (prepoznatljivosti pojedine mikro-destinacije - klastera) i mjere (kapaciteta nosivosti) do koje će se razvijati svaki dio regije (klaster); razvoj utemeljiti na marketinškom istraživanju; trening, stalno usavršavanje i edukaciju za poduzetnike i zaposlenike. Strategija treba u sebi sadržavati program kvalitete i upravljanja kvalitetom; poseban razvojni poticaj treba dati razvoju agroturizma. Na isti način treba poticati ne samo pojedine poslovne jedinice agroturizma, već i ostale djelatnosti i aktivnosti koje već tradicionalno postoje na ovom prostoru (tradicionalni obrti, kulturna društva i slično).

Jedan od najvažnijih alata potrebnih za donošenje strategije, njenu implementaciju te praćenje njene realizacije, a koji se primjenjuje u najrazvijenijim ruralnim destinacijama Europe su tzv. radionice (*workshops*). Radionice okupljaju sve stakeholderse – subjekte unutar i izvan sustava turizma regije koji su na bilo koji način povezani s razvojem ruralnog turizma, stoga skup stakeholdersa obuhvaća ne samo predstavnike agroturističkih domaćinstava, već i predstavnike javnosti, jedinica lokalne samouprave, turističkih zajednica, gospodarskih asocijacija (udruženja obrtnika, gospodarske komore), kulturnih institucija, sportsko-rekreativnih centara, sportskih klubova i druge.[70]

Upravo se kroz ovakav način strateškog odlučivanja i očituje osnovni princip upravljanja, ne samo u ruralnom turizmu, a to je da su stakeholdersi ne samo uključeni i participiraju u razvoju već oni sami donose strateške odluke o vlastitom razvoju.

[69]Krajnović, A., Čičin-Šain, D., Predovan,(2011.): M.,Strateško upravljanje ruralnim razvojem-problemi i smjernice, str. 35.-36.

[70]Isto, str.37.

Razvijene zapadne zemlje imaju iskustva s organiziranjem ovakvih radionica. Ovakav način donošenja strateških odluka u konačnici ima i za cilj spoznati ima li lokalna zajednica uopće dovoljno energije i volje da se nosi s promjenama i s razvojem turizma. Slične radionice organizirane su na primjeru Grada Novigrada u Istri 2006. i 2007. godine, s ciljem donošenja osnove za strateški razvoj turizma u ovoj obalnoj destinaciji. Za organizaciju ovakvog inovativnog oblika odlučivanja o strateškom razvoju turizma destinacije, organizator radionica, Turistička zajednica Grada Novigrada, nagrađena je posebnom nagradom "za marketinški doprinos razvoju turizma regije". Mjere u funkciji podizanja konkurentnosti integralnog hrvatskog turističkog proizvoda usmjerene su ponajviše na učinkovitost upravljanja destinacijskim turističkim proizvodom te na povećanje kvalitete usluživanja i profitabilnosti poslovanja pojedinačnih gospodarskih subjekata.[71] No, značajnije povećanje učinkovitosti turističke aktivnosti nije moguće ni bez stvaranja institucionalnog okvira za "oslobađanje" i/ili poticanje turističkog poduzetništva, niti bez uvođenja promjena u organizaciju postojećeg sustava upravljanja cjelokupnom turističkom aktivnosti. Sukladno tome, prepoznato je 26 prioritetnih mjera turističke politike.[72] Sve mjere najvišeg prioriteta provode se tijekom 2013. godine. Mjere srednje visokog prioriteta provode se najvećim dijelom u razdoblju od 2013. do 2015. godine, odnosno nastupe li neočekivane okolnosti, u razdoblju od 2016. do 2020. godine. U provedbi mjera iz Akcijskog plana po potrebi će biti angažirani stručnjaci iz različitih područja.

[71] http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf

[72] http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf

Program ruralnog razvoja RH HRVATSKE 2014.-2020.[73]

Uredba ruralnog razvoja EU definira tri dugoročna strateška cilja i šest prioriteta

Ciljevi: Poticanje konkurentnosti poljoprivrede, osiguranje održivog upravljanja prirodnim resursima i akcije protiv klimatskih promjena i postizanje uravnoteženog teritorijalnog razvoja ruralnih gospodarstava i zajednica, uključujući stvaranje i zadržavanje radnih mjesta.

Prioriteti: Promicanje znanja i inovacija u poljoprivredi, šumarstvu i ruralnim područjima, povećanje održivosti poljoprivrednih gospodarstava te konkurentnosti svih vrsta poljoprivrednih djelatnosti u svim regijama, promovirajući pri tome i inovacijske poljoprivredne tehnologije, kao i održivo upravljanje šumama, promicanje organiziranja lanca prehrane, uključujući preradu i trženje poljoprivrednih proizvoda, dobrobit životinja te upravljanje rizicima u poljoprivredi, obnavljanje, očuvanje i poboljšanje ekosustava vezanih uz poljoprivredu i šumarstvo, promicanje učinkovitosti resursa i pomaka prema klimatski elastičnom gospodarstvu s niskom razinom ugljika u poljoprivrednom, prehrambenom i šumarskom sektoru, promicanje socijalne uključenosti, smanjenje siromaštva i gospodarski razvoj u ruralnim područjima

Iz ponuđenog paketa mjera, RH se temeljem sektorskih analiza i javne rasprave održane u ožujku i srpnju 2013. odlučila na provedbu 16 mjera[74] :

MJERA 1:Potpora za strukovno osposobljavanje i aktivnosti za stjecanja vještina i Potpora za demonstracijske i informativne aktivnosti
MJERA 2: Potpora za pružanje savjetodavnih usluga i potpora za osposobljavanje savjetnika
MJERA 3: Potpora za sudjelovanje poljoprivrednika u sustavima kvalitete za poljoprivredne i prehrambene proizvode, potpora za troškove informiranja i promoviranja

[73]http://www.europskifondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/EAFRD%20SVE%2018.02.2014%20%281%29.pdf

[74]http://www.europskifondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/EAFRD%20SVE%2018.02.2014%20%281%29.pdf

MJERA 4: Potpora za ulaganja u poljoprivredna gospodarstva, potpora za ulaganja u preradu, marketing i/ili razvoj poljoprivrednih proizvoda, potpora za ulaganja u infrastrukturu vezano uz razvoj, modernizaciju i prilagodbu poljoprivrede i šumarstva, Potpora neproizvodnim ulaganjima vezanim uz postizanje agro-okolišnih i klimatskih ciljeva

MJERA 5: Potpora za ulaganja u obnovu poljoprivrednog zemljišta i proizvodnog potencijala narušenog elementarnim nepogodama, nepovoljnim klimatskim prilikama i katastrofalnim događajima.

MJERA 6:Potpora mladim poljoprivrednicima, potpora ulaganju u pokretanje nepoljoprivrednih djelatnosti na OPG-u, ulaganja u razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima

MJERA 7: Sastavljanje i ažuriranje planova za razvoj općina i naselja u ruralnim područjima Ulaganja u uspostavu, poboljšanje ili širenje lokalnih temeljnih usluga za ruralno stanovništvo, uključujući slobodno vrijeme i kulturne aktivnosti te povezanu infrastrukturu

MJERA 8: Ulaganja u svrhu poboljšanja otpornosti i okolišne vrijednosti šumskih ekosustava, ulaganja u šumarske tehnologije te u proizvodnju i marketing šumskih proizvoda

MJERA 9: Uspostavljanja skupina i organizacija proizvođača

MJERA 10: Plaćanja za agro-okolišne i klimatske obveze potpora očuvanju ugroženih izvornih i zaštićenih pasmina domaćih životinja, očuvanje ugroženih autohtonih i tradicijskih sorti poljoprivrednog bilja

MJERA 11: Plaćanja za prijelaz na ekološke poljoprivredne prakse i metode

MJERA 13: Plaćanja povezana s područjima s prirodnim ograničenjima ili ostalim posebnim ograničenjima

MJERA 16: Pilot projekti i razvoj novih proizvoda, postupaka, procesa i tehnologija u poljoprivredno-prehrambenom i šumarskom sektoru, uspostava i razvoj kratkih lanaca opskrbe i lokalnih tržišta

MJERA 17: Osiguranje usjeva, životinja i biljaka

MJERA 19: Pripremna pomoć za izradu i provedbu lokalne razvojne strategije priprema i provedba aktivnosti suradnje LAG-a

MJERA 20: Potpora za aktivnosti tehničke pomoći provedbi programa Potpora uspostavi i aktivnostima Nacionalne ruralne mreže

10.2. REZULTATI UPITNIKA O KORIŠTENJU USLUGA U SKLOPU RURANOG TURIZMA

Anketa je provedena među 100 sudionika, a rezultati ankete će biti prikazani prema navedenim dobnim skupinama.

Ponajprije će biti prikazane osnovne informacije o dobi, spolu i obrazovanju ispitanika:

Dob:

a) 15-20 god - 13
b) 21-35 god - 45
c) 36-50 god - 19
d) >51 god - 23

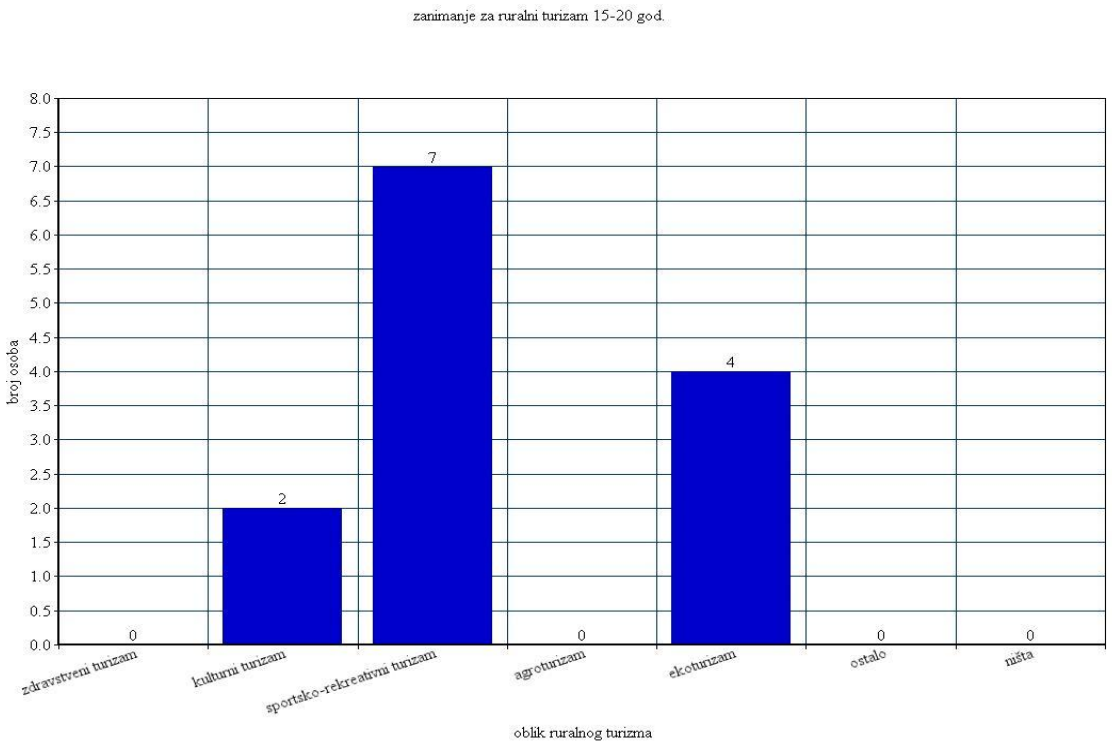
Spol :

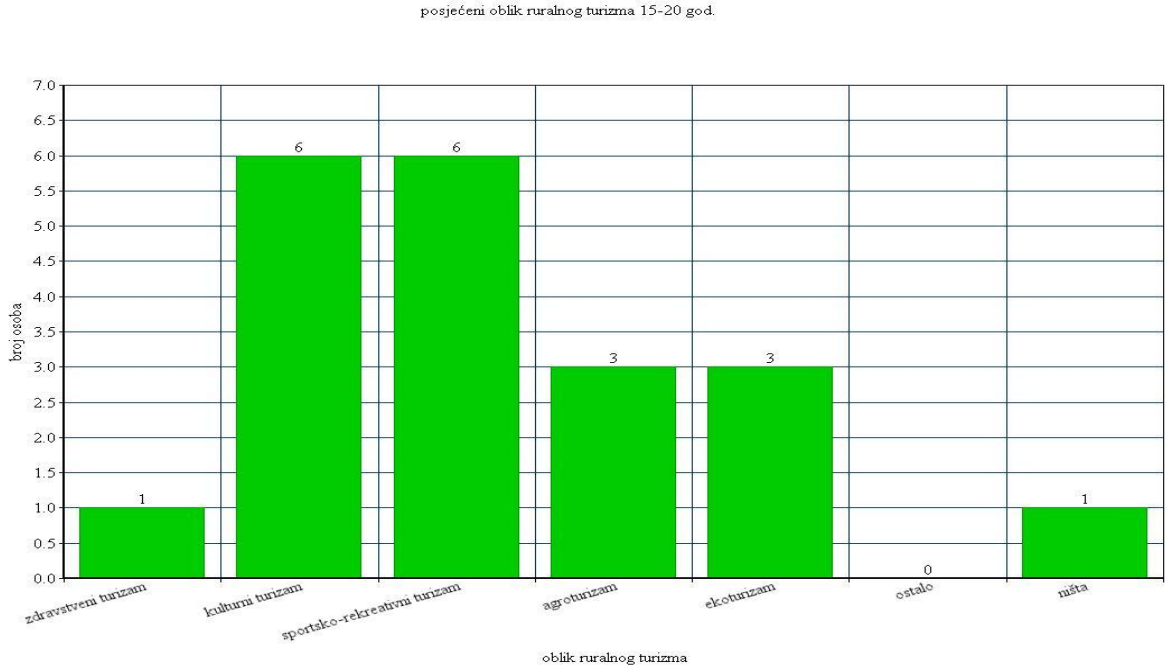
a) muških -51
b) ženskih -49

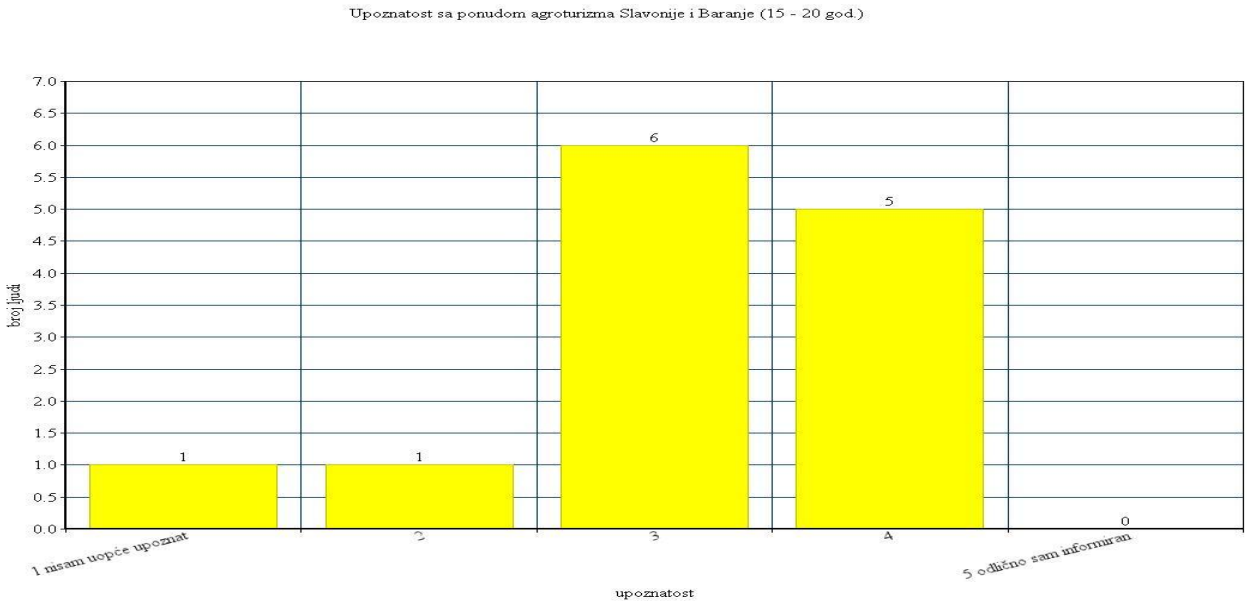
Obrazovanje:

a) bez škole - 1
b) osnovna škola - 5
c) srednja škola -53
d) viša ili visoka škola -33
e) magisterij ili doktorat - 8

