Strategije razvoja ruralnog turizma

Kvaranta, Martina

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:333163

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Odjel za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

MARTINA KVARANTA

STRATEGIJE RAZVOJA RURALNOG TURIZMA

Završni rad

Pula, 2017.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Odjel za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije
Studij kulture i turizma

MARTINA KVARANTA

STRATEGIJE RAZVOJA RURALNOG TURIZMA

Završni rad

JMBAG: 0140010615, izvanredni studij
Studijski smjer: Kultura i turizam

Predmet: Uvod u turizam
Znanstveno područje: Društvene znanosti
Znanstveno polje: Ekonomija
Znanstvena grana: Trgovina i turizam
Mentor: izv.prof.dr. sc. Jasmina Gržinić, znanstveni savjetnik

Pula, travanj 2017.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Martina Kvaranta, kandidat za prvostupnika studija Kulture i turizma, ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student:

_____

Martina Kvaranta

U Puli, 27. travanj 2017.

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Martina Kvaranta dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom „Strategije razvoja ruralnog turizma“ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu sa Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

Potpis:

_____

Martina Kvaranta

U Puli, 27. travanj 2017.

SADRŽAJ

1. Uvod 1

2. Selektivni oblici turizma 3

2.1. Koncept održivosti 4

2.2. Vrste selektivnog turizma 5

3. Ruralni turizam 7

3.1. Teorijska istraživanja problematike 8

3.2. Ruralni prostor 11

3.3. Tržišna diferencijacija 12

4. Ruralni turizam i suvremeni trendovi 15

4.1. Preferencije suvremene turističke potražnje 16

4.2. Prilagodbe turističke ponude 18

4.2.1. Standardizacija i klasifikacija objekata 19

4.2.2. Poticaji regionalnog razvoja 21

4.2.3. Ruralni turizam - izazovi i prijetnje 22

4.2.4. Uloge dionika 23

5. Strategije razvoja ruralnog turizma 25

5.1. Partnerstva dionika 25

5.2. Održivi turistički razvoj i osjetljivost ruralnih prostora 26

5.3. Kulturna baština ruralnih područja 28

5.4. Regionalna revitalizacija 29

5.5. Ruralna turistička iskustva 30

6. Primjeri djelovanja u ruralnom turizmu 33

6.1. Strategije razvoja – primjeri zemalja 33

6.1.1. Primjeri Europske prakse 33

6.1.2. Primjeri u međunarodnom turizmu 37

6.2. Komparativna analiza odabranih regija 39
6.3. Prognoze postupanja u budućnosti 44
7. Zaključak..... 46
LITERATURA..... 48
POPIS TABLICA I SLIKA 52
SAŽETAK..... 53
SUMMARY 54

1. Uvod

Turizam je jedna od najbrže rastućih industrija, okarakteriziran potrebom za stalnom diverzifikacijom ponuđenih proizvoda i destinacija. Najnoviji trendovi globalnog turizma ukazuju na velik interes za alternativnim oblicima turizma, među kojima su najtraženiji oni vezani uz prirodu. Ruralna su područja oduvijek bila privlačna za provođenje dokolice, a suvremeni turističko tržište sve više traži autentične vrijednosti i povratak zaboravljenim načinima života. Odgovor na suvremenu turističku potražnju pronalazimo u jednom od selektivnih oblika turizma, ruralnom turizmu.

Temeljni cilj istraživanja u ovome radu je definiranje, istraživanje i analiziranje strategija razvoja ruralnog turizma. Predmet istraživanja je mogućnost razvitka ruralnog turizma i njegov učinak na ruralni prostor u okviru strategija razvoja ruralnog turizma.

Nastavno na to postavljena su istraživačka pitanja: Što je ruralni turizam i koji su njegovi oblici? Koja je uloga turizma u regionalnom razvoju? Jesu li strategije razvoja ruralnog turizma u skladu s održivim razvojem ruralnih prostora? Postoji li jedinstveni model strategije razvoja ruralnog turizma? U radu se postavlja hipoteza temeljena na gore postavljenim pitanjima.

Glavna hipoteza glasi: Zemlje imaju različite strategije razvoja ruralnog turizma i modeliraju ih shodno resursima područja i turističkoj politici. U radu se postavljene i sljedeće pothipoteze: Budućnost razvoja ruralnog turizma trebala bi se temeljiti na strategijama koje su u skladu s održivim razvojem područja; Ruralni turistički proizvod zahtjeva daljnju diferencijaciju u svrhu veće konkurentnosti na tržištu.

Istraživanje se temelji na sekundarnim izvorima, a korištene su znanstvene metode analize, sinteze, kompilacije, komparacije i deskripcije.

Završni rad sastoji se od ukupno sedam međusobno povezanih poglavlja. Osim uvoda, drugo poglavlje pojašnjava selektivne oblike turizma, dok se treće odnosi na teorijsku obradu pojma ruralni turizam, njegov povijesni pregled i definiciju. Četvrto poglavlje obuhvaća suvremene trendove i ulogu ruralnog turizma u istima. Nadalje, peto poglavlje donosi prikaz strategija razvoja ruralnog turizma i korištenja ruralnih resursa

u turizmu. Šesto, posljednje, poglavlje predstavlja međunarodne primjere razvoja ruralnog turizma i komparativnu analizu odabranih regija. Ukazuje se na perspektive razvoja budućnosti ruralnog turizma i važnosti stvaranja novih proizvoda u svrhu zadovoljenja potreba turista. Posljednje poglavlje odnosi se na zaključak rada, nakon kojeg slijedi uvid u korištenu literaturu te popis tablica i slika korištenih u radu.

2. Selektivni oblici turizma

Turizam se u drugoj polovici 20. stoljeća počinje razvijati ubrzanim tempom, čemu je uvelike doprinio razvoj tehnologije, posebice prometnih sredstava. Paralelno s napretkom u tehnologiji dolazi do demokratizacije slobodnog vremena i dostupnosti godišnjeg odmora za najšire slojeve društva. Dominantni motiv godišnjeg odmora su „morska" zadovoljstva. Standardizirani proizvodi, redukcija troškova putovanja i olakšan pristup turističkim destinacijama dovode do povećanog interesa za turistička putovanja. Nabrojani faktori utjecali su na omasovljenje turizma, a vremenom su se počele uočavati i njegove negativne posljedice na prostor, lokalnu zajednicu i pojedinca.[1]

Nakon ekspanzije masovnog turizma, dolazi do razvojnog zaokreta, te se kao protuteža javlja selektivni turizam. Najvažnija karakteristika selektivnog turizma je postavljanje turista u fokus istraživanja i oblikovanja ponude i turističkih proizvoda. Disperzija ili diversifikacija ponude i turističkih proizvoda je važno obilježje selektivnih turističkih vrsta. „Veliki broj proizvoda turističke ponude je prilagođen manjim skupinama turista, životni vijek proizvoda je relativno kratak, a u tom procesu realizira se zadovoljenje potreba turista, poticanje razvoja novih potreba i rađanje novih proizvoda."[2]

Selektivne turističke vrste potiču regionalni koncept razvoja turizma, po kojem subjekti svoje turističke proizvode razvijaju koristeći komparativne prednosti resursa receptivne destinacije. Politiku i strategiju razvoja proizvoda u turizmu u potpunosti baziraju na resursima destinacije i potiču održivi razvitak, razvoj standarda neophodnih za zaštitu prirodnih resursa i povećanje sigurnosti turista u destinaciji.[3]

S obzirom na brzo širenje turističke industrije i brojne negativne posljedice iste na resurse destinacije istaknuta je potreba za pronalaskom primjerenijeg modela razvoja turizma, temeljenog na konceptu održivosti.

---

[1] Rabotić, B.: *Selektivni oblici turizma*, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, 2013., str. 12.
[2] Luković, T.: „Selektivni turizam, hir ili znanstveno-istraživačka potreba", *Acta turistica nova*, 2(1), 2008., str. 8.
[3] Ibidem, str. 9.

2.1. Koncept održivosti

Pitanje održivog razvoja sve češće se spominje u turizmu, te su mnoge debate na tu temu, a naglasak se stavlja na kvalitetu, kontinuitet i ravnotežu. Koncept održivosti odnosi se na sve oblike turizma koji koji su dugoročno usklađeni sa prirodnim, socijalnim i kulturnim okruženjem. Održivi razvoj se prvi put spominje početkom 70-ih godina prošlog stoljeća na Konferenciji UN-a o humanom razvoju, gdje ga se definira kao „razvoj koji zadovoljava potrebe sadašnje generacije bez ugrožavanja mogućnosti budućih generacija da zadovolje vlastite potrebe“.[4]

Održivi turistički razvoj temelji se na povezanosti turizma i održivog razvoja, te u svojoj biti pretpostavlja dugoročni razvoj i uspostavljanje ravnoteže između fizičkog okoliša i prihvatnog kapaciteta destinacije, ekonomsku održivost na dugi rok i očuvanje materijalne i nematerijalne baštine lokalne zajednice.

Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji (UNWTO: 2014)[5] održivi turizam brine o sadašnjim i budućim ekonomskim, socijalnim i ekološkim utjecajima, pritom naglašavajući potrebe posjetitelja, industrije, okoliša i lokalne zajednice. Svjetska turistička organizacija također tvrdi da bi održivi turizam trebao:[6]

- Osigurati optimalnu uporabu resursa iz okoliša, koji čine ključni element razvoja turizma održavajući esencijalne ekološke procese i pomažući očuvanju prirodne baštine i biološke održivosti;
- Poštivati sociokulturnu autentičnost domaćina, čuvati izgrađenu i naslijeđenu kulturnu baštinu i tradicionalne vrijednosti i doprinositi interkulturalnom razumijevanju i toleranciji;
- Osigurati održive, dugoročne ekonomske operacije, pravednu distribuciju socioekonomskih koristi svim interesnim dionicima, uključujući stabilnost zapošljavanja i prilika za zaradu, osigurati socijalne usluge u lokalnoj zajednici i doprinositi smanjenju siromaštva.

[4] Op.cit pod 1, str.13.
[5] Slivar I., Golja T.: *Europsko turističko tržište i trendovi razvoja*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2016., str. 147.
[6] Ibidem

U budućnosti će utjecaj na okoliš biti intenziviran, a negativne posljedice povećavat će se i neizravnim učincima turizma vezanih za razvoj urbanih područja, trgovine, prijevoznih usluga, infrastrukture i izgradnje kuća za odmor. Na umu treba imati nepromišljene aktivnosti u modernizaciji komunalne infrastrukture koje mogu poremetiti sklad ruralnog prostora i njegove resursne potencijale.

2.2. Vrste selektivnog turizma

Svijest o zagađenosti okoliša i potreba za očuvanjem drugih turističkih resursa istaknuli su prednosti oblika turizma čiji se razvoj temelji na održivosti. Raznoliki turistički potencijali stvaraju mogućnost stvaranja specifičnih oblika turizma u pojedinim destinacijama, a upravo se ti oblici predstavljaju kao dio razvojnog zaokreta u turizmu.

Shodno potonje navedenom pretpostavlja se da se razvoj selektivnih oblika turizma zasniva na većoj fleksibilnosti subjekata ponude. Turisti koji sudjeluju u selektivnim oblicima turizma u pravilu imaju višu razinu obrazovanja, iskustva i odgovornosti, te pripadaju kategoriji „novih“ turista istraživača. Glavni motivi njihovim putovanjima su bijeg od svakodnevnice, želja za istraživanjem novih mjesta, autentičnim proizvodima i doživljajima.

Kasper (1975)[7] je među prvima podijelio turizam na dvije osnovne podjele, prema motivaciji i prema uzrocima i vanjskim čimbenicima. Prema motivaciji dijeli se na rekreativni, kulturni, socijalni, sportski, komercijalni i politički turizam. Prema uzorcima i vanjskim čimbenicima podijeljen je prema podrijetlu, trajanju boravka, sezonama, broju sudionika, dobi sudionika, vrstama prijevoza, vrsti smještaja, učincima na platnu bilancu, načinu plaćanja i sociološkim kategorijama.

Postoje različite vrste selektivnog turizma, te je zbog dinamičnosti tržišta njihova potpuna klasifikacija gotovo nemoguća. Čorak (2006)[8] primjerice navodi sljedeću klasifikaciju vrsta selektivnih oblika turizma: ljetni odmorišni, nautički, kamping, kulturni, ekoturizam, ruralni, lovni, zdravstveni, planinski, omladinski i vjerski turizam.

[7] Kasper u Geić, S.: *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split, 2011., str. 239.
[8] Čorak, S., Mikačić, V.: *Hrvatski turizam, plavo bijelo zeleno*, Znanstvena edicija Instituta za turizam, Zagreb, 2006., str. 12.

Vrijedno je navesti podjelu selektivnih oblika turizma na tri osnovne grupe prema njihovoj razvojnoj resursnoj osnovi (Kesar: 2007):[9]

1. Selektivni oblici turizma čiji se razvoj temelji pretežno na prirodnim resursima (zdravstveni, seoski, nautički turizam, itd.);
2. Selektivni oblici turizma čiji se razvoj temelji pretežno na posebno pripremljenim (društvenim) resursima (kulturni, kongresni, vjerski turizam, itd.);
3. Selektivni oblici turizma čiji razvoj nije izravno vezan za prirodne odnosno posebno pripremljene resurse (studijska putovanja, shopping turizam, itd.).

Njegova je potpuna podjela unutar osnovnih grupa vrlo detaljna, međutim za potrebe ovog rada navedeno je nekoliko primjera.

Različitost ponude i turističkih proizvoda važno obilježje selektivnih oblika turizma. Proizvodi su prilagođeni zadovoljenju potreba manjim skupinama turista te poticanju stvaranja novih potreba i proizvoda. Nabrojani oblici turizma mogu doprinijeti produženju sezone i razvoju turizma u inače slabije razvijenim područjima.

[9] Kesar, O.: *Turizam i sport - razvojni aspekti*, Školska knjiga, Zagreb, 2007., str. 56.

