

Važnost ruralnog turizma za razvoj turističke ponude u Republici Hrvatskoj

Dorothea, Sirotnjak

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:191:853637>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-10**



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

DOROTEA SIROTNJAK

**Važnost ruralnog turizma za razvoj turističke ponude u Republici
Hrvatskoj**

**The Importance of Rural Tourism for the Development of the
Tourist Offer in the Republic of Croatia**

Diplomski rad

Opatija, 2023.

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

**Važnost ruralnog turizma za razvoj turističke ponude u Republici
Hrvatskoj**

**The Importance of Rural Tourism for the Development of the
Tourist Offer in the Republic of Croatia**

Diplomski rad

Kolegij:	Ruralni turizam	Student:	Dorotea Sirotnjak
Mentor:	prof. dr. sc. Romina Alkier	Matični broj:	DS3837

Opatija, srpanj 2023.



IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

Dorotea Sirotnjak

DS3837

(ime i prezime studenta)

(matični broj studenta)

Važnost ruralnog turizma za razvoj turističke ponude u Republici Hrvatskoj

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, 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, _____

Potpis studenta

Sažetak

Turizam možemo definirati kao provođenje vremena izvan mjesta stanovanja radi rekreacije, opuštanja i užitka. Kada govorimo o opuštanju i bijegu iz svakodnevnog života, često to možemo spojiti sa ruralnim turizmom. Već svi znamo da Republika Hrvatska živi od turizma i mnogima je, upravo on, glavni izvor prihoda. More i sunce je već svima dosadilo i turisti žele nešto novo naučiti, upoznati se s novom kulturom i gastronomijom, a upravo im ruralni turizam to sve i omogućuje. Nakon Covid krize, turisti su se odvikli od masovnog turizma i traže mir. Kako Hrvatska nema za ponuditi samo sunce i more, već ima i prekrasan krajolik, počinje se baviti i ruralnim turizmom. Čak 91,6% Hrvatske je ruralno, što nam pokazuje koliko zapravo imamo potencijala za daljnji razvoj. U ovome radu želimo se upoznati sa tim, relativno novim, pojmom turizma te otkriti što turiste najviše privlači pri samom odabiru ruralne destinacije. Na samom kraju rada, vidjeti ćemo što turisti misle o daljnjem razvoju ovakvog oblika turizma.

Ključne riječi: turizam; turisti; ruralni turizam; priroda; razvoj

Sadržaj

Uvod	4
1.1 DEFINICIJA PROBLEMA	4
1.2 CILJ RADA	5
1.3 METODE RADA	5
1.4 STRUKTURA RADA	6
2. Odrednice ruralnog turizma	7
2.1. OBILJEŽJA RURALNIH PODRUČJA	7
2.2. RURALNI TURIZAM – DEFINICIJA I OBILJEŽJA	13
2.3 POVIJESNI RAZVOJ RURALNOG TURIZMA	16
2.4 RURALNI TURIZAM KAO ČIMBENIK RURALNOG RAZVOJA	18
3. Ruralni turizam u Republici Hrvatskoj	21
3.1 OBILJEŽJA I RAZVOJ RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ	21
3.2 AKTUALNO STANJE I ANALIZA PONUDE RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ	23
3.3 ZAKONODAVNI OKVIR RURALNOG TURIZMA	31
3.4 BUDUĆNOST I PREPORUKE ZA RURALNI TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ	33
4. Rezultati provedenog istraživanja na primjeru ruralnog turizma u Primorsko-goranskoj županiji	36
4.1 STAVOVI ISPITANIKA TEMELJEM ISTRAŽIVANJA	38
4.2 CILJ ISTRAŽIVANJA	39
4.3 METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	39
4.4 REZULTATI PROVEDENOG ISTRAŽIVANJA	40
4.5 ZAKLJUČNA RAZMATRANJA PROVEDENOG ISTRAŽIVANJA	53
Zaključak	54
Bibliografija	55
Popis ilustracija	58
Prilozi	59

Uvod

Ruralni turizam možemo definirati kao skupni naziv za različite aktivnosti i oblike turizma koji se javljaju izvan gradova i onih područja na kojima se razvio masovni turizam te je uvjetovan turističkim atrakcijama koje se nalaze u ruralnim područjima.¹

Drugim riječima, ruralni turizam je oblik turizma koji nadilazi gradske odmori i popularne turističke atrakcije. Ruralni turizam je putovanje u prirodna mjesta koja nisu urbanizirana, oslanjaju se na poljoprivredu i imaju mali broj stanovnika, kao što su sela i vikendice, farme i rančevi, domaćinstva ili eko kolibe. Moguće aktivnosti na ruralnom putovanju su kampiranje, planinarenje, sportovi na otvorenom i provođenje vremena u povezanosti s prirodom. Odnosi se na etičan i održiv turizam, putovanja izvan utabanih staza, aktivnosti na otvorenom i sport te boravak u prirodi. Ima veliki potencijal da putovanje učini odgovornijim i bogatijim iskustvom. Turisti imaju priliku upoznati se sa drukčijim načinom života te stvaraju nezaboravna, neponovljiva iskustva te imaju personalizirani doživljaj.

U ovome radu htjela bih upoznati svih sa ovim oblikom turizma i pokazati što, ustvari, ruralni turizam nudi onima koji se odluče za dolazak na ruralno mjesto. Razvojem ovakvog oblika turizma, Republika Hrvatska bi smanjila prisutnu sezonalnost i imala bi puno veću i bolju turističku ponudu. Zbog toga što smo postali vrlo užurban narod, želimo se odmoriti na nekom mirnom mjestu. Ruralni turizam je poznat po miru i prirodi. Turistima je interesantna netaknuta priroda te boravkom na takvim mjestima oni „pune baterije“.

1.1 Definicija problema

Republika Hrvatska je poznata po turizmu u ljetnim mjesecima. Uz prekrasnu jadransku obalu nudi vrhunske smještaje koji imaju sve što je turistima potrebno za odmor. Kako se turizam svakim danom sve više razvija, turiste je često teško zadovoljiti jer traže iskustva, a ne klasično razgledavanje. Upravo iz tog razloga, razvija se sve više oblika turizma. Ruralni

¹ D. Demonja, P. Ružić – Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, 2010. Izdavačka kuća Meridijani, Samobor; str. 21

turizam je jedan od njih. Baziran je na netaknutu prirodu, mir i domaću proizvodnju. Takva vrsta turizma otkriva sasvim drugu stranu destinacije koju posjećujemo. Ljudima koji žive u gradovima, takav oblik turizma je izrazito zanimljiv jer nudi ono što oni nemaju u svakodnevnom životu te su za to spremni platiti i veću cijenu. Upravo zato, takvi ljudi traže kvalitetu, personalizirana iskustva, dobru organizaciju, gostoljubivost i iskustvo osoblja te sigurnost.

Već smo spomenuli da je u Republici Hrvatskoj skoro 92% površine ruralno, a mnogo ljudi ni ne zna što ruralni turizam znači. Upravo nam to prikazuje koliko ruralni turizam nije dovoljno razvijen. Nepovoljna ekonomska situacija može dovesti do pogoršanja ruralnih područja jer se radi siromaštva ljudi sele u gradove radi boljih uvjeta za život. Zanemarivanje ruralnih područja dovodi do gubitka poljoprivrednih zemljišta i izumiranja biljaka i životinja. Republika Hrvatska ima veliki potencijal da do migracija ne dođe.

Razvoj ovakvog oblika turizma, poboljšao bi sliku naše države, povećao bi zaposlenost i ukupne prihode. Stvara se jako velika razlika između primorja i ruralnih sredina. Zašto da i ruralne sredine ne iskoriste svoj potencijal?

1.2 Cilj rada

Cilj rada je upoznati se sa ovim oblikom turizma te analizirati trenutno stanje turističke ponude. Želimo otkriti što turisti traže pri odlasku na odmor te naći način kako bolje iskoristiti potencijal i kako poboljšati turističku ponudu na ruralnim područjima kako bi se smanjila sezonalnost koja je prisutna u ljetnim mjesecima. Također, usmjeriti ćemo se na ono što ruralni turizam doprinosi našoj državi i kako da ga se učini još boljim i uspješnijim. Svrha je pronaći smjer kojim bi Hrvatska trebala ići kako bi ostvarila konkurentsku poziciju na tržištu i ostvarivala prihode od turizma te kako bi privukla što veći broj inozemnih i domaćih posjetitelja.

1.3 Metode rada

Podaci za ovaj diplomski rad su korišteni iz stranih stručnih knjiga, znanstvenih članaka,

hrvatskih stručnih knjiga i internetskih stranica. U radu su korištene metode analize, deduktivne i induktivne metode, metode komparacije, deskripcije te metoda kompilacije na temelju proučavanja postojeće literature. Analizirani su statistički podaci, provedeno je dobrovoljno anketno istraživanje turista te intervju lokalnog obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva radi boljeg razumijevanja poduzetnika u ruralnim poduzećima.

1.4 Struktura rada

Rad je podijeljen u četiri međusobno povezanih poglavlja. Na samom početku rada, u uvodu predstavlja se opis problema i objašnjava se o čemu se točno radi u ovom diplomskom radu. Nakon uvoda, upoznati ćemo se sa odrednicama ruralnog turizma te ćemo vidjeti njegove kriterije, odrednice i oblike. Saznati ćemo i o njegovim komponentama, aktivnostima te o njegovom povijesnom razvoju. U sljedećem poglavlju, analizirati ćemo trenutnu ponudu vezanu uz ruralne destinacije u Republici Hrvatskoj kako bi vidjeli trenutno stanje, vidjeti ćemo s kakvim se izazovima ruralni turizam bori, upoznati ćemo se sa njegovim zakonodavnim okvirom te ćemo vidjeti načine za poboljšanje i daljnji razvoj. U svrhu njegovog daljnjeg razvoja, provedeno je i istraživanje turista kako bi vidjeli koliko oni posjećuju ruralna područja i koliko su zainteresirani za ista, što žele vidjeti i isprobati u ruralnim područjima te će nam zadnje poglavlje prikazati rezultate tog istraživanja. Na samom kraju rada, biti će izveden zaključak.

2. Odrednice ruralnog turizma

Turizam se svakodnevno sve više razvija i postoji sve više oblika. Takvi oblici se posvećuju manjim skupinama ljudi jer smo svi različiti i ne zanimaju svakoga od nas iste stvari. Neki ljudi imaju želju zabavljati se, neki žele naučiti nešto novo, a neki se jednostavno žele odmoriti od posla i svakodnevnih obveza. Ruralni turizam postoji već dulji niz godina, no tek je nedavno postao popularniji. Turiste više ne zanimaju plaže, sunce i more, nego žele aktivniji, fleksibilan odmor. Ruralni turizam se razlikuje od područja do područja, ovisno o klimi, krajoliku, gustoći naseljenosti te drugim izazovima s kojima se suočava lokalno stanovništvo u takvim destinacijama.

