

Razvoj ruralnog turizma na području Brodsko-posavske županije

Čaldarević, Magdalena

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:033715>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-08**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij

MAGDALENA ČALDAREVIĆ

Razvoj ruralnog turizma na području Brodsko-posavske županije

Development of rural tourism in Brod-Posavina County

Diplomski rad

Opatija, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij
Menadžment u turizmu

Razvoj ruralnog turizma na području Brodsko-posavske županije
Development of rural tourism in Brod-Posavina County

Diplomski rad

Kolegij: **Ruralni turizam** Student: **Magdalena Čaldarević**
Mentor: Prof. dr. sc. **Romina Alkier** Matični broj: **ds3720**

Opatija, rujan 2023.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

Magdalena Čaldarević
(ime i prezime studenta)

ds3720
(matični broj studenta)

Razvoj ruralnog turizma na području Brodsko-posavske županije
(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradilo, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor diplomskog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa diplomskim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, _____ 09.09.2023. _____

Potpis studenta

SAŽETAK

Brodsko-posavska županija se smjestila na južnom području slavonske nizine, između Planine Psunja, Požeškog gorja, Diljskog gorja te rijeke Save na jugu. Ta rijeka predstavlja dio državne granice u smjeru Bosne i Hercegovine te je duga 163 kilometara. Nadalje, Brodsko - posavska županija je poznata po bogatoj povijesti, prirodnoj ljepoti, brojnim običajima i tradicijama te vinima i gastronomskoj ponudi. Na područje Brodsko – posavske županije tokom ožujka je došlo 2 475 turista te je evidentirano 4 137 noćenja domaćih i stranih turista. Pozitivni rezultati su se evidentirani u turističkoj statistici službenih podataka Hrvatske turističke zajednice za ovo područje te je taj trend nastavljen i u travnju. Razvoj ruralnog prostora svakako predstavlja poseban izazov zbog velikog broja razloga. Prije svega to se odnosi na nerazvijenost područja, nedovoljno razvijenu strategiju razvoja te nepoznatu tržišnu poziciju koja se odnosi na proizvode i usluge. Najvažniji preduvjet za budući gospodarski i turistički razvoj Brodsko - posavske županije odnosi se na osiguravanje dugoročne održivosti kod svih aspekata razvoja (ekološke, društvene i ekonomske). Daljnji razvoj ruralnog turizma trebao bi se usmjeravati prema implementiranju odgovarajućih modela za upravljanje društvenim i ekonomskim razvojem. Osim toga treba uzeti u obzir pravovremenu i kvalitetnu operacionalizaciju na svim razinama. Kako bi se to moglo ostvariti nužna su kontinuirana ulaganja prema očuvanju prirodnih i antropogenih turističkih resursa koja su karakteristična za Brodsko – posavsku županiju. Na taj način bi se, naposljetku, utjecalo na povećanje standarda lokalnog stanovništva, povećanje konkurentnosti kreiranog ruralnog turističkog proizvoda te ostvarenja gospodarskog napretka za cjelokupnu regiju.

Ključne riječi: Brodsko-posavska županija, ruralni prostor, očuvanje prirodnih i antropogenih turističkih resursa, razvoj.

SUMMARY

The Brod-Posavina County is located in the southern part of the Slavonian lowland, in the area between the Psunja, Požega and Dilj mountains from the north and the Sava River from the south, which is part of the state border with Bosnia and Herzegovina in a length of 163 km. Brod - Posavina County is rich in history, natural beauty, tradition and customs, rich cuisine and noble wine. In March 2023, there were 2,475 arrivals and 4,137 overnight stays in the Brod-Posavina County. The positive results recorded in the tourist statistics of the official data of the Croatian Tourist Board for the Brod-Posavina County continue during April. The development of rural areas represents a special challenge due to a whole series of reasons. First of all, its underdevelopment, underdeveloped development strategies and unknown market position for products and services. The most important prerequisite for the future economic and tourist development of Brod - Posavina County is ensuring long-term sustainability in all aspects of development (ecological, social and economic). The development of rural tourism in the future should be directed towards the implementation of an adequate management model for social and economic development and timely and high-quality operationalization at all levels. In order to achieve the above, constant investments in the preservation of natural and anthropogenic tourist resources characteristic of the Brod-Posavina County are necessary in order to ultimately increase the standard of living of the local population, increase the competitiveness of the created rural tourism product, and achieve the economic improvement of the entire region.

Keywords: Brod-Posavina County, rural area, conservation of natural and anthropogenic tourism resources, development.

SADRŽAJ

SAŽETAK.....	I
SUMMARY	II
1. UVOD	1
2. OSNOVNE KARAKTERISTIKE TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	4
2.1. Povijest turizma u Republici Hrvatskoj.....	4
2.2. Glavni trendovi na turističkom tržištu u Republici Hrvatskoj.....	7
2.3. Turistička kretanja u Republici Hrvatskoj.....	9
3. POJMOVNO ODREĐENJE I ZNAČAJKE RURALNOG TURIZMA	12
3.1. Definiranje ruralnog turizma	12
3.2. Značajke i razvoj ruralnog turizma.....	15
3.3. Oblici ruralnog turizma	17
4. ANALIZA TURISTIČKE PONUDE I POTRAŽNJE TURIZMA NA PODRUČJU BRODSKO-POSAVSKE ŽUPANIJE	21
4.1. Položaj i geografske odrednice Brodsko-posavske županije.....	21
4.2. Turističke atrakcije Brodsko-posavske županije	22
4.3. Turistička kretanja Brodsko-posavske županije	23
4.4. Strategija razvoja i postojeće stanje ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji	25
4.5. Razvojne mogućnosti ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji.....	26
5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE TRENUTNOG STANJA I BUDUĆEG RAZVOJA RURALNOG TURIZMA NA PODRUČJU BRODSKO-POSAVSKE ŽUPANIJE	28
5.1. Metodologija istraživanja	28

5.2. Rezultati istraživanja	29
5.3. Ograničenja istraživanja	37
5.4. Preporuke budućeg istraživanja.....	38
6. BUDUĆI RAZVOJ I PERSPEKTIVE RAZVOJA RURALNOG TURIZMA NA PODRUČJU BRODSKO-POSAVSKE ŽUPANIJE	39
6.1. Mogući razvoj ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji	40
6.2. Preporuke budućeg razvoj ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji.....	43
7. ZAKLJUČAK	45
POPIS LITERATURE	48
POPIS ILUSTRACIJA.....	50
PRILOZI.....	51

1. UVOD

Do 1991. godine analizirano područje Brodsko-posavske županije predstavljalo je srednje turistički razvijen prostor na temelju tranzitnog turizma (na temelju aktualne autoceste Zagreb – Lipovac). Na temelju podataka iz 1995. godine turistički smještajni kapaciteti su imali 883 postelje. Što se tiče turista došlo je 6 927 turista te se ostvarilo 16 364 noćenja. Kada se ti podaci usporede sa prijeratnom godinom zabilježeno je znatno smanjenje (nešto više od 8% prijeratnog broja turista, odnosno oko 13% prijeratnog broja noćenja).

Predmet istraživanja u sklopu ovog diplomskog rada odnosi se na analiziranje razvoja ruralnog turizma na području Brodsko – posavske županije.

Svrha i cilj istraživanja u ovom diplomskom radu povezano su sa predmetom rada. Cilj istraživanja je pružiti odgovor na sljedeća pitanja:

- Što je turizam?
- Kakvo je turističko kretanje u Republici Hrvatskoj?
- Koji su oblici ruralnog turizma?
- Kakav je položaj i geografske odrednice Brodsko-posavske županije?
- Kakvo je postojeće stanje turizma na ruralnom prostoru Brodsko-posavske županije?
- Koje su razvojne mogućnosti ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji?
- Što je pokazalo provedeno anketno istraživanje trenutnog stanja i budućeg razvoja ruralnog turizma na području Brodsko-posavske županije?
- Kakav je mogući razvoj ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji?

Kod pisanja ovog diplomskog rada koristila se sljedeća znanstvena metodologija odnosno povijesna metoda, deskriptivna metoda, induktivna metoda, deduktivna metoda, statistička metoda, metoda analize, statistička metoda te metoda sintetiziranja i anketiranja kako bi se prikupili potrebni podaci za analizu u ovom diplomskom radu.

Tokom pisanja ovog diplomskog rada analiziralo se sekundarne izvore podataka. Oni su se odnosili na definiranje turizma i ruralnog turizma. Primarni izvori podataka su rezultati koje se prikupilo kroz anketno istraživanje s ciljem prikupljanja potrebnih podataka.

Diplomski rad ima naslov „Razvoj ruralnog turizma na području Brodsko – posavske županije“. Rad je podijeljen na sedam poglavlja koja se međusobno povezuju.

Prvi dio rada, „*Uvod*“, pojašnjava i ističe predmet istraživanja u ovom diplomskom radu, ciljevi i svrhu diplomskog rada kao i korištene znanstvene metode te cjelokupnu strukturu diplomskog rada.

U drugom dijelu pod naslovom „*Osnovne karakteristike turizma u Republici Hrvatskoj*“ analizira se povijest turizma u Republici Hrvatskoj, glavni trendovi na turističkom tržištu u Republici Hrvatskoj te turistička kretanja u Republici Hrvatskoj.

„*Pojmovno određenje i značajke ruralnog turizma*“ je naslov trećeg dijela u kojem se analizira pojam ruralnog turizma, značajke i razvoj ruralnog turizma te oblici ruralnog turizma.

Četvrti dio rada „*Analiza turističke ponude i potražnje turizma na području Brodsko-posavske županije*“ analizira položaj i geografske odrednice Brodsko-posavske županije, turističke atrakcije Brodsko-posavske županije, turistička kretanja Brodsko-posavske županije - turistička ponuda, turistička potražnja, strategija razvoja ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji, postojeće stanje turizma na ruralnom prostoru Brodsko-posavske županije te razvojne mogućnosti ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji.

U petom djelu rada pod naslovom „*Empirijsko istraživanje trenutnog stanja i budućeg razvoja ruralnog turizma na području Brodsko-posavske županije*“ analizira se metodologija istraživanja, rezultati istraživanja, ograničenja istraživanja te preporuke budućeg istraživanja.

Šesti dio rada pod naslovom „*Budući razvoj i perspektive razvoja ruralnog turizma na području Brodsko-posavske županije*“ pojašnjava mogući razvoj ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji te preporuke budućeg razvoja ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji.

Zaključak predstavlja konačno poglavlje u ovom diplomskom radu. U zaključku su se istaknuli ključni zaključci u ovom diplomskom radu.

2. OSNOVNE KARAKTERISTIKE TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Turističko tržište u današnje vrijeme karakterizira izrazita dinamičnost te konkurentnost. Opstanak na suvremenom tržištu uvjetuje se kontinuiranim praćenjem aktualnih trendova. Kroz te trendove se identificira tendencija kretanja za potražnju, aktualne tržišne prilike, moguća ulaganja te infrastrukturne potrebe. Kod planiranja turističkog razvoja preduvjeti se odnose na odgovarajuće povećanje konkurentnosti, ostvarenje većih tržišnih udjela te porasta koristi od turizma. Navedeno je bitno kod identificiranja i implementacije dugoročnih trendova, odgovarajućeg prilagođavanja turističke ponude te uspostavljanja suradnje između sudionika i to na svim razinama.¹

Novi turistički trendovi kao i velik broj političkih promjena, globalizacija te mnoge druge radnje imaju velik utjecaj prema složenosti kreiranja atraktivnih turističkih ponuda. Jedan od najvažniji trendova suvremenih turističkih potražnji odnosi se na promjene trendova i preferencija kod suvremenih modernih turista na način da aktualni turisti sve više traže one oblike turističke ponude koja im omogućava aktivno korištenje odmora te stjecanje novih iskustava i doživljaja odnosno sudjelovanje u tzv. dokoličarskoj edukaciji.

U nastavku će bit pojašnjena povijest turizma u Republici Hrvatskoj, glavni trendovi na turističkom tržištu u Republici Hrvatskoj te turistička kretanja u Republici Hrvatskoj.

2.1. Povijest turizma u Republici Hrvatskoj

Turizam se može definirati fenomenom čija je bit kretanje. S obzirom da su motivacije koje potiču na turizam različite prirode (sociološke, ekonomske, religijske, kulturološke, rodbinske, prijateljske te zdravstvene) može se definirati i toliko vrsta turizma. Osim toga, turizam ima i velik broj podvrsta s obzirom na vremenske značajke putovanja, odabran smještaj destinacije u kojoj se provodi odmor, načine prijevoza i slično.²

¹Demonja, D., Ružić, P. (2010.): „Ruralni turizam u Hrvatskoj- s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima“, Zagreb: Meridijani, str. 5.

²Sladoljev, J. (1998.): “Kamping turizam”, Pula: C.A.S.H., str. 6.

Nadalje, turizam se svakodnevno suočava sa velikim brojem promjena koje se događaju u okruženju što ima utjecaj na razvoj i daljnji rast turizma. Pritom odrednice koje se odnose na hrvatski turizam se odnose i na međunarodne oblike turizma. Također te promjene su različita pa tako mogu dolaziti iz vanjskog i unutarnjeg okruženja.

Jedan od ključnih trendova suvremenih turističkih potražnji odnosi se na promjene u trendovima te preferencijama suvremenih turista. Suvremeni turisti usmjereni su na potragu za oblicima turističke ponude u kojima imaju mogućnost aktivnog provođenja odmora, stjecanja novih iskustava te doživljavaju odnosno dokoličarska edukacija. Ti proizvodi i usluge moraju biti usklađeni sa ključnim karakteristikama resursno-atraksijskih osnova destinacija te je stoga nužno uvažavanje vrijednosti i životnog stila za lokalno stanovništvo. Proizvodi i usluge moraju biti komplementarni sa ciljevima kreiranja sinergijskih učinaka. Osim toga moraju biti dugoročno održivi i imati funkciju podizanja razine kvalitete za životni standard stanovnika.