1. Skupni pregled rezultata slijedećih pitanja: Koji oblik ruralnog turizma Vas najviše zanima? Koji od navedenih oblika ruralnog turizma ste do sada posjetili? Koliko ste upoznati sa ponudom agroturizma Slavonije i Baranje?





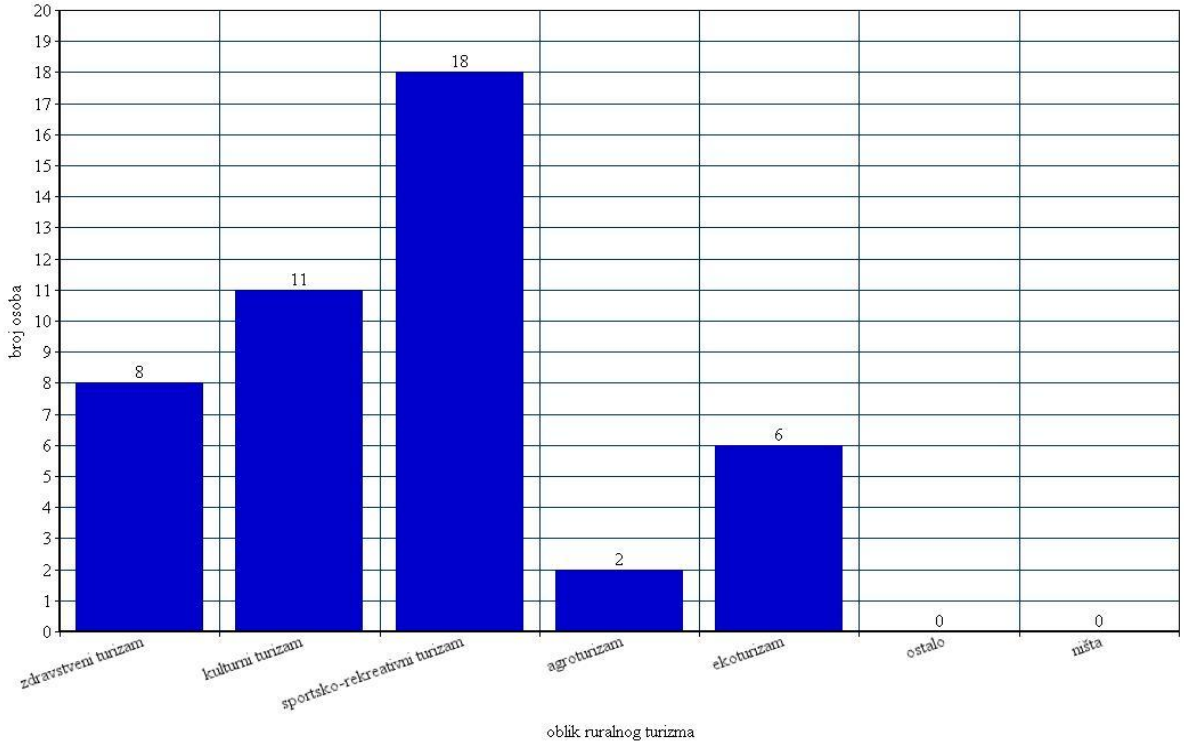


U prvoj dobnoj skupini, najmlađoj 15-20 godina, rezultati ukazuju da najveći broj ispitanika najviše interesira sportsko-rekreacijski turizam, njih 7, dok se 4 ispitanika odlučilo za ekoturizam, a samo 2 se izjasnilo za kulturni turizam. Navedeni rezultati su u skladu sa posjećenošću oblika ruralnog turizma, gdje se najveći broj ispitanika, njih 6, očitovao da su posjetili sportsko-rekreacijski turizam, a isti broj ispitanika se izjasnio za kulturni turizam. Iza navedenih oblika po posjećenosti slijede ekoturizam i agroturizam, gdje se po 3 ispitanika odlučilo za taj oblik, a samo 1 ispitanik je posjetio zdravstveni turizam, a 1 niti jedan oblik turizma.

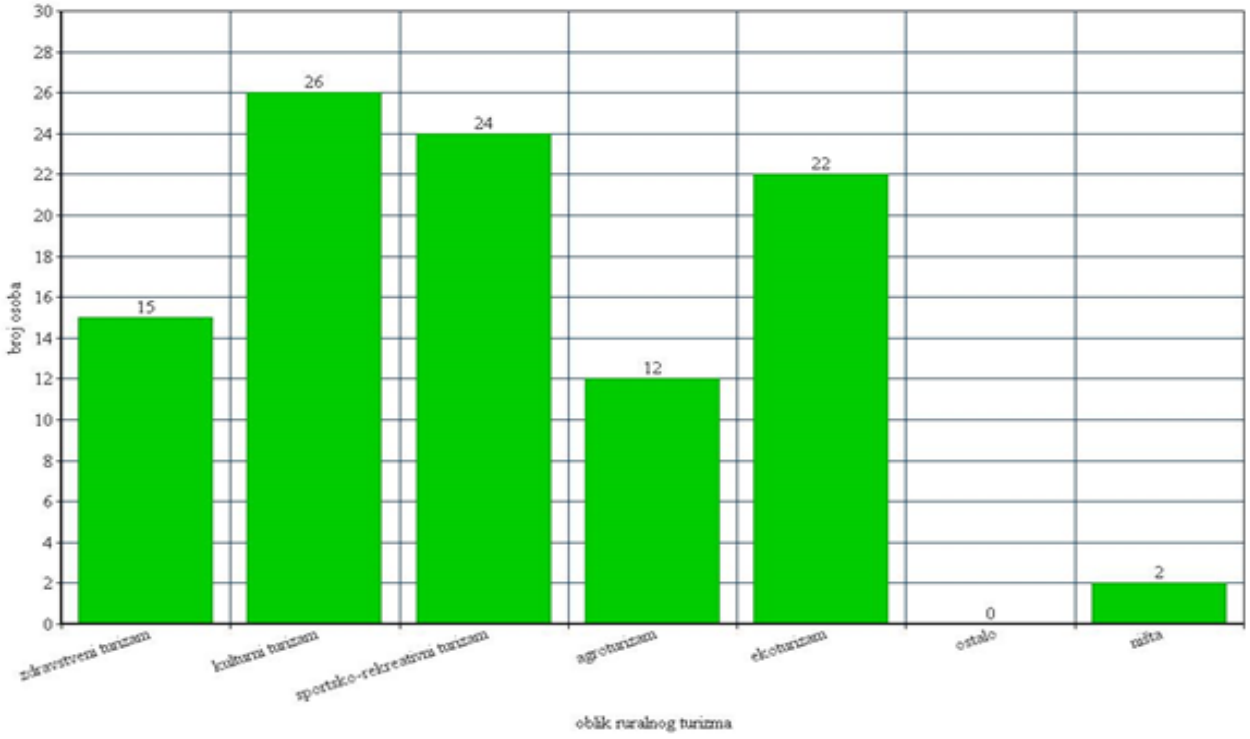
S ovim pitanjima možemo odmah i povezati odgovor na pitanje koliko su uopće ispitanici upoznati sa ponudom ruralnog turizma u Slavoniji i Baranji. Iz navedenog grafa možemo zaključiti da su poprilično upoznati jer se većina ispitanika, njih 11 odlučilo za dobru i vrlo dobru upoznatost ponude, no nitko od ispitanika nije u potpunosti, odnosno odlično informiran ponudom. Dvoje ispitanika uopće nije upoznato sa ponudom.

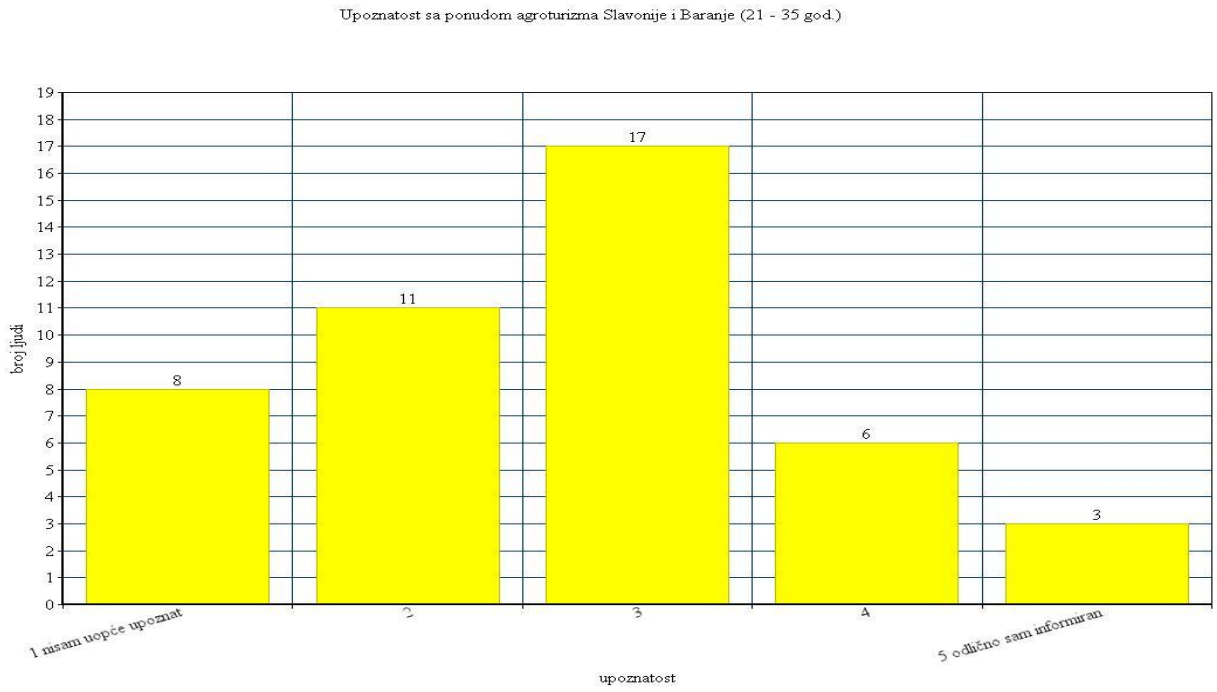
Rezultati ukazuju da ispitanici imaju znanja o ponudi ruralnog turizma i većina ispitanika je posjetila barem jedan od ponuđenih oblika ruralnog turizma , no da bi taj postotak bio veći i da bi ispitanici u većoj mjeri posjećivali takva mjesta svakako treba poraditi na informiranju i promoviranju ruralnog turizma.

zanimanje za ruralni turizam 21-35 god.



posjećeni oblik ruralnog turizma 21-35 god.