Covid kriza pogodila je cijeli svijet. Kako nije bilo nikakvih okupljanja, ljudi su bili izolirani od svega te su se odvikli od masovnog druženja, a samim time i od masovnog turizma. Možemo reći da je jedina korist u svemu tome upravo to što je porasla potražnja za manje ruralnim područjima – šumama, nacionalnim parkovima i parkovima prirode. Zapravo, možemo reći da je Covid kriza zapravo stvorila prilike za razvoj ruralnih destinacija. U ovom poglavlju bazirati ćemo se na upoznavanje takve vrste turizma koja je potpuna suprotnost masovnom turizmu. Ovakva vrsta turizma bazira se na mir i upoznavanje sa prirodom. Više o navedenom pojmu slijedi u nastavku.

2.1. Obilježja ruralnih područja

Postoji nekoliko definicija ruralnog turizma, no danas je najčešća ta da on predstavlja turizam koji se odvija izvan područja masovnog turizma. Ukoliko idemo gledati malo detaljnije, ruralna područja bila bi ona u kojima je dominantan način iskorištavanja zemljišta putem poljoprivrede i šumarstva, područja u kojima dominiraju manja naselja s izraženim prirodnim pejzažem te ona koja potiču životni stil na uvažavanje okoliša i vlastitog života

kao jednu cjelinu.² Točnije, ruralni turizam povezan je sa proizvodnjom proizvoda koji se baziraju na prirodi, kulturi i načinom života na ruralnim područjima. Ovakva vrsta turizma omogućuje očuvanje tradicije te veću povezanost ljudi sa prirodom i njenim dobrobitima. Klasificira se kao oblik turizma koji pruža priliku za prikazivanje autohtone kulture, života i baštine ruralne destinacije, kao i pružanje mogućnosti zapošljavanja i ostalih ulaganja za lokalno stanovništvo te omogućava interakciju s domaćinima za bolje iskustvo samog putovanja. Da bi nešto moglo biti ruralno, treba pratiti određene kriterije. U Ukrajini, 29. rujna 2005. godine, utvrđene su definicije i standardi ruralnog turizma na Generalnoj skupštini Europske federacije ruralnog turizma „Eurogites“. Kriteriji će biti prikazani u sljedećoj tablici.

Tablica 1. Kriteriji za definiranje okvira ruralnog turizma

KRITERIJI	TUMAČENJE
Smještaj domaćinstva u prirodnom okruženju, selu ili manjem gradu	- Manje od 5000 stanovnika u selu/gradu
Izražena obilježja tradicionalnog poljodjelstva ili izuzetne prirodne vrijednosti	- Tradicionalno poljodjelstvo isključuje prevladavajuću industrijsku poljoprivredu - Izuzetne vrijednosti su park prirode i slično
Turizam nije glavna/prevladavajuća aktivnost ili izvor prihoda u bližoj okolini	- Odnos broja stanovnika i turističkih kreveta ne smije prelaziti 1:1
Zaštita životne sredine, miran i tih položaj bez buke i zagađenja	- Prihvatljivi su jedino mirisi i buka koji su karakteristični za tradicionalnu poljoprivrednu proizvodnju
Autentičnost objekta i ambijenta	
Gostoljubivost	
Mali kapacitet smještajne jedinice	- Maksimalno 40 kreveta, osim ako zakonski nije drukčije određeno

² A. Lukić – O teorijskim pristupima ruralnom prostoru; Hrvatski geografski glasnik, str. 52

Poštivanje propisanih kriterija u ocjenjivanju	- Poštivanje standarda Federacije u ocjeni kvalitete
Društvena i socijalna održivost u kontekstu multifunkcionalnih aktivnosti	- Primjena kriterija „Agende 21“ za turizam
Povezanost s lokalnom zajednicom i tradicionalnom kulturom	- Gosti imaju mogućnost upoznati se s lokalnom kulturom ukoliko to žele
Lokalni proizvodi i gastronomija	- Dostupni u okruženju
Kultura (običaji, nasljedstvo, folklor...)	- Dostupni u okruženju
Isključujući kriteriji:	
- Gradski i industrijski lokaliteti i njihova okolica	- Prihvatljivi su samo ruralni utjecaji
- Područja masovnog turizma	
- Buka, zagađenja, rizici i opasnosti	

Izvor: Demonja D., Ružić P. – Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, Izdavačka kuća Meridijani, Samobor; str. 22

Ruralna područja mogu se objasniti i temeljem deskriptivnih i sociokulturnih definicija. Temeljem toga, deskriptivna definicija je temeljena na statistici, odnosno na broju stanovništva, socioekonomske strukture stanovništva te se smatra da je moguće odrediti točnu prostornu granicu između urbanih i ruralnih područja. S druge strane, sociokulturna definicija nastoji ruralnu sredinu definirati putem vrijednosti, ponašanja i socio-kulturnih obilježja lokalnog stanovništva.³

U Europi postoje dva oblika ruralnog turizma⁴:

- oblik „ljetovanja na farmi“ – raširen u zemljama gdje se koncept „farme“ povezuje sa poljoprivrednim radom gdje gosti imaju priliku sudjelovati u načinu života farmera radeći poljoprivredne djelatnosti (Austrija, Njemačka i sl.)
- oblik „noćenje s doručkom“ – podrazumijeva turistički smještaj u manje urbanim područjima ili poljoprivrednim naseljima te pruža obrok pripremljen sa domaćim proizvodima (Velika Britanija, Francuska, Irska, Italija i sl.).

³ A. Lukić – O teorijskim pristupima ruralnom prostoru; Hrvatski geografski glasnik, str. 57

⁴ A. Fotiadis: The role of tourism in rural development through a comparative analysis of a Greek and a Hungarian rural tourism area, University of PÉCS faculty of business and economics, str.17

Ruralni turizam nudi jedinstvene aktivnosti koje se ne mogu doživjeti u urbanim područjima. Međutim, čak ni ruralno područje ne možemo izolirati od modernizacije i globalizacije koja je sve više prisutna. Kako bi to bilo manje uočljivo, ruralni se turizam više bazira na tradiciju te pogotovo na razne aktivnosti. Moguće je sudjelovati u proizvodnji proizvoda, posjetiti razne festivale i adrenalinske aktivnosti, posjetiti povijesne građevine, isprobati domaću kuhinju te ojačati obiteljske odnose bez tehnologije i ostalih sredstava koji su nam postali dio svakodnevice. Takve aktivnosti, ne nudi ni jedna druga vrsta turizma te se stvara održivost, jedinstvenost i manje prisutna sezonalnost. Podjela turizma prema oblicima javlja se krajem prošlog stoljeća te se razlikuje više oblika turizma koji odražavaju zahtjeve turističkih potrošača poput nautičara, lovaca, sportaša, poslovnih ljudi, sudionika kongresa, ljubitelja kulturnih priredbi, obitelji s djecom, vjernika i drugih. Tim potrošačima se prilagođava turistička ponuda i turistički proizvod te oni čine oblike turizma.

Da bi mogli odrediti samo ruralno područje, moramo koristiti sljedeća obilježja⁵:

- prostor izvan gradskih i urbanih središta
- mali broj stanovnika
- dominantno korištene zemlje i šuma za opstanak
- društvena struktura (običaji i seoski identitet)
- kulturna obilježja ruralnih zajednica.

Turizam se može podijeliti na različite oblike s obzirom na brojna gledišta. Prema definiciji ruralni turizam ostvaruje se u mnogim različitim oblicima među kojima se osobito prepoznaje seljački turizam (odnosno agroturizam) na seljačkim gospodarstvima te ostali oblici turizma koji se realiziraju na ruralnom prostoru izvan seljačkih gospodarstava.⁶ Osim seljačkog turizma, imamo još nekoliko oblika ruralnog turizma:

- zdravstveni turizam – usmjeren na poboljšanje zdravlja i kvalitete života (wellness turizam, medicinski i lječilišni turizam)
- kulturni turizam – putovanja motivirana kulturom i umjetnošću (festivali, posjeti povijesnim spomenicima)

⁵ dr. sc. D. Tubić – Ruralni turizam: od teorije do empirije, 2019. ;Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici; str. 76

⁶ Demonja, D., Ružić, P. - Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, 2010. Izdavačka kuća Meridijani, Samobor, str. 25

- planinski turizam – sastoji se od svih turističkih aktivnosti koje su povezane sa planinama (planinarenje, skijanje i slično)
- gastronomski turizam – putovanja usmjerena na kušanje specifične tradicionalne hrane
- adrenalinski turizam – usmjeren na uzbuđenje i zanimljive aktivnosti na putovanju
- zavičajni turizam (nostalgični turizam) – usmjeren na one koji posjećuju svoje rodno mjesto iako su se preselili na drugo mjesto
- rezidencijalni turizam – predstavljaju ih objekti sporednog stanovanja (vikendice i slično)
- edukacijski turizam – usmjeren na učenje izvan učionica radi lakšeg usvajanja gradiva
- vjerski turizam – usmjeren na putovanja s ciljem sudjelovanja u religijskim obredima
- nautički turizam – usmjeren na razvoj obalnih destinacija, ali i kontinentalnih (rijeke, jezera).

U ruralnom turizmu, mnogo toga možemo vidjeti i naučiti. Svrha ovog oblika turizma je ponuditi za svakoga po nešto. Raznolikost atrakcija uključenih u ruralni turizam uključuje⁷:

- turizam baštine
- eko turizam
- agroturizam.

Ovi oblici turizma se mogu kombinirati ili ponuditi kao samostalna iskustva, ovisno o resursima i atrakcijama koje su dostupne u tom području. Turizam baštine odnosi se na putovanja u slobodno vrijeme čija je primarna svrha doživljavanje mjesta i aktivnosti koji predstavljaju prošlost. Turizam baštine promovira kulturu te razumijevanje zaštite mjesta povijesne baštine te turistima omogućuje otkrivanje ljepota ruralnih područja uz poštovanje lokalne kulture i okoliša.