Temeljni faktori kod razvoja turizma, u sklopu tržišnih uvjeta, odnose se prvenstveno na kapital te rad. Slijedom navedenog elemente turističkog sektora, kao i svih ostalih sektora u nacionalnom gospodarstvu, može se analizirati na temelju zaposlenosti te proizvodnosti ljudskih resursa te analiziranje proizvodnog kapitala kao i bitnih značajki za tržišne aktivnosti u turističkoj industriji.

Kratkoročni zadaci turizma odnose se na ostvarenje doprinosa prema stabilizacijskim odnosno kratkoročnim ekonomskim politikama sa dva aspekta. Prvi se odnosi na stabilizaciju platno-bilančnih odnosa odnosno faktor za uravnoteženje ekonomskih odnosa nacionalnoga gospodarstva s inozemstvom. Drugi se odnosi na participiranje stabilizacije nacionalnoga tržišta radne snage odnosno da se prikrivena razina nezaposlenost kod ostalih sektora, što predstavlja potrebit proces restrukturiranja gospodarstva, postaje otvorenom odnosno registriranom nezaposlenosti te da se rješava kroz novo zapošljavanje u turističkom sektoru.³

Kapaciteti hrvatskog turizma bez sumnje su znatni. Međutim, kvalificirano analiziranje mora, između ostaloga, analizirati u kojoj razini sezonski karakter turističkih djelatnosti ima utjecaj prema realnosti visokih očekivanja. Pri tome djelotvornost proklamiranih orijentacija zavisi o provedenim makroekonomskim modelima koji sačinjavaju mjere fiskalnih, monetarno-

³Družić, I. (2010.): „Dugoročni trendovi i ograničenja hrvatskog turističkog tržišta“, Ekonomski pregled, Vol. 61., No. 3-4., str. 105.

kreditnih, politika zapošljavanja te vanjskotrgovinske politike kao i o pravnim okvirima otvorenima prema stranim ulaganjima.

Razvoj turizma se pritom može podijeliti na sljedeće faze odnosno etapu turizma privilegiranih klasa te suvremeni turizma. Nadalje, svaka od tih faza može imati još i različite podfaze. Naziv turizma počeo se koristiti tek tokom 19. stoljeća.

Na grafikonu 1., se prikazuje podjela razvoja turizma.

Grafikon 1. Podjela razvoja turizma



Izvor: obrada autora prema Ružić, P. (2005.): „Ruralni turizam“, Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, str. 1.

Kao što je vidljivo na grafikonu 1., s obzirom na korištenje termina turizam njegov razvoj se mogao podijeliti na tri faze:⁴

- putovanja s ciljem rekreiranja, navedena putovanja koristili su isključivo turisti iz privilegiranih klasa, pritom se putovanja ne nazivaju turističkim i sežu u najdalju prošlost i traju do 19. stoljeća,

⁴ Ružić, P. (2005.): „Ruralni turizam“, Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, str. 1.

- organizirana putovanja turista koji su pripadali privilegiranim društvenim slojevima nazivaju se turističkim putovanjima, takva vrsta putovanja traje od polovice 19. stoljeća pa do početka Prvog svjetskog rata,
- putovanja kao masovne pojave turista iz svih društvenih slojeva započelo je sa završetkom Prvog svjetskog rata.

Nadalje, europski turizam karakteriza duga tradicija te ga karakterizira razvoj koji traje više od dvije stotine godina. Taj dug razvoj karakterizira nekoliko faza pa je tako prva faza započela sedamdesetih godina 18. stoljeća te je trajala do početka 60-ih godina 20. stoljeća.

Za drugu fazu može se zaključiti kako je započelo od šezdesetih do osamdesetih godina 20. stoljeća kada je zabilježen veliki razvoj turizma na europskom području. Slijedom navedenog ova faza se naziva fazom masovnog turizma. Treća faza započinje od 90-ih godina 20. stoljeća te ju je okarakterizirao individualni turizam.⁵ Kod svih faza razvoja turizma zahtjevi te potrebe stanovnika u pojedinim zemljama Europe bili su drugačiji. Osim navedenoga usmjeravali su se prema praćenju tempa i dinamike svih vrsta razvoja (kulturni razvoj, politički razvoj, ekonomski razvoj) u pojedinim zemljama što je bilo vidljivo i u turističkoj sferi. Pritom treba istaknuti kako su krize gospodarstva i politike kod pojedinih zemalja imale utjecaj na cjelokupni sektor.

2.2. Glavni trendovi na turističkom tržištu u Republici Hrvatskoj

Turizam se može definirati socijalnim, kulturnim i ekonomskim fenomenom koji se odnosi na kretanje ljudi unutar zemlje ili mjesta i to izvan svojih uobičajenog okruženja. Navedeno kretanje se može odvijati zbog osobnih ili poslovnih/profesionalnih svrha. Ljudi koji putuju nazivaju se posjetiteljima (koji mogu biti ili turisti ili ekskurzionisti, stanovnici ili nerezidenti) dok se turizam odnosi na njihove aktivnosti. Neke aktivnosti se odnose i na turističke izdatke.⁶ Turizam predstavlja dinamičnu i konkurentnu industrija.

⁵Vuković, I. (2006.): „Suvremeni trendovi u razvoju turizma u Europskoj uniji i implikacije na Hrvatsku“, Tourism and hospitality management, Vol. 12., No.1., str. 37.

⁶UNWTO- <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (pristupljeno 25.07.2023.)

Takva industrija zahtijeva mogućnost kontinuiranog prilagođavanja prema promjenjivim potrebama i željama kupaca s obzirom na to da su zadovoljstvo, sigurnost i uživanje turista veoma bitni te se nalaze u centru turističkih poduzeća.

Prije pandemije, industrija putovanja i turizma doživljavala je vrhunac u brojkama - uključujući broj međunarodnih posjetitelja, koliko su turisti trošili, dane odmora i još mnogo toga. Eurostat je pokazao da je u srpnju 2022. godine broj komercijalnih letova u zemljama Europske unije dosegao 85% razine prije Covida, isto kao u kolovozu 2022. godine (86% podataka iz kolovoza 2019.).⁷

U brojkama, srpanj 2022. godine je karakteriziralo sljedeće:⁸

- Ujedinjeno Kraljevstvo primilo je 1,9 milijuna turista u srpnju, 88% njih došlo je u srpnju 2019. godine,
- Njemačka je imala 1,1 milijun posjetitelja, što predstavlja 88% posjetitelja u 2019. godini,
- Španjolska je u srpnju imala 9,1 milijun turista, što znači 92% dolazaka u srpnju 2019. godine,
- Francuska je primila više od 1,4 milijuna posjetitelja - 98% u usporedbi s 2019. godinom,
- najznačajniji broj turista koji su stigli u ove destinacije je iz SAD-a - oni čine 85% dolazaka.

Nadalje, sa željom putnika za novim iskustvima, brzim globalnim tehnološkim napretkom, klimatskim promjenama i drugim dinamikama, industrija putovanja i turizma neprestano se transformira. Nakon što je u prošlom desetljeću doživio najvišu razinu svih vremena, pri čemu je 2018. zabilježio najveći broj međunarodnih turističkih dolazaka, prema Svjetskoj turističkoj organizaciji (UNWTO), sektor je sada nedvojbeno suočen s velikim izazovima i neugodnim promjenama nakon pandemije COVID-19.

Svejedno, još uvijek postoje rastući turistički trendovi koji mogu pomoći turoperatorima, destinacijskim marketinškim organizacijama (DMO) i drugim dobavljačima u industriji da preurede svoje poslovanje i dožive uspjeh dok ulazimo u novu normalu. Od iskustvenih i transformativnih putovanja do automatiziranih i slobodnih putovanja, postoje nove prilike na koje bi se tvrtke trebale usredotočiti.

⁷Eurostat - <https://ec.europa.eu/eurostat> (pristupljeno 25.07.2023.)

⁸Ibid.

Važan aspekt, kada je u pitanju digitalizacija, su mobilne rezervacije. Operateri izvješćuju da se 2 od 5 online rezervacija obavlja na mobilnim uređajima. Ovi kupci putem pametnih telefona također su vrijedniji za poslovanje zbog sljedećih razloga:⁹

- troše 50% sredstava više za razne izlete te aktivnosti po putovanju,
- u prosjeku se bilježi 2,9 tura po putovanju,
- dvaput je vjerojatnije da će takvi turisti, nakon boravka, ostaviti recenzije na internetu.

Prema Think with Google, 57% putnika misli kako bi tvrtke trebale provoditi personalizaciju procesa kupnje te ga temeljiti na ponašanjima, osobnim preferencijama te izborima iz prošlosti. Personalizacija je također bitna kada je riječ o stvarnim turama ili aktivnostima. Kroz nuđenje fleksibilnih iskustava koja se prilagođavaju potrebama putnika može se bolje zadovoljiti svoje klijente. Navedeno može potaknuti ponovne posjete.

Slijedom navedenog prioritet trebalo biti kreiranje usluga koje se usmjeravaju prema kupcima. Navedeno započinje kada turisti vide oglase na društvenim mrežama ili web stranicama. Pritom poruke moraju odgovarati onome što klijenti preferiraju. Prijedlozi za putovanja i obilaske mogu se nuditi prema, na primjer, onome što su kupci pregledavali na internetu. To se može kreirati na temelju korištenja specijaliziranih marketinških alata te oglasne platforme poput Googlea i Facebooka.

2.3. Turistička kretanja u Republici Hrvatskoj

Na tablici 1. prikazani su smještajni kapaciteti po vrstama objekata od 1980. - 2020. godine u Republici Hrvatskoj.

⁹Tsvetkov, T. (2023.): <https://pro.regiondo.com/blog/tourism-trends-2018-2/>, dostupno na: <https://pro.regiondo.com/blog/tourism-trends-2018-2/> (pristupljeno 25.07.2023.)

Tablica 1. Smještajni kapaciteti po vrstama objekata od 1980. - 2020. godine u Republici Hrvatskoj

VRSTA SMJEŠTAJA	1990.	1995.	2000.	2005.	2010.	2015.	2020.
Hoteli i aparthoteli	142 917	138 535	126 656	115 776	122 879	135 322	137 517
Turistička naselja	58 201	61 389	64 593	61 991	31 891	30 836	31 587
Kampovi	292 934	260 764	210 148	217 324	232 134	237 758	238 745
Privatne sobe	264 092	125 370	273 833	400 454	428 464	575 428	581 542
Lječilišta	2 906	2 683	2 830	2 258	2 547	2 510	2 614
Radnička odmarališta	69 319	6 996	11 657	11 124	7 429	2 749	2 874
Odmarališta za djecu/ hosteli	19 853	3 321	6 192	4 667	5 934	11 692	11 796
Ostalo	12 458	9 568	14 279	95 616	78 673	33 017	33 020
Ukupno	862 680	608 626	710 188	909 210	909 951	1 029 312	1 030 824

Izvor: obrada autora prema Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2022.): „Turizam u brojkama 2021.“, Zagreb: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, str. 13.

Kao što je vidljivo na tablici 1. kada se analiziraju smještajni kapaciteti po vrstama objekata u periodu od 1980. do 2015. godine vidljivo je kako povećanje broja smještajnih kapaciteta ostvaruju hoteli i aparthoteli, kampovi, privatne sobe te lječilišta. Do smanjenja smještajnih kapaciteta došlo je kod turističkih naselja. 1980. godine su turistička naselja bilježila 41 715 smještajnih kapaciteta dok 2018. godine ima 30 836 smještajnih jedinica.

Pored turističkih naselja došlo je i do smanjenja radničkih odmarališta te odmarališta za djecu odnosno hostele. Takve vrste smještaja sve su manje popularne pa su tako radnička odmarališta 1980. godine imala 68 228 smještajnih jedinica dok 2015. godine imaju samo 2 749 smještajnih jedinica.

Odmarališta za djecu odnosno hosteli također bilježe smanjenje pa je tako njihov broj smještajnih kapaciteta 1980. godine iznosio 25 752, 2015. godine imaju samo 11 692 smještajnih jedinica dok 2020. godine ima 11 796 jedinica.

U današnje vrijeme upravo smještajni kapaciteti predstavljaju element hrvatskog turizma koji je tek u počecima razvoja. Bitno je da se razvoj usmjerava prema unapređenju kvalitete usluga i smještaja kod smještajnih kapaciteta. Suvremene turiste karakterizira povećanje zahtjeva iz godine u godinu te je bitno da se kvalitetno odgovori na njihove zahtjeve kako bi se ostvarila visoka turistička produktivnost i dobri turistički rezultati u budućem periodu.

U Republici Hrvatskoj je tokom 2022. godine ostvareno 18,9 milijuna dolazaka te je ostvareno 104,8 milijuna noćenja. To je 37% više dolazaka te 25 % više noćenja kada se analizira 2021. godina. U ukupnom broju strani turisti ostvaruju 92,3 milijuna noćenja dok su domaći turisti bili ostvarili 12,5 milijuna noćenja. U odnosu na 2019. godinu ostvarilo se 91% dolazaka te 96 % noćenja.¹⁰

Kada je riječ o turističkim noćenjima najviše ih je ostvareno na području Istarske županije (29,5 milijuna), Splitsko – dalmatinske (19,5 milijuna) te Primorsko – goranske županije (18,3 milijuna). Potom slijedi Zadarska županija, Dubrovačko-neretvanska te Šibensko-kninska županija. Najveći broj noćenja ostvaren je na području Rovinja (4,2 milijuna), Dubrovnika (3,8 milijuna) te Poreča (3,4 milijuna).