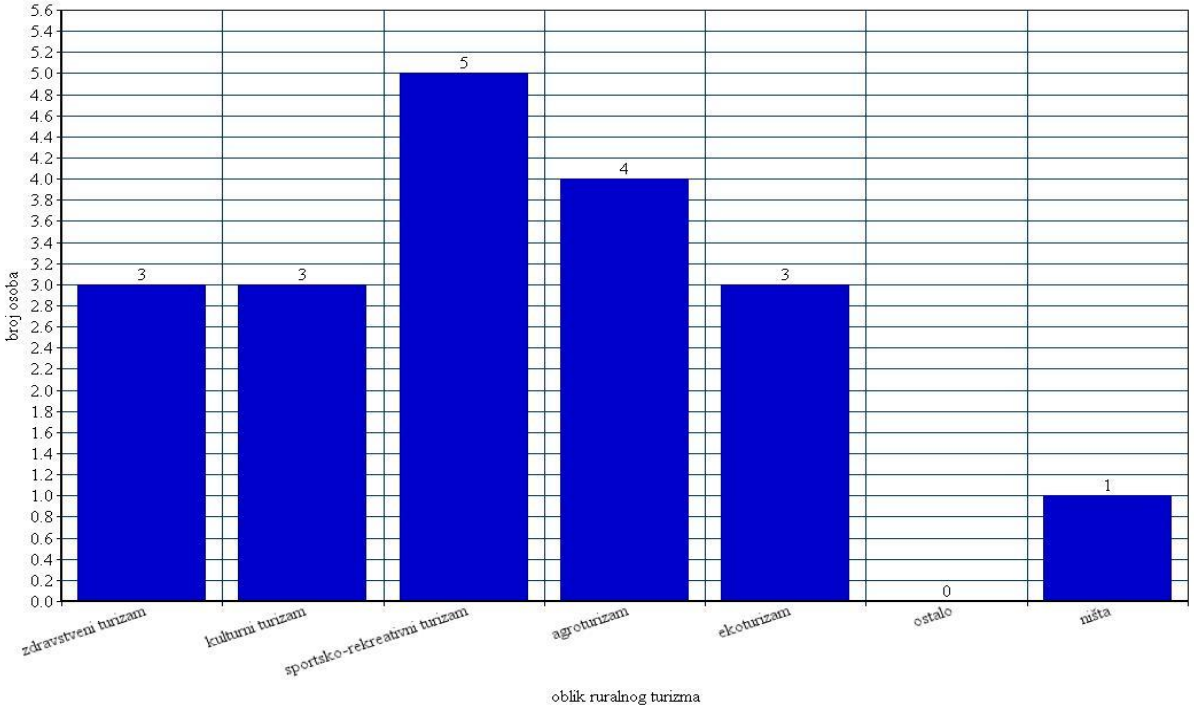




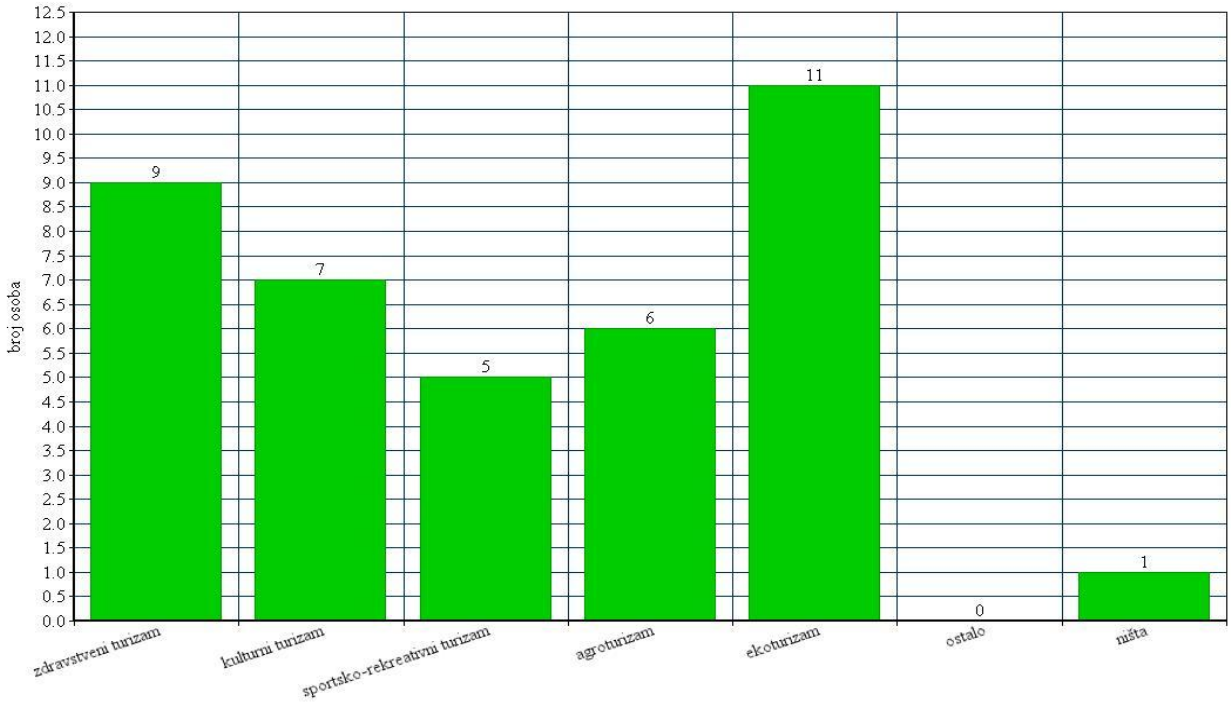
U dobi od 21-35 godina,koja je ujedno i prevladavajuća dobna skupina u ovom istraživanju se izjasnila da im je najveći interes sportsko – rekreacijski turizam, njih 18 se odlučilo za taj oblik, kao i prethodna dobna skupina, pri čemu se može zaključiti da je taj oblik turizma najviše interesira mlađe dobne skupine. Manji postotak ispitanika njih 11 se odlučilo za kulturni turizam, 8 za zdravstveni turizma, 6 ekoturizam, a samo 2 za agroturizam. Navedeni rezultati su u skladu s rezultatima posjećenosti, jer vidimo da su ispitanici u najvećem broju posjetili kulturni turizam(26) i sportsko-rekreacijski turizam(24). Nešto manji broj ispitanika njih 22 je posjetilo ekoturizam. U sličnom postotku su posjećeni zdravstveni turizam (15) i agroturizam (12). Dvoje ispitanika nije posjetilo niti jedan oblik ruralnog turizma.

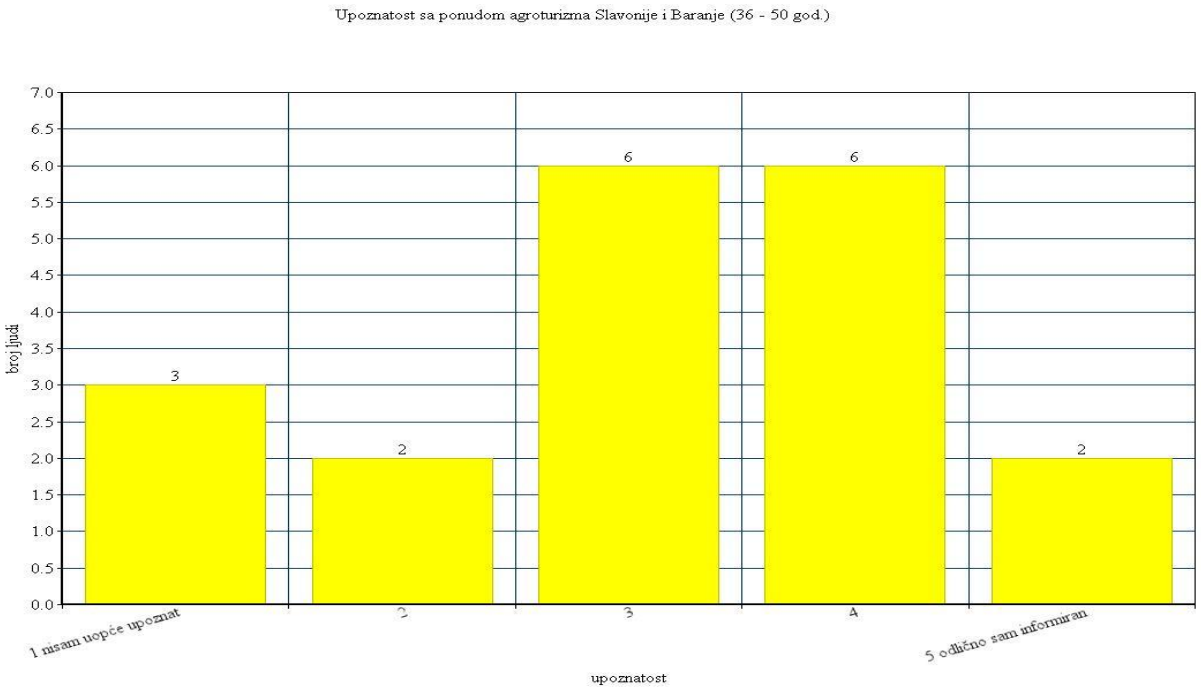
Rezultati pokazuju zainteresiranost ispitanika za ruralni turizam što vidimo iz rezultata posjećenosti, no rezultati upoznatosti turističke ponude govore da ipak treba razvijati promociju agroturizma, jer čak 19 ispitanika uopće nije upoznato s takvom ponudom. S druge strane ipak više od polovice ispitanika je upoznato, srednje poznavanje ponude je odabralo 17 ispitanika, a njih 9 čak vrlo dobro, odnosno odlično znaju agroturističku ponudu.

zanimanje za ruralni turizam 36-50 god.



posjećeni oblik ruralnog turizma 36-50 god.

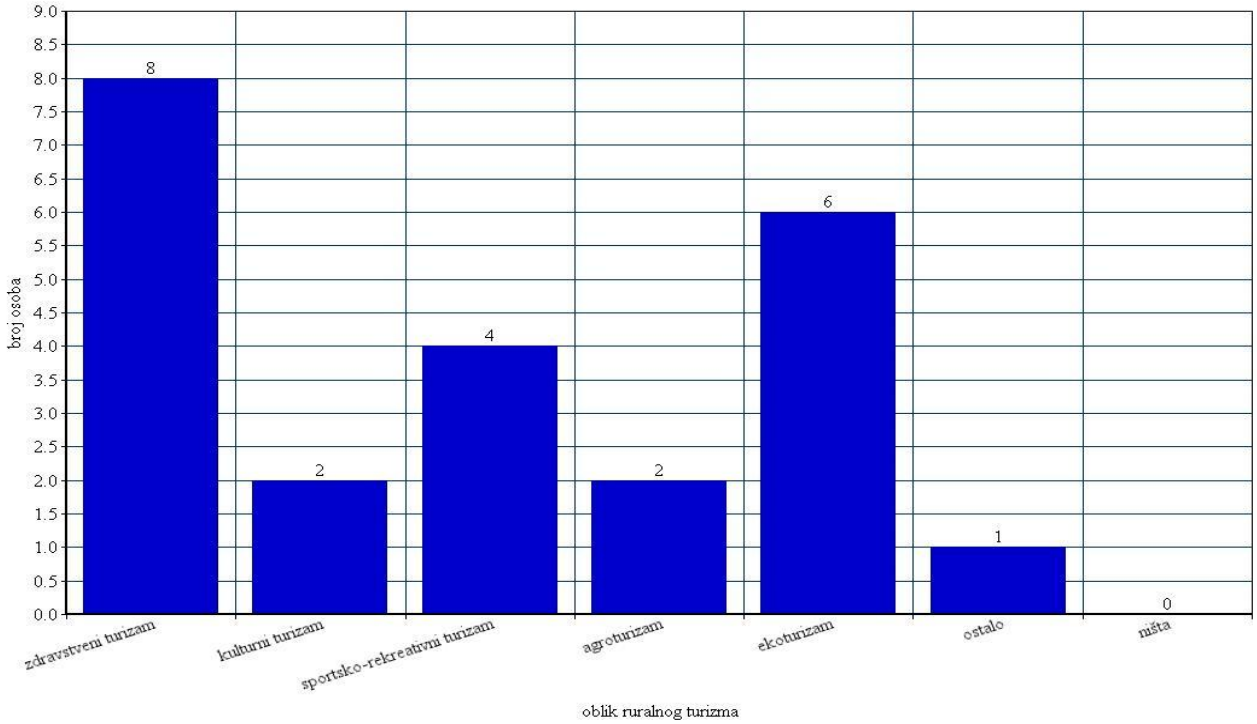




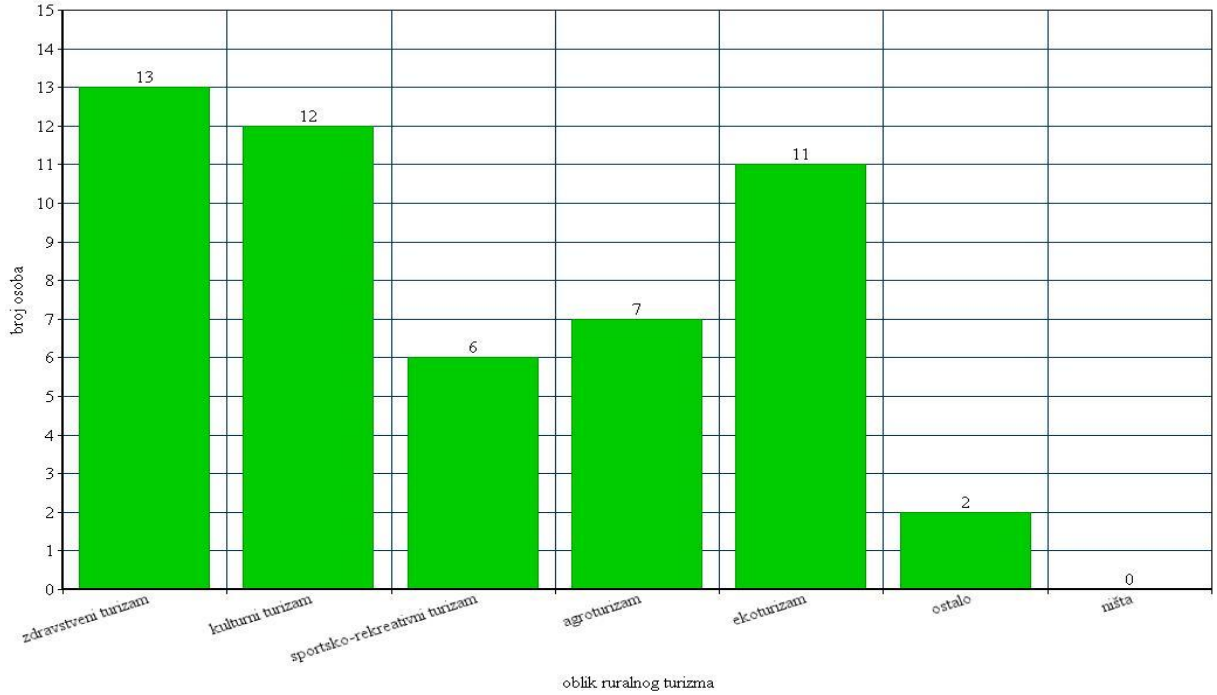
Najveći broj ispitanika (5) se odlučio za sportsko-rekreacijski turizam, što daje zaključak da taj oblik turizma najviše interesira dobne skupine od najmlađe dobi pa sve do dobi od 50 godina. Odmah nakon njega slijedi agroturizam za kojeg se odlučilo 4 ispitanika. U istom broju, po 3 ispitanika za svaki turizam, izjasnili za ekoturizam, kulturni turizam i zdravstveni turizam. Jednog ispitanika ne interesira niti jedan turizam od navedenih oblika. Što se tiče posjećenosti, najveći broj ispitanika (11) je posjetilo ekoturizam, nešto manje (9) zdravstveni, a kulturni turizam 7 ispitanika. Približno slično su posjećeni agroturizam (6) i sportsko-rekreacijski turizam (5). Jedan ispitanik nije posjetio ništa od navedenog.
Upoznatost ponude je također različito ocijenjena.