Druga velika vrsta aktivnosti ruralnog turizma je turizam/ekoturizam temeljen na prirodi (ponekad se naziva i turizam temeljen na rekreaciji), koji se odnosi na proces posjećivanja prirodnih područja u svrhu uživanja u krajoliku, uključujući biljni i životinjski svijet. Turizam temeljen na prirodi može biti ili pasivan, u kojem promatrači striktno promatraju prirodu, ili aktivan (posljednjih godina sve popularniji), gdje sudionici sudjeluju

⁷ Wilson, S. - Factors for success in rural tourism development, 2001.; Journal of Travel Research str. 221

u rekreaciji na otvorenom ili aktivnostima pustolovnog putovanja. Također, u ovom obliku turizma vrlo je važna zaštita i očuvanje okoliša što znači da sve aktivnosti moraju biti provedene na način da ne utječu negativno na okoliš kako ne bi došlo do nikakvog zagađenja ili uništenja prirode. Ekoturizam promovira putovanja u prirodne regije s ciljem očuvanja okoliša i educiranju turista o svijetu prirode.

Treći veliki oblik turizma je agroturizam, koji se odnosi na čin posjeta farmi koja radi ili bilo kojoj poljoprivrednoj, hortikulturnoj ili agro poslovnoj djelatnosti u svrhu uživanja, obrazovanja ili aktivnog uključivanja u aktivnosti farme ili operacije.⁸ Agroturizam uključuje sudjelovanje u širokom rasponu aktivnosti na farmama, uključujući poljoprivredne tržnice, farme za maženje životinja, standove uz cestu i operacije odabira po svome, noćenje na farmi ili ranču i drugi posjeti farmi i posjećivanje festivala, muzeja i drugih sličnih atrakcija povezanih s poljoprivredom. Turisti često borave u pansionima ili hotelima koji nisu previše luksuzni, sudjeluju u svim aktivnostima zajedno sa lokalnim stanovništvom što dovodi do povezanosti i personaliziranog iskustva. Agroturizam može ruralnim destinacijama koristiti na način da pruža poljoprivrednicima nove izvore prihoda dovodeći više posjetitelja u samu destinaciju. Također, može im pomoći u promicanju održive poljoprivredne prakse i educirati lokalno stanovništvo i posjetitelje o vrijednosti poljoprivrede i sigurnosti hrane.

Na ruralna mjesta najčešće dolaze visokoobrazovane osobe koje se mogu podijeliti u tri skupine⁹:

- starije stanovništvo
- mlađe stanovništvo
- obitelji s djecom.

Ruralni turizam je izrazito zanimljiv starijem stanovništvu koje je u mirovini. Oni imaju više slobodnog vremena nego ostali, a uživaju u mirnijim područjima. Razlog tome može biti i nostalgija, nekakav povratak u prošlost. Svijet se kreće abnormalnom brzinom i sve napreduje jako brzo te se možda samo žele vratiti u jednostavniji svijet u kojem su nekada živjeli. Starije stanovništvo traži veću razinu udobnosti, a za to su spremni platiti i veću cijenu. S druge strane, imamo mlađe stanovništvo koje voli putovati i otkrivati nova mjesta.

⁸ Wilson, S. - Factors for success in rural tourism development, 2001.; Journal of Travel Research str. 225

⁹ Ministry of Foreign Affairs – What are the opportunities for rural tourism from Europe? - <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/rural-tourism/rural-tourism-europe>

Oni ne traže toliku udobnost, ali traže neobična, „jednom u životu“ iskustva. Žele naučiti nešto novo, žele sudjelovati u svemu što im ruralna zajednica nudi. Mladi ljudi traže jeftinije smještaje, ali su spremni i volontirati kako bi u potpunosti iskusili tu tradiciju i kulturu života. Ruralni turizam je izrazito popularan i za obitelji s djecom. Roditelji vole da im djeca borave u prirodi, a djeca imaju ispunjen dan igrom i upoznavanjem domaćih životinja.

2.2. Ruralni turizam – definicija i obilježja

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 na seoskim gospodarstvima i kao takav se temelji na korištenju ruralnoga prostora za turističku ponudu. Njegova je glavna karakteristika ta da se odvija izvan urbanih područja, odnosno gradova, te se ne odvija masovno kao neki drugi oblici u turizmu. Ruralni se turizam bazira na održivost, kreativnost i autentičnost. Kreativnost pomaže destinaciji da u brzom roku inovira nove proizvode i usluge te joj daje konkurentsku prednost u odnosu na druge destinacije. Autentičnost prikazuje stvaranje drukčije slike ruralnog područja kako bi turisti imali personalizirano iskustvo koje još nigdje drugdje nisu doživjeli. Govoreći o iskustvu, možemo reći da je to glavna karakteristika zbog koje posjetitelji dolaze na ruralna područja. Sukladno tome, možemo razlikovati šest komponenti, odnosno šest A¹⁰:

- atrakcije (engl. *Attractions*) – označavaju aktivnosti ili mjesta koja uključuju prirodne ili kulturne resurse, povijesne građevine ili samo prirodne ljepote koje turisti posjećuju iz užitka i interesa radi stvaranja izvanrednog doživljaja
- receptivni sadržaji (engl. *Amenities*) – označavaju trgovine, sportske ili ugostiteljske objekte, smještajne objekte, zabavne sadržaje ili ostale usluge koje se pružaju radi užitka
- pristup (engl. *Accessibility*) – označava dostupnost turističkih destinacija, proizvoda ili usluga kako bi svima bili dostupni te označava održavanje prometnih veza sa emitivnim tržištima efikasnim

¹⁰D. Tubić – Ruralni turizam: od teorije do empirije, 2019.; Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici; str. 102

- dostupnost paket aranžmana (engl. *Available packages*) – uključuju prijevoz, smještaj, različite aktivnosti ili izleti tijekom odmora od strane posrednika u prodaji ili njihovih zastupnika
- aktivnosti (engl. *Activities*) – označavaju sve dostupne aktivnosti u destinaciji koje će turisti moći isprobati tijekom odmora
- pomoćne usluge (engl. *Ancillary services*) – označavaju usluge koje podržavaju primarne sadržaje te čine boravak ugodnijim turističkim iskustvom (marketinške, razvojne i koordinacijske usluge).

Ruralna područja vrlo često uključuju nacionalne parkove, šume, planinska područja i slično. Ruralni turizam se razlikuje od masovnog jer zahtjeva korištenje prirodnih resursa. Bez obzira na to kakvu ćemo definiciju koristiti kada razgovaramo o ruralnom turizmu, ne možemo poreći sve koristi koje ima za zajednicu. Ruralni turizam smanjuje rodnu diskriminaciju, jača osjećaj identiteta i samopoštovanja te povećava zadovoljstvo lokalnih zajednica. Aktivnosti imaju pozitivne koristi za stanovništvo jer ih potiču na tjelesne aktivnosti, bolje ponašanje i iskazivanje pozitivnih emocija.

Vrlo često se ruralni prostor određuje i prema gustoći naseljenosti. Sukladno tome, prema

Organizaciji za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD-u), ruralni se turizam definira kroz dva temeljna pristupa¹¹:

- lokalne jedinice, kao što su općine, identificira kao ruralne ukoliko je njihova gustoća manja od 150 stanovnika po četvornom kilometru
- regije se, prema stupnju ruralnosti, razvrstavaju u sljedeće kategorije:
 - dominantno ruralne regije - ruralni prostor zauzima više od 50% teritorija
 - u značajnoj mjeri ruralne regije - ruralni prostor zauzima od 15% do 50% teritorija
 - dominantno urbane regije - ruralni prostor zauzima manje od 15% teritorija.

Slijedom navedenog, možemo zaključiti da Republika Hrvatska spada u dominantnu ruralnu regiju jer njena površina ruralnog prostora iznosi skoro 92%.

Ruralni turizam pruža vrijedne komercijalne mogućnosti te mogućnosti zapošljavanja lokalnog stanovništva. Hrvatska, osim mora i sunca, ima još mnogo toga za

¹¹ D. Demonja, P. Ružić – Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, 2010. Izdavačka kuća Meridijani, Samobor, str. 13

podijeliti i istražiti. Ona je puna prekrasnog krajolika, šuma, livada, a to sve, naprosto, moramo vidjeti. Osim svih tih ljepota, ruralni turizam prema Vijeću Europe obuhvaća sljedeće turističke aktivnosti:¹²

- ture (pješačenje, jahanje, vožnje u kočiji i sl.)
- aktivnosti na vodi (plivanje, rafting, jedrenje, ribolov i sl.)
- aktivnosti u zraku (mali zrakoplovi, baloni na topli zrak i sl.)
- sportske aktivnosti (tenis, golf, penjanje po stijenama, planinarenje i sl.)
- aktivnosti otkrivanja zanimljivosti, radnih procesa (lokalna proizvodnja, poljoprivredna poduzeća)
- kulturne aktivnosti (umjetničke radionice, folklorne grupe i sl.)
- aktivnosti zdravstvenog karaktera (fitness treninzi, toplice, lječilišta, zdravstvene pogodnosti).

U svojoj ponudi, osim navedenog, ruralni turizam nudi i pogled u njegovu baštinu, tradiciju, domaće delicije te njihovu kupnju. Također, turisti mogu vidjeti različite lokalne manifestacije, muzeje, kulturne znamenitosti i slično. Što se tiče marketinga u ruralnim područjima, vrlo je sličan kao i u svim ostalim područjima, ali ima mnogo više problema. U ruralnim područjima postoji sezonska potražnja, postoji problem u pozicioniranju proizvoda na tržište, poduzeća nisu dovoljno razvijena te su im prihodi po prodanom proizvodu vrlo mali.

Život u ruralnim područjima za mnoge je izrazito težak. Najveći razlog tome je nemogućnost napredovanja, tj. nemogućnost pronalaska posla. Upravo iz tog razloga, većina mladih ljudi odlazi u gradove za bolje životne prilike. Ruralna mjesta često nemaju kvalitetne obrazovne ustanove, a život u 21. stoljeću je postao izrazito težak za osobe bez fakulteta, a čak i za neke sa fakultetskim obrazovanjem. Odlaskom mladih ljudi, izumiru tradicije i običaji koji su išli „s koljena na koljeno“, a samim time je starijoj populaciji teže preživljavati i boriti se kroz život. Kada bi situacija bila obrnuta, kada bi se mladi vratili u svoja rodna mjesta, ruralni bi se turizam mogao lakše razviti. Domaćim gastronomijama i kvalitetnijim smještajnim kapacitetima, ruralni turizam bi mogao poslovati kroz cijelu godinu te bi postao velika konkurencija ostalim oblicima turizma. Ljudi sve češće imaju

¹² dr. sc. D. Tubić – Ruralni turizam: od teorije do empirije; 2019. Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, str. 80

problem nedostatka vremena te konzumiraju brzu, nezdravu hranu. Upravo zato, na odmoru su počeli birati gdje će i što će jesti te ciljaju na domaću, svježju, zdravu hranu. Države koje se nalaze na moru žive od sezone, a kod nas bi se ta sezona bez problema mogla produžiti. Turisti nemaju interesa dolaziti zimi, kod nas nema previše skijališta koja bi ih privukla, ali prirodne ljepote bi mogle biti čak i traženije od svega toga, ukoliko dobro iskoristimo te resurse.