3. Ruralni turizam

Analizom selektivnih oblika turizma uočava se uzlazni trend ruralnog ili seoskog turizma u svim razvijenim turističkim zemljama svijeta. Život posvećen tehnologiji i nezdravom načinu življenja u ljudima sve više budi želju za odmakom od užurbane svakodnevnice te okretanje seoskom ambijentu i organizaciji aktivnog i kvalitetnog odmora.

Nastanak ruralnog turizma vezuje se uz 11. i 12. stoljeće u Engleskoj, gdje je aristokracija provodila dokolicu loveći raznu divljač, no kao oblik društvene dokolice nema dugu tradiciju, te se javlja u Europi krajem 18. stoljeća.[10] Pojedinci kreću u potragu za idiličnim selima, čiji predmet zanimanja nije bila seoska kultura kao takva, već pejzaži viđeni na platnima čuvenih slikara. Zahvaljujući razvoju željeznice, znatno više ljudi započinje s posjetima ruralnim predjelima. Godine 1863. Thomas Cook organizira prvo putovanje u ruralnu Švicarsku gdje turisti uživaju u alpskom penjanju, pješačenju i zdravstvenim tretmanima.

Era ruralnog turizma započinje u drugoj polovini 20. stoljeća,[11] kada ljudi potaknuti nezadovoljstvom života u gradu (buka, zagađenje, stres) traže trenutke opuštanja i predaha u prirodi.

Pojedina mjesta u kojima je danas razvijen ruralni turizam, poput Alpa ili Pirineja, započeli su svoj turistički razvitak kao sportski turistički centri orijentirani isključivo na zimski period, koje su potom turisti počeli posjećivati i tokom ljeta, uživajući u rekreativnim šetnjama i razgledavanju pejzaža. S obzirom na činjenicu da je ruralno stanovništvo sve više zainteresirano za ruralni ambijent, relevantne strukture se počinju aktivno baviti njegovim razvojem i unaprjeđenjem.

[10] Ružić, E.: *Ruralni turizam, Grad Senj*, Senj, 2010, (http://www.ras.hr/media/ruralni_turizam.pdf) (13.2.2017.), str. 2.
[11] Op.cit pod 1., str. 50.

3.1. Teorijska istraživanja problematike

U slobodnom prostoru i selima razvija se posebna vrsta turizma koja se na engleskom jeziku naziva „Rural tourism“, na francuskom „Tourisme rural“, na talijanskom „Turismo rurale“, na njemačkom „Ferien auf dem Land“.[12] Na hrvatskom jeziku za ovu vrstu turizma najprihvatljiviji je naziv „Ruralni turizam“. Hrvatski „Rječnik turizma“ u definiranju pojma ruralni turizam vrlo je skroman i opisuje ga kao „ruralni turizam (engl. Rural tourism) ! seoski turizam“.[13]

Vijeće Europe (1986)[14] ruralni turizam definira kao turizam koji obuhvaća sve aktivnosti u ruralnom području, a ne samo one koje bi se mogle odrediti kao farmerski ili agroturizam. Njegova najvažnija obilježja su: mirna sredina, odsutnost buke, očuvani okoliš, komunikacija s domaćinima, domaća hrana i upoznavanje sa seljačkim poslovima.

Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji (Slika 1.), koncept ruralnog turizma uključuje elemente ruralnog područja, nasljeđa, života i ruralnih aktivnosti čiji je nukleus ruralna turistička zajednica.

Slika 1. Koncept ruralnog turizma



Izvor: izrada autorice prema: *Rural Tourism in Europe: Experiences, Development and Perspectives*, World Tourism Organization, 2004., str. 13 (http://www.idestur.org.br/download/20120219145557.pdf) (12.2.2017.)

[12] Temeljeno na zaključcima seminara „Strategija razvoja ruralnog turizma u Južnoj Europi“ (1991) poljoprivredni sajam, Bilbao, Španjolska. O tome detaljnije cf. Jelinčić, D. A.: *„Agroturizam u europskom kontekstu“*, Studia ethnologica Croatica, 19(1), 2007, str. 271.
[13] Op. cit pod 8., str. 171.
[14] Ružić, P.: *Ruralni turizam*, Institut za poljoprivredu i turizam, Poreč, Pula, 2005., str. 15.

Ruralni turizam je uvjetovan turističkim atrakcijama koje se nalaze u ruralnim područjima. Njegova važnost ogleda se u interakciji poljoprivredne proizvodnje, tradicionalnih proizvoda, prezentiranja tradicije, tradicijske gastronomije i turističkih usluga, te korištenju već postojećih resursa. Zadire u dva gospodarska sektora, turizam i poljoprivredu, te ih zajedno oblikuje u specifičnu turističku ponudu koja se može ostvarivati unutar seljačkog gospodarstva ili na seoskoj razini.[15] Privređivanje seljačkih gospodarstava dolazi iz vlastite proizvodnje što je osnovna djelatnost, dok su ugostiteljsko - turističke usluge dopuna ponudi.

Definicija i standardi ruralnog turizma u Europi utvrđeni su na Generalnoj skupštini Europske federacije ruralnog turizma „Eurogites“ 2005. godine.[16] Kriteriji (Tablica 1.), doneseni nakon višegodišnjih rasprava i prijedloga, podržani su od strane svih država članica Federacije i vrijede za ruralni turizam cijeloga europskog teritorija.

[15] Demonja, D., Ružić, P.: *Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima*, Meridijani, Zagreb, 2010., str 12.
[16] Ibidem, str. 21.

Tablica 1. Kriteriji za definiranje okvira ruralnog turizma

KRITERIJI	OPIS
Smještaj domaćinstva u prirodnom okruženju, selu ili malom gradu	Manje od 5000 stanovnika u selu/gradu ili u vrlo tipičnim/tradicionalnim naseljima
Ruralno okruženje s izraženim obilježjima tradicionalnog poljodjelstva ili s izuzetnim prirodnim vrijednostima	Izuzetne prirodne vrijednosti su park prirode ili slično. „Tradicionalno poljodjelstvo“ isključuje prevladavajuću industrijsku poljoprivredu (vizure kojima dominiraju staklenici, iznimno veliki proizvodni objekti, i slično)
Turizam nije glavna ili prevladavajuća aktivnost ili izvor prihoda u bližoj okolici	Odnos broja turističkih kreveta i stanovnika u ruralnim područjima ne smije preći 1:1
Dobra zaštita životne sredine, miran i tih položaj, bez buke ili zagađenja	Prihvatljivi su mirisi i buka karakteristični za tradicionalnu poljoprivrednu proizvodnju
Autentičnog smještajnog objekta ili ambijenta	-
Gostoljubivost- osnovna briga domaćina o gostu	-
Mali kapacitet smještajne jedinice	Gornja granica kapaciteta je 40 kreveta ako nije zakonski određen ili propisan internom standardizacijom članice
Poštivanje propisanih kriterija u ocjenjivanju	Poštivanje prilagođenih standarda Federacije u ocjeni kvalitete
Društvena i socijalna održivost u kontekstu multi-funkcionalnih aktivnosti na ruralnom području	Primjena kriterija iz „Agende 21“ za turizam kada budu osmišljeni
Povezanost s lokalnom zajednicom i tradicionalnom kulturom	Minimum je integracija aktivnosti u okvire zajednice iz okruženja, gosti imaju mogućnost ostvariti kontakt s lokalnom realnošću ako to žele
Lokalni proizvodi i gastronomija	Dostupni u okruženju
Kultura (folklor, zanatski proizvodi, običaji, nasljeđe)	Dostupni u okruženju
Isključujući kriteriji su: Gradski i industrijski lokaliteti i njihova okolica Područja masovnog ili izrazito razvijenog turizma Buka, rizici/opasnosti, vidljiva ili druga zagađenja	Tipični ruralni utjecaji su prihvatljivi

Izvor: Demonja, D., Ružić, P.: *Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvim*a, Meridijani, Zagreb, 2010., str. 23.

Usprkos jasno definiranim okvirima i dalje postoji problem u razlikovanju turizma, kako općenitog tako i onog ruralnog. U nastavku rada će razlike biti dodatno pojašnjene.

3.2. Ruralni prostor

Ruralni prostor je osnovni resurs za razvoj ruralnog turizma koje donosi novi prosperitet u siromašna ruralna područja. Univerzalna definicija i metodologija diferenciranja ruralnih i urbanih područja ne postoji.

Ruralnim se smatra svako područje izvan građevinskog područja gradova na kojem naselja i infrastruktura (najčešće nerazvijena) zauzimaju manji dio površine. To je sredina s manjom koncentracijom stanovnika u kojem prevladavaju poljoprivredne djelatnosti i šumarstvo i koju karakteriziraju posebni običaji i identitet. Za ta područja karakteristične su brojne različitosti krajolika poput planina, obala, rijeka, jezera, poljoprivrednih površina i sl.

Lukić (2012.) [17] za definiranje urbanih, odnosno ruralnih naselja koristi pet temeljnih kriterija: veličina naselja, gustoća naseljenosti, administrativni status, socio-ekonomska struktura i mobilnost stanovništva te urbana infrastruktura i morfološka obilježja naselja.

Prema organizaciji za Ekonomsku suradnju i razvoj, ruralnim područjem na lokalnoj razini se smatra zajednica s gustoćom stanovništva ispod 150 stanovnika na kilometar kvadratni. Na regionalnoj razini geografske jedinice se grupiraju u tri tipa: dominantno ruralne (50%), u značajnoj mjeri ruralne (15-50%) i dominantno urbanizirane regije (15%).[18] Kriterij gustoće naseljenosti varira unutar zemalja OECD-a (tablica 2).

[17] Lukić, A.: *Mozaik izvan grada : tipologija ruralnih i urbaniziranih naselja Hrvatske*, Meridijani, Samobor, 2012., str. 35
[18] Op.cit pod 15., str. 13.

Tablica 2. Nacionalni kriteriji za ruralna naselja

Država	Koncentracija stanovnika
Australija	populacijski klasteri sa brojem stanovnika manjim od 1000, u što nisu ubrojena određena područja poput odmarališta
Austrija	mjesta sa brojem stanovnika manjim od 5000
Kanada	mjesta sa brojem stanovnika manjim od 1000, što podrazumijeva gustoću manju od 400 ljudi po kvadratnom kilometru
Danska i Norveška	aglomeracije sa manje od 200 stanovnika
Engleska i Wales	nije definirano, međutim Komisija za ruralni razvoj isključuje gradove sa više od 10 000 stanovnika
Francuska	gradovi koji sadrže aglomeraciju sa manje od 2 000 ljudi koji žive u kućama u nizu ili s ne više od 200 metara između kuća
Portugal i Švicarska	mjesta s manje od 10 000 stanovnika

Izvor: izrada prema: *Tourism strategies and rural development*, OECD, Paris, 1994., str. 9. (https://www.oecd.org/cfe/tourism/2755218.pdf) (12.2.2017.)

Tablica ilustrira nacionalne kriterije za veličinu ruralnih naselja u nekim od zemalja članica. Tipična ruralna područja imaju mali broj stanovnika (uvijek manji od 10 000 stanovnika) što rezultira malim naseljima na većim udaljenostima.

3.3. Tržišna diferencijacija

Ruralni turizam sastavljen je od različitih oblika turizma te je samim time kompleksna vrsta turizma. Podijeljen je u velik broj pojavnih oblika, nastalih na temelju specifičnosti ruralnih prostora i njihovih atrakcijskih osnova. Njegovi su oblici odraz zahtjeva turista, kojima se prilagođava turistički proizvod i ponuda. Prepoznajući želje turista ruralna područja pružaju mogućnosti različitih aktivnosti.

Prema popisu sačinjenom pri Vijeću Europe te aktivnosti možemo podijeliti na aktivnosti prikazane u tablici br. 3.

Tablica 3. Turističke aktivnosti na ruralnom području

Aktivnosti	Opis
TURE	-pješačenje (pješačke staze, prirodni parkovi, *fitness* staze) -jahanje (konji, magarci) -ture u kamp-kućici -motorizirane ture (sva terenska vozila, motocikli) -vožnja biciklom -trčanje na skijama
AKTIVNOSTI NA VODI	-ribolov -plivanje -boravak na rijekama (kućice na vodi, čamci, teglenice) -kanu i *rafting* -*windsurfing* -utrkivanje brzim čamcima -jedrenje
AKTIVNOSTI U ZRAKU	-malima zrakoplovima -jedrilicama, *hang-gliding* -balonima na topli zrak
SPORTSKE AKTIVNOSTI	-tenis -golf -spuštanje i penjanje po stijenama
AKTIVNOSTI OTKRIVANJA ZANIMLJIVOSTI, RADNIH PROCESA	-lokalna proizvodnja, poljoprivredna poduzeća
KULTURNE AKTIVNOSTI	-arheologija -područja pod restauracijom -tečajevi ručnog rada -umjetničke radionice -folklorne skupine -kulturni, gastronomski i drugi izvori i podrijetla
AKTIVNOSTI ZDRAVSTVENOG KARAKTERA	-fitness trening -zdravstvene pogodnosti

Izvor: Demonja, D., Ružić, P., *Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima*, Meridijani, Zagreb, 2010., str 29.

Temeljem nabrojanih aktivnosti nastaju brojni oblici ruralnog turizma koje dijelimo na seljački (agroturizam), rezidencijalni, zavičajni, sportsko-rekreacijski, avanturistički, zdravstveni, edukacijski, tranzitni, kamping, nautički, kontinentalni turizam, kulturni,

vjerski, lovni, ribolovni, vinski, gastronomski, prirodi bliski turizam, ekoturizam i dr.[19] Nabrojane vrste sadrže i svoje podvrste, poput biciklističkog turizma, planinarenja i slično. Oblike ruralnog turizma možemo dijeliti i prema dužini boravka na prolazni, izletnički i boravišni, a prema lokaciji na primorski i kontinentalni koji se javlja u tri oblika: gradski, ruralni i turizam turističkih centara.[20]

Istraživanjem je uočeno da se ruralni turizam često u raspravama i praksi izjednačava sa pojmom seoskog ili agroturizma, međutim valja napomenuti da je agroturizam osnovni segment ruralnog turizma i samim time predstavlja osnovni čimbenik njegovog razvoja.