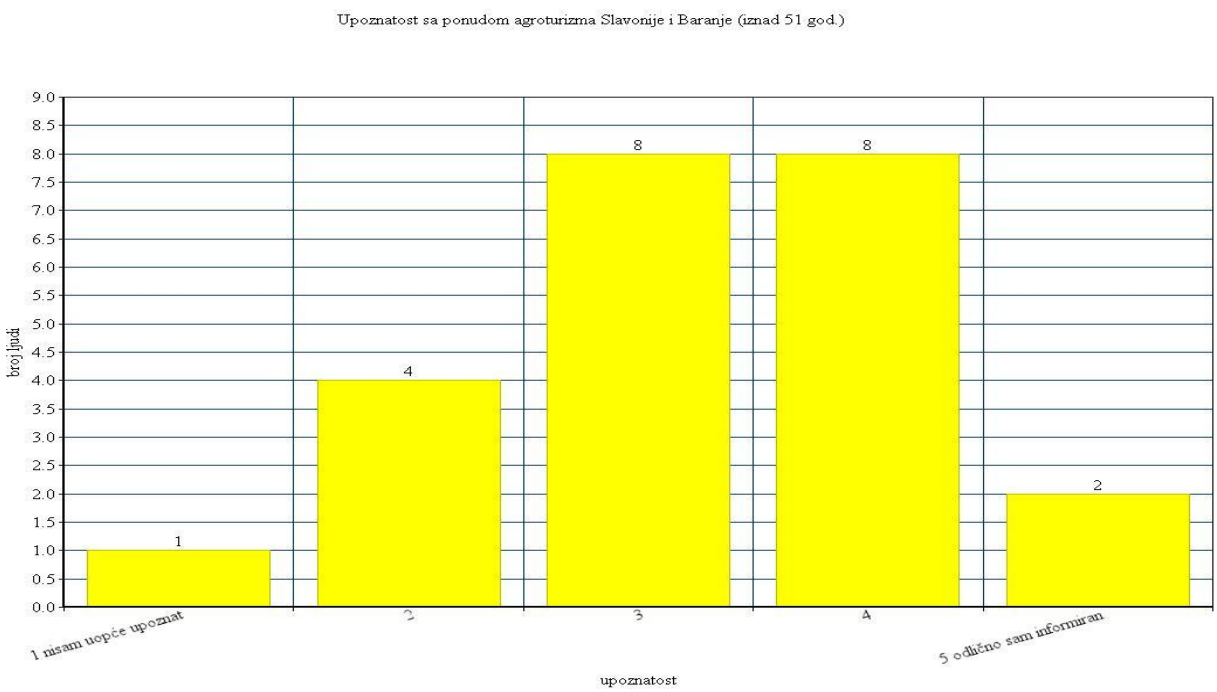
S obzirom na rezultate može se zaključiti da je većina ispitanika ipak upoznata s ponudom, jer se više od polovice tako izjasnilo. 6 ispitanika su srednje upoznati s ponudom, a njih 8 čak jako dobro poznaju ponudu. Ispitanici koji nisu uopće informirani o ponudi su ipak u manjem broju, njih 5 se tako izjasnilo. Da bi posjećenost bila veća, kao i u prethodnim dobnim skupinama, i ovdje se može zaključiti da je svakako prisutna potreba za većom informiranošću o turističkoj ponudi ruralnog turizma.

zanimanje za ruralni turizam iznad 51 god.



posjećeni oblik ruralnog turizma iznad 51 god.

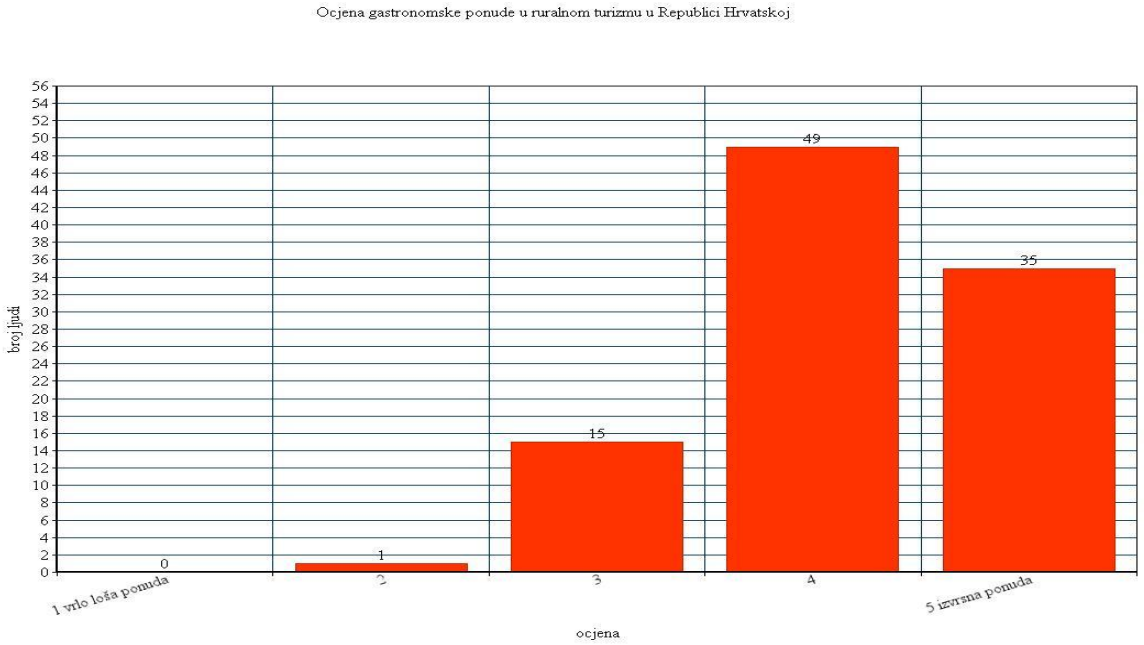


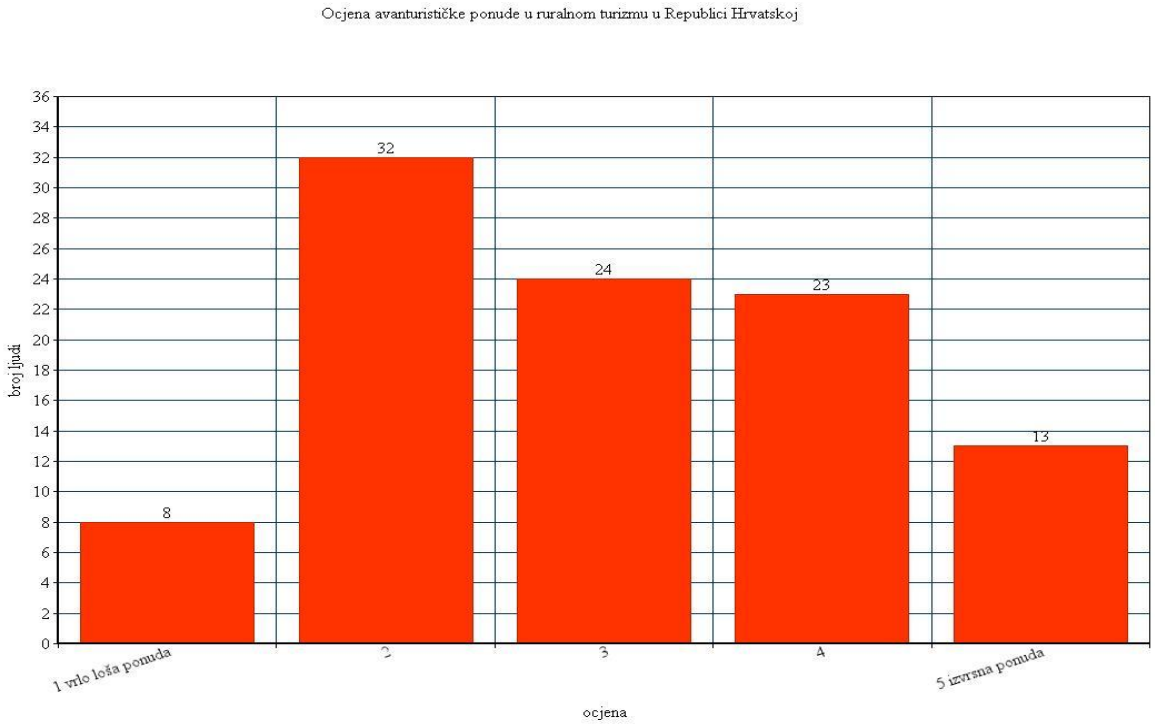


Ispitanici u dobi od 51 godine i naviše su se za očekivati izjasnili u najvećoj mjeri za zdravstveni turizam njih 8, a nešto manje 6 se izjasnilo za ekoturizam. Za sportsko-rekreacijski, koji je bio zastupljen najviše u prethodnim dobnim skupinama ovdje je ipak u manjem postotku, za njega se odlučilo 4 ispitanika. S istim postotkom, po dvoje ispitanika, se odlučilo za kulturni i agroturizam. Jedna osoba nije zainteresirana za ništa od navedenog. Sukladno zainteresiranošću su i rezultati posjećenosti, koji pokazuju da je najposjećeniji zdravstveni turizam (13). Odmah nakon njega slijedi kulturni turizam za kojeg se odlučilo 12 ispitanika i ekoturizam za kojeg se odlučilo njih 11. U nešto manjem broju ispitanici su se odlučili za agroturizam (7) i sportsko-rekreacijski (6). Dvoje ispitanika nije odabralo ništa od navedenog.

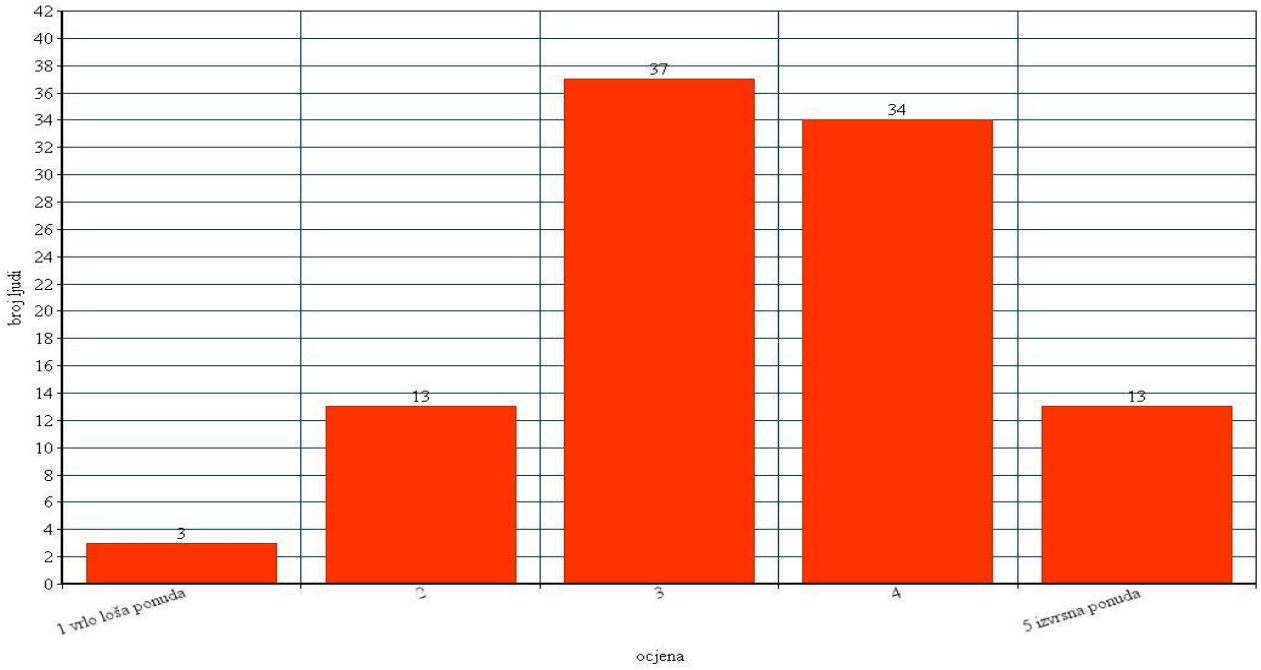
Gledajući prethodne rezultate ovdje se može zaključiti da je ova dobna skupina najviše upoznata s turističkom ponudom ruralnog turizma, jer se samo 5 ispitanika izjasnilo da nije upoznato s ponudom, a 10 ispitanika je vrlo dobro i odlično informirano, a osmero ispitanika je osrednje informirano.

2. Ocjena turističke ponude (gastronomska, sportsko-rekreativne aktivnosti, avanturistička i lovna i ribolovna ponuda) ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj.

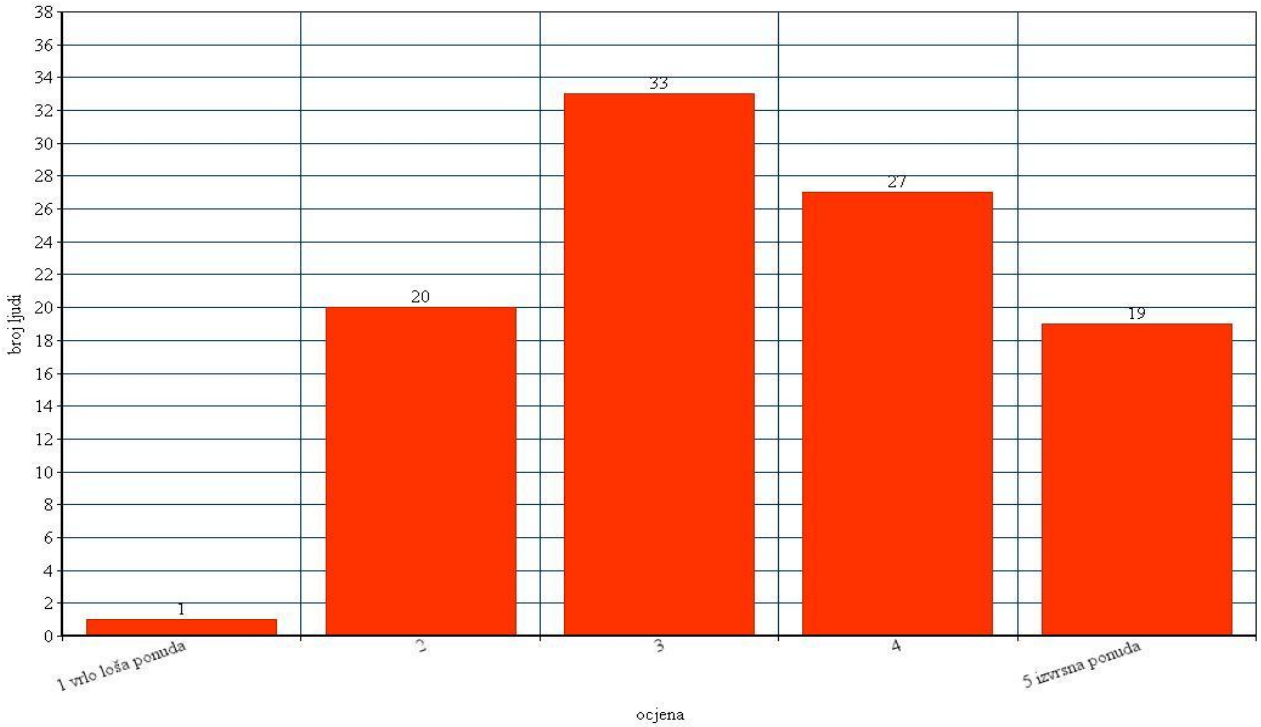




Ocjena ponude sportsko rekreativnih aktivnosti u ruralnom turizmu u Republici Hrvatskoj