2.3 Povijesni razvoj ruralnog turizma

Turizam u Hrvatskoj djeluje više od 150 godina. Na početku, turizam je bio usmjeren na razna hodočašća i terapije, a kupanje u moru iz užitka bilo je rezervirano samo za dio članova društvene elite. Postojala su gradska i ruralna područja, a na Popisu stanovništva 1961. i 1971. godine naselja su se dijelila na gradska, mješovita i seoska.¹³

Središta turizma u Hrvatskoj postali su Hvar, Dubrovnik, Opatija i Zadar te su ljudi bili oduševljeni našom mediteranskom klimom. Prvi objekt koji je bio namijenjen turistima bila je Villa Angiolina u Opatiji sagrađena 1844. godine, a danas je u njoj smješten Hrvatski muzej turizma.¹⁴ Agroturizam se početkom 19. stoljeća povezivao s farmama, tj. obitelji su tada posjećivale rodbinu koja se bavi poljoprivredom kako bi pobjegli od gradskih vrućina, a kasnije su bježali kako bi spasili sebe i svoju obitelj tijekom Drugog svjetskog rata. Odmor na farmama (noćenja s doručkom, različite aktivnosti) pojavljuje se između 1980. i 1990. godine.¹⁵

Što se tiče ruralnog turizma, on se javlja još u 11. i 12. stoljeću te se tada odnosio na iskušavanje aristokracije u lovu na divljač. Na početku, ruralni turizam se smatrao nevažnim te su stručnjaci bili uvjereni kako će nestati u bliskoj budućnosti, no pokazalo se upravo suprotno te je sada važan segment u ukupnom razvoju turizma.¹⁶ S vremenom su ruralna područja postajala sve više dostupna. Početkom 21. stoljeća, smatralo se da se ruralnim

¹³ Defilippis J. – Hrvatska u ruralnom prostoru Europe; znanstveni rad, str. 824

¹⁴ Villa Angiolina - <https://www.visitopatija.com/villa-angiolina-p471>

¹⁵ M. L. Bruch - An Introduction to Agrotourism

¹⁶ Lane B., Kastenholz E., Joao Carneiro M. - Rural Tourism and Sustainability: A Special Issue, Review and Update for the Opening Years of the Twenty-First Century, str. 1

turizmom treba bolje upravljati kako bi se ponuđače potaklo na poslovnu suradnju što bi im omogućilo stvaranje održivosti i poboljšanje marketinške promocije.¹⁷ Kao aktivnost, službeno se pojavljuje u drugoj polovici 18. stoljeća dok se u Hrvatskoj počeo razvijati početkom 1990-ih godina, nakon Domovinskog rata.

Ruralni turizam postaje važan segment u ponudi čiji je cilj na početku bio obnoviti sela i smanjiti migracije stanovnika ruralnih područja u urbana područja te im omogućiti zapošljavanje kako bi imali bolje uvjete za život. Želio se povećati financijski položaj poljoprivrednika bez prevelikih ulaganja i povećati proizvodnju ekološki prihvatljivih proizvoda. Na samom početku, najveći problem bila je veličina poljoprivrednih zemljišta jer su to bila mala gospodarstva na kojima je bilo preteško organizirati turističku ponudu. Danas, ruralni turizam još uvijek nije u nikakvoj prednosti u odnosu na ostale selektivne oblike turizma. U ruralnim područjima živi puno manji broj stanovnika nego u urbanim područjima. Ruralni turizam ne uspijeva pratiti međunarodno kretanje razvoja jer se taj scenarij prebrzo mijenja. Čimbenici kao što su globalizacija, promjene u javnosti ili financiranje sektora poljoprivrede su izravna prijetnja ruralnom turizmu jer zahtijevaju nove instrumente i vještine kako bi ih uspjeli pratiti. Mnoštvo ljudi se iseljava iz ruralnih područja radi osobnih interesa te lokalni stanovnici ne mogu izdržati sve sami. Oko poljoprivrede ima jako puno posla, mnoga zemljišta se baš iz tog razloga zapuste. Upravo zato, Hrvatska ne može namiriti sve prehrambene potrebe za državu te se hrana i dalje mora uvoziti iz okolnih zemalja koje imaju čak i manje zemljišnih resursa. Okolne zemlje su otkrile koliko koristi imaju od domaće proizvodnje, a kod nas to još uvijek nije dovoljno razvijeno jer mladi masovno odlaze u urbane sredine.

¹⁷ Lane B., Kastenholz E., Joao Carneiro M. - Rural Tourism and Sustainability: A Special Issue, Review and Update for the Opening Years of the Twenty-First Century, str. 4

2.4 Ruralni turizam kao čimbenik ruralnog razvoja

Ruralni turizam važan je oblik turističkog sektora koji ima važnu ulogu i daje mnoge koristi zajednici ruralnih područja. Kada turisti putuju u ruralna područja, oni podržavaju lokalno gospodarstvo i pomažu im na razne načine. Ruralni turizam pomaže u razvoju ruralnih područja i životnog standarda zajednica domaćina.

Nadalje, neke od važnosti i prednosti ruralnog turizma su sljedeće:¹⁸

- osigurava izvor novih, alternativnih ili dopunskih prihoda i zaposlenja u ruralnim područjima,
- ruralni turizam potiče razvoj infrastrukture u ruralnim područjima,
- smanjuje rodnu i drugu društvenu moć,
- potiče kolektivno zajedništvo,
- oživljava lokalnu kulturu,
- usađuje osjećaj lokalnog ponosa, samopoštovanja i identiteta,
- doprinos očuvanju i zaštiti,
- povećanje životnog standarda lokalne zajednice,
- pomaže u obnovi i ponovnoj upotrebi napuštenih nekretnina,
- osigurava mogućnosti za zadržavanje stanovništva u područjima koja bi inače mogla doživjeti depopulaciju,
- omogućava ponovno naseljavanje područja.

Ruralni turizam je sve veći oblik turizma. Ne radi se samo o boravku na farmama ili posjetima ruralnim područjima. To je više od toga. Ruralni turizam koristi zajednici domaćinu ruralnih područja kao i okolnom prirodnom okolišu očuvanjem i očuvanjem prirodnih resursa. Razvoj ruralnog turizma može biti izrazito važan za razvoj cijele Republike Hrvatske baš iz razloga što je toliki postotak površine ruralan. Županije koje nisu na Jadranu, manje su razvijene te bi upravo zato trebalo ulagati i u njihov razvoj jer bi cijela država ostvarivala veću dobit, a samim time bi poboljšala svoj gospodarski rast. Osim navedenog, ruralni turizam lokalnom stanovništvu omogućava kvalitetniji i lakši život jer ostvaruju dobit na način da prodaju svoje proizvode u svom domu.

¹⁸Tourism notes- <https://tourismnotes.com/rural-tourism/>

Utjecaji industrije ruralnog turizma mogu se klasificirati u sljedeće kategorije¹⁹:

- ekonomski učinci – povećanje prihoda, stvaranje novih radnih mjesta, poboljšanje infrastrukture, inflacija/deflacija i sl.
- ekološki učinci – maksimizacija zaštite okoliša, utjecaj na promjene u korištenju zemljišta i sl.
- društveni i kulturni učinci – bolje obrazovanje, modernizacija, povećanje produktivnosti, podrška kulturi, tradiciji, običajima i sl.
- učinci prenapučenosti – moguće zagađenje, sukobi, nedostatak vode i sl.
- utjecaji na pružene usluge – povećanje produktivnosti, kvaliteta usluga
- učinci na državne i općinske poreze – povećanje/smanjenje poreza ovisno o dohotku
- utjecaj na stav zajednice – poboljšanje komunikacije, međusobnih odnosa.

Ruralni turizam može postati važan segment za ekonomski rast i razvoj Republike Hrvatske, može poboljšati životni standard i osigurati dodatne prihode. Važno je da u tome sudjeluju i turističke organizacije, lokalne i državne samouprave i, ponajviše, lokalno stanovništvo. Republika Hrvatska ove godine slavi desetu obljetnicu ulaska u Europsku uniju. Kao članica, naravno da ima i posebne propise kojih se treba pridržavati. Sukladno tome, Europska unija također potiče razvoj ruralnog turizma te se iz državnih proračuna sufinanciraju programi za razvoj ruralnih područja. Svaki od tih programa treba biti usmjeren na barem četiri od šest navedenih segmenata²⁰:

- poticanje znanja i inovacija u poljoprivredi, šumarstvu i ruralnim područjima
- poboljšanje isplativosti i konkurentnosti svih vrsta poljoprivrede i promicanje inovativnih poljoprivrednih tehnologija i održivog upravljanja šumama
- promicanje organizacije prehrambenog lanca i dobrobiti životinja
- promicanje učinkovitosti resursa i poticanje na gospodarstvo koje ima nizak udio ugljika
- obnavljanje, čuvanje i poboljšanje ekosustava koji su povezani sa poljoprivredom i šumarstvom

¹⁹ A. Fotiadis: The role of tourism in rural development through a comparative analysis of a Greek and a Hungarian rural tourism area, University of PÉCS faculty of business and economics, str.23

²⁰ Europska unija – Agriculture and rural development - https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/rural-development_hr

- promicanje socijalne uključenosti, smanjenje siromaštva i poticanje gospodarskog razvoja u ruralnim područjima.

Europska unija želi podupirati poljoprivrednike u razvoju ruralnih područja te sam razvoj utječe i na europski zeleni plan te na njihovu dugoročnu viziju. U posljednjih nekoliko godina, ruralni se turizam povezuje sa pojmom održivog razvoja koji se bazira na zadovoljavanje sadašnjih potreba bez negativnih utjecaja za budućnost. Postizanje održivog razvoja zahtijeva drukčiji način planiranja pri čemu se na samom početku razmatraju ukupni troškovi kao i koristi koje će im održivost donijeti. Gospodarski rast doprinosi poboljšanju proizvodnje, a poboljšanje proizvodnje ovisi o kvaliteti okoliša. Održivost treba postati način života te on ne smije biti ugrožen jer omogućava izvore prihoda, omogućava zapošljavanje te poboljšava zajednički razvoj zajednice i pomaže na zadržavanju stanovništva na ruralnim područjima kako ne bi došlo do depopulacije. Cilj je uključiti lokalno stanovništvo u poduzetnike te ih uključiti u održivi razvoj kako bi se povećalo razumijevanje dobrobiti turizma. Njihova uključenost može pomoći u izbjegavanju sukoba različitih interesa u ruralnim područjima te pomoći lokalnim poduzetnicima da pronađu prilike u razvoju novih i poboljšanju postojećih proizvoda i usluga.