Najviše noćenja ostvarili su turisti iz Njemačke (24,9 milijuna). Potom slijede turisti iz Slovenije, Austrije, Poljske, Češke, Italije, Velike Britanije, Slovačke te Nizozemske. Prema vrstama smještaja najviše je noćenja u objektima u domaćinstvu (39,4 milijuna noćenja), potom slijede hoteli te kampovi.¹¹

¹⁰Hrvatska turistička zajednica- <https://www.htz.hr/hr-HR/press/objave-za-medije/u-2022-godini-ostvareno-vise-od-104-milijuna-nocenja> (pristupljeno 20.07.2023.)

¹¹Ibid.

3. POJMOVNO ODREĐENJE I ZNAČAJKE RURALNOG TURIZMA

Kako postoje mnoge vrste i podvrste te oblici u kojima se javlja turizam, pa onda i ruralni turizam, valja na početku definirati što je to ruralni turizam. Postoji nekoliko raznih definicija.

U nastavku će bit pojašnjen pojam ruralnog turizma, značajke i razvoj ruralnog turizma te oblici ruralnog turizma.

3.1. Definiranje ruralnog turizma

Stručnjaci se do sada nisu usuglasili oko točne definicije ruralnog turizma te se vezano za ovaj pojam javlja čitav niz različitih pojmova. Valja zaključiti da se ruralni turizam odvija u sklopu seoskih gospodarstava. Slijedom navedeno utemeljen je na korištenju odgovarajućeg ruralnog prostora za pružanje turističke ponude. Njegova bitna značajka odnosi se na odvijanje izvan urbanih područja odnosno gradova. Sukladno tome ruralni turizam ne karakterizira masovnost kao ostale oblike turizma.

Pojam ruralnog turizma se često može zamijeniti i povezati sa pojmovima kao što je:

- seoski turizam,
- ekoturizam.
- agroturizam,
- seljačkog turizma,
- zeleni turizam,
- prirodni turizam.

Uopćena definicija ruralnog turizma može se pronaći na Internetu gdje se ruralni turizam može definirati širokim pojmom kojim se označavaju sve turističke aktivnosti u sklopu ruralnih područja. To se odnosi na brojne oblike turizma poput lovnog turizma, ribolovnog turizma, turizma u okviru parkova prirode, zimskog turizma, seoskog turizma, eko turizma,

zdravstvenog te kulturnog turizma). Istovremeno ruralni turizam ne mora biti usmjeren prema kreiranju dodatnog prihoda već se može smatrati profesionalnom djelatnosti.¹²

Na temelju današnjih iskustava za definiranje ruralnog područja koriste se sljedeće karakteristike:¹³

- veoma mali broj stanovnika,
- dominantni način korištenja zemlje,
- dominantni način korištenja šuma,
- društvene strukture (ovdje treba izdvojiti običaje te seoski identitet).

Na temelju istaknutih karakteristika ruralna područja se može definirati kao prostore koji se nalaze izvan gradskih sredina te ih karakterizira mala koncentracija stanovnika, prevladava zanimanje za poljoprivredu te imaju posebnu društvenu strukturu koja se odnosi na običaje te seoski identitet.

Nadalje, ruralna područja mogu se definirati teritorijima čiji se gospodarski razvoj povijesno osniva na temelju poljoprivrede. To područje je smješteno izvan utjecaja velikih gradova no ima utjecaj prema gradovima i njihovoj potrebi.¹⁴

U „Rječniku turizma“ iz 2001. godine navedeno je kako ruralni ili zeleni turizam predstavlja oblik turizma koji se odnosi na povremeno boravljenje turista u seoskim sredinama koje turistima pružaju, ne samo čisti zrak i prirodni ambijent, različite mogućnosti za aktivno sudjelovanje u radu na seoskim gospodarstvima (npr. može se izdvojiti berbu grožđa i voća, prikupljanje sijena, čišćenje goveda i slično). Osim toga na raspolaganju je i sudjelovanje u blagdanskim i prigodnim svečanostima te ostalim manifestacijama koje se održavaju.¹⁵

Na temelju definicije Vijeća Europe ruralni turizam se može definirati turizmom na seoskim područjima. To se odnosi na sve aktivnostima koje se provode na tim područjima dok su ključne značajke takve vrste turizma mirna sredina, nepostojanje buke, očuvanost okoliša, mogućnost komunikacije s domaćinima, kušanje domaće hrane te upoznavanje seoskih poslova.

¹²Ruralis - <https://www.ruralis.hr> (pristupljeno 20.07.2023.)

¹³Demonja, D., Ružić, P. (2010.), op.cit., str. 142.

¹⁴Ružić, P. (2011.): „Ruralni turizam Istre“, Poreč, Pula: Institut za poljoprivredu i turizam, str. 72.

¹⁵Vukonić, B., Čavlek, N. (2001.): „Rječnik turizma“, Zagreb: Masmedija, str. 91.

Razvoj ruralnog turizma mora se temeljiti na održivom razvoju odnosno revitaliziranju postojećih tradicijskih gradnji odnosno baština kojima se daje novu turističku namjenu. Kroz ovaj oblik turizma se nastoji utvrditi kako se može osmišljavati aktualne i privlačne smještajne i ugostiteljske kapacitete.

Nadalje, Ružić definira ruralni turizam aktivnošću ili pokretom koji ljudi urbanih sredina vraćaju prirodi te pokreću brojne gospodarske i negospodarske aktivnosti smještene u ruralnim sredinama poput:¹⁶

- uzgajanje prirodnih i zdravih namirnica – za takvom vrste hrane potražnja kontinuirano raste, pogotovo kod visoko razvijenih država,
- doprinosi oživljavanju poljoprivrednih proizvodnji u sklopu malih površina no na suvremenoj osnovi, s obzirom na poznatost tržišta i potrošača,
- omogućavanje aktivnog odnosa prema prirodi za turiste koji dolaze u ruralne sredine, odnos prema poljoprivrednim proizvodnjama u sklopu obiteljskih gospodarstava, koji se uključuju prema ruralnim oblicima turizma,
- kroz ruralne oblike suvremenog turizma omogućava se vraćanje ljudi prirodnim vrijednostima kao prirodnom ambijentu te rasterećenje od svih pritisaka i stresova koje donose urbane sredine čime se sputava vrijednost slobode ljudi,
- razvijanje ruralnih oblika turizma odnosi se na cjelokupne ruralne sredine te cjelokupni ambijent seoskog života te ambijent stanovanja.

Pripadnost ruralnim prostorima odnosi se na pripadanje rurisima, selima, seoskim zajednicama te ruralnim prostorima. Pritom ruralnost karakterizira promjenjivost prostora i vremena. S obzirom da ruralne destinacije karakteriziraju odgovarajuće prirodne ljepote i specifični načini života u zadnje vrijeme dolazi do značajnog razvoja koncepta ruralnog turizma.

¹⁶Ružić, P. (2011.), op.cit., str.67.

3.2. Značajke i razvoj ruralnog turizma

Turizam je identificiran kao jedna od primarnih gospodarskih grana s potencijalom za podršku lokalnim zajednicama u razvoju gospodarske raznolikosti. Ruralni turizam razvio se zahvaljujući rastu prihoda (uglavnom su to diskrecijski prihodi), povećanom slobodnom vremenu i diverzifikaciji motiva i želja turista. Razvoju turizma pogoduje poboljšanje infrastrukture, povijesnih spomenika i obnova arhitekture te promicanje očuvanja okoliša. Posebnu privlačnost za turiste imaju ruralna područja zbog izrazitih karakteristika povezanih s mističnim, kulturnim, povijesnim, etničkim i geografskim.¹⁷

Za napredak zajedno s profitom za uključene, potrebno je nekoliko komponenti: atrakcije, ulaganja, odgovarajuća infrastruktura, usluge i raznolika promocija ugostiteljstva. Za pokretanje ovog skupa faktora potrebno je udružiti poduzetnike i javne uprave.

U drugoj polovici XX. stoljeća porastao je interes za ruralnim turizmom.¹⁸ Procesi urbanizacije i globalizacije učinili su ruralni turizam aktualnom i profitabilnom vrstom djelatnosti koja zauzima snažno mjesto na svjetskom turističkom tržištu. Smatra se važnim segmentom modernizacije poljoprivrednog gospodarstva, pogoduje rješavanju zadaće gospodarskog, socijalnog i duhovnog preporoda sela, otvaranju novih radnih mjesta, podizanju blagostanja stanovništva, kao i smanjenju socijalnih napetosti.

U tablici 1. prikazani su OPG-ovi po županijama Republike Hrvatske od 2016.-2018. godine.

Tablica 2. OPG-ovi po županijama Republike Hrvatske od 2016.-2018. godine

ŽUPANIJA	2016.	2017.	2018.
Bjelovarsko-bilogorska	11.628	11.045	11.116
Brodsko-posavska	7.163	6.991	7.052
Dubrovačko-	8.088	7.962	8.017

¹⁷Barbu, L. (2022.): „The Factors Appearance And Development Of Rural Tourism“, dostupno na: <https://ideas.repec.org/a/ora/journal/v1y2013i1p750-758.html> (pristupljeno 22.07.2023.)

¹⁸Duha, V. (2021.): „History of birth and development of rural tourism“, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/350292599_HISTORY_OF_BIRTH_AND_DEVELOPMENT_OF_RURAL_TOURISM (pristupljeno 22.07.2023.)

neretvanska			
Grad Zagreb	5.523	5.446	5.628
Istarska	6.048	5.625	5.770
Karlovačka	5.750	5.656	5.972
Koprivničko-križevačka	10.528	9.798	9.873
Krapinsko-zagorska	8.266	8.250	8.518
Ličko-senjska	4.579	4.664	4.910
Međimurska	5.232	4.712	4.728
Osječko-baranjska	12.188	11.765	11.933
Požeško-slavonska	5.059	5.026	5.054
Primorsko-goranska	3.519	3.497	3.654
Sisačko-moslavačka	8.988	8.692	8.813
Splitsko-dalmatinska	13.033	12.468	12.766
Šibensko-kninska	5.461	5.300	5.463
Varaždinska	8.325	7.973	8.102
Virovitičko-podravska	6.711	6.269	6.314
Vukovarsko-srijemska	7.111	6.870	6.988
Zadarska	7.329	7.332	7.556
Zagrebačka	14.610	13.804	13.955
UKUPNO	165.139	159.145	162.182

Izvor: obrada autora prema podacima sa stranice Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju- www.apprrr.hr (pristupljeno 22.07.2023.)

Kao što je vidljivo na tablici 2. u analiziranim godinama najviše OPG- a se nalazi na području Zagrebačke županije.

3.3. Oblici ruralnog turizma

Unutar ruralnog turizma razlikuje se više oblika, odnosno kategorija:

- seoski turizam,
- vinski turizam,
- gastronomski turizam,
- rezidencijalni turizam,
- zavičajni (nostalgični) turizam,
- lovni i ribolovni turizam,
- vjerski turizam,
- kulturni turizam,
- pustolovni turizam,
- zdravstveni turizam,
- edukacijski turizam,
- ekoturizam,
- tranzitni turizam,
- kamping turizam,
- sportsko-rekreacijski turizam.

Osnovna aktivnost (djelatnost) seljačkog turizma je poljoprivredna proizvodnja. Dodatne aktivnosti čine turističke usluge smještaja gostiju te prehrane. Također se mogu organizirati i ostale usluge, prema potrebi i željama.

S obzirom na usluge može se izdvojiti sljedeće oblike agroturizma:¹⁹

- agroturizam koji je usmjeren na pružanje usluga prehrane,
- agroturizam koji je usmjeren na pružanje usluga smještaja (ruralne kuće koje imaju tradicionalnu arhitekturu, obiteljske ruralne hotele, apartmane te ruralne sobe koje imaju tradicionalnu arhitekturu),
- agroturizam koji je usmjeren na pružanje usluga prehrane te smještaja.

Vinski turizam se može definirati aktivnošću koja se odnosi i na proizvodnju i na prodaju vina sa turizmom. Vino, vinarske regije i proizvođači vina predstavljaju osnovne čimbenike u vinskom turizmu no uspješan doživljaj koji nude te vrste turizma ovisi podjednako o gledištu vinara te o razini kvalitete vina i regionalnih atrakcija. S druge strane, turizam se često smatra sekundarnim proizvodom proizvodnje vina.

Glavne aktivnosti se povezuju sa uzgojem grožđa te proizvodnjom vina. Proizvođači vina pritom imaju izniman utjecaj prema razvoju svojih vinarskih regija te kvalitete vinskog turističkog doživljaja.²⁰ Gastronomski turizam razvijen je na temelju gastronomske ponude koja je na ruralnom prostoru vrlo zanimljiva i opširna. Riječ je o obliku putovanja turista koje se motivira kroz upoznavanje, kušanje i uživanje u gastronomskim ponudama.

Rezidencijalni turizam može se definirati boravkom i odmorom kod sporednog stanovanja (rezidencije, zavičajne vile, vikendice, kuće za odmor). Vlasnici navedenih stambenih objekata zapravo predstavljaju stanovnike. Oni su se odlučili preseliti u gradove ili žive u drugim područjima i inozemstvu te su se odlučili na kupovinu zgrada kako bi iste mogli urediti i povremeno koristiti za boravljenje (preko vikenda, blagdana ili tokom godišnjeg odmora). U sklopu tih objekata u određenim periodima godine borave vlasnici. Kada pak vlasnici nisu u tim objektima iste se može iznajmiti turistima te takvi objekti predstavljaju značajne turističke potencijale.

¹⁹Demonja, D., Ružić, P. (2010.), op.cit., str. 142.

²⁰Güven, S., Sevil, H., Rafet, Y. (2009.): „Opažanja proizvođača vina o vinskom turizmu“, Časopis turizam, Vol. 57., No. 4., str. 43.

Zavičajni ili nostalgični turizam utemeljen je na osobnim vezama za pojedince i određena mjesta te krajeve. To se odnosi na vezu stanovnika koji su se preselili iz sela u gradove. Prema tim vezama razvijaju se česta putovanja za gradske stanovnike prema područjima u kojima su smješteni u svojim kućama, mogu koristiti hranu kod svoje obitelji ili kod lokalnih ugostiteljskih objekata te troše u trgovinama.