Ocjena lovne i ribolovne ponude u ruralnom turizmu u Republici Hrvatskoj



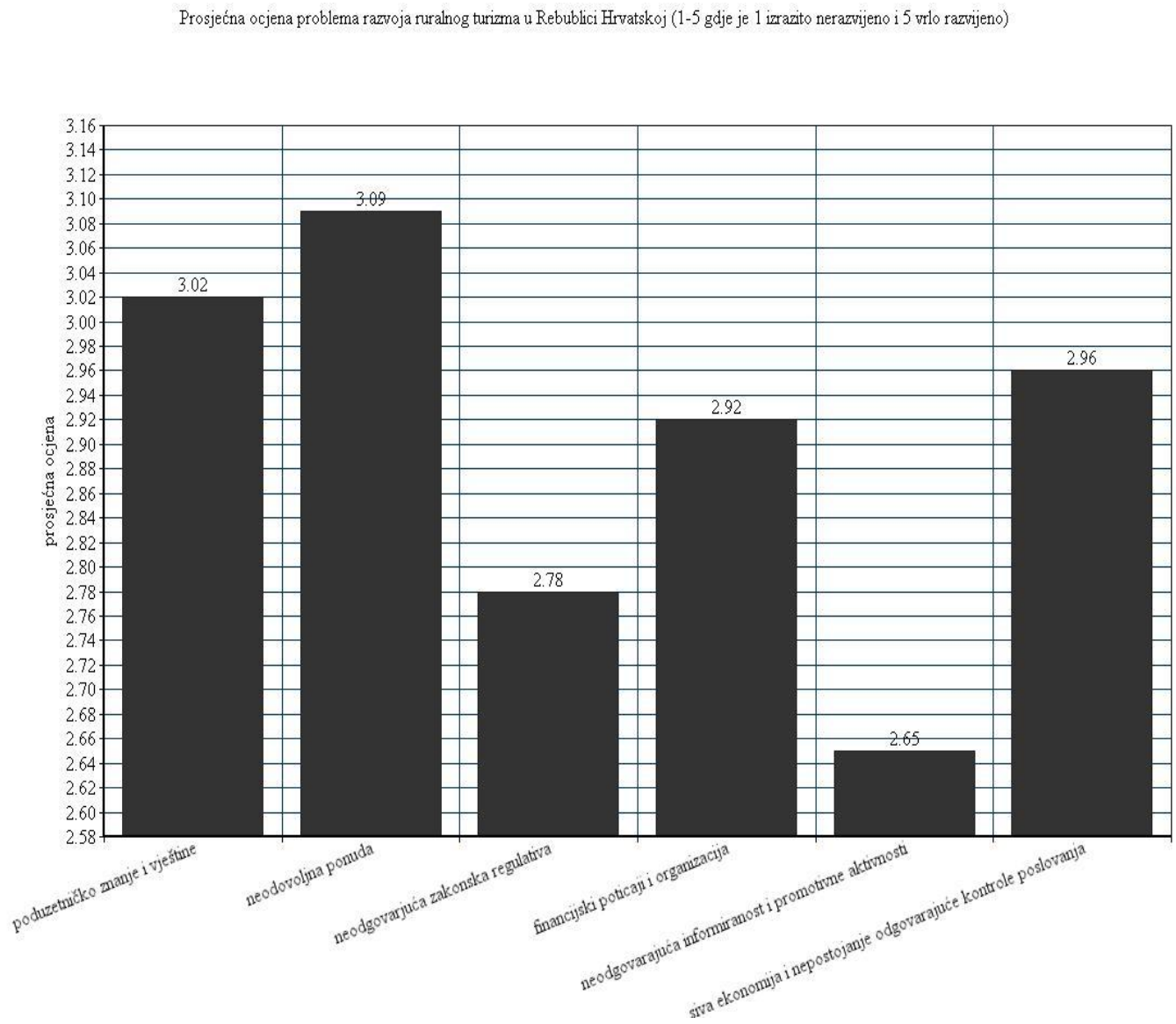
Rezultati pokazuju da je najbolje ocijenjena gastronomska ponuda u RH. Čak 84% ispitanika smatra da je gastronomska ponuda vrlo dobra, odnosno izvrsna. Manji postotak ispitanika (15%) je takvu ponudu osrednje ocijenio, a samo jedan ispitanik smatra da ponuda nije dobra.

Potpunu suprotnost u rezultatima vidimo u ocjenjivanju avanturističke ponude u ruralnom turizma u RH, koji nikako nisu zadovoljavajući, jer je gotovo polovica ispitanika odgovorila da je postojeća ponuda loša, čak 40% ispitanika, a 24% ispitanika se odlučilo za srednju ocjenu. 46% ispitanika smatra da je avanturistička ponuda dobra, odnosno izvrsna, što je ipak na neki način obećavajuće za daljnji razvoj ruralnog turizma. Rezultati ukazuju da bi svakako trebalo poraditi na obogaćivanju avanturističke ponude na razini cijele države.
Sportsko-rekreativne aktivnosti, ukupno gledajući, dobile su dobru ocjenu, jer je skoro polovica ispitanika (47%) ocijenila ponudu vrlo dobrom, odnosno izvrsnom. Nešto manji postotak (37%) ispitanika je dalo srednju ocjenu za takvu ponudu, a samo 16% ispitanika smatra da ponuda nije dobra, odnosno da je loša. Svakako bi trebalo raditi i na razvoju i promidžbi ovih aktivnosti, jer rezultati zainteresiranosti ispitanika ukazuju da ih one najviše privlače, stoga treba uložiti veći napor i poticati ovaj oblik turizma.

Ocjena lovne i ribolovne ponude u RH je slična rezultatima u sportsko-rekreacijskom turizma, jer vidimo da je 46% ispitanika takvu ponudu ocijenilo vrlo dobrom, odnosno izvrsnom. Takav rezultat se ipak ne može smatrati pozitivnim jer je 21% ispitanika takvu ponudu ocijenilo s lošom ocjenom. 33% ispitanika je ovu turističku ponudu ocijenilo sa srednjom ocjenom. Ovdje, kao i po prethodnim rezultatima, svakako možemo zaključiti da ima prostora za napredak i također treba razvijati ponudu lovnog i ribolovnog turizma.

Ukupno gledajući rezultate procjene turističke ponude ruralnog turizma ne možemo biti zadovoljni s obzirom na mogućnosti i potencijale koje Republika Hrvatska ima za razvoj ruralnog turizma. Interes ispitanika postoji za ruralnim turizmom, ali ukoliko ponuda nije zadovoljavajuća, što su sami ispitanici pokazali svojim odgovorima, ruralni turizam se neće niti razvijati i neće konkurirati prevladavajućem maritimnom turizmu u RH.

3.Problemi razvoja ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj.



Što se tiče problematike u razvoju ruralnog turizma, rezultati su grafikonom prikazani na način da se za svaki pojedinačni problem izračunala prosječna ocjena od ukupnih ocjena koje su ispitanici dali za navedene probleme. Najveći problem u razvoju ruralnog turizma ispitanici vide u neodgovarajućoj informiranosti i promotivnim aktivnostima, što se moglo i pretpostaviti, gledajući po prethodnim rezultatima, gdje smo vidjeli da ispitanici nisu u dovoljnoj mjeri upoznati s turističkom ponudom.

Iza toga, s malom razlikom u procjeni, slijedi neodgovarajuća zakonska regulativa, koju ispitanici također smatraju jednim od glavnih problema. Financijski poticaji i organizacija, te ne postojanje kontrole poslovanja i siva ekonomija također su ocjenjeni kao nerazvijeni, ali ipak ih ne smatraju glavnim problemima u razvoju ruralnog turizma. Najmanji problem prema ispitanicima su poduzetnička znanja i vještine, te ponuda ruralnog turizma, gdje su ipak ocjenjeni kao dobro razvijeni, odnosno najrazvijeniji među ponuđenim opcijama, jer razlike u ocjenama su ipak dosta male.

Nakon obrađenih podataka može se zaključiti da se za razvoj ruralnog turizma ponajprije treba fokusirati na veću promociju turističke ponude ruralnoga turizma, dakle uložiti u marketing. Jedna od mogućnosti može biti formiranje jedinstvenog kataloga ponuda gdje će biti obuhvaćeni svi oblici ruralnog turizma, svih regija, tako i Slavonije i Baranje, a on bi se poput već postojećih brošura distribuirao turističkim zajednicama, kako bi se turiste upoznalo i zainteresiralo i za kontinentalnu Hrvatsku. Hrvatska je bogata zemlja s mnoštvo potencijala da bi se ograničila samo na Jadran, treba uložiti veći napor u promoviranje ruralnog turizma, kako bi se zadovoljavajući turistički rezultati vidjelu kroz cijelu godinu, ne samo za vrijeme sezonskog maritimnog turizma. Rezultati su pokazali da zakonska regulativa nije zadovoljavajuća, te bi svakako trebalo i tu uložiti dodatni napor, kako ona ne bi bila prepreka za razvoj, jer sa sadašnjom sporom birokracijom i prebacivanja odgovornosti s lokalne na županijske, županijske na državnu vlast, jer sadašnja predstavlja prepreku za bilo kojeg poduzetnika i obrtnika koji želi pokrenuti posao u svrhu ruralnog turizma. Putem zakona se svakako treba stvoriti podloga i za privlačenje domaćih i stranih investicija. Informiranost je također jedna od stavki na koju bi trebalo obratiti pozornost, jer promocija kao takva neće biti dovoljna, treba informirati ljude koje su sve mogućnosti ruralnog turizma, ne samo turiste, već i poduzetnike i obrtnike koji bi se možda odlučili na razvoj takvog turizma, ali nemaju potrebna saznanja. Poticaji nisu ocjenjeni kao najveći problemi, ali svakako uz dodatna ulaganja i korištenje poticaja iz europskih fondova svakako bi omogućili obogaćivanje postojeće turističke ponude i dali bolje rezultate u ukupnom turističkom razvoju. Turistička ponuda je najbolje ocjenjena, no ocjena 3,09 ne može biti zadovoljavajuća, treba raditi na proširivanju ponuda, slijediti interes ispitanika i kreirati aktivnosti koje će zadovoljiti svačije potrebe.

11. INOVATIVNI TURIZAM

Inovativnost je ključna sastavnica za uspješan ruralni razvoj, a podrazumijeva nove pristupe u rješavanju ključnih problema i izazova. Inovacije u ruralnim područjima možemo objasniti kao prihvaćanje promjena kao prilika za razvoj.[75] Inovacije i pozitivan stav prema inovativnim idejama su potrebni za jačanje kreativnosti i inovativnosti u ruralnom razvoju.

Cilj ruralnog razvoja treba biti stvaranje pozitivnih promjena koje nose sa sobom inovacije. Inovativnost i kreativnost su vrlo važne za različite aktivnosti u ruralnom razvoju, od programiranja politike do provedbe projekata.

Nove metode rada mogu uključivati različite pristupe razvoju poput: primjene novih ideja, korištenje novih tehnika, usmjeravanja na nova tržišta, povezivanje različitih sektora i dionika novim metodama umrežavanja, pružanje potpora novim prioritetnim skupinama ili pronalaženja novih rješenja za socijalne i gospodarske izazove te očuvanje okoliša.[76] Rezultat inovativnog djelovanja jest razvoj novih proizvoda i usluga, a može se razviti i primjenom novih metoda, tehnologija procesa, suradnje, istraživanja i razmišljanja. Primjena dokazanih pristupa u novim okolnostima je prepoznata kao učinkovit način pokretanja inovativnog ruralnog razvoja koji koristi lokalnoj zajednici. Ta je inovacija često rezultat prijenosa znanja između regija.

Ruralne zajednice kako bi izdržale izazove modernog vremena i ostale atraktivne za život i rad sve više moraju raditi na diverzifikaciji svoga gospodarstva i podizanju kvalitete života svojih stanovnika. Dostizanje suvremenih standarda razine usluga i dohotka zahtjeva kreativnost i inovativnost jer se rješenja iz urbanih područja ne mogu bez prilagodbe primijeniti u ruralnim područjima.

[75] Kreatvnost i inovativnost u ruralnom razvoju Europske unije, Revija ruralnog razvoja Europske unije, br.2., EuropeanNetwork for RuralDevelopment

[76] Isto

Europska unija je uvela novu mjeru (124):

Slika 4. Potpora za suradnju tijekom razvoja novih poljoprivrednih i šumarskih proizvoda[77]:

Primjeri prioriteta zemalja članica za aktivnosti mjere 124

Zemlja	Mjera je usmjerena (među ostalim) na sljedeće:
Švedska	Pojačana suradnja s istraživačkim institucijama
Estonija	Podizanje kvalitete hrane i postizanje energetskih ušteda
Danska	Razvoj novih učinkovitijih procesa i tehnologija koje umanjuju probleme povezane s utjecajem na okoliš
Češka	Investicije povezane s razvojem novih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda i primjenom novih procesa i tehnologija u ratarstvu i stočarstvu
Nizozemska	Nove organizacijske metode poslovanja
Malta	Jačanje veza između poljoprivrednika i prerađivača kako bi razvili stručno znanje o marketingu
Portugal (kontinentalni dio)	Poboljšanje usluga u lancima opskrbe

Izvor: Kreativnost i inovativnost u ruralnom razvoju Europske unije, Revija ruralnog razvoja Europske unije, br.2., European Network for Rural Development

[77]Kreativnost i inovativnost u ruralnom razvoju Europske unije, Revija ruralnog razvoja Europske unije, br.2., EuropeanNetwork for RuralDevelopment

11.1. Trendovi razvoja turističkih proizvoda

Kako su glavni trendovi turističke potražnje i potrošnje u Hrvatskoj dolazak turista zbog „zabave“, „novih iskustava i doživljaja“, putovanja koja postaju sve kraća, lošim aspektima ponude poput dodatnih mogućnosti za kupnju, zabavu i kulturu, nesmještajne usluge i sl.[78], tako se nameće potreba za osmišljavanje nove i dodatne kontinentalne turističke ponude. Budući turistički razvitak regije bit će oslanjan na nositelje turizma (gradovi i naselja), ali je poseban naglasak potrebno staviti na ljudski resurs, koji će znati prepoznati i valorizirati atraktivnosti te ih staviti u funkciju turizma. Prognoze ukazuju da će se, uz "sunce i more" kao i dalje globalno dominantan turistički proizvod, naročito brzo razvijati i cijeli niz proizvoda iz domene nautičkog, zdravstvenog, cikloturizma, pustolovno-sportskog, kulturnog i poslovnog turizma.[79] Novi trendovi ruralnog turizma su: sve veća pozornost na očuvanje okoliša i na sve veću ulogu ruralnih kulturnih atrakcija, trend protiv-urbanizacije, pa ruralni prostori svoje različitosti pretvaraju u turističku ponudu i time mijenjaju imidž ruralnih sredina, te one postaju prostor poželjan za življenje i profesionalna djelatnost ili dodatna aktivnost.