3. Ruralni turizam u Republici Hrvatskoj

Razvoj ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj započeo je krajem prošlog stoljeća, točnije 1995. godine kada je Ministarstvo turizma Republike Hrvatske krenulo poticati vlasnike poljoprivrednih imanja da ta imanja uredе kako bi bila pogodna za pružanje turističke usluge.²¹ Više o tome saznati ćemo u sljedećim poglavljima.

3.1 Obilježja i razvoj ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj

Ruralni turizam je danas svima izrazito privlačan, no nekada se na njega nije obraćala prevelika pažnja. Njegov razvoj u Republici Hrvatskoj možemo podijeliti na dva razdoblja²²:

- 1995. – 1999. godine – objava nacionalnog programa „Razvoj maloga i srednjega poduzetništva u turizmu, s naglaskom na održivi razvoj turizma u ruralnom prostoru“
- 2003. – 2004. godine – pokretanje poljoprivrede i turizma, vođenje brige o ruralnim prostorima i gospodarskim djelatnostima na ruralnim prostorima.

Ruralni turizam smatra se oblikom turizma s velikim potencijalom, pojačan potražnjom za održivijim rješenjima koja se temelje na prirodi. Republika Hrvatska ima vrijedne prirodne resurse, bogat biljni i životinjski svijet te plodno tlo koje je važno za lokalno stanovništvo koje živi od poljoprivrede. Nažalost, u Republici Hrvatskoj sam taj sektor poljoprivrede nije dovoljan za život poljoprivrednika, već je to njihova sekundarna djelatnost. Sama ta informacija je mladim ljudima dodatna motivacija da se presele u veće gradove gdje će imati bolje mogućnosti za život i napredak.

Obilježja ruralnog turizma u Hrvatskoj su, kao što smo već spomenuli, mali broj stanovnika, prostori izvan područja masovnog turizma, prirodni resursi, tradicije, običaji i kulturna obilježja. Također, kod nas ima još nekoliko oblika turizma koji su namijenjeni ciljnim

²¹ Ružić P., Demonja D. – Prirodna i antropogena osnova turizma Hrvatske, Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, 2013., str. 45

²² Ružić P., Demonja D. – Prirodna i antropogena osnova turizma Hrvatske, Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, 2013., str. 46

skupinama, kao što su cikloturizam (putovanja biciklom), enološki turizam i vinske ceste, eko turizam (zaštita prirode i okoliša), agroturizam, lovački turizam, ribolovni turizam i drugi.²³

U nastavku biti će prikazana SWOT analiza koja će nam prikazati prilike, prijetnje, snage i slabosti razvoja ruralnog turizma na području Republike Hrvatske.

Tablica 2. SWOT analiza ruralnog turizma u RH

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> - raspoloživi prirodni resursi - raznolika gastronomija - običaji i tradicije - ljubaznost domaćina - proizvodnja domaćih proizvoda - mnoštvo biciklističkih i pješačkih staza 	<ul style="list-style-type: none"> - nedovoljna promocija - nedovoljno iskorišteni prirodni potencijali - nedovoljno ulaganje u postojeće infrastrukture - kratak boravak turista - iseljavanje iz ruralnih područja - nedovoljno turistički obrazovanog stanovništva
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> - nakon COVID pandemije veliki broj turista za svoja putovanja bira ruralne destinacije - mogućnost produljenja turističke sezone - veliki potencijal za napredak - razvoj selektivnih oblika turizma na ruralnim područjima (avanturistički, ciklo turizam, gastro turizam...) - razvijanje smještajnih kapaciteta 	<ul style="list-style-type: none"> - izumiranje tradicije i običaja - nezainteresiranost i neinformiranost trenutnog stanovništva - klimatske promjene - mogućnost prevelikog broja posjetitelja

Izvor: obrada autorice

²³ D. Démonja, P. Ružić – Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, 2010. Izdavačka kuća Meridijani, Samobor, str. 203

Daljnji razvoj ruralnog turizma je svakako u planu jer ima velike mogućnosti za napredak. Republika Hrvatska ima mnoštvo raspoloživih resursa te bi poslovanje u ruralnim destinacijama moglo trajati kroz cijelu godinu. Bez obzira na veliki potencijal, moramo spomenuti i prisutne potencijalne rizike. Jedan od primjera takvih rizika je moguće nepovjerenje i nesigurnost lokalnog stanovništva da se uključe u razvoj i daju ruralnom turizmu zeleno svjetlo. Za razliku od ljudi u gradu, ljudi u ruralnim područjima su navikli imati svoj mir te ga ničime ne žele narušiti. Teško im se priviknuti na nešto novo, pogotovo starijem stanovništvu koje prevladava u ruralnim sredinama. Također, uvijek postoji rizik od prevelikog povećanja turista što može narušiti ruralnu definiciju te dovesti do narušavanja mira lokalnom stanovništvu ili do uništenja prirodnih i kulturnih resursa, bacanja otpada i onečišćenja zraka što bi negativno utjecalo na zdravlje stanovništva. Isto tako, preveliki dolazak turista bi se s vremenom morao smanjiti, a to bi se postiglo jedino velikom povećanjem cijena, da ne bude svima dostupno, a to bi opet utjecalo i na povećanje troškova lokalnim stanovnicima.

3.2 Aktualno stanje i analiza ponude ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj

U ruralnom turizmu, osjećaj mjesta je temeljni element u osjećajima turista i zajednice domaćina o tome što to područje čini privlačnim za posjet i život. Ovaj osjećaj mjesta djelomično se održava kroz ruralne muzeje koji igraju vitalnu ulogu u očuvanju baštine. U Republici Hrvatskoj, veliki potencijal za razvoj ruralnog turizma imaju malo manje razvijena mjesta koja su mirnija i imaju veću okruženost prirodom. Sukladno navedenom, razlikujemo sedam ruralnih sredina:²⁴

- Slavonija, Baranja i Srijem
- Hrvatsko zagorje, Prigorje, Međimurje i Podravina
- Posavina, Pokuplje i Moslavina
- Gorski kotar i Žumberak
- Lika i Kordun
- Istra i Hrvatsko primorje

²⁴ D. Démonja, P. Ružić – Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, 2010. Izdavačka kuća Meridijani, Samobor, str. 129

- Dalmacija.

U nastavku će bit analizirano stanje ruralnog turizma na prostoru Republike Hrvatske - činitelji ponude ruralnog turizma, činitelji potražnje ruralnog turizma, te razvoj i buduće perspektive ruralnog turizma Republike Hrvatske.

Za ruralni turizam su izuzetno važni fizičko – geografski elementi pod koje se ubrajaju klima, reljef, biljni i životinjski svijet, hidrografski elementi, poljoprivreda s naglaskom na ekološku proizvodnju te zaštićena prirodna područja u koja se ubrajaju nacionalni parkovi, parkovi prirode, rezervati i drugo. Kada govorimo o životinjskom svijetu, u Hrvatskoj žive gotovo svi predstavnici europskih kopnenih životinja. Također postoje i životinjski endemi koji su karakteristični za područje u kojem se nalaze, a kao primjer možemo navesti ogulinsku špiljsku spužvicu, podzemnu pijavicu, čovječju ribicu, dalmatinskog okaša, špiljsku kongeriju te dinarskog voluhara. Što se tiče hidrografskih elemenata, prije svega misli se na Jadransko more, jezera, tekućice, ledenjake i vrela. Republika Hrvatska je zemlja koja se može pohvaliti bogatstvom kopnenih voda kao što su rijeke, jezera i termalni izvori.

Zaštićena područja danas obuhvaćaju 8,54% ukupne površine Republike Hrvatske, odnosno 12,2% kopnenog teritorija i 1,94% teritorijalnog mora što je prikazano u sljedećoj tablici.

Tablica 3. Zaštićena područja Hrvatske

Kategorija	Broj zaštićenih područja	Površina zaštićenih područja	Postotni udio površine RH (u %)
Strogi rezervat	2	24,19	0,03
Nacionalni park	8	979,63	1,11
Posebni rezervat	77	400,11	0,45
Park prirode	11	4320,48	4,90
Regionalni park	2	1025,56	1,16
Spomenik prirode	80	2,27	0,003
Značajni krajobraz	82	1331,28	1,51
Park – šuma	27	29,54	0,03
Spomenik parkovne arhitekture	119	8,36	0,01

Površina zaštićenih područja unutar drugih zaštićenih područja	-	593,39	0,67
Ukupno zaštićenih područja u Republici Hrvatskoj	408	7528,03	8,54

Izvor: obrada autorice prema podacima sa stranice Hrvatske agencije za okoliš i prirodu - <http://www.haop.hr>

Kao što je vidljivo na tablici 1. na području Republike Hrvatske ima najviše parkova prirode odnosno 4,90 %. Republika Hrvatska ima osam nacionalnih parkova od kojih se jedan nalazi u Primorsko-goranskoj županiji. Na temelju članka 4. iz Zakona o zaštiti prirode „Nacionalni park je prostrano, pretežno neizmijenjeno područje iznimnih i višestrukih prirodnih vrijednosti, a obuhvaća jedan ili više sačuvanih ili neznatno izmijenjenih eko-sistema. Nacionalni park ima znanstvenu, kulturnu, odgojno-obrazovnu i rekreativnu namjenu. U nacionalnom su parku dopuštene djelatnosti kojima se ne ugrožava izvornost prirode. U nacionalnom parku je zabranjena gospodarska uporaba prirodnih dobara. Turističko-rekreacijske djelatnosti moraju biti u ulozi posjećivanja i razgledavanja koje je dozvoljeno svima pod istim uvjetima.“²⁵ S druge strane, u nastavku ćemo vidjeti i park prirode, koji se definira kao „prostrano prirodno ili dijelom kultivirano područje s naglašenim estetskim, ekološkim, odgojno-obrazovnim, kulturno-povijesnim i turističko rekreacijskim vrijednostima“.²⁶

Ruralni turizam u Primorsko-goranskoj županiji

Primorsko-goranska županija je puna prirodnih ljepota te dobro iskorištava svoje resurse. U Primorsko-goranskoj županiji može se pronaći za svakoga po nešto. Ona nudi more, sunce, ali je poznata i po svom ruralnom razvoju i po raznim manifestacijama koje se održavaju. Jedno od najpoznatijih mjesta je Park prirode Učka o kojem ćemo reći nešto više u nastavku. Isto tako, spomenuti ćemo i nacionalni park Risnjak koji je također poznato ruralno područje. Primorsko-goranska županija ima mnoštvo obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava koji se bave

²⁵ Zakon o zaštiti prirode, Narodne novine - https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1994_04_30_521.html

²⁶ Zakon o zaštiti prirode, Narodne novine - https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1994_04_30_521.html

proizvodnjom vina, meda, biljnih kozmetičkih proizvoda i raznih domaćih delicija. Također, u našoj blizini nalazi se općina Lovran koja je poznata po svojim „marunima“, odnosno kestenima, te se temeljem toga održava i manifestacija Marunada na kojima se nude domaće slastice koje su napravljene upravo od njih.