Lovni turizam predstavlja tipični oblik turizma koji je pak karakterističan za ruralne prostore. Lovni turizam se razvija na u sklopu poljoprivrednih zemljišta te ostalih zemljišnih i vodenih površina. Ovom obliku turizma veliku pogodnost donose klimatski, hidrografski te geografski uvjeti. U ovom turizmu sudjeluju lovci no njihovi članovi obitelji. Ribolovni turizam je također karakterističan za ruralni prostor te se odvija na vodama.

Vjerski turizam predstavlja oblik turističkih kretanja u kojem turisti zadovoljavaju potrebe religijskog te duhovnog karaktera. Ovaj turizam je poznat i pod nazivom hodočasnički turizam. Hodočasnici posjećuju sakralne objekte poput crkava, hramova i slično te se na taj način potiče očuvanje kulturne i povijesne baštine. Riječ je o turizmu koji ima velik potencijal, ne samo u svijetu već i na razini Republike Hrvatske.²¹

Nadalje, kulturni turizam može se definirati oblikom turizma čiji se cilj odnosi i na otkrivanje lokaliteta te spomenika. Sukladno tome karakterizira ga pozitivan učinak prema spomenicima i lokalitetima čime se potiče održavanje i očuvanje tih elemenata u turističkim lokacijama.

Zdravstveni turizam može se definirati jednim od najstarijih selektivnih oblika turizma. Sukladno tome, u ovom turističkom obliku, na stručan i kontroliran način se omogućava korištenje prirodnih ljekovitih činitelja kao i odgovarajućih postupaka fizikalnih terapija s ciljem očuvanja kao i poboljšanja kvalitete života.

Medicinski odnosno zdravstveni turizam odnosi se na odgovarajuće kretanje pacijenata u područja koja se nalaze izvan njihovog mjesta stalnog boravka s ciljem korištenja medicinske ili zdravstvene usluge. Postoji mnogo razloga za postojanje ove vrste turizma te se ti razlozi međusobno optimalno isprepliću. Na taj način se kreira cjelovit paket koji se sastoji od nužnih medicinskih te turističkih činitelja odnosno riječ je o optimalnom odnosu između cijene i usluge.

²¹Hegeduš, I., Hoščak, I. (2014.): „Vjerski turizam u Republici Hrvatskoj“, Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, Vol. 5., No. 2., str. 17.

Edukacijski turizam se dodatno razvio iz rastućeg trenda koji se odnosio na usvajanja novih znanja no i prenošenje svojih znanja na druge. Osim toga odnosi se i na poboljšavanje vlastitih sposobnosti izvan učionica. Kod edukacijskog turizma temeljni fokus je usmjeren na upoznavanje sa kulturom te novim znanjima, ili rad i primjenjivanje znanja usvojenih u učionici u normalnom životnom okruženju.

Ekoturizam, kada se uspoređi sa ostalim oblicima turizma, ima najveći utjecaj prema očuvanju prirode. Uz ostale prednosti ekoturizam te drugi oblici turizma imaju potencijal koji se odnosi na ostvarenje bolje razine ekonomske uspješnosti, potrebu za zapošljavanjem novih zaposlenika kao i dobivanje financijskih sredstava potrebnih za financiranje kao i upravljanje unutar zaštićenog prirodnog područja.

Kamping turizam igra veliku ulogu u turizmu općenito pa onda i u turizmu Republike Hrvatske. U posljednje vrijeme, posjetitelji sve više teže boravku u prirodi, a kampiranje je idealan spoj prirode, odmora, sunčanih plaža i šuma. U turizmu su sportsko-rekreacijski sadržaji sve veći i snažniji faktor ponude i potražnje. Sve više ljudi traži aktivni odmor u prirodi, umjesto pasivnog odmora jer je kretanje i rekreacija postala životni stil kojemu teže suvremeni turisti.

4. ANALIZA TURISTIČKE PONUDE I POTRAŽNJE TURIZMA NA PODRUČJU BRODSKO-POSAVSKE ŽUPANIJE

U nastavku će bit analiziran položaj i geografske odrednice Brodsko-posavske županije, turističke atrakcije Brodsko-posavske županije, turistička kretanja Brodsko-posavske županije, strategija razvoja ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji, postojeće stanje turizma na ruralnom prostoru Brodsko-posavske županije te razvojne mogućnosti ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji.

4.1. Položaj i geografske odrednice Brodsko-posavske županije

Sazivanjem Županijske skupštine na osnovu Zakona o lokalnoj upravi i samoupravi, 15. travnja 1993. godine ustrojena je analizirana Brodsko - posavska županija. Upravo je ova županija služila za povezivanje nekadašnje bivše općine - Novu Gradišku i Slavonski Brod.

Na slici 1. je prikazan položaj Brodsko-posavske županije.

Slika 1. Položaj Brodsko-posavske županije



Izvor: Brodsko – posavska županija - <https://www.bpz.hr/op%C4%87i-podaci/polo%C5%BEaj> (pristupljeno 22.07.2023.)

Kao što je vidljivo na slici 1. Brodsko-posavska županija se smjestila na južnom području slavonske nizine, između Planine Psunja, Požeškog gorja, Diljskog gorja te rijeke Save na jugu. Ta rijeka predstavlja dio državne granice u smjeru Bosne i Hercegovine te je duga 163 kilometara.

Brodsko-posavska županija se dijeli na tri reljefne cjeline pa se tako može identificirati brdska, ravničarska i nizinska reljefna cjelina. Brdsko područje je sačinjeno od blago uzdignutog gorja sa gustom šumom te najvišom nadmorskom visinom od 984 metara (vrh Psunj).

Nadalje ravničarsko područje je karakteristično za najveći dio Brodsko – posavske županije te je sačinjeno od rubnog pojasa koje čine plodne slavonske ravnice. Nizinsko područje smješteno uz rijeku Savu poznato je po velikom broju potoka, kanalskoj mreži te močvarama. Županija predstavlja područje koje ima umjerenu kontinentalnu klimu, sve blaže zime i topla ljeta.²² Osim toga vode, šumska područja i plodna tla, plovne rijeke te europski putni koridori predstavljaju prirodne uvjete kroz koje se omogućava razvoj ne samo gospodarstva već i prometa te trgovine i kulture.

4.2. Turističke atrakcije Brodsko-posavske županije

Brodsko - posavska županija poznata je po bogatoj povijesti, prirodnoj ljepoti, tradiciji te običajima. Od svih turističkih atrakcija ovog područja može se izdvojiti velik broj manifestacija, lokalnih planinarskih, pješačkih staza, biciklističkih staza te resursa koji se odnose na kulturu života i rada kao što su folklorne skupine te kulturno umjetnička društva kao i zaštićene prirodne baštine te prirodne vrijednosti.

Na području Brodsko – posavske županije može se izdvojiti određene turističke cjeline kao što su:²³

- Gajna (Oprisavci) – poznata je kao značajni krajobraz,
- Brodski Stupnik - na ovom području nalazi se velik broj vinskih cesta te vinskih podruma,

²²Brodsko – posavska županija - <https://www.bpz.hr/op%C4%87i-podaci/polo%C5%BEaj> (pristupljeno 22.07.2023.)

²³Ibid.

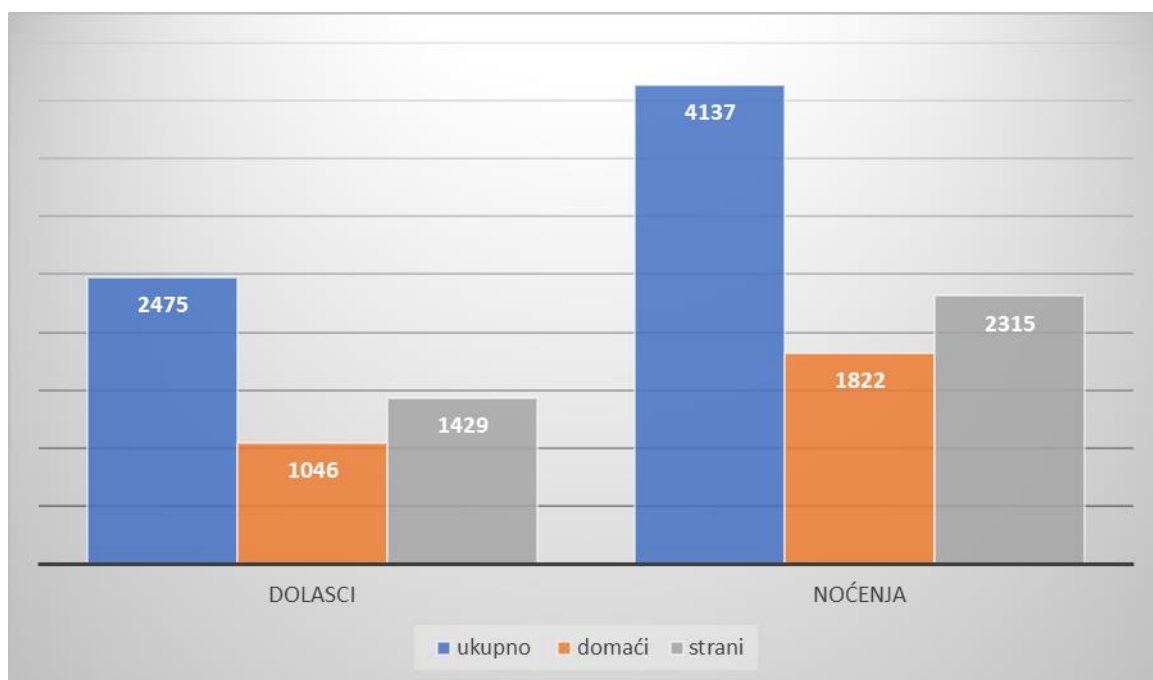
- Cernik- na ovom području je smješten dvorac Marković odnosno Kulmer,
- Cernik - na ovom području je smješten franjevački samostan,
- Rušćica – poznata je po Centru za zbrinjavanje zaštićenih životinja,
- Muzej Brodskog Posavlja,
- Tvrđava u Slavanskom Brodu,
- Muzej tambura u tvrđavi Brod,
- Gradski muzej Nova Gradiška,
- Dom poznate spisateljice Ivane Brlić – Mažuranić,
- Franjevački samostan smještena na području Slavanskog Broda,
- Galerija Ružić,
- Slavonski Kobaš – tu je smještena barokna crkva sv. Ivana Krstitelja,
- Stara Gradiška – na ovom području je smještena gradiška tvrđava,
- Vrpolje- na ovom području je smještena spomen galerija Ivana Meštrovića,
- Kapela sv. Martina u Lovčiću,
- Crkva Sv. Terezije Avilske u Novoj Gradiški,
- Vinske ceste Stupnička Brda.

Ova županija je poznata po bogatoj prošlosti te tradiciji koja je iznjedrila poznate autore i umjetnike. Od tih umjetnika je najpoznatija upravo Ivana Brlić Mažuranić te je njezina kuća smještena upravo u Slavanskom Brodu. Kao najpopularnije manifestacije mogu se izdvojiti Brodsko kolo te „ U svijetu bajki Ivane Brlić Mažuranić“.

4.3. Turistička kretanja Brodsko-posavske županije

Grafikon 2. prikazuje dolaske i noćenja na području Brodsko-posavske županije tokom 2023. godine.

Grafikon 2. Dolasci i noćenja u Brodsko – posavskoj županiji u ožujku 2023. godine



Izvor: obrada autora prema podacima sa stranice Državni zavod za statistiku - <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58207> (pristupljeno 23.07.2023.)

Kao što je vidljivo na grafikonu 2. tokom ožujka 2023. godine se ostvarilo čak 2 475 dolazaka te 4 137 noćenja na području Brodsko – posavske županije. Dobra kretanja odnose se i na travanj 2023. godine. Kada je riječ o dolascima turista Brodsko-posavska županija je smještena na peto mjesto te ima indeks od 144,49 odnosno to je 44,49 %. Nacionalni prosjek rasta za dolaske turista na područje Republike Hrvatske za isti period iznosi 28,29 posto.²⁴

Ovi rezultati potiču sve sudionike koji se bave turizmom ili djelatnostima povezanim sa turizmom. Slavonija predstavlja alternativu ostalim destinacijama kao i sve veći motiv za dolaske turista u ovu lokaciju.

²⁴Brod portal - <https://www.brodportal.hr/clanak/brodsko-posavska-zupanija-pri-vrhu-po-broju-dolazaka-i-nocenja-turista-34557> (pristupljeno 23.07.2023.)

Sukladno tome turistička zajednica, prema svojim zadaćama, nastoji usmjeravati svoje ulaganje prema promociji destinacije. Zajedno sa ostalim sudionicima turistička zajednica radi na unapređenju turističke ponude te motiva za dolazak u turističku destinaciju.²⁵ Također se planira nastaviti sa dobrom poslovnom suradnjom sa odgovarajućim turističkim agencijama te ostalim sudionicima u turizmu. To se odnosi i na privatni i javni sektor.

4.4. Strategija razvoja i postojeće stanje ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji

Razvoj ruralnog prostora može se definirati posebnim izazovom zbog velikog niza razloga. Nerazvijenost ruralnog prostora, nedovoljna razvijenost strategije razvoja te nepoznate tržišne pozicije predstavljaju ključne izazove. Navedeno ne predstavlja samo problem na razini Republike Hrvatske već i na razini cjelokupne Europe. Kako je Republika Hrvatska postala članica Europske unije ruralni razvoj ovog područja postaje sve zanimljiviji.²⁶ Slijedom navedenog bitno je revitaliziranje postojećih odnosno tradicijskih objekata, kulturne baštine čime se pruža turistička namjena za nova osuvremenjena gospodarstva. Pritom su temelj razvoja za ruralni turizam turistička seljačka obiteljska gospodarstva.