[19] Op.cit pod 14., str. 15.
[20] Op.cit pod 15., str. 25.

4. Ruralni turizam i suvremeni trendovi

Megatrendovi označavaju raširenije i snažnije trendove, nastaju kao rezultat strukture samog sektora, njegove dinamike i okvira u kojem se razvija, te globalnih promjena u društvu. Svjetska turistička organizacija izdvaja šest važnih trendova u svjetskom turizmu:[21]

- sve je više iskusnijih i zrelijih putnika,
- sve je više starijih putnika (izraženo kod zapadnih društava),
- povećavana je konkurentnost između turističkih destinacija,
- kvaliteti usluga pridaje se sve veća važnost,
- povećana je briga za sigurnost i stabilnost putnika tijekom putovanja i njihova boravka u turističkim destinacijama,
- uvode se nove tehnologije.

Trendove osim na globalnoj, možemo promatrati i na regionalnoj razini. Prema istraživanju Europske komisije, na turističkom tržištu Europske unije se uočava osam megatrendova, a to su:[22]

- Globalizacija – ispreplitanje različitih društva, kulture i ekonomije čemu pogoduju političke promjene i odluke, tehnološke promjene, demokratizacija financijskih tržišta, bolja međunarodna povezanost;
- Demografske promjene – starenje populacije i rast samačkih domaćinstava;
- Pristup informacijama i razvoj kompjuterske tehnologije – Internet, društvene mreže, navigacijski satelitski sustavi, mobilni telefoni olakšavaju pristup informacijama. Jednostavnija rezervacija i organizacija putovanja i boravka;
- Rast potražnje za potpunim doživljajem – turisti u potrazi za ekonomijom doživljaja ili posebnim iskustvima, sve važnija autentičnost, originalnost, dodana vrijednost, a manje funkcionalnost;

[21] Nordin, S.: *Tourism of Tommorow - Travel Trends and Forces of Change*, European tourism research institute, Ostersund, 2005., str. 51.
[22] Study on the Competitiveness of the EU tourism industry, Ecorys Research and Consulting, 2009., str. 146 (http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=5257) (20.2.2017.)

- Individualizacija putovanja – u potrazi za turističkom ponudom po mjeri čovjeka. Individualizacija utječe na porast potražnje za selektivnim turističkim oblicima i specijaliziranim proizvodima;
- Održivi razvoj – globalne klimatske promjene i sve izraženija svijest o zagađenju okoliša dovodi do potražnje za ekološki, društveno i ekonomski održivom potrošnjom;
- Zdravlje i wellness – suvremenom čovjeku sve važnija je briga za vlastito zdravlje, jača interes za tradicionalnim medicinskim tretmanima, tretmanima ljepote, zdravoj prehrani;
- Poslovanje po principu niskih troškova – rast niskotarifnih prijevoznika.

Nabrojani trendovi većinom nisu novi, već su se etablirali u posljednjih nekoliko godina. Bitno ih je prepoznati i analizirati zbog njihove važnosti za industriju turizma. Analiza trendova donosi uvid u položaj zemalja na tržištu i omogućuje brzu prilagodbu promjenama. Prilagodba je nužna u smislu zauzimanja što konkurentnije tržišne pozicije.

4.1. Preferencije suvremene turističke potražnje

Preduvjet razvoja ruralnog turizma je potražnja. Važan trend suvremene potražnje je promjena u preferencijama suvremenih turista. Suvremena turistička potražnja je sofisticirana, zahtjevna, selektivna. U porastu je broj turista koji su aktivni na odmoru, traže doživljaj, učenje i sudjelovanje. Suvremeni turist je obrazovan, iskusan i ekološki osviješten, traži višu kvalitetu i standard. Zahtjevan je i izbirljiv, od odmora očekuje relaksaciju kako tijela tako i duha. Sve veću pozornost pridaje sigurnosti za vrijeme putovanja, te putuje češće ali kraće. Navedene karakteristike potaknule su stalni porast potražnje za ruralnim turizmom.

Prema Čavlek (2011)[23] trendovi turističke potražnje se odnose na promjene kod osoba koje sudjeluju ili bi željele sudjelovati u turističkim kretanjima. Istraživanjem i analizom

[23] Kesar, O. et al: *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 54.

se utvrđuje što ih motivira na korištenje različitih turističkih usluga u mjestima izvan svog uobičajenog okruženja.

Turiste na potražnju za putovanjem potiču činitelji potražnje, koji mogu biti objektivni ili subjektivni. Objektivni činitelji razvoja turizma ovise o pojedincu i proizlaze iz njegovog životnog standarda. Subjektivni pokretački čimbenici proizlaze iz ponašanja pojedinca i u djelovanje stupaju tek nakon postojanja objektivnih. U skupinu objektivnih činitelja potražnje ubrajamo radnu i životnu sredinu, prirodni ambijent, slobodno vrijeme, slobodna sredstva i ostale objektivne čimbenike. Pod subjektivnim čimbenicima potražnje podrazumijevamo subjektivno ponašanje pojedinca. Važan pokretački čimbenik može primjerice biti moda, oponašanje, snobizam, prestiž i dr.[24] Često postoje objektivni uvjeti poput slobodnog vremena i novca, ali od čovjekovog subjektivnog ponašanja hoće li svoje vrijeme i novac iskoristiti na turistički način.

Potražnja za ruralnim turizmom u stalnom je porastu sukladno sljedećim trendovima u razvijenom svijetu:[25]

- Povećanje slobodnog vremena i samim time veći broj dana pogodnih za putovanja i kraća izletnička ili vikend putovanja;
- Veći interes za putovanja i odmor u ruralnim prostorima zbog iskonske prirode i kulturne baštine koja je najčešće autohtona;
- Briga za zdravlje i svjesnost koristi od zdravog načina življenja i odmaranja;
- Rast posredničkih čimbenika koji nude ruralni turizam te novih marketinških instrumenata (internet) koji su na raspolaganju subjektima potražnje i ponude;
- Razvoj tehničkih pomagala, sredstava i opreme koji omogućavaju maksimalno korištenje resursa ruralnog prostora i prilagođavanje ponude svim potrebama potražnje (od mirnih šetnji uz prirodu do najekstremnijih, avanturističkih sportova).

U sljedećem potpoglavlju predstavljene su prilagodbe ponude ruralnog turizma suvremenoj turističkoj potražnji.

[24] Op.cit pod 14., str. 42.
[25] Op.cit pod 7., str. 373.

4.2. Prilagodbe turističke ponude

Prema Čavlek (2011)[26] trendovi turističke ponude se odnose se na promjene na tržištu kod ponuđača roba i usluga koje se nude po određenim cijenama radi zadovoljenja turističkih potreba turističke potražnje. Manje su izraženi od trendova turističke potražnje, a utvrđuju se istraživanjem i analizom obilježja, podataka ili pojava.

Uvjet za razvoj ruralnog turizma je postojanje odgovarajuće ponude. U ruralnom turizmu turistička ponuda se osmišljava na temelju postojećih potencijala koji uključuju:[27] tradicijsku arhitekturu (kuće, zgrade, ostali objekti/građevine tradicijske ruralne arhitekture), poljoprivrednu proizvodnju i pojedine vještine ili znanja (tradicijsko zanatstvo, izrada narodnih instrumenata, folklor, običaji, lov, ribolovstvo, konjaništvo i sl.). Turistička ponuda se može temeljiti i na iskorištavanju resursa položaja domaćinstva ili njegove bliže okolice kao što su primjerice: osobito vrijedan prirodni položaj (zaštićeni krajolik, park prirode ili nacionalni park) ili položaj unutar vrijedne i zaštićene arhitektonske i kulturne cjeline.

Za ruralni turistički proizvod krucijalna je kvaliteta zasnovana na autentičnosti. Prilagodba potražnji te inovacije i kreativnost ključni su čimbenici u razvijanju ponude ruralnog turizma. Primjer prilagodbe ponude mogu biti manifestacije i događaji povezani sa lokalnim tradicijama (npr. Dani pršuta, Dani Jagoda), organizacija povijesno-kulturnih događaja, ture proučavanja biljnog i životinjskog svijeta, lokacija i kulturološko povijesnih artefakata. Turisti mogu sudjelovati u poljoprivrednim radovima (berba maslina, grožđa, žetva), pučkim igrama (boćanje, lokalne kartaške igre), isprobavati tradicionalne tehnike prilikom izrade alata, igrački, nakita i sl.

Temeljem analize najboljih europskih primjera u praksi ruralnog turizma, za razvoj su važne sljedeće kategorije kapaciteta:[28] agroturizam, ruralna kuća za odmor, kušaonica, ruralni B&B (*bed and breakfast*), ruralni obiteljski hotel i difuzni hotel. Agroturizam predstavlja tip seoskog domaćinstva kod kojega je osnovna djelatnost

[26] Op.cit pod 23., str. 61.
[27] Demonja, D., Baćac, R.: „Ruralna graditeljska baština u funkciji turističke ponude Hrvatske“, *Podravina: časopis za multidisciplinarna istraživanja*, 4(23), 2013, str. 137.
[28] Strategija razvoja ruralnog turizma Splitsko-dalmatinske Županije, Horwath i Horwath Consulting Zagreb, Zagreb, 2009., str. 98. (http://www.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/ruralni-turizam-strategija.pdf) (12.2.2017)

poljoprivredna proizvodnja, a dodatnu aktivnosti čine turističke usluge smještaja i prehrane gostiju. Ruralna kuća za odmor je adaptirana tradicionalna kuća kod koje se poštuju uvjeti tradicijske arhitekture i izgradnje, a može biti i vjerna kopija originalne tradicijske kuće. Kušaonicu predstavlja domaćinstvo kojemu je također osnovna djelatnost poljoprivredna proizvodnja, usmjerena na jedan ili najviše dva proizvoda karakteristična za mjesto u kojem se domaćinstvo nalazi (primjerice vino, rakije, sir, med). Domaćinstvo koje uz osnovnu uslugu smještaja nudi i uslugu doručka nazivamo ruralnim B&B-om. Ruralnim obiteljskim hotelom se smatra domaćinstvo sa većim brojem kreveta, organizirano u tradicionalnim objektima s atraktivnim prirodnim okruženjem, koje prema svojoj veličini mogu imati veći broj soba. Difuzni hotel možemo definirati kao horizontalni hotel smješten u povijesnoj jezgri nekog mjesta, a može obuhvaćati cijelo mjesto (selo) kao hotel ili više dislociranih smještajnih jedinica (soba ili kuća) organiziran kao hotel s centralnom recepcijom i ostalim uslugama, primjerice restoranom. Više međusobno nepovezanih tradicijskih objekata mogu činiti komforni smještaj koji pružaju obiteljski ruralni hoteli.

4.2.1. Standardizacija i klasifikacija objekata

U većini zemalja zakonom nije propisana obvezna klasifikacija i standardizacija objekata na razini države, već su propisani samo minimalni uvjeti koji se moraju zadovoljavati kako bi objekt mogao dobiti registraciju za bavljenje turizmom.

Italija je jedna od rijetkih država koja posjeduje zakon na državnoj razini (okvirni zakon na temelju kojeg svaka talijanska regija donosi svoj zakon), dok primjerice Austrija, Francuska, Velika Britanija i Cipar nemaju zakone na razini države, već kontrolu kvalitete provode razne turističke organizacije i nevladine udruge.[29]

Standardima kvalitete objektivno se utvrđuje kvaliteta turističke ponude, i to po osnovnim grupama kriterija kojima se „mjeri“ atraktivnost položaja gospodarstva, njegovo unutarnje opremanje i uređenje, vanjsko uređenje objekta i neposrednog okoliša, ponuda smještaja i/ili prehrane gostiju, osposobljenost vlasnika gospodarstva i njegovih članova obitelji u određenim vještinama od značaja za kvalitetnu organizaciju

[29] Jelinčić, D. A.: „Agroturizam u europskom kontekstu“, *Studia ethnologica Croatica*, 19(1), 2007, str. 284.

i poslovanje gospodarstva, aktivnosti organiziranih za gosta (dodatne aktivnosti), dodatnu opremu i komfor boravka.[30]

Usprkos nepostojanju zakonske klasifikacije i standardizacije, u zemljama Europske unije pronalazimo različita rješenja navedenom problemu:[31]

- U Francuskoj je klasifikaciju i standardizaciju donijelo nacionalno udruženje Gites de France uz suglasnost nadležnih ministarstava. Gites de France je razradio minimalne uvjete koji se odnose na lokaciju, uređenje i komfor gospodarstva, a objekte obilježavaju znakom kukuruza (ovisno o kvaliteti, 1 - 5 kukuruza). Druga nacionalna udruga koja okuplja ruralne turističke objekte nije donijela posebnu standardizaciju, ali je znak udruge kojima su obilježena gospodarstva garancija kvalitete usluga;
- U Austriji također nije zakonom propisana obavezna standardizacija gospodarstava, međutim uvjete je donijela nacionalna federacija seoskog turizma Austrije. Zakonom su propisani samo minimalni uvjeti koje gospodarstvo mora zadovoljavati. Čak je 150 kriterija pomoću kojih se vrednuje kvaliteta gospodarstva, a navedeni su podijeljeni u cjeline. Znak obilježavanja gospodarstava su margarete (2 – najniža kategorija, 4 – najviša kategorija);
- U Italiji su standardi kvalitete obvezatni i propisani pojedinačnim zakonima regija. Na osnovi okvirnog državnog zakona svaka regija ima mogućnost propisati obveznu kvalifikaciju i standardizaciju, uvažavajući teritorijalne i kulturološke specifičnosti. Standardi su podijeljeni na obavezne standarde (moraju ih imati sva gospodarstva) i dodatne standarde koji utječu na klasifikaciju. Gospodarstva se označavaju sa znakom klasa (ovisno o kvaliteti, 1 – 3 klasa).