Nacionalni park Risnjak

Nacionalni park Risnjak smatra se najpopularnijim nacionalnim parkom planinara, a nalazi se na sjeverozapadnom dijelu Gorskog kotara, točnije u Crnom Lugu.²⁷ Nacionalni park postoji još od 1953. godine, a naziv „Risnjak“ dobio je po risu koja je njegov najpoznatiji stanovnik zajedno sa smeđim medvjedom i vukom.²⁸ Ris je divlja mačka koja je dvostruko veća od prosječne kućne mačke. Poznate su po svom izgledu – čupavim ušima, smeđoj boji i crnim točkicama. Jako su dobri lovci, mogu uloviti mnogo veći plijen od sebe. Inače su usamljene životinje, ženke često biraju osamljene jazbine za uzgoj legla do šest mačića nakon čega ih godinu dana uče loviti kako bi bili spremni za svoj put. Risnjak se može posjetiti u bilo koje doba godine, iako bi bilo bolje da je sunčano vrijeme jer je teže proći cijeli park ako su neki dijelovi mokri ili poplavljeni zbog kiše. Park ima prekrasnu, netaknutu prirodu koja obiluje mnoštvom vrsta drveća (bukve, jele, smreke, sive vrbe) te bogatu floru i faunu.

Reljef Nacionalnog parka dijeli se na tri cjeline: najviši dio na kojemu su vrhovi Risnjaka i Snježnika, središnji dio koji obuhvaća kršku zaravan te posljednji, sjeverni dio kojeg obilježava dolina rijeke Kupe.²⁹ Osim naziva „Dolina rijeke Kupe“ postoji i naziv „Dolina leptira“ jer je zabilježeno 89 vrsta leptira od kojih je 11 ugroženih vrsta.

Što se tiče turizma, u blizini se nalazi hostel „Crni Lug“, pansion „Risnjak“ i planinarski dom „Josip Schlosser Klekovski“ za one koji žele prenoćiti ili samo kušati domaće delicije. Osim toga, za one aktivne organizira se brdski biciklizam te sportski ribolov.

²⁷ Nacionalni park Risnjak - <https://trip.hr/nacionalni-park-risnjak/>

²⁸ Nacionalni park Risnjak (službena stranica) - <https://www.np-risnjak.hr/>

²⁹ Nacionalni park Risnjak: Zelena oaza koja diše punim plućima - <https://zastita-prirode.hr/zasticena-priroda/nacionalni-parkovi/nacionalni-park-risnjak/>



Slika 1. Nacionalni park Risnjak

Izvor: Risnjak – planina nad morem - <https://www.np-risnjak.hr/risnjak2021-hr>

Park prirode Učka

Park prirode Učka nalazi se između Istre i Kvarnera, u blizini grada Rijeke, Opatijske rivijere (Opatija, Lovran, Mošćenička Draga), te istarskih gradova (Buzet, Pazin, Labin). Učka je mjesto na kojem prevladava mediteranska klima, divno mjesto u prirodi koje svakako treba posjetiti. Flora parka broji preko 1300 različitih vrsta (pitomi kesten, hrast medunac, bijeli grab) od kojih ima veliki broj ugroženih i zaštićenih vrsta (lovorasti likovac, pasji zub, ljiljan zlatan).³⁰ Što se tiče faune, često možemo vidjeti vjeverice, divlje svinje, srne i medvjede. Osim sisavaca, Učka je poznata i po 173 vrsta ptica te 263 vrsta leptira.³¹ U parku se mogu vidjeti prirodne ljepote, različite spilje, izvori vode, raskošne livade te visoki vrhovi. Najviši vrh je Vojak na kojem je izgrađena kula kako bi turisti mogli uživati u prekrasnom pogledu na cijeli Kvarner.

Učka organizira ture planinarenja, ima osam biciklističkih staza, a moguće su i aktivnosti penjanja te letenja zmajem ili padobranom. Također, organizirane su različite sportske aktivnosti kao što su „100 milja Istre“, „CRO Race“, „Učka drito zdolun“ i „Učka Trail“.³²

³⁰ Park prirode Učka (službena stranica) - <https://www.pp-ucka.hr/>

³¹ Park prirode Učka (službena stranica) - <https://www.pp-ucka.hr/>

³² Visit Croatia - <https://www.visit-croatia.eu/hr/info/aktivnosti/park-prirode-ucka/>

Turisti mogu prenoćiti u Restaurantu & Pansionu Učka ili u Hotelu „Draga di Lovrana“, a osim noćenja, mogu kušati gastro ponudu kao što su različita jela od divljači, ovčji sirevi, domaće šparoge, domaći fuži s tartufima i slično.



Slika 2. Kula na Vojaku – PP Učka

Izvor: Travel Croatia Live - <https://travelcroatia.live/listing/park-prirode-ucka>

Ruralni turizam u Istarskoj županiji

Za Istru možemo reći da je jedna od najpoznatijih ruralnih regija u Hrvatskoj. Ona je poznata po svom domaćem maslinovom ulju, tartufima, boškarinu, pljukancima i vinima. Također, ima mnoštvo ruralnih gospodarstava gdje se, osim kušanja domaćih delicija, gosti mogu okušati i u ostalim aktivnostima kao što su vožnje bicikloma, jahanje, lov na tartufe, branje maslina i slično. Istra ima jako razvijene i druge vrste turizma jer se nalazi na samom moru što znači da u potpunosti iskorištava svoje resurse. Nekoliko godina za redom, Istra je proglašena najboljom svjetskom regijom za ekstra djevičansko maslinovo ulje.³³ Turisti mogu sudjelovati u branju maslina, preradi i samoj proizvodnji maslinovog ulja. Za turiste je to osobni doživljaj jer nauče nešto novo, ali i uživaju u kupnji i kušanju nečega što su sami napravili.

Ruralni turizam u Slavoniji

³³ Al Torcio - <https://altorcio.hr/hr/o-nama/istra-najkvalitetnija-maslinarska-svjetska-regija-2021/>

Slavonija, Baranja i zapadni Srijem su dijelovi Hrvatske koji su poznati po svojoj tradiciji i gastronomiji. Neki od glavnih motiva posjetitelja Slavoniji, osim bogate prirode, su čobanac, kulen, fish paprikaš, kulen i rakije. Mjesta koja su neizostavna za posjetiti su Parkovi prirode Papuk i Kopački rit te arheološko nalazište Vučedol. U Slavoniji se turisti u potpunosti upoznaju sa lokalnom kulturom. Smješteni su u ruralnim kućama, imaju mogućnosti sudjelovati u kuharskim prezentacijama, jahanju, pješačenju, bicikliranju i vožnjom kanuima na Dunavu i Dravi.

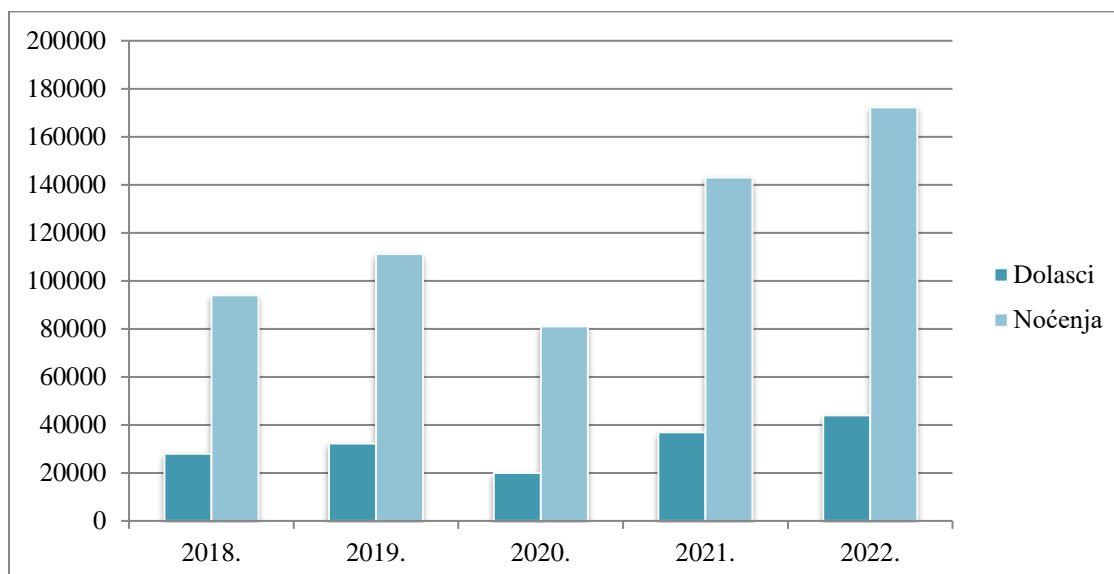
Ruralni turizam u Ličko-senjskoj županiji

Lika je puna prirodnih i kulturnih ljepota što se, zaista, ne može poreći. Sam prolazak automobilom po području Like je dovoljan da se vidi koliko je prekrasna ta regija. Što se tiče gastronomske ponude, poznata je po siru, mesu i krumpiru u ličkoj basi, rakijama i pivu. Lika je počela više iskorištavati svoje prirodne resurse te se sada u njoj ponudi mogu pronaći i rafting, zip line za kojeg moramo naglasiti da je drugi najduži u cijeloj Europi, vožnje quadom te vožnje kajakom i kanuom. Također, tu je i Nacionalni park Plitvička jezera i Sjeverni Velebit, ima mnoštvo pješačkih i biciklističkih staza, a u ponudi je i posjet Kuterevu – utočištu mladih medvjeda.

Ruralni turizam u Dalmaciji

Dalmacija je najviše poznata po tome što se nalazi na samome moru i uvijek je bila prepuna turista. Međutim, i ona ima velike prirodne i kulturne ljepote kao što su Nacionalni park Krka, Nacionalni park Kornati te Vrelo Cetine. Od gastronomske ponude, valja spomenuti pršut, paški sir, manistru te mnoga riblja jela. Dalmacija je puna ljekovitih biljaka, a nije nemoguće putem sresti i domaće životinje kao što su ovce ili magarci. Na ruralnim destinacijama u Dalmaciji turisti često budu smješteni u kamene kuće gdje mogu uživati u pravom osjećaju tradicije i autentičnosti.