Dugoročno održivi turistički rast i razvoj odnosi se na postizanje svojevrsnih razvojnih konsenzusa što se odnosi na sve relevantne sudionike u destinacijskom razvoju bez obzira da li se to provodi na lokalnim, regionalnim ili nacionalnim razinama.²⁷ To se odnosi, ne samo na potrebe međusobnog usuglašavanja stavova (vizije, ciljeve, prioriteta te dinamike) za nositelje javne vlasti, poduzetničkih sektora, civilnih udruga i lokalnog stanovništva, već i odgovarajuće razumijevanje za prostorne mogućnosti destinacija.

Pritom se već i same fraze koje se odnose na usuglašavanje stavova te razumijevanje prostorne mogućnosti odnose na odgovarajuća razvojna ograničenja kao i na dileme koje imaju subjektivne i/ili objektivne karaktere.

²⁵Brod portal - <https://www.brodportal.hr/clanak/brodsko-posavska-zupanija-pri-vrhu-po-broju-dolazaka-i-nocenja-turista-34557> (pristupljeno 23.07.2023.)

²⁶Bolfek, B., Jakičić, D., Lončarić, B. (2013.): „Mogućnosti razvoja turizma na ruralnom području Brodsko-posavske županije“, *Oeconomica Jadertina*, Vol. 3., No. 1., str. 73.

²⁷Demonja, D., Ružić, P. (2010.), op.cit., str. 150.

Analiziranje aktualnog stanja ruralnog turizma na razini Brodsko-posavske županije ukazuje na velik broj značajki:²⁸

- postojeću turističku ponudu koja se odnosi na sve nedostatke te poticaje, organiziranje, upravljanje destinacijom, marketinšku strategiju ne omogućava daljnji razvoj ruralnog prostora te daljnji doprinos budućem ruralnom razvoju,
- može se identificirati bitne resurse te određene napore kao i ulaganje određenih sredstava, poticaja i želja koje se usmjeravaju prema razvoju, na taj način dolazi do otvaranja značajnih mogućnosti za razvoj turizma u sklopu ruralnog prostora,
- potražnja, koja se odnosi i na trendove u turističkom sektoru, pruža priliku za ovaj aspekt turizma.

Sukladno tome, bez obzira na loše postojeće stanje turizma ruralnog prostora, mogućnosti razvoja ovog oblika turizma su neiskorištene te je potrebno razvijanje odgovarajuće strategije te koncepcije razvoja.

Izrada projekta (programa) Strategije razvoja ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji predstavlja logičan nastavak projekta "Analiza postojećeg stanja ruralnog turizma Brodsko-posavske županije". Oba projekta sačinjavaju cjelinu te ih stoga tako treba i analizirati te tretirati. Rezultati i zaključci projekta "Analiza postojećeg stanja ruralnog turizma Brodsko-posavske županije" mogu se definirati jednim elementom odnosno polaznom osnovom koja se odnosi na koncipiranje Strategije razvoja ruralnog turizma u Brodsko - posavskoj županiji.²⁹

4.5. Razvojne mogućnosti ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji

Najvažniji preduvjet za budući gospodarski i turistički razvoj Brodsko - posavske županije odnosi se na osiguravanje odgovarajuće dugoročne održivosti na području svih aspekata razvoja (ekološke, društvene te ekonomske).

²⁸Bolfek, B., Jakičić, D., Lončarić, B. (2013.), op.cit., str. 78.

²⁹Ibid., str. 78.

Daljnji razvoj ruralnog turizma treba biti usmjeren prema implementiranju odgovarajućeg modela za upravljanje društvenim i ekonomskim razvojem te odgovarajućom operacionalizacijom i to na svim dostupnim razinama.

Pritom je veoma bitna suradnja koja se odnosi na sve gospodarske subjekte te ostale segmente i interesne skupine u ruralnom turizmu regionalnih zajednica. Kako bi to bilo moguće veoma je bitno stalno ulaganje prema očuvanju antropogenih te prirodnih resursa koji su karakteristični za Brodsko – posavsku županiju. Na taj način se može utjecati na povećanje životnog standarda za lokalno stanovništvo, povećanje konkurentnosti stvorenih turističkih proizvoda te ostvarenje gospodarskog boljitka cjelokupne regije.

Za rast i razvoj postojećih smještajnih kapaciteta na ruralnom području Županije veoma je bitno educiranje te podizanje svijesti kod lokalnih stanovnika što se odnosi na prednosti te mogućnosti koje se nude kao i uključivanje stanovnika prema ruralnom turizmu. Pritom posebnu pažnju treba posvetiti razvijanju kvalitetnih poljoprivreda kao i očuvanju autohtonih vrijednosti ovog područja.

Kako bi bilo moguće kreiranje novih turističkih proizvoda veoma je nužno obnavljanje zapuštenih kulturno – povijesnih vrijednosti. Za daljnji razvoj svih oblika turizma pa tako i ruralnog turizma veoma je bitno osiguranje kvalitetne prometne infrastrukture čime se omogućava relativno laka pristupačnost određenim turističkim lokacijama. Pritom je veoma bitno i unapređenje promotivnih aktivnosti kako bi se moglo potaknuti turiste na dolazak u Brodsko – posavsku županiju.

5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE TRENUTNOG STANJA I BUDUĆEG RAZVOJA RURALNOG TURIZMA NA PODRUČJU BRODSKO-POSAVSKE ŽUPANIJE

U nastavku će bit analizirana metodologija istraživanja, rezultati istraživanja, ograničenja istraživanja te preporuke budućeg istraživanja.

5.1. Metodologija istraživanja

U narednom poglavlju istaknuti su te obrađeni rezultati istraživanja koji su se odnosili na aktualno stanje te mogućnosti razvoja za ruralni turizam na teritoriju Brodsko-posavske županije.

U ovom diplomskom radu je metoda istraživanja bio anketni upitnik. Anketni upitnik je bio postavljen online te su se podijelili poveznice preko društvenih mreža te e-mailova odnosno elektroničke pošte.

Upitnik (Prilog 1.) je bio sastavljen od deset odgovarajućih pitanja te su imali mogućnost:

- odabrati jedan, odgovarajući odgovor,
- ocijeniti svoj stupanj slaganja sa Likertovom skalom sa ocjenama od 1 do 5, Likertova skala se može definirati psiho metrijskom skalom kojom se može analizirati stupanj slaganja odnosno neslaganja sa ocjenama od 1 do 5, navedeno se može odnositi na apsolutno pozitivan prema apsolutno negativnom stavu na osnovu predmeta istraživačkog interesa.

Na početku ankete se nalaze socio demografska pitanja te su potom slijedila pitanja ključna za istraživanje. Primjer korištenog upitnika se nalazi na kraju rada (Prilog 1.).

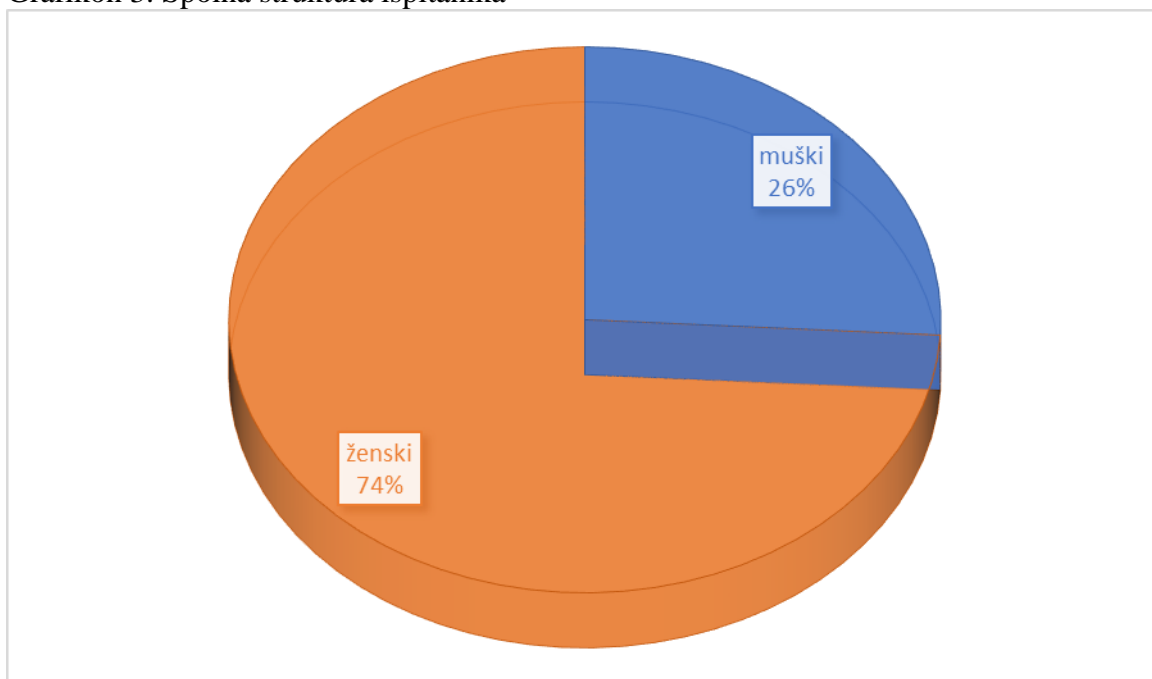
Kod analiziranja prikupljenih podataka odnosno odgovora na anketni upitnik korištena je metodologija deskriptivne statistike. Cilj tog analiziranja je analiza te opisivanje prikupljenih odgovora podataka kao i prikazivanje rezultata i zaključaka na razumljiv i pregledan način.

5.2. Rezultati istraživanja

Istraživanje se provelo u periodu od 27. lipnja do 24. srpnja 2023. godine. U istraživanju je sudjelovalo 108 ispitanika.

Spolna struktura ispitanika je prikazana u grafikonu 3.

Grafikon 3. Spolna struktura ispitanika



Izvor: rezultati istraživanja

Kao što je vidljivo na grafikonu 3. najveći broj ispitanika je ženskog spola (74 %), potom slijede muški ispitanici (26 %).

Na tablici 3. je prikazana dobna struktura ispitanika.

Tablica 3. Dobna struktura ispitanika

Opis	Broj ispitanika	
	Apsolutno	Relativno (u%)
DOB		
16-25	36	33,3
26-35	33	30,6
36-45	23	21,3
46-59	14	13,0
60 i više	2	1,9

Izvor: rezultati istraživanja

Kao što je vidljivo na tablici 3. najveći broj ispitanika pripada dobnoj skupini od 16 do 25 godina (33,3 %), potom slijedi dobna skupina od 26 do 35 godina (30,6%) te 36 do 45 godina (21,3 %).

Na tablici 4. je prikazana struktura ispitanika prema obrazovanju.

Tablica 4. Struktura ispitanika prema obrazovanju

Opis	Broj ispitanika	
	Apsolutno	Relativno (u%)
OBRAZOVANJE		
SSS i niže	62	57,4
VŠS	18	16,7
VSS	19	17,6
magisterij	8	7,4
doktorat	1	0,9

Izvor: rezultati istraživanja

Kao što je vidljivo na tablici 4. najveći broj ispitanika ima SSS i niže (57,4 %), potom slijede ispitanici koji imaju VSS (17,6 %).

Nadalje, na tablici 5. je prikazana struktura ispitanika prema zanimanju.

Tablica 5. Struktura ispitanika prema zanimanju

Opis	Broj ispitanika	
	Apsolutno	Relativno (u%)
STATUS		
student/ica	22	20,4
zaposlen/a	74	68,5
nezaposlen/a	9	8,3
umirovljenik/ica	3	2,8

Izvor: rezultati istraživanja

Kao što je vidljivo na tablici 5. najveći broj ispitanika je zaposlen (68,5 %), potom slijede studenti (20,4 %).

Nadalje, na tablici 6. je prikazana struktura ispitanika prema obiteljskom statusu.

Tablica 6. Struktura ispitanika prema obiteljskom statusu

Opis	Broj ispitanika	
	Apsolutno	Relativno (u%)
STATUS ISPITANIKA PREMA OBITELJSKOM STATUSU		
samac	34	31,5
u vezi	32	29,6
u braku	35	32,4
razveden/a	7	6,5

Izvor: rezultati istraživanja

Kao što je vidljivo na tablici 6. najveći broj ispitanika je u braku (32,4 %), potom slijede ispitanici koji su samci (31,5 %).

Nadalje, na tablici 7. je prikazana upoznatost ispitanika sa ruralnim destinacijama Brodsko – posavske županije.

Tablica 7. Upoznatost ispitanika sa ruralnim destinacijama Brodsko – posavske županije

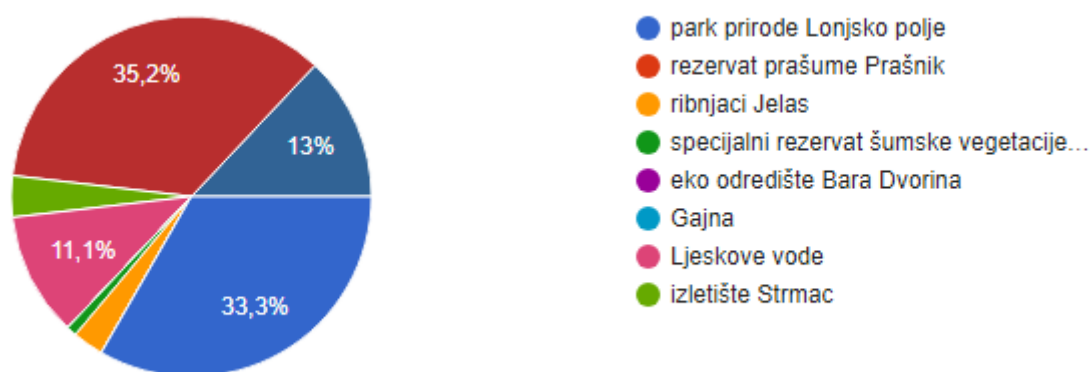
Opis	Broj ispitanika	
	Apsolutno	Relativno (u%)
JESU LI VAM POZNATE RURALNE DESTINACIJE BRODSKO-POSAVSKE ŽUPANIJE?		
da	69	63,9
ne	39	36,1

Izvor: rezultati istraživanja

Kao što je vidljivo na tablici 7. najveći broj ispitanika je upoznat sa ruralnim destinacijama Brodsko – posavske županije (63,9 %).