Standardizacija prilagođena ruralnom turizmu služi kao instrument za daljnje unaprjeđenje kvalitete ponude i daje jasne smjernice vlasnicima objekata o načinima podizanja kvalitete, a istovremeno informira turista o kvaliteti koja se nudi.

[30] Priručnik za bavljenje seoskim turizmom: Korak po korak od ideje do uspješnog poslovanja, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Hrvatska, 2011., str. 188. (http://www.mint.hr/UserDocsImages/Prirucnik_Seoski_turizam.pdf) (15.2.2017.)
[31] Ibidem, str. 176-182

4.2.2. Poticaji regionalnog razvoja

U ruralnim područjima najvažnije gospodarske djelatnosti su poljoprivreda, šumarstvo, lov i ribolov. Razvitkom ruralnog turizma, koji je jedan od osnovnog pokretača daljnjeg razvoja poljoprivrede omogućava se širenje tržišta i ostvarivanje brojnih ekonomskih i neekonomskih pozitivnih učinaka za ruralna područja. Ta su područja trenutno mjesta velikog broja negativnih trendova poput deagrarizacije i depopulacije, masovnog iseljavanja u velike gradove i prepuštanju sela propadanju, malog postotka žena reproduktivne dobi te loših životnih uvjeta za mlade obitelji.

Prema Demonji i Ružiću (2010), ruralni turizam je aktivnost koja u ruralnoj sredini ostvaruje proizvodne, financijske zaštitne i druge učinke koji su vidljivi u:[32]

- Povećanju primarne poljoprivredne proizvodnje;
- Razvoju preradbene poljoprivredne proizvodnje;
- Razvoju nepoljoprivrednih djelatnosti;
- Očuvanju naselja i objekata od propadanja;
- Očuvanju okoline od svih vrsta onečišćenja;
- Zapošljavanju novih djelatnika i zadržavanju mladih na selu;
- Osiguravanju mogućnosti ostvarivanja dodatnih prihoda;
- Oživljavanju poljoprivrede i njezinom povezivanju s turizmom;
- Poticanju razvoja domaće kvalitetne organski-biološki proizvedene hrane i one tradicionalne;
- Razvoju gospodarstva ruralnog područja;
- Razvoju dopunskih djelatnosti na seljačkim obiteljskim gospodarstvima;
- Korištenju viška prostora u postojećim zgradama na seljačkim gospodarstvima,
- Očuvanju povijesnih, graditeljskih i kulturnih vrijednosti sela,
- Razvoju poduzetničkog duha, itd.

Razvoj ruralnog turizma i valorizacija resursa ruralnih područja pokreće niz gospodarskih i negospodarskih aktivnosti. Ruralni turizam donosi potencijalno rješenje mnogih problema s kojima se suočavaju ruralni prostori. Kao jedan od formi održivog

[32] Op.cit pod 15, str. 62.

razvoja u ruralne krajeve donosi mnoge pozitivne utjecaje na poljoprivrednu proizvodnju, prihode i općenito životni standard ruralnih stanovnika.

4.2.3. Ruralni turizam - izazovi i prijetnje

Pred razvojem ruralnog turizma, čiji je prostor osjetljiv na sociološke, gospodarstvene, prostorne i druge interferencije, stavljeni su brojni izazovi.

Ruralni turizam je sve češće prihvaćen kao jedna od strategija razvoja lokalne zajednice. U područjima koja se ne smatraju turističkim destinacijama u tradicionalnom smislu se razvija dvojako: s jedne strane kao rezultat poduzetničkih aktivnosti usmjerenih u privlačenju posjetitelja, a s druge strane porast broja posjetitelja u ruralnim područjima dovodi do generiranja potražnje za turističkim uslugama, što rezultira rastom poduzetničkih aktivnosti na lokalnoj razini.[33] Za razvoj ruralnog turizma vrlo je važno usmjeravanje uz maksimalno uvažavanje lokalnih obilježja, a ne samo prilagođavanje lokalne ponude turističkoj potražnji.

Usprkos velikom broju prednosti razvoja ruralnog turizma, postoji i određen broj izazova i prijetnji. Primjerice turistički razvoj je neujednačen i njegov učinak je različit od regije do regije. Također, turizam omogućuje brz ekonomski rast, no često je uzrokom i njegovog brzog pada, pa je važno pažnju posvetiti proizvodnim ciklusima i krajnje nepredvidljivoj potražnji i konkurenciji u turističkoj industriji. Iako pogoduje nastanku malih poduzeća, njihova kvaliteta je upitna. U ruralnom turizmu velik problem predstavlja i nedostatak suradnje između poslovnih subjekata, te njih i vanjskih agencija. Radna snaga je u turističkoj industriji nisko plaćena, a dodatan problem stvara i sezonalnost, što dovodi do stvaranja profita samo u jednom dijelu godine.[34] Turizam može dovesti i do porasta cijena nekretnina. Problem se javlja i u zaštiti okoliša te u obliku socio-kulturalnih prijetnji. Naime, ruralni turizam odvija se unutar osjetljivog prirodnog okruženja, pa tako mnoge studije ističu prijetnje koje donosi turizam. Ruralno područje je vrlo krhko te lako doživljava prirodne i kulturološke štete ili druge nepovoljne promjene koje može izazvati razvoj turizma. Ukoliko se naruši i

[33] Petrić, L.: „Izazovi razvoja ruralnog turizma : dosadašnja praksa u Europi i reperkusije na Hrvatsku“, *Acta turistica*, 18(2), 2006, str. 5.
[34] Ibidem, str. 10.

ošteti postojeći red prirodnih i kulturoloških bogatstava, uništava se „ruralnost“, kao osnovna komponenta turističke privlačnosti ruralnog prostora. Na taj način ruralna destinacija započinje proces vlastitog samouništenja.[35]

Hoće li u određenoj zajednici prevladati pozitivni ili negativni učinci razvoja turizma nije moguće predvidjeti, međutim važno je pomno isplanirati njegov razvoj kako bi se izbjegli mnogi problemi s kojim su se uslijed nedostatka istog suočile mnoge poznate turističke destinacije.

4.2.4. Uloge dionika

U razvoju ruralnog turizma svoju ulogu ima čitav niz dionika. U dionike ubrajamo:[36] relevantna ministarstva, lokalnu zajednicu, sve segmente turističke industrije, pružatelje transporta, javni sektor, neprofitne organizacije za zaštitu prirode, tijela za očuvanje kulturne baštine, radničke savjete, i turiste.

Aktivnu ulogu u održivom razvoju ruralnog turizma imaju i turisti, zaposlenici i lokalno stanovništvo.[37] Turisti su akteri zbivanja u turističkoj destinaciji i svojim ponašanjem direktno utječu na održivost. Zaposlenici u raznim turističkim djelatnostima svojim djelovanjem ili ponašanjem također utječu izravno ili posredno na održivost turističke destinacije. Važnu ulogu ima i lokalno stanovništvo zbog posebnog interesa za održivost koji rezultira poboljšanom kvalitetom života.

Uloga centralne vlasti je u omogućavanju političke podrške za lokalnu ili regionalnu inicijativu, omogućavanje transparentnih i legalnih imovinsko pravnih okvira suradnje, dokumentacije, dozvola i sl. Također pružanje financijske podrške gdje je to moguće, davanje pozajmica za projekte i monitoring. Razvoj ruralnog turizma predmet je politike mnogih zemalja pri čemu se najčešće koriste sljedeće mjere:[38] administrativna pomoć koja uključuje brži i jednostavniji pristup informacijama, bolja zakonska regulativa,

[35] Krajnović, A.; Čičin-Šain, D.; Predovan, M.: „Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma – problemi i smjernice“, *Oeconomica Jadertina*, 1, 2011, str. 33.
[36] Sunara, Ž.; Jeličić, S.; Petrović, M.: „Održivi turizam kao konkurentska prednost Republike Hrvatske“, *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu*, 4(1), 2013, str. 5.
[37] Kantar, S.: *Razvoj održivoga ruralnog turizma: Potencijali Koprivničko-križevačke županije*, Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, Zagreb, 2016., str. 96.
[38] Op.cit pod 33, str. 14.

osposobljavanje kroz programe edukativnih institucija, oporezivanje i financije gdje se teži poreznom sustavu koji će olakšati život seoskim gospodarstvima kao i drugim poduzećima povezanim s turističkim aktivnostima u ruralnim područjima, lakši pristup financijama (novčanim potporama, strukturnim fondovima) i povoljnim bankovnim kreditima, izgradnja potrebne infrastrukture i marketing.

Uloga javnog sektora je izgradnja javne infrastrukture i usklađivanje sa lokalnim urbanističkim planom, osiguravanje podrške i usluga privatnim poduzetnicima u vidu infrastrukture neophodne u početnim fazama kako bi se prikazao potencijal ruralnog područja.[39] Uvođenje regulatornih mjera za osiguravanje društvene, kulturne i ekološke održivosti, osiguravanje uključenosti lokalne zajednice kako bi što veći broj ljudi ostvario korist od razvoja ruralnog turizma. Javni sektor mora osigurati da turističke usluge po obujmu, tipu i kvaliteti budu kompatibilne sa zaštitom životne sredine, te provoditi istraživanja, pripremati master planove, formulirati marketinške strategije i organizirati promociju zajedno s predstavnicima privatnog sektora.

Uloga privatnog sektora je u izgradnji turističkih kapaciteta i rukovođenjem njima, preuzimanju odgovornosti za obuku i usavršavanje radne snage kako bi se dostigao što viši nivo kvalitete pruženih usluga.[40] Privatni sektor bi trebao sudjelovati u pripremi investicijskih smjernica, marketinške strategije i pružati pomoć u kreiranju baze podataka za različite vrste marketinških i strateških istraživanja. Jedna od njegovih uloga je i očuvanje, njegovanje i zaštita turističkih atrakcija.

[39] Javno-privatno partnerstvo u ruralnom turizmu, Program Ujedinjenih nacija za razvoj u okviru zajedničkog programa Ujedinjenih nacija „Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja“ Beograd, 2011., str. 35, (https://issuu.com/maxnova/docs/javno-privatno-partnerstvo-u-ruralnom-turizmu) (15.2.2017.)
[40] Ibidem

5. Strategije razvoja ruralnog turizma

5.1. Partnerstva dionika

Efikasnost upravljanja ruralnom turističkom destinacijom ostvaruje se kroz privatni i javni sektor. Privatni sektor ne može upravljati destinacijom jer bi u tom slučaju poduzetnička trka za profitom nadmašila održivost razvoja. Praksa je pokazala da ni javni sektor ne ispunjava sve funkcije menadžmenta turističke destinacije.

Javno - privatno partnerstvo skupni je naziv za različite vrste oblika poslova koje zaključuju država i druge osobe javnog sektora s fizičkim i pravnim osobama privatnog sektora. Radi se o modelu izgradnje ili rekonstrukcije infrastrukturnih i društvenih projekata uz pomoć i uz sudjelovanje privatnog sektora. Javno - privatno partnerstvo je metoda kojom se na različite načine povezuje interes javnog sektora (opće dobro) i privatnog sektora (profit), a u cilju zadovoljavanja određenih potreba za povećanjem kvalitete i dostupnosti proizvoda i usluga.[41]

Područja u kojima se najčešće uspostavljaju javno – privatna partnerstva u razvoju ruralnog turizma su:[42]

- Strateško i teritorijalno planiranje;
- Infrastrukturne investicije i projekti;
- Stvaranje konkurentnog poslovnog okruženja za poticanje investicija;
- Konzervacija kulturnog naslijeđa područja i rukovođenje njime;
- Razvoj ljudskog kapitala kroz obrazovanje i stručno usavršavanje;
- Privlačenje novih sredstava za investicije, promociju i marketing;
- Promoviranje održivog turističkog proizvoda i tržišta;
- Promoviranje međunarodnih primjera dobre prakse;
- Podrška procesu razmjene informacija (komunikacije) između destinacija na međunarodnom nivou;

[41] Rajko, M.: „Javno-privatno partnerstvo u funkciji razvoja ruralnog turizma“, *Zbornik radova 2. kongresa ruralnog turizma*, 2010, str. 2.
[42] Op.cit pod 37., str. 34.

- Stimuliranje tehnološkog razvoja i uvođenje novih tehnologija u proizvodnju, promociju i komercijalizaciju turističkih proizvoda;
- Promocija i komercijalizacija turističke destinacije;
- Osiguravanje sustava i metodologije za prikupljanje i obradu statističkih podataka potrebnih za marketinške analize i studije.

Suradnja javnog i privatnog sektora najviše se razvija u polju marketinga i promidžbe. Efikasna partnerstva zahtijevaju zajedničke interese i određivanje jasnih ciljeva. Partnerstva su preduvjet u ispunjenju glavnih područja održivosti ruralnog turizma poput odgovornog korištenja resursa, održive proizvodnje i potrošnje i regulative za zaštitu okoliša.

U turističkoj destinaciji dionici često imaju različite ciljeve. Suradnja javnog i privatnog sektora predstavlja optimalan oblik razvoja (tab. 4), pa možemo zaključiti da je budućnost ruralnog turizma u međusobnoj suradnji svih dionika na tržištu.

5.2. Održivi turistički razvoj i osjetljivost ruralnih prostora

Razvoj ruralnog turizma temelji se na održivom razvoju, koji je vidljiv kroz revitalizaciju postojeće gradnje odnosno baštine kojoj se daje turistička namjena te pronalaženje načina kako najbolje iskoristiti postojeće strukture. Održivi razvoj pretpostavlja kontrolu kako se ne bi uništili resursi na temelju kojih se turizam i počeo razvijati. Ruralni turizam je osmišljen kao gospodarska aktivnost koje ne uništava okoliš, iako može bitno utjecati na sljedeće resurse i okružje na koje treba posebno paziti:[43] prirodni ekosustav i resursi (zemlja, fauna, flora, krajolik i zrak), izgrađeni okoliš (posebno graditeljsko naslijeđe), lokalne zajednice (kultura, vrijednosni elementi, stavovi i sl.), lokalno, regionalno i nacionalno gospodarstvo.