Kao što smo vidjeli prethodno, vidljivo je da je Republika Hrvatska puna ruralnih destinacija, no sada ćemo to prikazati u brojkama. Što se tiče potražnje ruralnih destinacija, u nastavku ćemo prikazati grafikon dolazaka i noćenja turista u proteklih pet godina koji su boravili u objektima na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima.



Grafikon 1. Dolasci i noćenja turista na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima

Izvor: obrada autorice prema podacima sa stranice Hrvatske turističke zajednice – www.htz.hr

Kao što je vidljivo na navedenom grafikonu, broj dolazaka i noćenja se svake godine povećava, ukoliko zanemarimo godinu u kojoj je bila Covid kriza. Vidljiv je porast broja noćenja od 2018. godine, kada je brojka noćenja iznosila 93.924, do 2022. godine kada je ta brojka porasla na 172.237. Dakle, možemo zaključiti da je porast noćenja u proteklih pet godina iznosio čak 83,38%.

Na kraju poglavlja, moramo napomenuti da, unatoč svemu navedenom, ruralna područja u Hrvatskoj još uvijek nisu dovoljno razvijena da bi imala konkurentsku poziciju na tržištu. Najveći razlog tome je nedostatak radne snage, loše vještine vođenja te nedostatak financijske podrške poljoprivrednicima koji se žele baviti poljoprivredom i turizmom. Sa stajališta ponude, ruralni turizam zahtijeva kvalificiranu radnu snagu koju je, u ruralnim područjima, i dalje teško pronaći. Takvi problemi dovode do toga da poljoprivrednici prodaju svoja zemljišta zbog nemogućnosti održavanja i sve većeg pritiska. Ruralnim područjima treba kvalitetno i pravilno upravljati iz razloga što su jedinstvena te to njihovo obilježje omogućuje turistima nezaboravno životno iskustvo.

3.3 Zakonodavni okvir ruralnog turizma

Život je za svakoga postao izrazito težak. Svakim danom ljudi pokušavaju napredovati i često imaju brz tempo, pod stresom su, nemaju vremena za sebe ni za svoju obitelj. Neki ljudi nakon nekog vremena odustanu od takvog načina života te se vraćaju u svoja rodna mjesta, na sela, gdje će moći sa svojom obitelji biti na mirnijem mjestu, a imati će mogućnost od toga i živjeti. Ipak, nije ni to tako jednostavno kao što se čini. Na samom početku, potrebno je razmišljati o financijskim sredstvima kako bi se moglo krenuti u sam proces. Financiranja za bavljenjem ruralnim turizmom mogu biti:³⁴

- vlastita sredstva
- bespovratna namjenska sredstva (darovnice) – programi i natječaji koje provodi državna uprava; sredstva se moraju potrošiti izričito za ono što je navedeno u natječaju
- kreditna sredstva
- kreditne linije komercijalnih banaka
- sredstva EU – potrebno je imati već neku vrstu registracije, prikupljanje dokumentacije je dosta zahtjevno; ne smiju biti započete nikakve investicije prije krajnjeg dogovora za financiranje projekta.

Kao i za sve, i za bavljenje ruralnim turizmom moramo pratiti određene zakone i raditi po propisima. Potrebno je na sve obratiti pažnju da se ne bi dogodilo da se uloži novac, trud i vrijeme, a da na kraju bude poteškoća sa registracijom objekta jer se nisu poštivali određeni uvjeti. Usluge se mogu registrirati za cijelu godinu ili samo za ljetne mjesec. Glavni zakoni koji su ključni za ruralni turizam su Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti i Zakon o pružanju usluga u turizmu, a postoje i zakoni kao što su Zakon o trgovačkim društvima, Zakon o obrtu te Zakon o poljoprivredi.³⁵

Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti aktualan je od 2016. godine, a njime se utvrđuju uvjeti pod kojima fizičke i pravne osobe mogu obavljati ugostiteljske djelatnosti. U zakonu se navodi kako ugostiteljske djelatnosti mogu obavljati trgovačka društva, obrtnici i zadruge koji

³⁴ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Priručnik za bavljenje seoskim turizmom, str. 65

³⁵ D. Démonja, P. Ružić – Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, 2010. Izdavačka kuća Meridijani, Samobor, str. 89

ispunjavaju određene uvjete, određeni prostor te uz određeno radno vrijeme. Također, s obzirom na vrste ugostiteljskih usluga, ugostiteljski se objekti dijele u sljedeće skupine³⁶:

- hoteli
- kampovi
- ostali ugostiteljski objekti za smještaj
- restorani
- barovi
- catering objekti
- objekti jednostavnih usluga.

Ugostitelji, osim radnog vremena, moraju istaknuti cijene, utvrditi kućni red, voditi knjigu gostiju na propisani način, osigurati ih od posljedica nesretnog slučaja i, naravno, za svaku stavku izdati račun sa vidljivom vrstom, količinom i cijenom usluge. U zakonu su, također, navedena pravila ponašanja poslodavca i djelatnika te još mnogo stavki na koje ugostitelji trebaju obratiti pažnju prije nego se uopće krenu baviti ugostiteljskom djelatnošću. Pod pojmom „ugostiteljske usluge“ podrazumijevaju se³⁷:

- smještaj u sobi, apartmanu i kući za odmor do najviše deset soba, odnosno dvadeset kreveta u koje se ne ubrajaju pomoćni kreveti
- smještaj u kampu i/ili kamp odmorištu s najviše deset smještajnih jedinica, odnosno za trideset gostiju istovremeno u koje se ne ubrajaju mlađi od 12 godina
- smještaj u robinzonskom objektu (izolirano područje u prirodi) s najviše deset smještajnih jedinica, odnosno trideset gostiju istovremeno u koje se ne ubrajaju mlađi od 12 godina
- doručak gostima
- posluživanje proizvoda od vina i voćnih vina, alkoholnih pića i domaćih narezaka iz vlastite proizvodnje u uređenom dijelu gospodarskog objekta, u zatvorenom, natkrivenom ili otvorenom prostoru za najviše 80 gostiju istodobno.

Zakon o pružanju usluga u turizmu uređuje usluge u turizmu te načine i uvjete za pružanje tih usluga, ugovore o putovanjima u paket – aranžmanu i ugovore o povezanom putnom aranžmanu te prava i obveze trgovca i putnika u vezi s tim ugovorima. Sukladno navedenom zakonu, usluge

³⁶ Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti Čl. 8 Razvrstavanje ugostiteljskih objekata – www.zakon.hr

³⁷ Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, Ugostiteljske djelatnosti u domaćinstvu Čl.30 (NN 99/18, 126/21)–
www.zakon.hr

u turizmu mogu pružati pravne i fizičke osobe te moraju objaviti sadržaj, uvjete i cijenu te se toga pridržavati, moraju izdavati račune i omogućiti korisniku podnošenje pisanog prigovora ukoliko korisnik nije zadovoljan određenom uslugom. Prema Zakonu o pružanju usluga u turizmu, usluge su sljedeće³⁸:

- pružanje usluga turističke agencije, turističkog vodiča, voditelja putovanja, turističkog animatora, turističkog predstavnika
- usluge u posebnim oblicima turističke ponude (usluge u nautičkom, zdravstvenom, kongresnom, pustolovnom, ribolovnom turizmu, turističke usluge na poljoprivrednom gospodarstvu, uzgajalištu vodenih organizama, lovištu i u šumi šumoposjednika, usluge iznajmljivanja vozila, usluge turističkog ronjenja)
- usluge iznajmljivanja opreme za šport i rekreaciju turistima.

3.4 Budućnost i preporuke za ruralni turizam u Republici Hrvatskoj

Budućnost svih oblika turizma se činila sigurnom dok nije pandemija pogodila svijet. Većina malih tvrtki je financijski stradalo tijekom pandemije. Takvim poduzećima je važna financijska potpora, ali i razvoj turističke ponude kako bi što prije „stali na noge“. Poduzeća moraju pratiti tržišne informacije, tj. pratiti promjenjive želje i potrebe turista. Poduzetnici moraju zadržati svoje jedinstvene prednosti kao što su osobna usluga, mali opseg te zdravo i prirodno ruralno okruženje. Razvoj ruralnog turizma više je od planiranog procesa. Koristeći pristup orijentiran na aktere, može se promatrati kao dinamičan, tekući društveno konstruiran i dogovoren proces koji uključuje mnoge društvene aktere koji ga kontinuirano preoblikuju i transformiraju kako bi ga prilagodili svojim percepcijama, potrebama, vrijednostima i programima.³⁹

Mnoge atrakcije na ruralnim područjima, kao što su krajolik ili divlje životinje, ne treba dizajnirati. Međutim, to se može učiniti pristupačnijim, zanimljivijim, uzbudljivijim na način da se bolje interpretira i prezentira turistima. Uvođenje inovativnih i kreativnih turističkih aktivnosti u ruralnim područjima otvara mogućnosti koje će pomoći u poboljšanju njihove

³⁸ Zakon o pružanju usluga u turizmu; Usluge u turizmu Čl. 4 – www.zakon.hr

³⁹López-Sanz, J.M., et.al. (2021.): „Rural Tourism and the Sustainable Development Goals. A Study of the Variables That Most Influence the Behavior of the Tourist“

ekonomske uspješnosti odnosno doprinijeti će njihovom efikasnom poslovanju.⁴⁰ Ekonomski učinci ruralnog turizma sagledivi su u povećanju proizvodnje i prihoda u ruralnoj sredini. S time je povezano zapošljavanje novih zaposlenika te investiranje. Osnovni pokretač za razvoj poljoprivrede, prerade i drugih djelatnosti je upravo ruralni turizam jer omogućava znatno širenje tržišta.⁴¹

Nadalje, ruralni turizam smatra se oblikom turizma s velikim potencijalom, pojačan potražnjom za održivijim rješenjima koja se temelje na prirodi te može doprinijeti otpornosti teritorija. Ruralno područje nije nužno turistička destinacija, ali bi to moglo postati ako su poljoprivredna poduzeća voljna raspodijeliti svoje gospodarske aktivnosti ulaganjem u ruralni turizam, a lokalni akteri pružaju aktivnu potporu i sudjelovanje. Ne smijemo izostaviti ni činjenicu da sve više ljudi koriste različite tehnologije. Za samo planiranje putovanja koriste online stranice kao što su Booking ili TripAdvisor, ali pronalaze destinacije i putem društvenih mreža kao što su Facebook, Twitter ili Instagram te bi trebalo i na taj način više promovirati ruralni turizam kako bi otkrili čari takvog oblika putovanja. Također, mogu se osmisliti i različiti paket aranžmani na različitim destinacijama, npr. vožnja zip lineom ili vožnja kanuima, najam bicikla na nekoliko sati i vožnja prekrasnim biciklističkim stazama, ručak u lokalnom OPG-u gdje će se moći kušati domaće delicije i, na kraju, sudjelovanje u proizvodnji određenog proizvoda kojeg će moći kupiti po određenoj cijeni. Glavni nositelji promocije turističkih aranžmana bile bi turističke zajednice koje bi objavljivale ponudu na društvenim mrežama i drugim platformama. Imala bi i zadatak obavijestiti lokalne OPG-ove o mogućnostima plasiranja njihovih proizvoda, ali imala bi i zadatak educirati stare i nove radnike kako bi imali mogućnosti za napredovanje. U ovakvom obliku posla potrebna je dobra i prijateljska poslovna atmosfera te podupiranje kolega u dobrim i lošim trenucima i danima. Ovakva organizacija predstavlja oblik tzv. ne-hijerarhijske organizacije gdje je znanje pojedinca jednako ukupnom znanju organizacije. U ovom obliku organizacije daje se važnost svim zaposlenicima, uvažava se njihovo mišljenje i uključuje ih se u donošenje odluka. Važnost se pridaje brzom i fleksibilnoj komunikaciji zbog potrebe da se u najkraćem roku odgovori na zahtjeve klijenata i potrebe tržišta. Dobri međuljudski odnosi potiču stanovnike da postanu još aktivniji.