Na grafikonu 4. je prikazano koji prirodni resurs Brodsko-posavske županije ispitanici smatraju najpopularnijim.

Grafikon 4. Prirodni resursi Brodsko-posavske županije

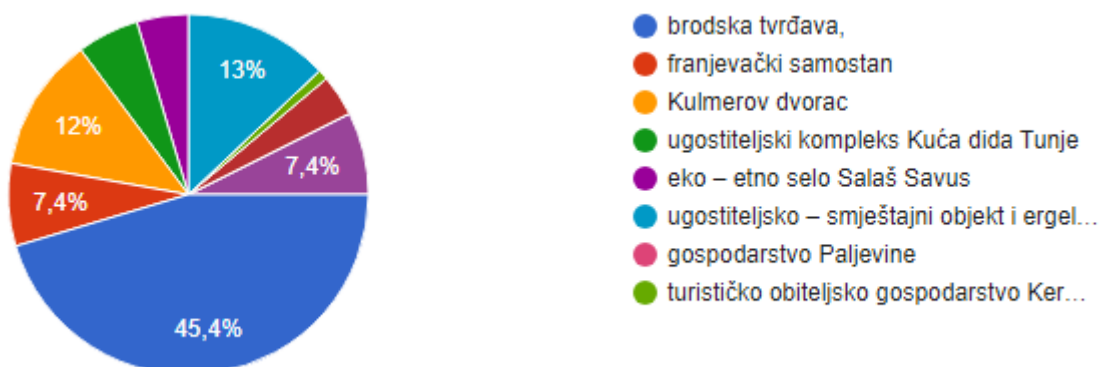


Izvor: rezultati istraživanja

Kao što je vidljivo na grafikonu 4. najveći broj ispitanika smatra najpopularnijim rezervat prašume Prašnik (35,2 %), potom slijedi park prirode Lonjsko polje (33,3 %).

Na grafikonu 5. je prikazano koji antropogeni resurs Brodsko-posavske županije ispitanici smatraju najpopularnijim.

Grafikon 5. Antropogeni resurs



Izvor: rezultati istraživanja

Kao što je vidljivo na grafikonu 5. najveći broj ispitanika smatra najpopularnijom brodsku tvrđavu (45,4 %), potom slijedi Kulmerov dvorac (12,0%).

Na tablici 8. je prikazan stav ispitanika prema elementima ruralnog turizma Brodsko-posavske županije.

Tablica 8. Stav ispitanika prema elementima ruralnog turizma Brodsko-posavske županije

ELEMENTI	M	SD
park prirode Lonjsko polje	3,65	1,26
rezervat prašume Prašnik	3,17	1,18
ribnjaci Jelas	2,89	1,18
specijalni rezervat šumske vegetacije Muški bunar	2,92	1,24
eko odredište Bara Dvorina	2,92	1,32
Gajna	2,98	1,28
Ljeskove vode	3,40	1,20

izletišta Strmac	3,44	1,13
sportsko – rekreativni centar Poloj	3,86	1,07
umjetno jezero Petnja	3,86	1,08
brodska tvrđava	4,06	1,01
franjevački samostan	3,71	1,15
Kulmerov dvorac	3,46	1,17
ugostiteljski kompleks Kuća dida Tunje	3,36	1,16
eko – etno selo Salaš Savus	3,37	1,14
ugostiteljsko – smještajni objekt i ergela Ranč Ramarin	3,66	1,04
gospodarstvo Paljevine	3,11	1,17
turističko obiteljsko gospodarstvo Kereković	3,09	1,18
kuća Brlić	3,60	1,16
muzej Moderne Umjetnosti	3,42	1,16

Izvor: rezultati istraživanja

Kao što je vidljivo na tablici 8. najveći utjecaj ima brodska tvrđava ($M= 4,06$, $SD= 1,01$), potom slijedi sportsko – rekreativni centar Poloj i umjetno jezero Petnja ($M= 3,86$, $SD= 1,07$). Najmanji utjecaju ima ribnjaci Jelas ($M= 2,89$, $SD= 1,18$).

Na tablici 8. je prikazan stav ispitanika prema tvrdnjama o ruralnom turizmu Brodsko-posavske županije.

Tablica 9. Stav ispitanika prema tvrdnjama o ruralnom turizmu Brodsko-posavske županije

TVRDNJE	M	SD
Postojeća turistička ponuda ne omogućava ozbiljniji razvoj turizma na ruralnom prostoru i njegov doprinos ruralnom razvoju.	3,28	1,26
Potražnja, a posebno trendovi u turizmu, daju priliku ovom vidu turizma	3,64	1,15
Mogućnosti razvoja ruralnog turizma su velike te bilo bi vrijedno razraditi strategiju i koncepciju razvoja.	3,87	1,14
Najveće prilike ruralnog turizma Brodsko – posavske županije su ponuda različitih, međusobno komplementarnih turističkih iskustava te razvoj specifičnih oblika turizma.	3,74	1,08
Veoma je bitno ulaganje u turističku infrastrukturu i suradnja lokalnih dionika.	3,98	1,11
Turističku ponudu Brodsko – posavske županije	3,81	1,09

karakterizira nedostatna promocija destinacije i nedostatna valorizacija prirodnih i antropogenih resursa područja.		
Veliki problem turizma Brodsko – posavske županije je zagađenje rijeke Save.	3,43	1,25

Izvor: rezultati istraživanja

Kao što je vidljivo na tablici 8. najveću ocjenu dobila je tvrdnja „Veoma je bitno ulaganje u turističku infrastrukturu i suradnja lokalnih dionika.“ (M= 3,98, SD= 1,11), potom slijedi tvrdnja „Mogućnosti razvoja ruralnog turizma su velike te bilo bi vrijedno razraditi strategiju i koncepciju razvoja.“ (M= 3,87, SD= 1,14). Najmanju ocjenu dobila je tvrdnja „Postojeća turistička ponuda ne omogućava ozbiljniji razvoj turizma na ruralnom prostoru i njegov doprinos ruralnom razvoju.“(M= 3,28, SD= 1,26).

5.3. Ograničenja istraživanja

Prilikom provođenja istraživanja u ovom diplomskom radu identificiralo se određena ograničenja istraživanja. Sva ta ograničenja su bila međusobno povezana kako su nastala tokom provođenja anketiranja. Prvo ograničenje se odnosilo na manjak iskustva te podataka koji su se odnosili na izrađivanje anketnog upitnika.

Nedostaci ovakvog anketnog istraživanja se odnose na tendencije ispitanika da ne odgovore zaista ono što misle već oni što misle da je društveno prihvaćeno. Kako se anketa online provodila kao nedostatak takvog provođenja anketiranja može se izdvojiti problem nereprezentativnog uzorka ispitanika za temu istraživanja.

5.4. Preporuke budućeg istraživanja

Kako bi anketni upitnik ovog oblika mogao biti kvalitetnije oblikovan nužni je imati veću razinu iskustva kod izrađivanja anketnih upitnika kao i više podataka o načinima za kreiranje anketnih upitnika.

6. BUDUĆI RAZVOJ I PERSPEKTIVE RAZVOJA RURALNOG TURIZMA NA PODRUČJU BRODSKO-POSAVSKE ŽUPANIJE

Ruralni turizam može se definirat turizmom koji se odvija na neurbaniziranim područjima. To se područje obično odnosi na brojne nacionalne parkove,, ruralna područja, šume, planinska područja. Ruralni turizam usko se povezuje s konceptom održivog turizma kako je inherentno povezan sa zelenim površinama te također i sa obično ekološki prihvatljivim oblicima turizma, kao što su planinarenje ili kampiranje.³⁰ Ruralni turizam razlikuje se od urbanog turizma po tome što obično zahtijeva korištenje prirodnih resursa.

Nadalje, razlog putovanja ljudi koji sudjeluju u turističkim događanjima danas je iz dana u dan sve raznolikiji. Posljednjih godina nastojanja da se turističke aktivnosti zemalja koje su vodeće u turizmu šire na sve regije unutar zemlje rezultirale su diverzifikacijom turizma uz ideju korištenja turizma za sva četiri godišnja doba. Ova situacija uzrokuje da alternativni turizam dobije na važnosti u turističkoj industriji. Ruralni turizam je koncept koji se pojavio paralelno s promjenom shvaćanja putovanja kod turista i dao je novu dimenziju turizmu u tom pogledu.³¹U novije vrijeme prirodne i kulturne vrijednosti primorskih krajeva i obližnjih mjesta, koje čine ponudu tradicionalnog masovnog turizma, ekonomizacijom i komercijalizacijom gube svoju bit. Zbog toga se kao alternativa masovnom turizmu nametnuo ruralni turizam, jedan od oblika eko turizma koji budi svijest o zaštiti prirodnih i kulturnih resursa te vrijednosti sagledava u okviru održivog turizma. Zbog ovih karakteristika kulturni turizam se gotovo integrirao sa ruralnim turizmom. Zemlje pokušavaju ispuniti zahtjeve održivog turizma razvijanjem učinkovitih i primjenjivih politika kako bi dobile udio u ekonomskim, društvenim i kulturnim doprinosima ovih vrsta turizma.

Cilj uspješnog upravljanja ruralnom destinacijom je primjena marketinških načela i tehnika na način da se poveća atraktivnost destinacije u uvjetima sve veće konkurencije. Proces uspješnog upravljanja destinacijom grupiran je u tri područja: proizvodi, tržišta i potrošači/korisnici, a sastoji se od resursa, proizvoda, marketinških strategija i mjera, potrošača/korisnika i segmentacije. Za uspješno upravljanje destinacijom važna je i reputacija

³⁰Tourism teacher - <https://tourismteacher.com/rural-tourism/> (pristupljeno 25.07.2023.)

³¹Yılmaz, E., Enver Yılmaz, E. (2019.): „The Role and Importance of Rural Tourism on the Development and Promotion of Cultural Heritage Tourism“, dostupno na: <https://www.igi-global.com/chapter/the-role-and-importance-of-rural-tourism-on-the-development-and-promotion-of-cultural-heritage-tourism/213399> (pristupljeno 25.07.2023.)

(percepcija) destinacije.³² Za destinaciju je prilično teško razviti imidž i to je dugotrajan proces, ali kada to uspije, dobiva veliku konkurentsku prednost u odnosu na druge destinacije. Imidž turističke destinacije može se pritom odnositi na ukupnost dojmova, odgovarajuća uvjerenja, ideje, očekivanja te osjećaje koji se odnose na mjesto prikuplja tokom određenih perioda.

Pojedine županije, regije, mjesta ili gradovi koriste svoje istaknute urbane povijesne simbole jer oni služe kao najlakša i najbrža asocijacija na mjesto i snažan su vizualni simbol, koji simbolizira i osnažuje sliku pojedinog mjesta. Okoliš koji uključuje društvene, kulturne, ekonomske i političke značajke s uobičajenim karakteristikama kao što su tlo, klima i hrana. Iz perspektive potencijalnih turista, proizvod ruralnog turizma se percipira i konzumira kao spoj ili kombinacija atributa koji će zadovoljiti njihovu želju i potrebu.

Pri ocjeni atributa ruralnog turizma bitna je neposredna povezanost prirode i krajolika, mir i tišina, omjer cijene i kvalitete, omjer ponuđača turističkih proizvoda i turista, turističke aktivnosti, sadržaj i satnica turističkog rezidencijalnog objekta, neposredan kontakt s prirodom, dodatne usluge s osnovnim turističkim uslugama, lakoća dostupnosti atrakcija, arhitektonska (tradicijska) obilježja turističkih objekata, sportskih aktivnosti i sl.³³

U nastavku će bit analiziran mogući razvoj ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji te preporuke budućeg razvoj ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji.

6.1. Mogući razvoj ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji

Ruralno područje Slavonije i Baranje prepoznatljivo je po velikom broju turističkih atrakcija. Te atrakcije predstavljaju ogromne potencijale za daljnji turistički razvoj poput termalnih, ljekovitih voda, rijeka, svetišta, vinskih cesta, prirodnih parkova, kulturne baštine i slično.

bogato je turističkim atrakcijama koje imaju potencijal za razvoj turizma, kao što su termalne, ljekovite vode, rijeke, svetišta, vinske ceste, prirodni parkovi, kulturna baština i dr.

³²Grgić, I., et.al. (2017.): „Could rural tourism revitalize rural areas in Croatia?“, *Agroeconomia Croatica*, Vol. 7., No. 1., str. 101.

³³Ibid., str. 102.

Ovo posebno ruralno područje nezagađenog okoliša i održivog razvoja ujedno je bogato tradicijom, gastronomijom, poznatim slavonskim gostoprimstvom i što je vrlo važno niskim cijenama roba i usluga. Slavonija i Baranja siromašne su novostvorenim turističkim atrakcijama, a problemi razvoja ruralnog turizma ogledaju se u nedostatku poduzetničkih znanja i vještina, zakonske regulative, promotivnih aktivnosti i sl. Kao najnerazvijenija turistička regija kontinentalne Hrvatske, Slavonija bi trebala iskoristiti svoje turističke potencijale, prirodne ljepote, tradiciju i kulturu koji su dugo bili zapostavljeni na bolji i učinkovitiji način i brendirati se na tržištu kao turistička destinacija koja nudi nešto novo i osebujno. Ljudi žive na tradicionalan način, ali u modernom duhu.³⁴ Potrebno je proširiti ponudu kroz inovativni pustolovno-sportski turizam koji omogućuje daljnju diverzifikaciju proizvoda s drugim društveno korisnim djelatnostima.