Razvoj ruralnog turizma nije moguć u narušenoj prirodnoj ravnoteži i biološkoj raznolikosti prostora. Nezagađeno područje predstavlja idealno područje za uzgoj zdrave hrane i pokretanja ekološka poljoprivreda koja je važan činitelj u razvitku

[43] Op.cit pod 37, str. 80.

ruralnog prostora. Uzevši u obzir da se najveći broj nacionalnih parkova i parkova prirode nalazi upravo u ruralnim područjima, ključan je odgovoran odnos prema okolišu i njegova pravovremena zaštita.

Prema Pančić Kombol (2011) u svrhu održivosti kako turizma općenito, tako i ruralnog turizma potrebno je uvažiti sljedeće preporuke:[44]

- Upotreba skupnih i pojedinačnih prijevoza na energetski slabiji pogon (vlak, bicikl);
- Izbor destinacija bliže domicilu i u manje ekološki osjetljivim područjima;
- Konkurencija infrastrukture prihvata u mjestima koja su već narušena i degradirana, u smislu napuštene poljoprivrede, obnavljanje tradicionalnog krajolika, ponovno sađenje autentičnih, tradicionalnih biljaka kako bi se obnovila netaknuta područja;
- Mobilizacija, uz potpunu primjenu menadžmenta prirodnih resursa, vlasnika farmi, povijesnih nastambi, privatnih šuma, dobrovoljnih rezervi u zaštiti vrsta i značajnih prostora kojima se bave pojedinci i organizacije te razvoj oblika prihvata na prirodan način;
- Bolje upravljanje zaštićenih mjesta koja se već previše posjećuju (npr. nacionalni parkovi) uvodeći sredstva vrednovanja posjetilaca, prihoda, kapaciteta opterećenja te stvaranje zona osjetljivosti na održivost;
- Regionalno planiranje okoliša u svrhu povezivanja različitih površina kao mjera održavanja krajolika, estetska kvaliteta pojedinih predjela, recikliranje, upravljanje u prijevozu i budući pritisak na prihvatljivim ograničenjima promjena;
- Norme (dobrog) ponašanja i praksa usmjerena na sve sudionike u turizmu;
- Priručnici upravljanja okolicom za objekte prihvata, a posebno za hotele koji žele istaknuti neku posebnu politiku.

Održavanje ruralnog turizma u održivim okvirima predstavlja izazov, međutim njegova ljepota je upravo u ruralnosti područja i skladu okruženja. Provođenje koncepta održivog razvoja znači konstantno unošenje pozitivnih promjena prema održivosti u društvu, lokalnoj zajednici i njenom prirodnom okolišu.

[44] Op.cit. pod 37., str. 85.

5.3. Kulturna baština ruralnih područja

Kulturnu baštinu čine materijalna i nematerijalna baština.[45] U materijalnu baštinu ubrajamo nepokretna i pokretna kulturna dobra od umjetničkoga, povijesnoga, paleontološkoga, arheološkoga, antropološkog i znanstvenog značenja. Nematerijalna baština obuhvaća prakse, predstave, znanja, vještine, kao i instrumente i rukotvorine koje se prenose iz generacije u generaciju i pružaju osjećaj identiteta.

Usprkos mnogim blagodatima kulturne baštine, lokalne zajednice često nisu ni svjesne njihovog ekonomskog potencijala. Kulturna baština vrijedan je turistički resurs koji se može valorizirati samo uz njegovu odgovarajuću implementaciju u sustav turističke ponude. Jedinstvena i autohtona kulturna baština ruralnih područja konkurentska je prednost na međunarodnom tržištu te može i sama postati svojevrstan brend i sudjelovati u oblikovanju imidža destinacije.

U ruralnim područjima strategija razvoja turizma može se temeljiti na kulturnom nasljeđu kroz zaštitu i promociju regionalnog identiteta poput zanata, jezika, igara, pjesama, plesa, vjerskih i svjetovnih običaja. Pažnja se može posvetiti renovaciji pročelja i izgradnji kulturne infrastrukture kao što su kulturni centri i eko-muzeji. Ruralnom razvoju može doprinijeti i uspostavljanje kulturnih staza (postavljanje informativnih tabela uz objekte) i organizacija kulturnih aktivnosti (festivali, izložbe, koncerti, karnevali itd.). Moguće je i održavanje edukativnih radionica na temu pripreme lokalnih kulinarskih specijaliteta.

Unatoč manjku sadržaja poput kazališta, galerija i muzeja pronalaze se načini za održavanje kulturnih događanja poput „živih muzeja“ (s ciljem prezentacije starih obrta ili zanata) ili „Kazališta u šumi“[46], projekt engleske općine Lake District.

[45]Ministarstvo kulture Republike Hrvatske: (http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=3639)(17.2.2017)
[46] Grizedale arts, (http://www.grizedale.org/about/history) (22.2.2017.)

5.4. Regionalna revitalizacija

Ruralni turizam se sve češće koristi u svrhu revitalizacije ruralnog prostora. Mjesta svojom atraktivnošću turističke ponude privlače velik broj turista i postaju centar brojnih gospodarskih i drugih djelatnosti. U ruralnim zajednicama turizam kao strategija za razvoj potiče zapošljavanje, popravlja demografsku sliku, jača postojeće subjekte kao što su primjerice seoska gospodarstva te doprinosi stabilizaciji njihovog dohotka.[47] Ulaže se u poboljšanje izgleda okoliša i infrastrukturu, te održava izgled objekata i općenito naselja.

Zadržavanje i stvaranje radnih mjesta izuzetno je važno za održivost malih zajednica i kritično za njihov opstanak. Zadržavanje radnih mjesta možda nije toliko politički „glamurozno“ kao i stvaranje istih, ali studije u Australiji, Švedskoj i Irskoj su ukazale na važnost njegove uloge u ruralnom turizmu.[48] Otvaranje radnih mjesta svjedoči o uspješnosti turizma, a najčešće se događa u smještajnim objektima, ugostiteljskim obrtima, transportu i maloprodaji. Studije u Velikoj Britaniji su pokazale da primjerice ruralni bed&breakfast može stvoriti do 23 radna mjesta.[49] Proširenje broja mogućih aktivnosti i njihova diverzifikacija također je važna zato što pojedincima i obiteljima nudi mogućnost bavljenja više od jedne vrste posla u svrhu povećanja i stabilizacije prihoda. Tako poljoprivrednik može nuditi smještaj turistima, ribari mogu voditi turističke grupe na ekspedicije promatranja kitova uz obale Kanade i SAD-a ili na izlete promatranja ptica uz obale Irske i Škotske. Korištenje kulturnih dobara također može generirati prihod, sudjelovati u otvaranju radnih mjesta, potaknuti razvoj poduzeća i privatnih ulaganja te stvoriti resurse za očuvanje životne sredine i kulturnog nasljeđa.

Ovaj oblik turizma djeluje i na prostornu očuvanost. Ruralni turizam ne traži izgradnju novih objekata, već na inovativan i kreativan način revitalizira, adaptira i rekonstruira postojeće objekte i tradicijske kuće te ih koristi za potrebe turističkih usluga.

Uočeno je i pojačano pošumljavanje ruralnih krajeva, očuvanje autohtonih šuma i uređivanje okoliša u skladu s vizualnim osobitostima ruralnog kraja.

---

[47] Op. cit pod 33, str. 10.
[48] Tourism strategies and rural development, OECD, Paris, 1994., str. 23. (https://www.oecd.org/cfe/tourism/2755218.pdf) (20.2.2017.)
[49] Ibidem

Osim navedenih, elementi revitalizacije područja mogu biti i poboljšanje prometne, telekomunikacijske, energetske i komunalne infrastrukture te bolji zdravstveni sustav.

5.5. Ruralna turistička iskustva

Turističko iskustvo se razlikuje od osobe do osobe, a posljedica je pojedinca, njegovih uvjeta putovanja, ponašanja, motivacije, očekivanja koja su posljedica prethodnih iskustava, ali u skladu s određenim mjestom. Na ruralno iskustvo utječe više faktora.

Jedan od faktora je ruralna destinacija sa svojim opipljivim (priroda, pejzaž, nasljeđe, infrastruktura) i neopipljivim (povijest, kultura, životni stil) dimenzijama. Sljedeće su lokalna zajednica, njeni stanovnici i turističke agencije, te drugi turisti i turist sam sa svojim ponašanjem, motivacijom i prethodnim iskustvima. [50]

Glavni tržišni segmenti ruralnog turizma su jednodnevni posjetitelji iz obližnjih gradskih centara, posjetitelji na kratkom odmoru, obitelji s djecom, individualni turisti treće dobi, grupe posebnih interesa (primjerice biciklisti, promatrači ptica, šetači) i grupe školaraca, društava i udruga koje organiziraju grupna putovanja kao dio edukacije i rekreacije.[51] Većina ruralnih turista samostalno organizira svoja putovanja, a za prijevoz do destinacije koristi svoj automobil, što omogućuje fleksibilnost i slobodu kretanja.

Ruralni turizam nudi raznovrsne turističke doživljaje čije su karakteristike:[52]

- Zabačenost i izolacija,
- Relaksirajući ambijent sa mirom i tišinom,
- Avantura i izazov, mogućnost bavljenja hobijem ili sportom,
- Interes za zdravlje i fitness, svjež zrak,

[50] Meeting Challenges for Rural Tourism through Co-Creation of Sustainable Tourist Experiences, Cambridge Scolar Publishing, 2016., str 26. (https://books.google.hr/books?id=peT6DAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=hr#v=onepage&q&f=false) (22.2.2017.)
[51] Op.cit pod 7., str. 377.
[52] Op.cit pod 1., str. 62.

- Pejzaži i životinjski svijet, zanimanje za prirodnu sredinu,
- Doživljaj ruralne zajednice, kulture i načina života,
- Ugodan ambijent za druženje s obitelji i prijateljima,
- Promjena u odnosu na svakodnevni gradski život, bijeg od rutine,
- Sudjelovanje u seoskim aktivnostima.

Motivi turista za uključivanje u ruralni turizam su najčešće želja za uživanjem u ruralnom ambijentu, tradicionalna kuhinja, šetnje u prirodi i obilasci kulturnih atrakcija ili neke od aktivnosti poput lova, ribolova, biciklizma, jahanja i planinarenja.

U Portugalu je provedeno istraživanje[53] na temelju 44 osobe u dobi između 25 i 55 godina koje su iskusile turizam u ruralnim područjima. Iz njega je proizlazi da je za 14 ispitanika destinacija ispunila očekivanja, a 15 je izjavilo da su iznenađeni ljepotama krajolika. Većina ispitanika je zaključila da ničime nisu bili negativno iznenađeni, dok je dvoje ustvrdilo kako je negativan dojam ostavilo loše vrijeme koje ih je pratilo na putovanju, dok je četvero istaknulo nezadovoljavajuću cestu koja je vodila do destinacije. Najpozitivnije doživljaje povezuju uz krajolik, prirodu, kulturno nasljeđe, ljubaznost lokalnog stanovništva, mir, tišinu i gastronomiju. Što se aktivnosti tiče, posjetitelji su zaključili da većinu nisu planirali već su spontano dogovarali pješačenje, planinarenje i posjete povijesnoj baštini. Ispitanici su naveli da ih je kontakt sa lokalnim stanovništvom ugodno iznenadio, te da su se osjećali dobrodošli što ukazuje na važnost entuzijazma lokalne zajednice u izgradnji pozitivnog turističkog iskustva. Vezano za turističku potrošnju, ispitanici su najviše kupovali suvenire, tipične lokalne proizvode poput vina i alkohola.

Stupanj zadovoljstva ruralnom destinacijom ocijenjen je ocjenom 4,3 na skali od 1 do 5. Usprkos izuzetnom iskustvu, većina ispitanika izjavljuje da ne bi voljeli živjeti u ruralnom području, a kao razlog navode monotonost života na selu. Ruralne ljepote doživljavaju kao razbijanje rutine, no cijene život u gradu i ne planiraju ga se odreći.

Sve veći broj ruralnih posjetitelja želi doživjeti autentični ruralni način života, što se postiže kroz uključivanje turista u niz aktivnosti (npr. lokalni stanovnici u ulozi vodiča koji posjetitelje vode kroz svoje selo ili su instruktori u zanatskim i gastronomskim

[53] Kastenholz E., Lima J.: „The integral rural tourism experience from the tourist's point of view - a qualitative analysis of its nature and meaning“, *Tourism & Management studies*, 7, 2011, str. 62.

radionicama). Međutim, posjetitelji traže sve više iskustva. Aktivno sudjelovanje u primjerice poljoprivrednim radovima, proizvodnji hrane i predmeta doprinosi povezanosti sa ruralnim područjem, resursima i običajima. Na taj način turističko iskustvo je bogatije i cjenjenije, a može se i prolongirati kroz proizvode (suvenire) koje turist ponese kući.

U Novom Zelandu[54] autentično ruralno iskustvo nudi se na farmama, gdje je posjetitelj u mogućnosti ostati besplatno koliko god poželi, a zauzvrat pomaže vlasnicima u poljoprivrednim poslovima. U Indiji[55] turisti mogu sudjelovati u mužnji koza, kultivaciji riže ili ručnoj izradi cigle. Takva iskustva pomažu turistima da više cijene ruralna područja, njihov način života i tradicije.

Ruralno turističko iskustvo treba shvatiti kao kompleksan fenomen, sastavljen od više dimenzija, gdje se naglasak stavlja na turista koji sudjeluje u stvaranju iskustva u određenom prostornom, prirodnom, socijalnom i kulturološkom kontekstu.

[54] The Encyclopedia of New Zealand, (http://www.teara.govt.nz/en/rural-tourism/page-2), (12.4.2017.)
[55] Daily news and analysis, (http://www.dnaindia.com/lifestyle/report-rural-tourism-in-india-a-complete-guide-1855598), (12.4.2017.)

6. Primjeri djelovanja u ruralnom turizmu

Sljedeće poglavlje primjerima nadopunjuje prethodno. Temeljeni na teorijskom dijelu, opisani su primjeri djelovanja u ruralnom turizmu u Europi i svijetu. Nadalje su predstavljene strategije razvoja ruralnog turizma odabranih regija i izvršena je njihova tablična komparativna analiza.