Svjetska turistička organizacija (UN-WTO) smatra da postoji veliko potencijalno tržište ruralnog turizma. Ipak je vrlo malo istraživanja povredeno kojima bi se utvrdila veličina tog tržišta, a djelomično su tome uzrok upravo poteškoće vezane uz zadovoljavajuće definiranje ruralnog turizma. Predpostavlja se da je 3 posto, ili 23 milijuna svih međunarodnih turističkih putovanja temeljeno na ruralnom turizmu, dok je obujam domaće potražnje za ruralnim turizmom gotovo nepoznat iako je domaća potražnja u nekim zemljama npr. Njemačka, Mađarska, Italija, Francuska, Velika Britanija najznačajnija.[80] Svjetska turistička organizacija predviđa daljnji iznadprosječan rast međunarodnih putovanja motiviranih ruralnim turizmom od oko 6 posto godišnje.

[78] www.mmtpr.hr/UserDocsImages/050210-Tomas-press-release.pdf

[79] http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf

[80] Kušen, E., Turizam i rekreacija, Institut za turizam, Zagreb, 2007., str.11.

Većini destinacija koje se žele pozicionirati kao turističke destinacije u ruralnom prostoru ipak ostaje problem izbora modela za svoj razvoj u organskom mijenjanju u vremenu i prostoru s inkorporirajućim elementima koji čine turističku ponudu ili, drugim riječima, kako pronaći put za pravilnu alokaciju proračunskih sredstava i ekonomsku opravdanost uloženih sredstava u ruralni turizam, odnosno njihov doprinos rastu BDP u regiji.[81] U ovome radu je već predstavljen model upravljanja kvalitetom u ruralnom turizmu koji je u primjeni u razvijenim zemljama Europe, nazvan IQM – Integrated Quality Management ili Upravljanje integralnom kvalitetom.[82] Istaknuti će se neki od programa za ruralnim razvoj Europske unije.

LEADER program - vodeći program ruralnog razvitka koji se provodi u EU od 1991. Godine; program za ruralni razvoj koji za sve zemlje u procesu pristupanja EU postaje obvezatni program, odnosno uvjet za korištenje sredstava iz fondova predpristupne pomoći – IPA; program kojim se potiče lokalna zajednica na proaktivno djelovanje svih dionika – uprava, udruge, poslovni subjekti, građani (javni, privatni i civilni sektor)

Svrha programa jest prepoznavanje novih mogućnosti razvoja seoskih područja prakticiranjem pristupa "odozdo", ohrabrivanje lokalnog stanovništva na samozapošljavanje i razvitak samoorganizirajućih struktura na lokalnoj razini. Cilj programa je povećati zainteresiranost lokalnog stanovništva za cjeloživotno učenje, razvitak suradnje i partnerstava u zajednici te za proaktivni socijalni i gospodarski život i povećanje društvenog kapitala

Specifičnosti programa: Pristup baziran na području – prepoznavanje lokalnih posebnosti; Organizacija i ustroj lokalnih partnerstva – Lokalne Akcijske Grupe(LAG); Priprema i provedba lokalne strategije; Multisektorski pristup –uključivanje dionika iz različitih sektora za provođenje zajedničkih projekata; Primjena pristupa "odozdo" u odlučivanju i donošenju odluka na lokalnoj razini kroz uključivanje svih zainteresiranih lokalnih partnera.

[81]Hajdaš Dončić S., Šmid I., Gašparlin I., (2007.): Inovativni turistički proizvod kao model razvoja ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj, Acta Turistica Nova, Vol.1. No.2, str. 198.

[82]Krajnović, A., Tomičić, Z., Poropat, A.,(2007.): Mogućnosti i ograničenja primjene modela Upravljanja integralnom kvalitetom u ruralnom turizmu (IRQ)

Leader je glavna metodološka odrednica za provedbu EU programa ruralnog razvoja koja osobitu pozornost pridaje poticanju kreativnosti i inovativnosti.[83] U Leader-ovu pristupu inovativni su i kreiranje i provedba politike ruralnog razvoja kao i aktivnosti koje se u njezinu sklopu provode na terenu. LAG je originalan i važan dio pristupa Leadera, jer je to inovativan pristup lokalnom razvoju u odnosu na prethodni. Podrazumijeva promoviranje povezivanja među ruralnim područjima, a područja djelovanja su manja, homogena i socijalno povezana područja sa zajedničkom tradicijom, lokalnim identitetom, osjećajem pripadnosti kraju i zajedničkim potrebama i očekivanjima. LAG omogućuje aktivnosti koje odgovaraju posebnostima područja lokalnim potrebama te potiču razvoj temeljen na lokalnim prednostima. LAG-ovi u Hrvatskoj su registrirani kao udruge (NVO). 61 LAG okuplja 451 jedinicu lokalne samouprave i to 90 manjih gradova, ruralno područje tri veća grada Sisak, Šibenik i Vinkovci, ruralno područje Petrinje te 357 općina.[84] Nalaze se u svim županijama. Značajke LAG-a su doprinos komuniciranju, razmjeni iskustava i suradnji te poticaj srodnim razvojnim inicijativama u ruralnim područjima različitih dijelova Hrvatske.

SAPARD (*Special Accession Program for Agriculture and Rural Development*) - pretpristupni program Europske Unije namijenjen državama kandidatkinjama za poljoprivredu i ruralni razvoj. Predstavlja podršku za korištenje sredstava iz fondova zajedničke poljoprivredne politike. Cilj je ojačati konkurentnost poljoprivrednih proizvođača i prerađivača budućih zemalja članica na zajedničkom tržištu.

Mogućnosti financiranja iz EU fondova u razdoblju od 2014.-2020. će se predstaviti kroz raspoložive fondove, te iznijeti koje strategije će biti korištene za razvoj ruralnog turizma. Glavni cilj ruralne politike vezano uz korištenje sredstava iz ESI fondova je dovesti Hrvatsku do održivog razvoja i uravnoteženog gospodarskog rasta. Za ostvarenje ovog cilja, Hrvatskoj su na raspolaganju slijedeći ESI fondovi:[85] Europski fond za regionalni razvoj (ERDF) , Europski socijalni fond (ESF), Kohezijski fond (CF), Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj (EARDF), Europski pomorski i ribarski fond (EMFF).

[83] Kreativnost i inovativnost u ruralnom razvoju Europske unije

[84] Kreativnost i inovativnost u ruralnom razvoju Europske unije

[85] http://www.mrrfeu.hr/UserDocsImages/EU%20fondovi/godisnja%20konferencija%20mrrfeu%202013/Prezentacija_god%20konferencijaMRRFEU.pdf

11 Tematskih ciljeva strategije“EUROPA 2020”

1. Jačanje istraživanja, tehnološkog razvoja i inovacija
2. Poboljšani pristup, korištenje te kvaliteta informacijskih i komunikacijskih tehnologija
3. Jačanje konkurentnosti malih i srednjih poduzeća, poljoprivrednog sektora te sektora ribarstva i akvakulture
4. Podrška prijelazu prema ekonomiji temeljenoj na niskoj razini emisije CO2 u svim sektorima
5. Promicanje prilagodbe na klimatske promjene, prevencija i upravljanje rizicima
6. Zaštita okoliša i promicanje učinkovitosti resursa
7. Promicanje održivog prometa te uklanjanje uskih grla u ključnoj infrastrukturi
8. Promicanje zapošljavanja i podrška mobilosti radne snage
9. Promicanje socijalnog uključivanja te borba protiv siromaštva
10. Ulaganje u obrazovanje, vještine i cijeloživotno učenje
11. Jačanje institucionalnih kapaciteta te učinkovita javna uprava.

12. ZAKLJUČAK

U Hrvatskoj se pod pojmom "ruralno" sve više percipiraju ekološke vrijednosti, originalna znanja i kulturni identitet, a poljoprivreda je način života koji na specifičan način oblikuje obitelj, te njeguje određeni sustav vrijednosti, zato je razvitak ruralnog prostora temelj gospodarskoga i društvenog jedinstva zemlje. Iako je slavonska i baranjska turistička ponuda raznovrsna i prepoznatljiva, u svijetu je daleko poznatiji hrvatski Jadran, koji dominira i u prezentaciji hrvatske turističke ponude. Slavonija je 2000.god. ostvarila 0.5% ukupnog turističkog prometa, što ju čini najslabije posjećenim područjem u državi.

Ruralni turizam treba obogatiti i temeljiti na korištenju baštine i tradicije jer se tako identificira promidžba nacionalne baštine i tradicije, kreiranje svijesti o identitetu, bogatija turistička ponuda, mogućnosti zapošljavanja, stvaranje imidža destinacije, i promjene u strukturi gostiju/posjetitelja, a koristi od takve turističke ponude ima društvo u cjelini, odnosno svi uključeni u ponudu, a posebno lokalno stanovništvo. Seoska priroda i okoliš sama po sebi su atraktivna turistima, ako još tome dodamo društvene atrakcije kao što su spomenici kulture, pučka kultura, stanovanje i prehrana, narodni pučki običaji i pučka materijalna kultura sa starim zanatima, proizvodima, suvenirima, kulturne ustanove i priredbe, zabavne i sportske manifestacije možemo zaključiti da potencijala za uspješan razvoj ruralnog turizma ima, samo treba uložiti trud u njegov razvoj.

Interes za korištenjem usluga ruralnog turizma ima, kao što se vidi po iskazanim rezultatima ankete u radu, ali treba poraditi na promociji, marketingu i informiranosti korisnika takvih usluga.

13.POPIS LITERATURE

KNJIGE:

1. Baćac, R., (2011.): Priručnik za bavljenje seoskim turizmom, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb
2. Balkan, R., : Oblici ruralnog turizma i činitelji razvoja ruralnog turizma, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici, Virovitica
3. Bosnić, I., (2012.): Agroturizam u RH, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici, Virovitica
4. Demonja D., Baćac R., (2012.): Baština i tradicija u oblikovanju turističke ponude na ruralnom prostoru Hrvatske, Podravina: časopis za multidisciplinarna istraživanja, Vol.11 No.21,
5. Demonja D., Baćac R., (2013.) Ruralna graditeljska baština u funkciji turističke ponude Hrvatske, Podravina: časopis za multidisciplinarna istraživanja, Vol.12 No.23
6. Franić R., Cunj L., (2005.): Društveno-gospodarski preduvjeti razvitka agroturizma u Zagrebačkoj županiji
7. Hajdaš Dončić S., Šmid I., Gašparlin I., (2007.): Inovativni turistički proizvod kao model razvoja ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj, Acta Turistica Nova, Vol.1. No.2
8. Jelinčić D. A., (2007.): Agroturizam u europskom kontekstu, StudiaethnologicaCroatica, Vol.19 No.1
9. Kesar, O., (2012.): Vjerski turizam, Ekonomski fakultet, Zagreb
10. Krajnović, A., Tomičić, Z., Poropat, A.,(2007.): Mogućnosti i ograničenja primjene modela Upravljanja integralnom kvalitetom u ruralnom turizmu (IRQ), Zbornik radova. Prvi hrvatski kongres ruralnog turizma. Hvar
11. Krajnović, A., Čičin-Šain, D., Predovan,(2011.): M.,Strateško upravljanje ruralnim razvojem-problemi i smjernice, OeconomicaJadertina, br.1, Zadar
12. Kreativnost i inovativnost u ruralnom razvoju Europske unije, Revija ruralnog razvoja Europske unije, br.2., EuropeanNetwork for RuralDevelopment
13. Kušen E., (2002.): Klasifikacija turističkih atrakcija, Prostor: znanstveni časopis za arhitekturu i urbanizam, Vol.9 No.1(21)
14. Kušen E., Turizam i rekreacija, Institut za turizam, Zagreb, 2007.
15. Lukić A., (2002.): Turizam na seljačkim gospodarstvima u Hrvatskoj, Prirodoslovno-matematički fakultet, Zagreb

16. Mišćin L., (2008.): Aktualno stanje turizma na ruralnom prostoru Hrvatske, Sektor za turizam HGK, Zagreb
17. Ružić P., Demonja D., (2013.): Prirodna i antropogena osnova turizma Hrvatske, Sociologija i prostor Vol.51, No.1(195), Zagreb
18.Ružić, Analiza posebnosti i precepcije ruralnog turizma Istre, Institut za poljoprivredu i turizam, Poreč

INTERNET:

- http://www.putovanjaslavonijom.hr/otkrijte-slavoniju-i-baranju/
- http://hr.wikipedia.org/wiki/Turisti%C4%8Dki_vodi%C4%8D_isto%C4%8Dne_Slavonije_i_Baranje
- http://www.obz.hr/hr/index.php?tekst=105
- http://www.obz.hr/hr/pdf/Program%20razvitka%20turizma%20u%20ruralnom%20prostoru%20na%20podru%C4%8Dju%20Osje%C4%8Dkobaranjske%20%C5%BEupanije.pdf
- http://www.tzosbarzup.hr/hr/dozivite/lov-i-ribolov/
- http://www.idemvan.hr/mjesto/baranjska-etno-kuca/3372/
- http://www.tzbaranje.hr/hr/aktivnosti/biciklizam/
- http://www.sib.hr/predstavljamo/turizam/4428-cikloturizam-u-baranji.html
- http://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/kontinentalnahrvatska/#.U2ZKBLHDDIV
- www.mmtpr.hr/UserDocsImages/050210-Tomas-press-release.pdf
- http://www.geografija.hr/clanci/135/turizam-kao-faktor-razvoja-istocne-hrvatske-stvarnost-ili-san
- http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf
- http://www.europskifondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/EAFRD%20SVE%2018.02.2014%20%281%29.pdf
- http://www.mrrfeu.hr/UserDocsImages/EU%20fondovi/godisnja%20konferencija%20mrrfeu%202013/Prezentacija_god%20konferencijaMRRFEU.pdf

14. SAŽETAK

Ruralni turizam je oblik turizma koji uključuje kompleksnost svih aktivnosti i aspekata cjelovitog proizvoda turizma od rekreacija u seoskoj sredini, uživanja u dokolici i miru ruralnih predjela, uživanja u prirodi i raznovrsnim krajolicima, nacionalnim parkovima te parkovima prirode, kulturni turizam do turizma na seoskim domaćinstvima. Razvoj ruralnog turizma bazira se na održivom razvoju. To se ogleda u revitalizaciji već postojeće, tradicijske gradnje odnosno baštine, kojoj se daje nova namjena, ona turistička.Važnost ruralnog turizma, ogleda su u vrlo važnoj interakciji poljoprivredne proizvodnje, proizvodnje tradicionalnih proizvoda, prezentiranja tradicije, tradicijske gastronomije i turističkih usluga, dakle već postojećih resursa. U ovom radu biti će riječi o svim oblicima ruralnog turizma, koji će se detaljno objasniti uz navođenje primjera takvih oblika u Slavoniji i Baranji. Ukazati će se na problematiku razvoja ruralnog turizma u Hrvatskoj, te će se kroz nekoliko smjernica i planova prikazati program daljnjeg razvoja ruralnog turizma. Težište je na potencijalima ruralnog krajolika, resursima kojima obiluje Slavonija i Baranja, tradiciju i baštinu, i svih ostalih karakteristika putem kojih se formira turistička ponuda ruralnog kraja, s naglaskom na atraktivnost ruralnog krajolika. Radi učinkovitijeg i sveobuhvatnijeg korištenja usluga ruralnog turizma biti će prikazani programi i projekti kojima će se pokušati razviti ruralni turizam i učiniti ga konkurentnim već postojećem maritimnom turizmu RH, ali i konkurentnom susjednim zemljama Europe.