Razvoj ruralnog turizma na ovim prostorima potaknut je sa mogućnošću kreiranja dodatnih prostora. Samim time pojavljuje se kreiranje dodatnog prihoda čime se utječe i na povećanje kvalitete života te smanjenje depopulacije ovog prostora. Započinje se sa planskim korištenjem ruralnog turizma sa svrhom revitaliziranja ruralnih prostora. Dodatno motiviranje se odnosi na ulaganja i poduzetništvo ne samo na razini pojedinaca već i kod Županije te se to odnosi na seoska gospodarstva ovog područja, prezentiranje tradicijske osnove narodnim običajima i tradicijskim zanatima.

Nadalje, ruralni turizam je jedinstven koncept u suvremenom turizmu koji se fokusira isključivo na sudjelovanje u ruralnom stilu života. Može se nazvati alternativom agroturizmu, konceptu usmjerenom na podizanje ruralnih područja pozivajući veći priljev turista i ljubitelja prirode. U današnje vrijeme koncept turizma nije ograničen samo na popularna turistička odredišta, već su ljudski umovi s željom da istražuju više i nešto novo rado prihvatili ovaj izvanredni koncept turizma gdje mogu izravno komunicirati s prirodom koja se nalazi svoje krilo.

Štoviše, turisti sadašnje generacije skloniji su istraživanju netaknutih krajeva u udaljenim dijelovima zemlje gdje je sama priroda dobrodošla sa svojim slikovitim blagodatima. Ruralni turizam često ne dobiva željenu pozornost zbog burnog posla popularnih planera odmora i

³⁴Grgić, I., et.al. (2017.), op.cit., str. 103.

savjetnika za putovanja, koji svake sezone izlaze s atraktivnim ponudama putovanja kako bi privukli više urbanih putnika.³⁵

Važnost ruralnog turizma ne može se zanemariti ako se promatra u široj perspektivi koja ne samo da pruža alternativni način zdravog turizma, već također značajno pridonosi rastu turističke industrije. Unatoč monopolizaciji turističkog tržišta od strane velikih organizatora putovanja, ruralni turizam je u posljednjih desetak godina značajno porastao. Zahvaljujući rastućim cijenama goriva i globalnom gospodarskom krahom bez presedana rastuća svijest o zdravlju i okolišu dodatno je potaknula rast ruralnog turizma što je potaknulo turiste željne avanture da se odluče za ovaj oblik turizma.³⁶ Povećanje prihoda kroz veći priljev turista uzrokuje brži razvoj ruralnih naselja čime se zaostalo seosko stanovništvo dovodi u glavne tokove.

Promicanje ruralnog turizma jedno je od učinkovitih sredstava za razvoj zaostalih ruralnih naselja u kojima je direktno zapošljavanje kroz male i srednje industrije ili javna poduzeća gotovo nemoguće. Sredstva za život ovisna o poljoprivredi nisu uvijek dovoljna da seljani izmire sve krajeve. U takvim područjima, ruralni turizam može imati mnogo bolji utjecaj na podizanje životnog standarda seljana.

Sklonosti modernih turista uvelike su se promijenile, a mnogi za odmor preferiraju miran prirodni ambijent bez onečišćenja. Ekološka svijest koja obitava u glavama urbanih turista natjerala ih je da se odluče za zelenija mjesta za odmor, što je u konačnici potaknulo ruralni turizam kroz eko-turizam. Eko-turizam i ruralni turizam gotovo se pišu u istom dahu jer se zelenije metode turizma mogu implementirati u udaljenim selima postavljanjem solarnih elektrana i bioplinskih postrojenja, promicanjem organske poljoprivrede i smanjenjem upotrebe ne biorazgradivih materijala u svakodnevnoj upotrebi. koristiti. Provedba određenih zelenijih mjera u selima zahtijeva dobru investiciju, koja se može dobro vratiti kroz promicanje eko-turizma.³⁷

Agro-turizam ili poljoprivredni turizam uglavnom se potiče kako bi se promicao poljoprivredni rast sela putem organske poljoprivrede. Odmor na poljoprivrednim gospodarstvima i sudjelovanje u raznim poljoprivrednim aktivnostima, uključujući uzgoj

³⁵Dr Prem - <https://drprem.com/travel/guide-to-rural-tourism-its-definition-essential-components-and-importance-and-countries-promoting-it/#Why> (pristupljeno 25.07.2023.)

³⁶Dr Prem - <https://drprem.com/travel/guide-to-rural-tourism-its-definition-essential-components-and-importance-and-countries-promoting-it/#Why> (pristupljeno 25.07.2023.)

³⁷Ibid.

usjeva, hortikulturu, pčelarstvo, ribarstvo i stočarstvo, svidjelo se mnogim putnicima. Standardni i luksuzni smještaj s nadograđenim osnovnim sadržajima na ovim poljoprivrednim gospodarstvima svake godine pozivaju posjetitelje u velikom broju, što uključuje izravnu kupnju i prodaju proizvoda čime se ostvaruju dodatni prihodi za lokalne poljoprivrednike.³⁸

Turisti ne samo da su zainteresirani za ove aktivnosti, već također mogu istražiti okolnu floru i faunu, što je dodatni bonus. Iako se agroturizam uglavnom potiče u obrazovne svrhe, ljubitelji putovanja uživaju u ovom obliku ruralnog turizma. Sasvim je evidentno da i ekoturizam i agroturizam služe u svrhu ruralnog turizma.

6.2. Preporuke budućeg razvoj ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji

Iako promicanje ruralnog turizma ima dalekosežan utjecaj na gospodarski rast zemlje uz jačanje turističke industrije, postoje određene komponente na temelju kojih se ovaj vid turizma može implementirati u punoj mjeri. Ruralni turizam mora se promicati bez diranja u njegove prirodne komponente u ime razvoja infrastrukture. Postoje određene komponente koje zahtijevaju posebnu pozornost u promicanju ruralnog turizma.

Sela ili ruralna naselja namijenjena ruralnom turizmu moraju biti naseljena standardnim stanovništvom. Premalo naseljeno ruralno područje ne može se pretvoriti u trajnu privlačnost. Turisti iz daleka i blizu željeli bi komunicirati s lokalnim stanovništvom ovisno o njima u raznim pogledima. Nenaseljena mjesta mogu povremeno privući ponekog avanturista, ali to neće poslužiti u svrhu seoskog turizma.³⁹ Ljudske potrebe, sklonosti i ukusi mijenjaju se s vremenom jer su ljudski umovi uvijek skloni istraživanju. Mnogo je ljudi koji vole prirodu na ovom planetu i upravo ih je ta ljubav prema prirodi nagnala da potraže utočište u njezinom krilu, što je dovelo do ruralnog turizma, nekonvencionalnog oblika turizma.

Osim ljubavi prema prirodi, rastu ruralnog turizma pridonose i drugi ključni pokretači. Iznenadni globalni gospodarski slom iznervirao je cijeli svijet. Prevladavajući zapanjujući globalni ekonomski scenarij nagnao je mnoga velika i mala gospodarstva da potraže dodatno stvaranje prihoda kroz ruralni turizam. Turistička industrija u mnogim zemljama značajno

³⁸Dr Prem - <https://drprem.com/travel/guide-to-rural-tourism-its-definition-essential-components-and-importance-and-countries-promoting-it/#Why> (pristupljeno 25.07.2023.)

³⁹Ibid.

pridonosi ukupnom gospodarskom rastu, a ruralni turizam predstavljen u atraktivnim paketima je uspio generirati pozamašne prihode u posljednjih nekoliko godina.

Priroda se prikazuje u privlačnim oblicima i značajkama. Brzom urbanizacijom izgubljen je velik dio prirodne čistoće i vedrine, a ljudska bića ostaju zatvorena u nenormalnoj teci štakora i pretjeranom mentalnom stresu koji ozbiljno utječe na njihovo tijelo i um. Tu neprocjenjivu prirodnu ljepotu i spokoj ruralna područja uspjela su sačuvati i danas; zahvaljujući manje ambicioznim seljanima i njihovom laganom načinu života, a gradski stanovnici sada više vole ove prirodne niše za opuštanje.⁴⁰ Suvremeni bolje educirani putnici u potrazi za zelenim turizmom ili eko turizmom odlučuju se za ruralni turizam kako bi svoj odmor proveli na čist i zelen način. Puno ekološkog otpada nastaje kroz turizam, posebno u špici turističke sezone, što je zabrinjavajuće. Rastuća svijest o okolišu potaknula je bolje obrazovanu klasu prema ruralnom turizmu, koji je isplativ i obogaćujući u svakom pogledu.

⁴⁰Dr Prem - <https://drprem.com/travel/guide-to-rural-tourism-its-definition-essential-components-and-importance-and-countries-promoting-it/#Why> (pristupljeno 25.07.2023.)

7. ZAKLJUČAK

Turističko tržište u današnje vrijeme karakterizira izrazita dinamičnost te konkurentnost. Opstanak na suvremenom tržištu uvjetuje se kontinuiranim praćenjem aktualnih trendova. Kroz te trendove se identificira tendencija kretanja za potražnju, aktualne tržišne prilike, moguća ulaganja te infrastrukturne potrebe. Kod planiranja turističkog razvoja preduvjeti se odnose na odgovarajuće povećanje konkurentnosti, ostvarenje većih tržišnih udjela te porasta koristi od turizma. Navedeno je bitno kod identificiranja i implementacije dugoročnih trendova, odgovarajućeg prilagođavanja turističke ponude te uspostavljanja suradnje između sudionika i to na svim razinama.

Novi turistički trendovi kao i velik broj političkih promjena, globalizacija te mnoge druge radnje imaju velik utjecaj prema složenosti kreiranja atraktivnih turističkih ponuda. Jedan od ključnih trendova suvremenih turističkih potražnji odnosi se na promjene u trendovima te preferencijama suvremenih turista. Suvremeni turisti usmjereni su na potragu za oblicima turističke ponude u kojima imaju mogućnost aktivnog provođenja odmora, stjecanja novih iskustava te doživljavaju odnosno dokoličarska edukacija. Ti proizvodi i usluge moraju biti usklađeni sa ključnim karakteristikama resursno-atraksijskih osnova destinacija te je stoga nužno uvažavanje vrijednosti i životnog stila za lokalno stanovništvo. Proizvodi i usluge moraju biti komplementarni sa ciljevima kreiranja sinergijskih učinaka. Osim toga moraju biti dugoročno održivi i imati funkciju podizanja razine kvalitete za životni standard stanovnika.

U današnje vrijeme upravo smještajni kapaciteti predstavljaju element hrvatskog turizma koji je tek u počecima razvoja. Bitno je da se razvoj usmjerava prema unapređenju kvalitete usluga i smještaja kod smještajnih kapaciteta. Suvremene turiste karakterizira povećanje zahtjeva iz godine u godinu te je bitno da se kvalitetno odgovori na njihove zahtjeve kako bi se ostvarila visoka turistička produktivnost i dobri turistički rezultati u budućem periodu. U Republici Hrvatskoj je tokom 2022. godine ostvareno 18,9 milijuna dolazaka te je ostvareno 104,8 milijuna noćenja. To je 37% više dolazaka te 25 % više noćenja kada se analizira 2021. godina. U ukupnom broju strani turisti ostvaruju 92,3 milijuna noćenja dok su domaći turisti bili ostvarili 12,5 milijuna noćenja. U odnosu na 2019. godinu ostvarilo se 91% dolazaka te 96 % noćenja.

Kada je riječ o turističkim noćenjima najviše ih je ostvareno na području Istarske županije (29,5 milijuna), Splitsko – dalmatinske (19,5 milijuna) te Primorsko – goranske županije

(18,3 milijuna). Potom slijedi Zadarska županija, Dubrovačko-neretvanska te Šibensko-kninska županija. Najveći broj noćenja ostvaren je na području Rovinja (4,2 milijuna), Dubrovnika (3,8 milijuna) te Poreča (3,4 milijuna).

Stručnjaci se do sada nisu usuglasili oko točne definicije ruralnog turizma te se vezano za ovaj pojam javlja čitav niz različitih pojmova. Valja zaključiti da se ruralni turizam odvija u sklopu seoskih gospodarstava. Slijedom navedeno utemeljen je na korištenju odgovarajućeg ruralnog prostora za pružanje turističke ponude. Njegova bitna značajka odnosi se na odvijanje izvan urbanih područja odnosno gradova. Sukladno tome ruralni turizam ne karakterizira masovnost kao ostale oblike turizma. Uopćena definicija ruralnog turizma može se pronaći na Internetu gdje se ruralni turizam može definirati širokim pojmom kojim se označavaju sve turističke aktivnosti u sklopu ruralnih područja. To se odnosi na brojne oblike turizma poput lovnog turizma, ribolovnog turizma, turizma u okviru parkova prirode, zimskog turizma, seoskog turizma, eko turizma, zdravstvenog te kulturnog turizma). Istovremeno, ruralni turizam ne mora biti usmjeren prema kreiranju dodatnog prihoda već se može smatrati profesionalnom djelatnosti.

Na temelju istaknutih karakteristika ruralna područja se može definirati kao prostore koji se nalaze izvan gradskih sredina te ih karakterizira mala koncentracija stanovnika, prevladava zanimanje za poljoprivredu te imaju posebnu društvenu strukturu koja se odnosi na običaje te seoski identitet. Kroz sazivanje Županijske skupštine, a na temelju Zakona o lokalnoj upravi i samoupravi, 15. travnja 1993. godine došlo je do ustroja Brodsko-posavske županije. Brodsko – posavska županija je povezala nekadašnje bivše općine - Novu Gradišku i Slavonski Brod. Brodsko-posavska županija se smjestila na južnom području slavonske nizine, između Planine Psunja, Požeškog gorja, Diljskog gorja te rijeke Save na jugu. Ta rijeka predstavlja dio državne granice u smjeru Bosne i Hercegovine te je duga 163 kilometara.