6.1. Strategije razvoja – primjeri zemalja

6.1.1. Primjeri Europske prakse

U ovome potpoglavlju izložen je pregled strategija razvoja ruralnog turizma u Europi s naglaskom na primjere temeljene na teoretskom dijelu analiziranom u prethodnom poglavlju.

- U Europi javno - privatno partnerstvo možemo promatrati kroz primjer *Amber trail*,[56] ideja Fondacije Ecopolis, koja je uočila da su turizam i ekonomija Slovačke orijentirani isključivo prema glavnome gradu Bratislavi, međutim u njenoj blizini postoje mnoga naselja pogodna za razvoj ruralnog turizma. Područja koja je ideja obuhvaćala nisu bila pripremljena za turizam usprkos činjenici da je ruralno nasljeđe u Slovačkoj zbilja vrijedno. Fondacija je pokrenula program materijalne i nematerijalne podrške ruralnim zajednicama čiji je opći cilj bio pripremanje zajednice za turizam, a specifični ciljevi su bili stvaranje uvjeta za turizam, obuka lokalnog stanovništva za sudjelovanje u istom i prezentacija baštine. Dodijeljena su sredstva, za koja je uvjet bilo partnerstvo između javnog i privatnog sektora, usmjerena na aktivnosti poput poboljšanja puteva i cestovne infrastrukture, zajedničke analize ruralnog nasljeđa i stvaranja javno - privatnih turističkih proizvoda poput malih muzeja, prikaza zanata, tumačenja spomenika i slično. Osim materijalne, Ecopolis je pružio i nematerijalnu podršku u vidu stručne podrške. Takav pristup pokazao se vrlo korisnim, pa su mnoga sela na putu između Budimpešte i Krakowa

[56] Op.cit pod 39., str. 20.

poboljšala svoju ponudu, te iako im turizam i dalje nije primarni izvor zarade, definitivno su doprinijeli održivom razvoju i zaposlenju lokalne zajednice.

- Europska unija je 1996. godine usvojila LEADER, program ruralnog razvoja. Program je obuhvaćao integraciju ruralnih područja u širu društvenu zajednicu i nacionalnu ekonomiju, preko poljoprivrede, sekundarnih i tercijarnih djelatnosti, a kao preduvjet postavlja višestruko partnerstvo različitih aktera u ruralnom razvoju, kao i sudjelovanje lokalnog stanovništva u svim fazama stvaranja i provođenja strategije i programa ruralnog razvoja. Program je koncipiran kako bi ojačao partnerstva te se posebna pažnja usmjerila na poboljšanje i modernizaciju tehnologija proizvodnje i drugih ruralnih servisa, na jačanje tržišnog ambijenta za lokalne proizvode i na horizontalno i vertikalno povezivanje mreža proizvođača. Najčešća forma financiranja projekata i akcija u okviru programa LEADER su pozajmice koje sufinanciraju EU i javni nacionalni fondovi. Godine provođenja tog programa pokazale su efikasnost tog načina mobiliziranja lokalnih zajednica da aktivnije sudjeluju u poticanju lokalnog razvoja te da se uključe u procese lokalnog planiranja i upravljanja i da prihvate inovacije i promjene sa većim entuzijazmom. Program podržava inicijativu raznolikosti u ruralnim područjima, stavljajući naglasak na nepoljoprivredne djelatnosti. Kroz njega su u različitim regijama u Češkoj potaknuli ruralni razvoj na različite načine. Primjerice u gradu Olomouc i okolini izgrađena je biciklistička staza i odmorište za bicikliste, čime se povećala atraktivnost područja. Adaptirani su neiskorišteni prostori u lokalnom manastiru gdje je osnovana hobistička grupa za keramiku. Pokrenut je projekt stvaranja fonda narodnih nošnji kako bi se sačuvala tradicija i lokalni običaji. Projekt obuhvaća javne prezentacije i radionice namijenjene mladim ljudima u svrhu jačanja interesa za lokalne događaje.[57]

- U Transilvaniji, jednoj od najzanimljivijih regija u Rumunjskoj nalaze se sela koje su osnovali transilvanijski Sasi. Usprkos činjenici da je kroz godine na tom području poljoprivreda bila važan dio života stanovnika, sve više je uočen ekonomski potencijal turizma zahvaljujući činjenici da je od 250, čak 7 sela

[57] Op.cit pod 39, str. 17.

UNESCO stavio na Listu svjetske kulturne baštine.[58] Na tom području sprovedeno je nekoliko projekata, između ostalih i „Projekt cijelog sela“, cjelovita vizija održivog ruralnog razvoja čiji je cilj osiromašene i udaljene seoske zajednice pretvoriti u napredne turističke destinacije, uz očuvanje njihovog tradicionalnog načina života i krajolika. U posljednjih 9 godina sačuvano je preko 400 starih seoskih građevina, osposobljeno je 100 stanovnika u raznim vještinama i zanatima te je obnovljeno i stavljeno u pogon 12 seoskih pansiona. Istražene su vrijednosti lokalnih bioloških i geografskih raznolikosti, pa je čak 5 područja dobilo status zaštićenih područja. Projekt je potpomogao izgradnju tradicionalne radionice za pečenje cigle i pločica u kojoj je zaposlena cijela jedna obitelj, koja istovremeno opskrbljuje materijalom potrebnim za restauraciju objekata. Posađena je plantaža jabuka od 100 hektara gdje se proizvodi organski sok. U okviru projekta započela je obuka stanovništva za korištenje tradicionalnih građevinskih materijala i restauraciju umjetnina. Potaknuti su da štale s konjima osposobe i ponude jahačke ture. Sva hrana proizvodi se i priprema u selu, a sastojci su domaći i prirodni. Polazna točka svih aktivnosti obrađenih u projektu je osim stvaranja održivog ruralnog turizma, korist lokalne zajednice od svog nasljeđa te razumijevanje i očuvanje ljepota kojim raspolažu, kao i istovremeno osiguranje svoje budućnosti.

- Kulturne staze odličan su način korištenja lokalnog nasljeđa i povezivanja zanimljivih područja. Grupa iz Walesa obnovila je 240 km pješačkih staza i povijesnih mjesta duž velško-engleske granice i na taj način znatno povećala turistički promet na tom području. U Italiji, u pokrajini Alto Adige, osnovana je Staza sjećanja koja je istaknula tamošnju baštinu poput dragocjenih predmeta i kostima. Podizanju kvalitete života ruralnog stanovništva doprinosi i izgradnja trajne kulturne infrastrukture, primjerice u Italiji, gdje su osnovani eko-muzeji. U Toskani se tako nalazi muzej kopača ugljena, koji je sada već dio Mreže eko-muzeja Lombardije, čiji je primarni cilj bio provođenje zajedničkih programa temeljenih na konceptu održivog razvoja. Organizacija stalnih izložbenih postava i festivala koji pružaju lokalnim umjetnicima šansu za stjecanje priznanja također doprinose ruralnom razvoju. Primjer su Festival svjetske

[58] Ibidem., str. 52.

kulturne baštine Ironbridge Gorge u Velikoj Britaniji ili Ljetni festival u Ohridu u Makedoniji koji su rezultat suradnje institucija i lokalnih udruga. [59]

- S obzirom da ruralni turizam ima mogućnost diverzifikacije ponude, kritičan je kontinuirani razvoj turističkih proizvoda uz stalno povećanje kvalitete pojedinih segmenata proizvoda. Jedan od novih proizvoda ruralnog turizma su didaktičke farme. Didaktičke farme Italije sve su popularniji oblik ruralnog turizma, a temelje se na upoznavanju turista sa poljoprivredom i poljoprivrednom proizvodnjom. One obuhvaćaju obiteljska gospodarstva specijalizirana za pojedinu vrstu proizvodnje (primjerice mliječni proizvodi, med, meso i mesne prerađevine, uzgoj autohtonih pasmina domaćih životinja, ljekovitog bilja i sl.). Sastoje se od informativnog punkta i recepcije s prostorom za održavanje teorijskog dijela učenja, zatim izložbenog prostora, kušaonice i trgovine s proizvodima gospodarstva. Također na didaktičkim farmama se nalaze i centri za praktično učenje poput didaktičkog povrtnjaka, voćnjaka, staja, laboratorija i slično, a moguć je i dodatni zabavni sadržaj za djecu. Projekt didaktičkih farmi u Italiji je započet s ciljem upoznavanja djece i mladih s ruralnim prostorom, a osmislila ga je najvažnija poljoprivredna organizacija u Italiji, Terranostra Coldtiretti. Kvalificirano osoblje na farmi aktivno uključuje polaznike radionica i podučava ih o primjerice procesu prerade grožđa u vino, održavanju organskog povrtnjaka, upoznaje s ljekovitim biljem, održava kulinarske radionice itd. U talijanskoj pokrajini Trentino trenutno postoji čak 30 pomno osmišljenih farmi.[60]

- Još jedan europski primjer novog proizvoda ruralnog turizma su muzeji na otvorenom. Oni su oblik pružanja uvida u ruralnu kulturu, običaje i tradicije određenog područja i njegovih stanovnika. Najčešće uključuju komplekse zgrada ili cijelo selo, a posjetitelji mogu razgledati obnovljene tradicijske objekte. Financiranje održavanja muzeja temelji se na događajima i prikazima folklora, prezentacijom tradicijskih obrta, zanata i običaja. Prvi otvoreni muzej pokrenut je u Skandinaviji i prikazivao je evoluciju u tehnici gradnje lokalnih brvnara, a njegovim osnivačem smatra se švedski znanstvenik Artur Hazelius.[61] U

[59] Op.cit pod 39., str. 45.
[60] Op.cit pod 15., str. 243.
[61] Ibidem, str. 244

Hrvatskoj postoji jedan registrirani muzej na otvorenom, a to je Muzej Staro selo Kumrovec u Hrvatskom zagorju.

6.1.2. Primjeri u međunarodnom turizmu

U ovome dijelu rada izložen je pregled strategija razvoja ruralnog turizma u međunarodnom turizmu.

- Primjer poluotoka Noto na sjeverozapadu Japana prikazuje važnost inicijative lokalne zajednice u korištenju turizma kao strategije za razvoj kroz poticanje partnerstva. Japanska ruralna domaćinstva su prije Drugog svjetskog rata bila generalno siromašna, ali sa razvijenom vještinom korištenja prirodnih resursa u njihovoj blizini. Ljudi su naučili živjeti u skladu sa prirodom, čiji su rezultat tradicionalni ruralni pejzaži bogati kulturnim i biološkim raznolikostima, netaknutim šumama, planinama i rijekama. Ovaj tip područja je odnedavno poznat pod terminom „Satoyama pejzaž“. To su područja starije populacije (prosječan stanovnik je star 65 godina) gdje vlada visok stupanj depopulacije. U Satoyama području se nalaze mnoge ruralne nekretnine koje je moguće prenamijeniti u male hotele vođene od strane lokalnog stanovništva. Hoteli turistima nude izlog u ruralni život Japana, od kojih su mnogi već registrirani. Kako bi stanovništvo zadržalo fokus na turizmu, važan je početak stvaranja prihoda, a kao dobar primjer predstavljeno je selo Shuran-no-sato koje je unatrag par godina od početka bavljenja ruralnim turizmom privuklo 3000 posjetitelja.[62] Lokalno stanovništvo smatra da je ruralni turizam ključ regionalne revitalizacije koji pripomaže u diverzifikaciji prihoda, bez uništavanja poljoprivrede. Razvoj turizma dio je šireg koncepta ruralnog razvoja, te uzimajući u obzir depopulaciju i starenje populacije, očekuje se dolazak novog stanovništva i stvaranje radnih mjesta.

[62] Rural tourism: An international Perspective, Cambridge Scolar Publishing, 2014., str. 358 (https://books.google.hr/books?i=3famBgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=hr#v=onepage&q&f=false) (20.2.2017.)

- Rast kineskog gospodarstva u posljednja tri desetljeća je neupitan, međutim velika je razlika u prihodima između stanovnika koji se nalaze u urbanim i ruralnim područjima, a važna je i činjenica da je razlika istih u stalnom porastu. Urbanizacija stvara velik broj siromašnih seljaka, koji su po primanjima daleko od urbanog građanstva. U mnogim područjima diljem Kine, vidljiv je fenomen koegzistencije imućnih gradova i siromašnih sela. Ruralni razvoj je glavni problem u Kini, a kao učinkovito sredstvo za njegovo poticanje i promicanje prepoznat je ruralni turizam. Za razvoj ruralnog turizma, odlučujuću ulogu je odigrala vlada prepoznajući ga kao oruđe za transformaciju ruralnog gospodarstva i razvoja seoskog društva. Zbog političkog sustava, vlada u Kini ima važnu ulogu u razvoju ruralnog turizma na svim razinama. Kroz zakonodavstvo i niz programa vlasti su orijentirale politiku k razvoju ruralnog turizma u cijeloj zemlji. Godine 2009., donijet je Nacionalni ruralni program.[63] U isto vrijeme su mnogi turistički upravni odjeli postavili specijalizirane agencije za upravljanje ruralnim turizmom, koje surađuju sa turističkim uredima u mnogim pokrajinama. Te agencije su posvećene cjelokupnom planiranju, nadzoru i promociji lokalnog ruralnog turizma. Uslijed mnogih godina razvoja i istraživanja, Kina je skupila mnogo iskustva, ali na mnogo načina, ruralni turizam je još uvijek u početnoj fazi i potrebna je dodatna diferencijacija proizvoda.

- Za uzoran primjer održivosti ruralnog turizma i njegovog utjecaja na okoliš valja spomenuti kostarikansku regiju Monteverde,[64] svjetsku hit destinaciju ruralnog turizma, koja unatoč pritisku hotelijera i turoperatora ne dozvoljava asfaltiranje makadamskog prilaznog puta naseljima, sve u svrhu zadržavanja autentičnosti ruralnog turizma. Naglasak je na tradicionalnom kultiviranom krajoliku koji se smatra segmentom kulturne baštine.