15. SUMMARY

Rural tourism is a form of tourism that involves the complexity of all activities and aspects of integrated tourism products of recreation in rural areas, enjoying the leisure and peace of rural regions, enjoying nature and a variety of landscapes, national parks and nature parks, cultural tourism and tourism in rural households. The development of rural tourism is based on sustainable development. This is reflected in the revitalization of the existing traditional buildings and heritage, which gives a new purpose. Importance of rural tourism is reflected in the importance of the interaction between agricultural production, traditional products, presenting the tradition, traditional cuisine and tourism services , which means for existing resources. In this paper will be discussed all forms of rural tourism, which will be explained in detail with reference to examples of such forms in Slavonia and Baranja. It will be presented issues of development of rural tourism in Croatia, and will be presented a few guidelines and plans to show a program of further development of rural tourism. The focus is on the potential of the rural landscape, resources which abounds in Slavonia and Baranja, tradition and heritage, and all the other characteristics by which formed the tourist offer of the rural area, with a focus on the attractiveness of the rural landscape. For more efficient and more comprehensive using services of rural tourism will be presented programs and projects that will try to develop rural tourism and make it competitive to existing maritime tourism Croatia, but also competitive to neighboring European countries.

16. PRILOZI

Prilog 1. Turistička ponuda Slavonije i Baranje

SMJEŠTAJNI OBJEKTI i OPG-ovi[86]

BARANJA:
1. Seosko gospodarstvo Sklepić, Karanac
2. Pansion Piroš Čizma, Suza
3. Ladanjska kuća Mikin Dol, Draž
4. Hotel Patria, Beli Manastir
5. Restoran i prenoćište Baranjski Dvori, Zmajevac
6. OPG Jurini Dvori, Kneževi Vinogradi

OSJEČKO-BARANJSKA ŽUPANIJA:
1. OPG Korođ, Korođ
2. Erdutski vinogradi, Erdut
3. Hotel Central, Osijek
4. Hotel Villa Ariston, Osijek
5. Hotel Mursa, Osijek
6. OPG Milanović, Gorjani
7. OPG Šokačka kuća, Semeljci

VUKOVARSKO-SRIJEMSKA ŽUPANIJA:
1. Acin Salaš, Tordinci
2. Antin Stan, Ivankovo
3. Hotel Masarini, Ilok
4. Hotel Dunav, Ilok
5. Hostel Cinema, Ilok
6. OPG Mali Raj, Vukovar

POŽEŠKO-SLAVONSKA ŽUPANIJA:
1. Seosko gospodarstvo Zlatni Lug, Emovci
2. OPG Marinović, Štitnjak
3. Seoski turizam Larva, Trenkovo
4. Hotel Mališćak, Velika
5. OPG eko farma Grbić, jezero Striježevica, Striježevica
6. Pansion Villa Stanišić, Požega
7. Pansion Schonblick, Vetovo
8. Hotel Pakrac, Pakrac
9. PD Omanovac , Pakrac

[86] http://www.putovanjaslavonijom.hr/otkrijte-slavoniju-i-baranju/

BRODSKO-POSAVSKA ŽUPANIJA

1. Eko-etno selo Stara Kapela, Stara Kapela
2. Smještaj Uno, Slavonski Brod
3. Hotel i vinarija Zdjelarević, Brodski Stupnik
4. Hotel Eko Garten, Slavonski Brod

VIROVITIČKO-PODRAVSKA ŽUPANIJA

1. PZ Ergela Višnjica, Višnjica/Slatina
2. PD Jankovac, Jankovac, PP Papuk
3. Hotel Dukat, Orahovica
4. OPG Jošava Jelka, Jošava/Orahovica
5. OPG Šafar, Šumeđe/Orahovica
6. Privatni smještaj Jezero Orahovica, Orahovica

- ***GARSTRONOMIJA: RESTORANI***[87]

BARANJA:

1. Baranjska kuća, Karanac
2. Piroš Čizma, Suza
3. Kormoran, Podunavlje, PP Kopački rit
4. Kovač Čarda, Suza
5. Zelena Žaba, Kopačevo
6. Citadela, Vardarac
7. Baranjski dvori, Zmajevac
8. Zeleni Otok, Batina

OSJEČKO-BARANJSKA ŽUPANIJA:

1. Galija, Osijek
2. Bendek, Osijek
3. Kod Javora, Osijek
4. Kompa, Osijek
5. Alas, Osijek
6. Oberlunchbar, Osijek
7. Mali Podrum, Osijek
8. Sokak, Đakovo
9. Trnavačkivinodom, Đakovo
10. Jelengrad, Petrijevci
11. Erdutski vinogradi, Erdut

VUKOVARSKO-SRIJEMSKA ŽUPANIJA:

1. Pleter, Vukovar
2. Vrške, Vukovar
3. Dunavska golubica, Vukova
4. Salaš Goldschmidt, Vukovar
5. Stari Podrum, Ilok
6. Masarini, Ilok

[87] http://www.putovanjaslavonijom.hr/otkrijte-slavoniju-i-baranju/

7. Hotel Dunav, Ilok
8. Kapetanova kuća, Šarengrad

POŽEŠKO-SLAVONSKA ŽUPANIJA:
1. Schonblick, Vetovo
2. Čiča Mata, Velika
3. Ribarska kuća, Lukač
4. Vinska kuća Majetić, Venje
5. Villa Stanišić, Požega
6. Luka, Požega
7. PD Omanovac, Pakrac

BRODSKO-POSAVSKA ŽUPANIJA
1. Eko Etno selo Stara Kapela, Stara Kapela
2. Vinarija Zdjelarević, Brodski Stupnik

VIROVITIČKO-PODRAVSKA ŽUPANIJA
1. Hotel Dukat, Orahovica
2. Restoran Ružica Grad, Orahovica
3. PD Jankovac, Jankovac, PP Papuk
4. PZ ergela Višnjica, Višnjica, Slatina
5. Stari Podrum, Slatina

- ***KULTURA PIĆA: VINARIJE/ PIVOVARE/ PROIZVODNJA RAKIJA I SOKOVA***[88]

BARANJA:
1. Vinarija Kalazić, Batina
2. Vinarija Belje, Kneževi Vinogradi
3. Vinarija Josić, Zmajevac
4. Vinarija Gerštmajer, Zmajevac
5. Vinarija Kolar, Suza
6. Vinarija Gregurek, Kneževi Vinogradi
7. Kneževa kušaonica, Udruga proizvođača rakija iz voća, Kneževi Vinogradi

OSJEČKO-BARANJSKA ŽUPANIJA:
1. Osječka pivovara, Osijek
2. Vinarija Janečić, Aljmaš Planina/Erdut
3. Erdutski Vinogradi, Erdut
4. Vinska cesta Erdutskog vinogorja, Erdut, Aljmaš, Dalj
5. Vinarija Feravino, Feričanci
6. Vinska cesta Zlatarevac, Trnava/Đakovo

[88] http://www.putovanjaslavonijom.hr/otkrijte-slavoniju-i-baranju/

VUKOVARSKO-SRIJEMSKA ŽUPANIJA:

1. Iločke vinske ceste, Ilok
2. Stari Podrum Vinarije Ilok, Ilok
3. Vinarija Čobanković, Ilok
4. Vukovarska pivovara, Vukovar

POŽEŠKO-SLAVONSKA ŽUPANIJA:

1. Vinarija Majetić, Venje
2. Vinarija Jakobović, Požega
3. Vinarija Enjingi, Venje
4. Vinarija Krauthaker, Kutjevo
5. Vinarija Kutjevo d.d., Kutjevo

BRODSKO-POSAVSKA ŽUPANIJA

1. Vinarija Zdjelarević, Brodski Stupnik
2. Kušaonica piva Bošnjak, Sičice

VIROVITIČKO-PODRAVSKA ŽUPANIJA

1. Vinske ceste Virovitica/ Slatina/ Orahovica

- ***FESTIVALI, AKTIVNI ODMOR I TRADICIJSKI OBRTI***[89]

BARANJA:

Aktivan odmor:

1. Baranja Adventure Team, organizacija offroad i brodskih tura Baranjom, Karanac
2. Bilje Plus, najam bicikla u Baranji, Bilje
3. PP Kopački rit, ribolov, birdwatching

Festivali:

1. Surduk festival, glazba, gastronomija, vino, u linju
2. Slama LandArt festival, festival skulptura od slame, Lug
3. Ribarski dani, tradicionalni festival gastronomije i glazbe, u rujnu, Kopačevo
4. Kakasutes-fašnik, u veljači, Vardarac
5. Buše-fašnik, u veljači, Popovac
6. Majpan, postavljanje majskog drveta u podunavskim selima, svibanj
7. Vašar u Karancu, nekoliko puta godišnje, Karanac
8. Državno prvenstvo u preponskom jahanju, lipanj, Darda
9. Vincekovo, festival vina, siječanj, vinske ceste
10. Martinje, festival vina, studeni, vinske ceste

Tradicijski obrt:

1. Proizvodnja začinske paprike, Lug

[89] http://www.putovanjaslavonijom.hr/otkrijte-slavoniju-i-baranju/

OSJEČKO-BARANJSKA ŽUPANIJA:
Aktivni odmor:
1. OPG Koreny, splavarenje Dravom, Donji Miholjac
2. Bizovačke toplice, termalni izvori, Bizovac

Festivali:
1. Dani prvog hrvatskog piva u Osijeku („mini Oktoberfest“), festival piva, gastronomije i tamburaške glazbe, u rujnu, Osijek
2. PannonianChallenge, festival glazbe i natjecanja u spretnosti vožnje BMX-a, skateboarda i rolanju, u kolovozu, Osijek
3. UFO, glazbeni festival u lipnju, Osijek
4. Sajam Antikviteta Glasa Slavonije, svaki mjesec, Osijek
5. Đakovački karneval/bušari, veljača, Đakovo
6. Osječko ljeto kulture, festival kazališta, lipanj/srpanj, Osijek
7. Majpan, postavljanje majskog drveta u Dalju i podravskim selima, svibanj
8. Državno finale u kuhanju fiš paprikaša, lipanj, Osijek

Muzeji:
1. Muzej Slavonije, izložbe o Osijeku i okolici, Osijek
2. Arheološki muzej, izlošci iz Slavonije i Baranje, Osijek

3. Najveća hrvatska Izložba školjki i okamina, udruga GloriaMaris, Osijek
4. Državna ergela konja lipicanaca, Đakovo

Tradicijski obrti:
1. Medičar i voskar Blažeković (licitarski obrt), Osijek
2. Ban licitar (licitarski obrt), Donji Miholjac
3. Medičar i voskar Marinko Gvozdanović (licitarski obrt), Đakovo
4. Rukotvorine (tradicijski obrt, vez, odjeća), Osijek

VUKOVARSKO-SRIJEMSKA ŽUPANIJA:
Aktivni odmor:
1. Brod na Bosutu, vožnja rijekom Bosut, Nijemci

Festivali:
1. Vinkovačke jeseni, festival tradicionalne glazbe i običaja, u rujnu, Vinkovci
2. Vincekovo, festival vina, u siječnju, Ilok
3. Iločka berba grožđa, festival vina, u rujnu, Ilok
4. Majpan, postavljanje majskog drveta u Iloku, svibanj

Muzeji:
1. Gradski muzej Ilok, Ilok
2. Gradski muzej Vukovar, dvorac Eltz, Vukovar
3. Vučedol (muzej vučedolske kulture u pripremi), Vukovar

Tradicijski obrti:
1. Cesta zlatne niti, tradicijski obrti u „Cvelferiji“, Županja

POŽEŠKO-SLAVONSKA ŽUPANIJA:

Aktivni odmor:

1. Veličke toplice, termalni izvori, Velika
2. Lipičke toplice, termalni izvori, Lipik
3. Skijalište Omanovac, Pakrac
4. Ski staza Nevoljaš (izvan funkcije), PP Papuk, Velika
5. PP Papuk, cijele godine, sport, biciklizam, paragliding, Velika

Festivali:

1. Zlatne žice Slavonije, u rujnu, Požega
2. Vincelovo, festival vina, u siječnju, Kutjevo
3. Martinje, festival vina, u studenom, Kutjevo
4. Rasadnici božićnih drvaca, Pleternica/ Bektež/ Kutjevo
5. Majpan, postavljanje majskog drveta, svibanj

Tradicijska proizvodnja:

1. Zvečevo, proizvodnja čokolade, Požega

BRODSKO-POSAVSKA ŽUPANIJA

Muzej:

1. Brodska tvrđava livinghistory programi, Slavonski Brod
2. Eko-etno selo Stara Kapela, Stara Kapela

Tradicijski obrti:

1. Majpan, postavljanje majskog drveta u posavskim selima, svibanj
2. Licitar Josip Molnar (licitarski obrt), Slavonski Brod
3. Eko-etno selo Stara Kapela, tradicijski obrti sela, Stara Kapela

VIROVITIČKO-PODRAVSKA ŽUPANIJA

Aktivni odmor:

1. Ski-sanjkaška staza Rezovačke Krčevine, skisklubSkviki, Virovitica
2. Skijalište Tominac, ski klub Slatina, Slatina
3. Sanjkalište Jankovac (izvan funkcije), PP Papuk, Jankovac
4. Ski staza Zvečevo (izvan funkcije), PP Papuk, Zvečevo

Festivali:

1. Viteški turnir vitezova Ružica Grada, u kolovozu, Orahovica
2. Majpan, postavljanje majskog drveta, svibanj

Tradicijski obrt:

1. Licitari Trošić (licitarski obrt), Orahovica

Prilog 2. Mjere unapređenja konkurentnosti hrvatskog turizma

PRIORITETNE MJERE UNAPREĐENJA KONKURENTNOSTI HRVATSKOG TURIZMA – PREDVIDIVA DINAMIKA PROVEDBE

Mjere/podmjere/projekti		Opis
1.	Usklađivanje i unapređenje zakonskog okvira u funkciji jačanja poduzetništva i investicija	Usklađivanje zakonskih propisa te otklanjanje administrativnih prepreka koje iz tih propisa proizlaze u funkciji jačanja poduzetništva i investicija
1.a	Izmjene i dopune Zakona o prostornom uređenju i gradnji	Promjena klasifikacije turističkih zona, utvrđivanje načina raspolaganja etažiranim dijelovima turističkih zona, gradnja golf igrališta na šumskom zemljištu, te utvrđivanje građevinskih područja gdje se grade zgrade.
1.b	Izmjene i dopune propisa i mjera s područja rada i zapošljavanja	Reguliranje jednostavnih i neformalnih oblika zapošljavanja i uređenje radno pravnih instituta radnog vremena (preraspodjela radnog vremena) i odmora (dnevni i tjedni odmor) te poticanje zapošljavanja u turizmu.
1.c	Izmjene i dopune Zakona o pomorskom dobru i morskim lukama	Skraćivanje procedura za utvrđivanje granica pomorskog dobra, kvalitetnije rješavanje problematike koncesija na pomorskom dobru vezano uz plaže i nautički turizam.
1.d	Izmjene i dopune Zakona o šumama	Stvaranje preduvjeta za razvoj investicija u turizmu u šumi i na šumskom zemljištu, uz zaštitu šuma i šumskog fonda.
1.e.	Izmjene i dopune Zakona o zaštiti kulturnih dobara	Jasnije definiranje uvjeta, kriterija, financijskog okvira i rokova za utvrđivanje statusa kulturnog dobra.
1.f.	Izmjene i dopune Zakona o turističkom i ostalom građevinskom zemljištu	Definiranje stvarne površine kampa i urbanističke površine kampa te rješavanje pitanja vezanih uz kampove onako kako je to Zakonom propisano za turistička naselja i hotele.
2.	Ubrzavanje investicijske aktivnosti donošenjem posebnog zakona	Izrada posebnog zakona za realizaciju gospodarskih projekata koji su od interesa za RH.
3.	Ubrzano rješavanje imovinsko-vlasničke problematike	Stvaranje preduvjeta za ubrzavanje investicijskog procesa.
4.	Izrada i provedba programa privatizacije turističkih poduzeća u većinskom državnom vlasništvu	Razvoj modela i provedba privatizacije turističke imovine i/ili poduzeća u državnom vlasništvu.
5.	Gospodarsko aktiviranje turistički interesantnih objekata/lokaliteta kojima upravlja AUDIO	Skup mjera i aktivnosti nadležnih tijela i institucija sa svrhom stavljanja u turističku funkciju neperspektivne državne imovine.
6.	Proaktivna fiskalna politika u turizmu	Kontinuirano sagledavanje mogućnosti za smanjenje fiskalne presije.

Mjere/podmjere/projekti		Opis
7.	Pokretanje novih programa za poticanje razvoja malih, srednjih i velikih poduzetničkih poduhvata	Osiguranje sredstava za poticanje investicijske aktivnosti malih, srednjih i velikih poduzetnika u turizmu.
8.	Nacionalni program razvoja malih obiteljskih hotela	Utvrđivanje primjerenijeg i poticajnijeg institucionalnog okruženja za razvoj malih obiteljskih hotela.
9.	Nacionalni program unapređenja obiteljskog smještaja	Utvrđivanje primjerenijeg i poticajnijeg institucionalnog okruženja za povećanje kvalitete ponude smještaja u domaćinstvima.
10.	Stvaranje poduzetničkih klastera	Uspostava poduzetničkih klastera te osiguranje organizacijskih, financijskih i kadrovskih pretpostavki za njihovo funkcioniranje.
11.	Definiranje jedinstvenih kriterija za strateško planiranje turističkog razvoja i izrada strateških planova	Uspostava standardnog metodološkog okvira izrade strateških planova razvoja turizma. Usklađivanje postojećih i novih strateških planova razvoja turizma na županijskoj/lokalnoj razini s metodološkim okvirom.
12.	Regionalni/lokalni programi uređenja i upravljanja plažama	Uspostava sustavnog, promišljenog i održivog pristupa uređenju i upravljanju plažama.
13.	Akcijski plan razvoja nautičkog turizma – yachtinga	Ocjenjuju se lokacije buduće izgradnje, pri čemu prioritet imaju postojeće luke nautičkog turizma i luke otvorene za javni promet.
14.	Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma	Utvrđuju se prioriteti osuvremenjivanja ponude/usluge postojećih destinacija/institucija te se prepoznaju prioritetne lokacije za izgradnju novih sadržaja ponude.
15.	Akcijski plan razvoja kulturnog turizma	Utvrđuju se koncept optimalnog razvoja kulturno-turističke ponude kako Hrvatske, tako i pojedinih regija, te aktivnosti podizanja konkurentnosti i značajnijeg pozicioniranja kulture u turističkoj ponudi.
16.	Akcijski plan razvoja kongresne ponude	Utvrđuju se prioritetne destinacije za izgradnju novih kongresnih centara, izrađuje se procjena tržišne i financijske opravdanosti izgradnje, ali i pozitivnih i negativnih učinaka na okruženje.
17.	Akcijski plan razvoja golf ponude	Utvrđuju se konkretni, zemljišno-knjižno 'čisti' lokaliteti za izgradnju, razrađuje se koncept najbolje uporabe izabranih lokaliteta kao i prijedlog poslovno-upravljačkog modela.
18.	Program razvoja cikloturizma	Uspostava cjelovitog sustava biciklističkih staza na cijelom teritoriju Hrvatske, s naglaskom na glavna turistička područja te povezivanje urbanih područja s njihovom okolicom.
19.	Usklađivanje sustava obrazovanja u ugostiteljstvu s potražnjom	Racionalizacija broja obrazovnih institucija te stvaranje jačih regionalnih obrazovnih centara i specijaliziranih visokoškolskih ustanova.
20.	Nacionalni program cjeloživotnog učenja za djelatnike u turizmu	Sustavna provedba cjeloživotnog učenja za sve zaposlene u turizmu i ugostiteljstvu na neodređeno vrijeme, ali i doobrazovanja nezaposlenih za potrebe turizma.
21.	Preustroj sustava TZ i izgradnja efikasnog sustava upravljanja turističkom destinacijom	Organizacijske promjene i/ili prilagodbe postojećeg sustava turističkih zajednica i implementacija zadaća i odgovornosti regionalnih i lokalnih turističkih zajednica kao DMO.
22.	Izrada novog strateškog marketing plana hrvatskog turizma	Izrada novog strateškog marketing plana hrvatskog turizma kojim će se utvrditi marketinški strateški ciljevi te dizajn, komunikacija i distribucija vrijednosti za plansko razdoblje.
23.	Razvojni program specijalizacije receptivnih turističkih agencija	Razvoj sposobnosti kreiranja i plasmana jedinstvenih i pamtljivih doživljaja i turističkih paketa posebnih interesa, naročito u predsezoni i posezoni te u kontinentalnim destinacijama.
24.	Kontinuirana izrada TSA i regionalnih TSA	Osiguranje informacijskih, organizacijskih i međuinstitucionalnih pretpostavki za periodičnu izradu satelitskog računa turizma Republike Hrvatske.
25.	Promocija investicija u turizam	Definiranje središnjeg mjesta informiranja potencijalnih investitora na području turizma, priprema projekata, održavanje investicijskih konferencija i obilazak investitora.
26.	Pozicioniranje Ministarstva turizma kao posredničkog tijela u korištenju fondova EU 2014.-2020	Pozicioniranje omogućava stvaranje kvalitetnih pretpostavki za povlačenje sredstava iz EU fondova za potrebe projekata iz područja turizma.

17. POPIS TABLICA I SLIKA

1. Slika 1. Shematski prikaz međuodnosa ruralnog turizma, seoskog turizma i turizma na turističkim seoskim obiteljskim gospodarstvima 5
2. Slika 2. Usporedba gradskog i seoskog turizma 6
3. Slika 3. Sustav vrijednosti nove vizije Hrvatskog turizma 34
4. Slika 4. Potpora za suradnju tijekom razvoja novih poljoprivrednih i šumarskih proizvoda 55

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA
Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku Diplomski rad
Poljoprivredni fakultet u Osijeku
Sveučilišni diplomski studij, smjer Agroekonomika

Atraktivnost ruralnog turizma Slavonije i Baranje

Boris Petrić

Sažetak:

Razvoj ruralnog turizma bazira se na održivom razvoju, što se ogleda u revitalizaciji već postojeće, tradicijske gradnje odnosno baštine, kojoj se daje nova namjena, ona turistička. Područje Slavonije i Baranje ima veliki potencijal za razvoj turizma zbog svojih jedinstvenih prirodnih resursa i bogatog kulturnog naslijeđa, zbog čega je sam cilj ovoga rada ukazati na te znamenitosti, prikazati zašto je ruralni kraj Slavonije i Baranje atraktivan za turiste te ukazati na planove i smjernice daljnjeg razvoja. Usprkos raspolaganju nizom važnih preduvjeta, hrvatska se ponuda seoskog turizma sporije razvija, suočena s nerazvijenom domaćom potražnjom, nepoticajnim okruženjem, u određenoj mjeri i zapuštenim selima, te s izrazito razvijenom konkurencijom. Međutim, primjeri iz prakse pokazuju da se odgovarajućim pristupom i korištenjem baštine i tradicije mogu postići izvrsni rezultati, koristeći prirodne i društvene atraktivnosti kao temelje razvoja ruralnoga turizma. Na temelju relevantne literature, već postojećih istraživanja o ruralnom turizmu Hrvatske i ankete prikazane u radu, možemo iznijeti nekoliko zaključaka. Ruralni turizam treba obogatiti i temeljiti na korištenju baštine i tradicije jer se tako identificira promidžba nacionalne baštine i tradicije, kreiranje svijesti o identitetu, bogatija turistička ponuda, mogućnosti zapošljavanja, stvaranje imidža destinacije, i promjene u strukturi gostiju/posjetitelja, a koristi od takve turističke ponude ima društvo u cjelini, odnosno svi uključeni u ponudu, a posebno lokalno stanovništvo. Interes za korištenjem usluga ruralnog turizma ima, kao što se vidi po iskazanim rezultatima ankete u radu, ali treba poraditi na promociji, marketingu i informiranosti korisnika takvih usluga.

Rad je izrađen pri: Poljoprivredni fakultet u Osijeku

Mentor: prof.dr.sc. Tihana Sudarić

Broj stranica: 75
Broj grafikona i slika: 4
Broj tablica: 17
Broj literaturnih navoda: 89
Broj priloga: 2
Jezik izvornika: hrvatski

Ključne riječi: turizam, ruralni turizam, atraktivnost, agroturizam

Datum obrane:

Stručno povjerenstvo za obranu:

1. prof.dr.sc. Krunoslav Zmaić
2. doc.dr.sc. Tihana Sudarić
3. prof.dr.sc. Ružica Lončarić

Rad je pohranjen u: Knjižnica Poljoprivrednog fakulteta u Osijeku, Sveučilište u Osijeku, Kralja Petra Svačića 1d.

BASIC DOCUMENTATION CARD
Josip Juraj Strossmayer University of Osijek Graduate thesis
Faculty of Agriculture
University Graduate Studies, Agroeconomics

The attractiveness of rural tourism Slavonia and Baranja

Boris Petrić

Abstract:

The development of rural tourism based on sustainable development, which is reflected in the revitalization of the existing traditional buildings and heritage, which gives a new purpose, she tourist. And farm has great potential for tourism development because of its unique natural resources and rich cultural heritage, which is the actual goal of this paper is to point out these sights, show why the rural area of Slavonia and Baranja attractive for tourists as well as point out the plans and guidelines for further development. Despite their disposal a number of important preconditions, Croatia to offer rural tourism is developing slowly, faced with an underdeveloped domestic demand, unfairly penalize environment, to a certain extent and abandoned villages, and competition with highly developed. However, case studies show that appropriate access and use of heritage and tradition can achieve excellent results, using natural and social attractiveness as bases for the development of rural tourism. On the basis of the relevant literature, existing research on rural tourism Croatian and surveys presented in this paper, we present a few conclusions. Rural tourism should enrich and based on the use of heritage and tradition, as it identifies the promotion of national heritage and traditions, creating awareness of identity, richer tourist offer, job opportunities, creating a destination image, and changes in the structure of guests / visitors, and the benefits of such tourism offers a society as a whole, and all involved in the bid, especially the locals. Interest in using the services of rural tourism has, as shown by the survey results stated in the paper, but needs to work on promotion, marketing and information of users of such services.

Thesis performed at: Faculty of Agriculture in Osijek

Mentor: prof.dr.sc. Tihana Sudarić

Number of pages: 75
Number of figures: 4
Number of tables: 17
Number of references: 89
Number of appendices: 2
Original in: Croatian

Key words: tourism, rural tourism, attractiveness, agrotourism

Thesis defended on date:

Reviewers:

1. prof.dr.sc. Krunoslav Zmaić
2. doc.dr.sc. Tihana Sudarić
3. prof.dr.sc. Ružica Lončarić

Thesis deposited at: Library, Faculty of Agriculture in Osijek, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Kralja Petra Svačića 1d.