Brodsko-posavska županija se dijeli na tri reljefne cjeline pa se tako može identificirati brdska, ravničarska i nizinska reljefna cjelina. Brdsko područje sačinjava blago uzdignuto gorje koje je najviše pokriveno šumom te ima najvišu nadmorsku visinu od 984 m (Psunj). Istraživanje je provedeno u razdoblju od 27. lipnja do 24. srpnja 2023. godine, na uzorku od 108 ispitanika. Najveći broj ispitanika je upoznat sa ruralnim destinacijama Brodsko – posavske županije (63,9 %). Nadalje, najveći broj ispitanika smatra najpopularnijim rezervat prašume Prašnik (35,2 %), potom slijedi park prirode Lonjsko polje (33,3 %). Najveći broj

ispitanika smatra najpopularnijom brodsku tvrđavu (45,4 %), potom slijedi Kulmerov dvorac (12,0%).

Ispitanici smatraj kako je veoma bitno ulaganje u turističku infrastrukturu i suradnja lokalnih dionika.“ (M= 3,98, SD= 1,11), potom slijedi tvrdnja „Mogućnosti razvoja ruralnog turizma su velike te bilo bi vrijedno razraditi strategiju i koncepciju razvoja.“ (M= 3,87, SD= 1,14). Najmanju ocjenu dobila je tvrdnja „Postojeća turistička ponuda ne omogućava ozbiljniji razvoj turizma na ruralnom prostoru i njegov doprinos ruralnom razvoju.“ (M= 3,28, SD= 1,26). Za destinaciju je prilično teško razviti imidž i to je dugotrajan proces, ali kada to uspije, dobiva veliku konkurentsku prednost u odnosu na druge destinacije. Imidž turističke destinacije može se pritom odnositi na ukupnost dojmova, odgovarajuća uvjerenja, ideje, očekivanja te osjećaje koji se odnose na mjesto prikuplja tokom određenih perioda.

Ruralno područje Slavonije i Baranje prepoznatljivo je po velikom broju turističkih atrakcija. Te atrakcije predstavljaju ogromne potencijale za daljnji turistički razvoj poput termalnih, ljekovitih voda, rijeka, svetišta, vinskih cesta, prirodnih parkova, kulturne baštine i slično.

Razvoj ruralnog turizma na ovim prostorima potaknut je sa mogućnošću kreiranja dodatnih prostora. Samim time pojavljuje se kreiranje dodatnog prihoda čime se utječe i na povećanje kvalitete života te smanjenje depopulacije ovog prostora. Započinje se sa planskim korištenjem ruralnog turizma sa svrhom revitaliziranja ruralnih prostora. Dodatno motiviranje se odnosi na ulaganja i poduzetništvo ne samo na razini pojedinaca već i kod Županije te se to odnosi na seoska gospodarstva ovog područja, prezentiranje tradicijske osnove narodnim običajima i tradicijskim zanatima.

Promicanje ruralnog turizma jedno je od učinkovitih sredstava za razvoj zaostalih ruralnih naselja u kojima je direktno zapošljavanje kroz male i srednje industrije ili javna poduzeća gotovo nemoguće. Sredstva za život ovisna o poljoprivredi nisu uvijek dovoljna da seljani izmire sve krajeve. U takvim područjima, ruralni turizam može imati mnogo bolji utjecaj na podizanje životnog standarda seljana. Iako promicanje ruralnog turizma ima dalekosežan utjecaj na gospodarski rast zemlje uz jačanje turističke industrije, postoje određene komponente na temelju kojih se ovaj vid turizma može implementirati u punoj mjeri. Ruralni turizam mora se promicati bez diranja u njegove prirodne komponente u ime razvoja infrastrukture.

POPIS LITERATURE

1. Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju- www.apprrr.hr (pristupljeno 22.07.2023.)
2. Barbu, L. (2022.): „[The Factors Appearance And Development Of Rural Tourism](https://ideas.repec.org/a/ora/journal/v1y2013i1p750-758.html)“, dostupno na: <https://ideas.repec.org/a/ora/journal/v1y2013i1p750-758.html> (pristupljeno 22.07.2023.)
3. Bolfek, B., Jakičić, D., Lončarić, B. (2013.): „Mogućnosti razvoja turizma na ruralnom području Brodsko-posavske županije“, *Oeconomica Jadertina*, Vol. 3., No. 1., str. 73-87.
4. Brodsko – posavska županija - <https://www.bpz.hr/op%C4%87i-podaci/polo%C5%BEaj> (pristupljeno 22.07.2023.)
5. Demonja, D., Ružić, P. (2010.): „Ruralni turizam u Hrvatskoj- s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima“, Zagreb: Meridijani
6. Dr [Prem](https://drprem.com/travel/guide-to-rural-tourism-its-definition-essential-components-and-importance-and-countries-promoting-it/#Why) - <https://drprem.com/travel/guide-to-rural-tourism-its-definition-essential-components-and-importance-and-countries-promoting-it/#Why> (pristupljeno 25.07.2023.)
7. Družić, I. (2010.): „Dugoročni trendovi i ograničenja hrvatskog turističkog tržišta“, *Ekonomski pregled*, Vol. 61., No. 3-4., str. 103-136.
8. Državni zavod za statistiku - <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58207> (pristupljeno 23.07.2023.)
9. Duha, V. (2021.): „History of [birth and development of rural tourism](https://www.researchgate.net/publication/350292599_HISTORY_OF_BIRTH_AND_DEVELOPMENT_OF_RURAL_TOURISM)“, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/350292599_HISTORY_OF_BIRTH_AND_DEVELOPMENT_OF_RURAL_TOURISM (pristupljeno 22.07.2023.)
10. Eurostat - <https://ec.europa.eu/eurostat> (pristupljeno 25.07.2023.)
11. Grgić, I., et.al. (2017.): „[Could rural tourism revitalize rural areas in Croatia?](https://www.researchgate.net/publication/350292599_HISTORY_OF_BIRTH_AND_DEVELOPMENT_OF_RURAL_TOURISM)“, *Agroeconomia Croatica*, Vol. 7., No. 1., str. 98-108.

12. [Guven, S.](#), [Sevil, H.](#), [Rafet, Y.](#) (2009.): „Opažanja proizvođača vina o vinskom turizmu“, *Časopis turizam*, Vol. 57., No. 4., str. 43-55.
13. [Hegeduš, I.](#), [Hoščak, I.](#) (2014.): „Vjerski turizam u Republici Hrvatskoj“, *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu*, Vol. 5., No. 2., str. 17-23.
14. Hrvatska turistička zajednica- <https://www.htz.hr/hr-HR/press/objave-za-medije/u-2022-godini-ostvareno-vise-od-104-milijuna-nocenja> (pristupljeno 20.07.2023.)
15. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2022.): „Turizam u brojkama 2021.“, Zagreb: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske
16. [Ruralis](#) - <https://www.ruralis.hr> (pristupljeno 20.07.2023.)
17. [Ružić, P.](#) (2011.): „Ruralni turizam Istre“, Poreč, Pula: Institut za poljoprivredu i turizam
18. [Ružić, P.](#) (2005.): „Ruralni turizam“, Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč
19. [Sladoljev, J.](#) (1998.): “Kamping turizam”, Pula: C.A.S.H.
20. [Tourism teacher](#) - <https://tourismteacher.com/rural-tourism/> (pristupljeno 25.07.2023.)
21. [Tsvetkov, T.](#) (2023.): <https://pro.regiondo.com/blog/tourism-trends-2018-2/>, dostupno na: <https://pro.regiondo.com/blog/tourism-trends-2018-2/> (pristupljeno 25.07.2023.)
22. UNWTO- <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (pristupljeno 25.07.2023.)
23. [Vukonić, B.](#), [Čavlek, N.](#) (2001.): „Rječnik turizma“, Zagreb: Masmedija
24. [Vuković, I.](#) (2006.): „Suvremeni trendovi u razvoju turizma u Europskoj uniji i implikacije na Hrvatsku“, *Tourism and hospitality management*, Vol. 12., No.1., str. 35-55.
25. [Yılmaz, E.](#), [Enver Yılmaz, E.](#) (2019.): „The Role and Importance of Rural Tourism on the Development and Promotion of Cultural Heritage Tourism“, dostupno na: <https://www.igi-global.com/chapter/the-role-and-importance-of-rural-tourism-on-the-development-and-promotion-of-cultural-heritage-tourism/213399> (pristupljeno 25.07.2023.)

POPIS ILUSTRACIJA

POPIS SLIKA

Slika 1. Položaj Brodsko-posavske županije.....	21
---	----

POPIS TABLICA

Tablica 1. Smještajni kapaciteti po vrstama objekata od 1980. - 2020. godine u Republici Hrvatskoj	10
Tablica 2. OPG-ovi po županijama Republike Hrvatske od 2016.-2018. godine	15
Tablica 3. Dobna struktura ispitanika	30
Tablica 4. Struktura ispitanika prema obrazovanju.....	30
Tablica 5. Struktura ispitanika prema zanimanju	31
Tablica 6. Struktura ispitanika prema obiteljskom statusu	32
Tablica 7. Upoznatost ispitanika sa ruralnim destinacijama Brodsko – posavske županije	32
Tablica 8. Stav ispitanika prema elementima ruralnog turizma Brodsko-posavske županije..	34
Tablica 9. Stav ispitanika prema tvrdnjama o ruralnom turizmu Brodsko-posavske županije	36

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Podjela razvoja turizma	6
Grafikon 2. Dolasci i noćenja u Brodsko – posavskoj županiji u ožujku 2023. godine	24
Grafikon 3. Spolna struktura ispitanika.....	29
Grafikon 4. Prirodni resursi Brodsko-posavske županije.....	33
Grafikon 5. Antropogeni resurs.....	34
	50

PRILOZI

Prilog 1. Anketni upitnik

ISTRAŽIVANJE STAVA ISPITANIKA PREMA RAZVOJU RURALNOG TURIZMA NA PODRUČJU BRODSKO-POSAVSKE ŽUPANIJE

Poštovane/i, molimo Vas da sudjelujete u anketi kojom se žele istražiti stavovi ispitanika prema razvoju ruralnog turizma na području Brodsko-posavske županije. Dobiveni rezultati koristiti će se u svrhu izrade istraživačkog dijela diplomskog rada. Anketa je anonimna te Vas molimo da na pitanja odgovorite iskreno radi što vjerodostojnijih rezultata. Zahvaljujem Vam se na sudjelovanju i vremenu koje ste odvojili za ispunjavanje ove ankete.

1. Spol: *

- muški
- ženski

2. Dob: *

- 16-25
- 26-35
- 36-45
- 46-60
- 61 i više

3. Obrazovanje: *

- SSS i niže
 - VŠS
 - VSS
 - magisterij
 - doktorat
-

4. Zanimanje: *

- student/ica
- zaposlen/a
- nezaposlen/a
- umirovljenik/ica

5. Koji je Vaš obiteljski status? *

- samac
- u vezi
- u braku
- razveden/a

6. Jesu li Vam poznate ruralne destinacije Brodsko-posavske županije? *

- da
- ne

7. Koji prirodni resurs Brodsko-posavske županije smatrate najpopularnijim? *

- park prirode Lonjsko polje
- rezervat prašume Prašnik
- ribnjaci Jelas
- specijalni rezervat šumske vegetacije Muški bunar
- eko odredište Bara Dvorina
- Gajna
- Ljeskove vode
- izletište Strmac
- sportsko – rekreativni centar Poloj
- umjetno jezero Petnja

8. Koji antropogeni resurs Brodsko-posavske županije smatrate najpopularnijim? *

- brodska tvrđava,
- franjevački samostan
- Kulmerov dvorac
- ugostiteljski kompleks Kuća dida Tunje
- eko – etno selo Salaš Savus
- ugostiteljsko – smještajni objekt i ergela Ranč Ramarin
- gospodarstvo Paljevine
- turističko obiteljsko gospodarstvo Kereković
- kuća Brlić
- muzej Moderne Umjetnosti
- galerija Meštrović

9. Označite od 1-5 elemente ruralnog turizma Brodsko-posavske županije (1 označava izrazito nevažan utjecaj, 5 izrazito važan utjecaj), *

	1	2	3	4	5
park prirode Lonjsko polje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
rezervat prašume Prašnik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ribnjaci Jelas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
specijalni rezervat šumske vegetacije Muški bunar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

eko odredište Bara Dvorina	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gajna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ljeskove vode	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
izletište Strmac	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sportsko – rekreativni centar Poloj	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
umjetno jezero Petnja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
brodska tvrđava,	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
franjevački samostan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulmerov dvorac	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ugostiteljski kompleks Kuća dida Tunje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
eko – etno selo Salaš Savus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ugostiteljsko – smještajni objekt i ergela Ranč Ramarin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gospodarstvo Paljevine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
turističko obiteljsko gospodarstvo Kereković	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kuća Brlić	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
muzej Moderne Umjetnosti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Označite od 1-5 tvrdnje koje se odnose na ruralni turizam Brodsko-posavske županije (1 označava izrazito nevažno, 5 izrazito važno). *

	1	2	3	4	5
Postojeća turistička ponuda ne omogućava ozbiljniji razvoj turizma na ruralnom prostoru i njegov doprinos ruralnom razvoju.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Potražnja, a posebno trendovi u turizmu, daju priliku ovom vidu turizma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mogućnosti razvoja ruralnog turizma su velike te bilo bi vrijedno razraditi strategiju i koncepciju razvoja.

Najveće prilike ruralnog turizma Brodsko – posavske županije su ponuda različitih, međusobno komplementarnih turističkih iskustava te razvoj specifičnih oblika turizma.

Veoma je bitno ulaganje u turističku infrastrukturu i suradnja lokalnih dionika.

Turističku ponudu Brodsko – posavske županije karakterizira nedostatna promocija destinacije i nedostatna valorizacija prirodnih i antropogenih resursa područja.

Veliki problem turizma Brodsko – posavske županije je zagađenje rijeke Save.