[63] Gao, S., Huang, S. Huang, Y.: „Rural Tourism Development in China“, *International journal of Tourism research*, 11(5), 2008, str. 440.
[64] Op.cit pod 7., str. 376.

6.2. Komparativna analiza odabranih regija

Ruralni turizam je često prepoznat kao rješenje za probleme s kojima se susreću ruralna područja. U Europi se, poglavito u zapadnim zemljama, razvija već desetljećima te je postao važan čimbenik u prepoznavanju turističke važnosti mnogih zemalja. Iskustva zemalja su različita pa njihovim proučavanjem i uspoređivanjem prikupljamo korisna saznanja. Iz njih možemo zaključiti koje su dobre i loše strane poslovanja ruralnog turizma u određenoj zemlji.

U svrhu usporedbe iskustava odabrane su tri regije: talijanska regija Basilicata, austrijska regija Bregenzerwald i francuska regija „Pays Cathare“. U nastavku su ukratko predstavljene zemlje i regije te je izvršena komparativna analiza njihovih strategija razvoja ruralnog turizma.

- ***Italija***

Talijanska su ruralna područja doživjela veliku depopulaciju i napuštanje poljoprivrednih imanja između 1950-ih i 1970-ih godina. Suočeni s tim problemom talijanska je vlada donijela poseban zakon o agroturizmu, odnosno šansu revitalizacije sela i poljoprivrede kroz turizam, kao dopunskoj djelatnosti u svrhu dodatnog prihoda. Italija je za sada jedina država koja je donijela poseban Zakon o agroturizmu[65] kao okvirni zakon, na osnovu kojeg je svakoj regiji omogućeno donošenje svojeg detaljnijeg zakona. Vodeća agro turistička regija u Italiji je Toskana, s 32% smještajnih jedinica u ruralnom turizmu. Italija nema krovnu organizaciju za ruralni turizam, ali na tom području djeluju tri značajne organizacije (Turismo Verde, Agriturist, Terre Nostra) koje rade na razvoju aktivnosti i na nacionalnom nivou.[66]

Basilicata je regija na krajnjem jugu Italije. Pokriva površinu od približno 10 000 kvadratnih kilometara, od čega je 93% poljoprivredno područje ili šuma.[67] Bogata je vegetacijom i kulturnom baštinom, od grčkih hramova do rimskih termi, dvoraca i

[65] Op.cit pod 30., str. 182.
[66] Op.cit. pod 7., str. 383.
[67] Towards quality rural tourism: *Integrated Quality Management (IQM) of rural tourist destinations, Enterprise Directorate-General*, Tourism Unit, Brussels, 2000 (http://www.eceat-projects.org/tourismmanual.pdf) (20.3.2017.)

srednjovjekovnih samostana. Usprkos bogatom unutarnjem području regije, turizam je u začecima koncentriran samo u ljetnim mjesecima i to uz obalu. Kada je prepoznato da ruralni turizam može pripomoći gospodarskom razvoju, izrađena je strategija koja je zahtijevala poboljšanje standarda usluga i prezentacije proizvoda.

- ***Austrija***

U Austriji je ruralni turizam započeo 1960.-ih godina, s adaptacijom starih seljačkih kuća kako bi mogli primiti goste, kao dopunska zarada poljoprivrednika. Godine 1990. je smještaj nudilo 70 tisuća domaćinstava, od čega je na poljoprivredna gospodarstva otpadalo 27%. Mnogi su poljoprivrednici s vremenom zapostavili svoju primarnu djelatnost i u potpunosti se posvetili turizmu. Promidžba ruralnog turizma provodi se na razini turističke zajednice uz suradnju udruga i vlade. Ruralni kapaciteti su kategorizirani na razini države, a kategorija se označava cvjetnim znakom. Trenutno je u Burgerlandu u tijeku projekt koji obuhvaća edukaciju čiji je cilj od seljaka napraviti poduzetnika. Edukacija se sastoji strukovnog dijela- opće kulture, izgradnje sobe, poreznog sustava, kalkulacija, vođenja knjiga, postupanja s gostima i organizacijom vremena. Za razvoj ruralnog turizma odobravaju se povoljni krediti, a seljak je oslobođen plaćanja poreza u visini 70% prometa, jer se podrazumijeva da je isti plaćen po katastarskom prihodu.[68]

Bregenzerwald je regija na sjevernoj strani Alpa u blizini jezera Constance. Pokriva površinu od 580 kilometara kvadratnih sa populacijom od 30 000 stanovnika. Većina stanovnika se bavi poljoprivredom, a proizvodnja mlijeka i sira je utkana duboko u njihovu tradiciju. U Bregenzerwald 60% posjetitelja dolazi u ljetnim mjesecima, uglavnom zbog šetnji i uživanju u ruralnom području s lijepim selima i tradicionalnom arhitekturom. Turizam je vrlo važan za lokalno gospodarstvo jer je oko pola radne snage zaposleno u sektoru usluga.[69]

[68] Op.cit pod 14., str. 132.
[69] Op.cit pod 67., str. 83.

- ***Francuska***

Ruralno područje u Francuskoj obuhvaća čak 80% teritorija zemlje pa ruralni turizam ovdje ima dugu tradiciju. Koncept ruralnog turizma prihvaćen je kao kombinacija zaštite tradicionalnih vrijednosti i ekonomske djelatnosti. Prema broju gospodarstava sa čak 540 000 kreveta ona je vodeća europska zemlja, međutim ruralni turizam nije izrazito profitabilan zbog male turističke potrošnje. U Francuskoj u razvoju ruralnog turizma osim privatnih poduzetnika sudjeluje i javni sektor, te država čije aktivnosti uključuju porezne olakšice. Država je pružila i tehničku i financijsku podršku u postavljanju nacionalnog rezervacijskog servera za francuske turističke proizvode, uključujući i ruralni turizam. Presudni čimbenici za razvitak ruralnog turizma Francuske su duga tradicija, značajna potražnja, vezanost sela s nacionalnim identitetom Francuza te afirmiranost organizacije Les Gites de France.[70]

„Pays Cathare“ je promotivni naziv regije Aude koja se nalazi na jugu Francuske. Bogato povijesnom baštinom ovo je područje baza vjerskog pokreta Katarizma, koji datira iz 13. stoljeća.[71] Regija obiluje utvrđenim gradovima i selima, drevnim dvorcima, opatijama i muzejima koji su formirali temelj za razvoj turizma. Proizvodnja vina i turizam su glavne djelatnosti stanovnika. Potražnja za ovim područjem stalno raste, najviše za kraćim boravcima, seoskim aktivnostima i autentičnom kulturom.

U nastavku se nalazi komparativna analiza strategija razvoja ruralnog turizma odabranih regija (tablica 4 i 5.). U tabličnim prikazima uspoređuju se ciljevi, partnerstva i radnje poduzete u svrhu pokretanja razvoja ruralnog turizma.

[70] Op.cit pod 7., str. 383
[71] Op.cit pod 67., str. 93

Tablica 4. Partnerstva i prilagodbe ponude

Regija	***Basilicata***	***Bregenzerwald***	***„Pays Cathare“***
Partnerstva	- *Buisiness Innovation Centre* (udružuje lokalne vlasti i privatna poduzeća) u suradnji sa Regionalnom turističkom zajednicom	- osnovano zajedničko stručno tijelo, okuplja 22 zajednice - sufinancirano od programa LEADER	- Vijeće Département Aude u partnerstvu sa Odjelom za turizam i privatnim turističkim poduzećima - osnovana privatno - javna agencija - sufinancirano od programa LEADER
Prilagodba dionika	- revizija turističkih objekata, usluge, kulturne baštine, okoliša i relevantnih struktura - intervjui s dionicima - održavanje radionica - osnovane dvije oznake kvalitete (tradicionalna hrana i resort hoteli)	- osigurana sredstva i profesionalan pristup za kvalitetniji marketing - zajednički proizvodi poljoprivrede i turizma - tematske rute - kriteriji kvalitete za „Rutu sira“ (specijaliteti i meniji na bazi sira, educirano osoblje) - inovacije (poboljšane recepcije, prodajni prostori, *web* stranica)	- tiskani vodiči (restorani, smještaj, proizvođači hrane, vinogradi...) - informativne tabele (tekstovi o povijesnoj baštini) - popusti na ulaznice - certificirani vodiči - sustav kvalitete (oznaka „Pays Cathare“)
Turistička ponuda	- 42 itinerara, dužine od 3 do 10 dana, uključuju posjete kulturnom naslijeđu, prirodi i uživanje u lokalnoj gastronomiji i tradiciji	- tematski projekt „Ruta sira“ povezuje 150 dionika (hoteli, restorani, tvornice sira, mljekare itd.) - organizirani događaji, kulinarski tjedni s lokalnim proizvodima u restoranima, degustacije, izložbe, igre za djecu, prodajna mjesta proizvoda u sklopu smještajnih objekata	- širok raspon ruta i itinerara (npr. *„In the footsteps of the Cathars“, „The Abbeys Route“*) - ruralni restorani koji koriste vlastite proizvode - razni projekti i događaji oko povijesnih znamenitosti

Izvor: izrada autorice prema: *Towards quality rural tourism: Integrated Quality Management (IQM) of rural tourist destinations*, Enterprise Directorate-General, Tourism Unit, Brussels, 2000 (http://www.eceat-projects.org/tourismmanual.pdf) (20.3.2017.)

Tablica 5. Strateški ciljevi i utjecaj turizma na ruralni prostor

Regija	***Basilicata***	***Bregenzerwald***	***„Pays Cathare“***
Strategija - glavni ciljevi	- razvoj suradnje između privatnog i javnog sektora - razumijevanje potrebe i očekivanja postojećih i potencijalnih tržišta - pomoć poduzećima putem obuke i savjeta - promicanje kvalitete ponude	- povećanje korištenja lokalnih poljoprivrednih proizvoda - jačanje svijesti o ulozi poljoprivrednika - izgradnja suradnje između proizvođača i prodavača - poticanje izravne potrošnje lokalnih proizvoda - smanjenje troškova i zagađenja prijevoza - osiguranje svježih proizvoda za potrošače	- povećanje kvalitete objekata i usluge - povećanje lokalnih prihoda prodajom kvalitetnih domaćih proizvoda posjetiteljima - ponuda fokusirana oko nekoliko povijesnih područja (zamci, utvrde) povezanih sa sadržajima u susjednim selima
Utjecaj turizma na ruralni prostor	- pojačani priljev turista donio je određene probleme vezane za okoliš - organizirane radionice (tečajevi brige za okolišem)	- područje nema većih problema sa okolišem - inicijative se vezuju za zadržavanje prihoda od turizma na lokalnoj razini u svrhu generiranja zaposlenja i održavanja krajolika	- područje nema većih problema s okolišem

Izvor: izrada autorice prema: *Towards quality rural tourism: Integrated Quality Management (IQM) of rural tourist destinations*, Enterprise Directorate-General, Tourism Unit, Brussels, 2000 (http://www.eceat-projects.org/tourismmanual.pdf) (20.3.2017.)

Analizom tabličnih podataka uočava se sljedeće: određivanje jasnih prioriteta, koordiniranje djelovanja između dionika, naglašavanje važnosti kvalitete, podizanje svijesti o važnosti turizma te potraga za potporom i financiranjem ključni su čimbenici u postizanju ciljeva strategije. Usprkos određenim razlikama, regije imaju relativno slične ekonomske i okolišne ciljeve koji se temelje na prirodnim i kulturno-povijesnim raznolikostima.

Sve regije u svojim strategijama naglašavaju važnost suradnje turističkih dionika i njihovih zajedničkih inicijativa dok je regija Bregenzerwald čak osnovala novo stručno

turističko tijelo za potrebe cijelog područja. Inicijative povezane s gastronomijom poput „Rute sira“ pokazuju korist međusobne podrške turizma i poljoprivrede podržavajući poljoprivrednike putem prehrambenih proizvoda. Zajednički rad, valorizacija turističkih potencijala te praktični načini promicanja lokalnih proizvoda pokazali su se izvrsnom kombinacijom za spomenute regije, te je u svima uslijed primjene strategija primjećen porast u broju turističkih dolazaka.

6.3. Prognoze postupanja u budućnosti

U skladu sa suvremenim trendovima, u svijetu postoji veliko potencijalno tržište za ruralni turizam. Ekološka osviještenost i želja turista za personaliziranom uslugom potiču sve izraženiju potražnju za ovim selektivnim oblikom turizma.

Pomno određeni ciljevi i strateško planiranje u ruralnom turizmu preduvjet su za efikasnu realizaciju aktivnosti i održivi razvoj ruralnog turizma. Planiranje razvoja turizma mora biti uključeno u širu razvojnu strategiju zajednice.

Temeljem analize primjera i njihovom komparacijom opravdavaju se postavljene pothipoteze.

Važnu ulogu u razvoju ruralnog turizma ima država, posebice vezano za izvore financiranja. Porezni poticaji, financijske pomoći i iskorištavanje sredstava iz fondova osiguravaju dobar temelj čije se pozitivne posljedice osjete u cjelokupnom gospodarstvu.

Ruralni turizam zahtijeva zajedničko djelovanje različitih subjekata. Kvalitetna koordinacija i suradnja (horizontalna i vertikalna) institucija javnog i subjekata privatnog sektora ključna je na svim razinama, posebice u stvaranju turističkih proizvoda i identiteta destinacije. Nužna je raspoloživost stručne podrške i edukativnih programa s obzirom da često male zajednice nemaju sredstava za unajmljivanje stručnjaka. Pozitivan stav i napori lokalne zajednice te gostoljubivost djelatnika u turizmu ključni su u ostvarivanju turističke cjeline.

Kontinuirano praćenje razvojnih trendova u tržištu i stvaranje kvalitetnih i autentičnih proizvoda u skladu s potražnjom pokazali su se ključnima. Stvaranje diferenciranih

proizvoda i usluga rješenje je za uspješno pozicioniranje na međunarodnom tržištu. U svrhu razvoja ruralnog turizma važno je stvoriti određenu dinamiku, kreativne i inovativne proizvode temeljene na tradiciji i kulturi područja. Diferencijacija, nadograđivanje i unaprjeđivanje proizvoda omogućuje konkurentnost na tržištu. Trenutno postoje primjeri u obliku ekoloških farmi, farmi orijentiranih na hendikepirane osobe, didaktičke farme, muzeji na otvorenom, farme orijentirane na obitelji s djecom i sl.

Za razvoj ruralnog turizma važno je korištenje dostupnih tehnologija poput Interneta. Destinacije i gospodarstva trebaju na *web* stranicama omogućiti dostupnost informacija vezanih za ruralni smještaj i aktivnosti, s obzirom da turisti sve češće prilikom organizacije putovanja odabiru upravo Internet kao glavno sredstvo informiranja i rezervacije smještaja.

Ruralna kulturna baština jedna je od najvažnijih komponenti ovog oblika turizma. Promicanje vlastitog naslijeđa i turistička valorizacija istog predstavljaju unikatan turistički proizvod koji može generirati ekonomske prihode. Valorizacija kulturne baštine osim na zajednicu pozitivno djeluje i na poticanje njene zaštite i očuvanja.

Odgovorno korištenje atraktivnosti ruralnog područja i njenih resursa također djeluje pozitivno kako na zajednicu, tako i na sam resurs. Važno je poštivanje prostorno-planskih odrednica i kapaciteta infrastrukturnih sustava.

Cilj je privlačiti turiste i zadovoljavati turističke potrebe bez nanošenja štete prirodnim, kulturnim i socijalnim resursima određene destinacije. Ovom konceptu razvoja pridonose premium ponude u turizmu temelje na inovacijama, autoritetu, uvjerljivosti, zadovoljstvu, zadržavanju i angažiranosti potrošača.[72]

Ruralni turizam djeluje kao sredstvo za ostvarivanje zaposlenosti i produljenja turističke sezone. Također revitalizira i omogućava ravnomjeran razvoj inače nerazvijenih ruralnih područja.

Budućnost ruralnog turizma ovisi o njegovoj sposobnosti da osigura alternativni način razvoja kapitalizirajući prirodna i kulturološka bogatstva u regiji koja su u mogućnosti da privuku interes.

[72] O tome detaljnije cf. *Priručnik PCE i premium ponude*, HTZ, str. 26. (http://www.htz.hr/sites/default/files/2017-01/Prirucnik-PCE-i-premium-ponude.pdf) (15.4.2017.)

7. Zaključak

Ruralni turizam, jedan od selektivnih oblika turizma, javio se kao protuteža masovnom turizmu. Suvremeni turist motiv za svoja putovanja pronalazi u netaknutoj i zaštićenoj prirodi, povijesnim znamenitostima i željom za istraživanjem tradicionalnih seoskih zajednica te sve češće percipira ruralni krajolik kao idealan prostor za aktivan i kvalitetan odmor.

Temeljem istraživanja dokazano je kako za razvoj ruralnog turizma ne postoji jedinstveni model strategije, već razvoj ovisi o organizaciji na nacionalnoj razini i resursima područja. Uočeno je da je suradnja dionika ključna za razvoj ruralnog turizma. U svrhu postizanja održivosti i konkurentnosti važan je entuzijazam i sudjelovanje svih subjekata u turizmu te pojašnjavanje pojedinačnih uloga i funkcija. Glavni cilj je razvoj ruralne ekonomije, povećanje ruralne zaposlenosti i poboljšanje kvalitete života stanovnika tih prostora.

Osim ekonomskih koristi, ruralni turizam je donio i porast svijesti o zaštiti okoliša i njegove važnosti za održivost ruralnog gospodarstva. Kako se veliki dio ruralnog turizma odvija u zaštićenim područjima vrlo je važna svijest o povećanju ekološke i biološke degradacije uslijed jačanja turističkih djelatnosti, prilikom kojih ruralno područje može izgubiti svoju posebnost te posljedično i interes urbanih posjetitelja.

U skladu s dinamičnim promjenama na tržištu i rastućom konkurencijom uočena je važnost stvaranja novih turističkih proizvoda. Ruralni turistički proizvodi su trenutno vrlo jednostavni i zahtijevaju daljnji razvoj. Većina aktivnosti svodi se na gastronomiju, šetanje i druženje. Takav turistički proizvod nije u mogućnosti zadovoljiti potrebe iskusnih turista. Rezultat takvog postupanja je nedostatak konkurentnosti na tržištu i homogenizacija turističkog proizvoda. Inovativnost i diferencijacija turističkog proizvoda ključni su kako bi se zadržali postojeći i privukli novi (potencijalni) turisti u destinaciju, pri čemu je bitno očuvanje prirodnih, kulturnih i socijalnih resursa na temelju kojih se turizam počeo razvijati.

U svrhu uspješnog pozicioniranja na međunarodnom tržištu nužno je uvođenje visokih standarda kvalitete. Vrlo je važna i edukacija ruralnog stanovništva kako bi turistu mogla biti pružena najbolja usluga kroz stečena znanja i vještine.

Budućnost ruralnog turizma može se promatrati kroz sposobnosti prilagodbe turističkim trendovima i modernim turistima, čije je potražnja individualizirana.

Buduća istraživanja problematike ruralnog turizma trebala bi se fokusirati na suvremene trendove u turizmu (npr. Premium ponude s ciljem povećanja kreativnosti i dodane vrijednosti za klijenta) i njihove primjene na ruralnim prostorima uz uvažavanje koncepta održivosti.

LITERATURA

A) Knjige:

1. Čavlek N., Bartoluci M.: *Turizam i sport - razvojni aspekti*, Školska knjiga, Zagreb, 2007.
2. Čorak, S., Mikačić, V.: *Hrvatski turizam, plavo bijelo zeleno*, Znanstvena edicija Instituta za turizam, Zagreb, 2006
3. Demonja, D., Ružić, P.: *Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima*, Meridijani, Zagreb, 2010.
4. Geić, S.: *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split, 2011.
5. Kesar, O., Bartoluci M., Čavlek N., Prebežac D.: *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb, 2011.
6. Lukić, A.: *Mozaik izvan grada* : *tipologija ruralnih i urbaniziranih naselja Hrvatske*, Meridijani, Samobor, 2012.
7. Nordin, S.: *Tourism of Tommorow - Travel Trends and Forces of Change, European tourism research institute*, Ostersund, 2005.
8. Rabotić, B.: *Selektivni oblici turizma*, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, 2013.
9. Ružić, P.: *Ruralni turizam*, Institut za poljoprivredu i turizam, Poreč, Pula, 2005.
10. Slivar I., Golja T.: *Europsko turističko tržište i trendovi razvoja*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2016.

B) Znanstveni članci:

1. Demonja, D., Baćac, R.: „Ruralna graditeljska baština u funkciji turističke ponude Hrvatske“, *Podravina: časopis za multidisciplinarna istraživanja*, 4(23), 2013, str. 133-149.
2. Gao, S., Huang, S. Huang, Y.: „Rural Tourism Development in China“, *International journal of Tourism research*, 11(5), 2008, str. 439-450.
3. Jelinčić, D. A.: „Agroturizam u europskom kontekstu“, *Studia ethnologica Croatica*, 19(1), 2007, str. 269-289.

4. Kastenholz E., Lima J.: „The integral rural tourism experience from the tourist's point of view—a qualitative analysis of its nature and meaning“, *Tourism & Management studies*, 7, 2011, str. 62-74.
5. Krajnović, A.; Čičin-Šain, D.; Predovan, M.: „Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma – problemi i smjernice“*, Oeconomica Jadertina*, 1, 2011, str. 30-45.
6. Luković, T.: „Selektivni turizam, hir ili znanstveno-istraživačka potreba“, *Acta turistica nova*, 2(1), 2008, str. 51-74.
7. Petrić, L.: „Izazovi razvoja ruralnog turizma : dosadašnja praksa u Europi i reperkusije na Hrvatsku“, *Acta turistica*, 18(2), 2006, str. 138-170.
8. Rajko, M.: „Javno-privatno partnerstvo u funkciji razvoja ruralnog turizma“, *Zbornik radova 2. kongresa ruralnog turizma*, 2010, str. 215-223.
9. Sunara, Ž.; Jeličić, S.; Petrović, M.: „Održivi turizam kao konkurentska prednost Republike Hrvatske“, *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu*, 4(1), 2013, str. 83-88.

C) Internet izvori:

1. *Daily news and analysis*, (http://www.dnaindia.com/lifestyle/report-rural-tourism-in-india-a-complete-guide-1855598), (12.4.2017.)
2. *Grizedale arts*, 2017, (http://www.grizedale.org/about/history) (22.2.2017.)
3. *Javno-privatno partnerstvo u ruralnom turizmu*, Program Ujedinjenih nacija za razvoj u okviru zajedničkog programa Ujedinjenih nacija „Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja“ Beograd, 2011, (https://issuu.com/maxnova/docs/javno-privatno-partnerstvo-u-ruralnom-turizmu) (15.2.2017.)
4. *Meeting Challenges for Rural Tourism through Co-Creation of Sustainable Tourist Experiences*, Cambridge Scolar Publishing, 2016, (https://books.google.hr/books?id=peT6DAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=hr#v=onepage&q&f=false) (22.2.2017.)
5. *Ministarstvo kulture Republike Hrvatske*, 2017, (http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=3639) (17.2.2017.)

6. *Priručnik PCE i premium ponude*, HTZ, 2016, (http://www.htz.hr/sites/default/files/2017-01/Prirucnik-PCE-i-premium-ponude.pdf) (15.4.2017.)
7. *Priručnik za bavljenje seoskim turizmom: Korak po korak od ideje do uspješnog poslovanja*, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Hrvatska, 2011., str. 188 (http://www.mint.hr/UserDocsImages/Prirucnik_Seoski_turizam.pdf) (15.2.2017.)
8. *Rural Tourism in Europe: Experiences, Development and Perspectives*, World Tourism Organization, 2004, (http://www.idestur.org.br/download/20120219145557.pdf)
9. *Rural tourism: An international Perspective*, Cambridge Scolar Publishing, 2014, (https://books.google.hr/books?id=3famBgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=hr#v=onepage&q&f=false) (20.2.2017.)
10. Ružić, E.: *Ruralni turizam, Grad Senj*, Senj, 2010, (http://www.ras.hr/media/ruralni_turizam.pdf) (13.2.2017.)
11. *Strategija razvoja ruralnog turizma Splitsko-dalmatinske Županije*, Horwath i Horwath Consulting Zagreb, Zagreb, 2009, (http://www.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/ruralni-turizam strategija.pdf) (12.2.2017)
12. *Study on the Competitiveness of the EU tourism industry*, 2009, (http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=5257) (20.2.2017.)
13. *The Encyclopedia of New Zealand*, (http://www.teara.govt.nz/en/rural-tourism/page-2), (12.4.2017.)
14. *Tourism strategies and rural development*, OECD, Paris, 1994, (https://www.oecd.org/cfe/tourism/2755218.pdf) (20.2.2017.)
15. *Towards quality rural tourism: Integrated Quality Management (IQM) of rural tourist destinations*, Enterprise Directorate-General, Tourism Unit, Brussels, 2000, (http://www.eceat-projects.org/tourismmanual.pdf) (20.3.2017.)

D) Ostali izvori:

1. Kantar, S.: *Razvoj održivoga ruralnog turizma: Potencijali Koprivničko-križevačke županije*, doktorska disertacija, Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, Zagreb, 2016, (22.2.2017.)

POPIS TABLICA I SLIKA

Popis tablica

Br.	Tablica	Str.
1.	Kriteriji za definiranje okvira ruralnog turizma	10
2.	Nacionalni kriteriji za ruralna naselja	12
3.	Turističke aktivnosti na ruralnom području	13
4.	Partnerstva i prilagodbe ponude	42
5.	Strateški ciljevi i utjecaj turizma na ruralni prostor	43

Popis slika

Br.	Slika	Str.
1.	Koncept ruralnog turizma	8

SAŽETAK

U skladu sa suvremenim trendovima, u svijetu postoji veliko potencijalno tržište za ruralni turizam. Ruralni turizam jedan je od selektivnih oblika turizma. Obuhvaća sve aktivnosti u ruralnom području i sastavljen je od različitih oblika turizma. Strategije razvoja ruralnog turizma podrazumijevaju određivanje jasnih prioriteta, koordiniranje djelovanja između dionika, naglašavanje važnosti kvalitete proizvoda, podizanje svijesti o važnosti turizma te potragu za potporom i financiranjem. Temeljem analize i komparacije primjera strategija razvoja ruralnog turizma kao ključni čimbenici uočena su partnerstva dionika, kontinuirano praćenje trendova i stvaranje autentičnih proizvoda. Cilj je privlačiti turiste i zadovoljavati turističke potrebe bez nanošenja štete prirodnim, kulturnim i socijalnim resursima određene destinacije. Ruralni turizam revitalizira i omogućava ravnomjeran razvoj inače nerazvijenih ruralnih područja. Budućnost ruralnog turizma može se promatrati kroz sposobnosti prilagodbe turističkim trendovima i modernim turistima, čija je potražnja individualizirana.

SUMMARY

In line with current world trends, there is a large potential market for rural tourism. Rural tourism is a selective type of tourism. It covers all activities in the rural area and is made up of various forms of tourism. Strategies for the development of rural tourism include determining clear priorities, coordinate efforts between stakeholders, stressing the importance of product quality, raising awareness of tourism importance and the search for support and funding. Based on the analysis and comparison of examples of rural tourism development strategies as key factors found are partnerships of stakeholders, continuous monitoring of trends and authentic products creation. The aim is to attract tourists and satisfy tourist needs without harming the natural, cultural and social resources of specific destinations. Rural tourism revitalizes and enables balanced development of otherwise underdeveloped rural areas. The future of rural tourism can be seen through the capacity to adapt to tourism trends and modern tourists, whose demand is more and more individualized.