Razvoj ruralnog turizma utječe na zaustavljanje iseljavanja stanovništva iz ruralnih krajeva jer omogućuje stvaranje novih radnih mjesta na mjestima na kojima inače ne bi bilo mnogo

⁴⁰Ćurić, K. (2010.): „Agroturizam kao dodatne djelatnosti na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima“

⁴¹Senčić, J., Vukonjić, B. (1997.): „Marketing u turizmu“

mogućnosti za zapošljavanje. Otvaranjem mogućnosti zapošljavanja povoljno utječe na migracije u pravcu sela i zadržavanjem mladih u tim sredinama. Ostajanjem ljudi u ruralnim sredinama pridonosi obnavljanju stambenih i drugih objekta, pa se na taj način sprječava njihovo propadanje, odnosno omogućuje očuvanje tradicija i običaji življenja u ruralnim sredinama.⁴² Također, obnovljene povijesne građevine mogu se prenamijeniti u smještaj ili mjesto gdje će se moći pružati turističke usluge. Razvoj također može pomoći i poboljšanju infrastrukture (ceste, opskrba vodom i električnom energijom, zbrinjavanje otpadnih voda, zbrinjavanje otpada, obnova parkova i rezervata), a isto tako će biti vidljiva javna i privatna ulaganja, napredak u prometu i prometnim uslugama, razvoj zdravstvenih usluga te veća privlačnost svih ruralnih područja. Neekonomski učinci turizma su brojni. Pojavom ruralnog turizma započeta je obnova sela i gradića i njihovo ponovno oživljavanje. Valoriziraju se povijesne, kulturne i vrijednosti spomenika te prirodnih ljepota. Stoga razvijanjem ruralnog turizma postoji mogućnost ponovnog oživljavanja ruralne sredine. Treba napomenuti i da smještaj u ruralnoj destinaciji ne treba biti moderan i luksuzan, ali mora imati sve što nude i drugi smještajni kapaciteti u ostalim oblicima turizma. Važno je da je smještaj čist i uredan te da turisti imaju privatnosti kako bi u potpunosti mogli uživati u odmoru i da se smanje neugodne situacije ukoliko u smještaju boravi nekoliko obitelji zajedno.

Primorsko-goranska županija ima veliku mogućnost razvoja ruralnog turizma radi velikih prirodnih ljepota, a to bi svakako produžilo turističku sezonu. Razvojem takvog oblika turizma, Primorsko-goranska županija se ne bi morala brinuti o sezonalnosti jer ima za ponuditi i more, a i ljepote krajolika zajedno sa vrhunskom gastro ponudom koja je izrazito važna. Treba se, svakako, bazirati i na osmišljavanje većeg broja različitih aktivnosti koje turisti žele isprobati kao što su jahanje, rafting ili nešto slično jer će to takve destinacije učiniti još spektakularnijima.

⁴²Ružić, P. (2012.): „Analiza posebnosti i percepcije ruralnog turizma Istre“

4. Rezultati provedenog istraživanja na primjeru ruralnog turizma u Primorsko-goranskoj županiji

Razvoj ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj je svakako moguć, ali htjeli smo to i dokazati. U svibnju i lipnju ove godine napravljeno je kratko anketno istraživanje koje će nam dati približnu sliku o tome što turisti misle o ruralnom turizmu, što ih najviše privlači za sam dolazak u destinaciju te da li oni smatraju da takav oblik turizma ima mogućnosti za daljnji razvoj.

Prije samog početka istraživanja, odlučila sam posjetiti lokalno obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo (OPG) kako bih dobila jasniju sliku o tome kako je, zapravo, biti osoba koja nudi vlastite proizvode na ruralnom području, u svom domu. Odabrala sam OPG Rumac koji se nalazi u Veprincu, u mjestu iznad Opatije. Kako bih sve saznala, unaprijed sam pripremila potrebna pitanja pa smo gospođa Patricia Rumac i ja napravile kratak intervju. Inače, gospođa je po struci enolog te svoj OPG smatra hobbijem. Financijski ne ovise samo o njemu jer imaju svoj posao, a poljoprivredom i proizvodnjom domaćih proizvoda se bave radi osobnog zadovoljstva te ljubavi prema prirodi i domaćim proizvodima. Nekada teško usklade privatno i poslovno, ali uz dobru organizaciju bez problema rješavaju sve izazove. Već su uhodani u posao i u sam taj ritam, brzi su i spretni u svemu što rade.

Nekada je život bio mnogo teži nego danas. Stariji ljudi, danas nonići i none, imali su fizički mnogo naporniji posao. Uz redovan posao, bavili su se poljoprivredom što je danas mnogima nezamislivo jer su ljudi danas navikli otići u trgovinu i kupiti ono što im treba. Tada se sve gradilo svojim rukama i nije bilo mjesta za odmor. U našoj županiji, poznate su bile „mlekarice“, tj. žene koje su domaće kravlje i kozje mlijeko nosile kilometrima daleko kako bi ga prodale da bi dobile sitan novac koji bi im uvelike značio. Gospođa Rumac napomenula je kako je njena svekrva jedna od zadnjih „mlekarica“ koje su nosile preko četrdeset litara mlijeka do Opatije kako bi ga prodavale u hotelima.

Priča njihovog OPG-a krenula je tako što su se gospođa Patricia i njen suprug Andrijano odlučili za njegovo otvaranje kako bi mogli svoje proizvode prodavati na lokalnoj tržnici, a to je bilo nemoguće bez potrebne papirologije. OPG Rumac sada posluje već punih deset

godina. Od zaposlenih nemaju vanjskih djelatnika, već je to isključivo obiteljski posao, a za posjet OPG-u je potrebna rezervacija jer primaju turiste dva do tri puta tjedno, a ne svaki dan. U svojoj ponudi imaju obilazak imanja, autohtone proizvode – kuhanje tradicionalnih jela (sezonska jela – namaz od šparoga, kolači sa sezonskim voćem, marmelade), sol sa aromatičnim biljkama, domaće sokove, čajeve, likere i vino – teran, malvaziju, chardonnay i muškati. Godišnje naprave preko tri tisuće litara vina. Najveći rizik s kojim se susreću je problem suše, tj. nedostatak vode u ljetnim mjesecima. Nedavno je grad Opatija, na njihovu inicijativu, počeo sufinancirati vodu za poljoprivrednike. Navodi kako zime nisu problem jer više nisu hladne kao što su bile nekad te, barem što se toga tiče, nemaju većih izazova.

Covid kriza za svih je bila teška, no oni su unatoč tome imali jako veliki broj posjetitelja, naravno, uz određena pravila razmaka kojih smo se svi tada morali držati. Imali su jako veliki broj posjetitelja tijekom, a i nakon pandemije. Na pitanje kako su krenuli sa turizmom, navodi kako ih je kontaktirao projekt „Feel And Taste“ te su pokušali ići tim smjerom. Turizmom se sada aktivno bave već četiri godine jer smatraju kako bi sama proizvodnja, bez turista, bila neodrživa i neisplativa. Što se tiče promocije, promoviraju se jedino putem web stranice „Katarina Line“ te preko svoje Facebook stranice jer kaže da njima reklama ni ne treba, u zadnje vrijeme ih ljudi sami pronađu. Najčešći posjetitelji su iz Austrije i Njemačke te nemaju problem s komunikacijom jer se odlično sporazumijevaju na engleskom jeziku. Lidl ima turističku agenciju u Austriji i Njemačkoj preko koje mogu rezervirati paket aranžmana, npr. turisti budu smješteni u hotelu Ambassador u Opatiji te u sklopu tog paketa mogu rezervirati i degustaciju vina na njihovom OPG-u. Dobitnici su mnogih nagrada kao što su „Suncokret ruralnog turizma za očuvanje poljoprivrede i tradicije“, priznanje u kategoriji djelatnik godine kao domaćin turističko seoskog gospodarstva, a često osvajaju i prva mjesta u raznim vinskim natjecanjima.

U budućnosti, svakako planiraju proširivati svoj asortiman. Od proizvoda, u ponudu će dodati kremu za ruke od lovora i ružmarina. Trenutno rade dva apartmana gdje će posjetitelji moći prespavati, a biti će moguće iznajmiti i kušionu. Od ostalih atrakcija u blizini tu je Park prirode Učka, vidikovac na Vojaku te etno zbirka u Veprincu u kojoj se mogu naći razni izloženi predmeti koji pokušavaju prikazati nekadašnji način života.



Slika 3. Kušaona – OPG Rumac

Izvor: vlastita fotografija

4.1 Stavovi ispitanika temeljem istraživanja

U svibnju i lipnju ove godine provedeno je istraživanje turista koji su odlučili posjetiti ruralna područja. Bazirali smo se samo na Primorsko-goransku županiju koja se nalazi na zapadnom dijelu Republike Hrvatske. Primorsko-goransku županiju čini preko 260.000 stanovnika no, unatoč tome, ima velika područja prirodnih ljepota u kojima živi manji broj stanovnika. Županija je poznata i po tome što se nalazi na samom moru te su sezone izrazito uspješne. Međutim, htjeli smo vidjeti da li bi turisti htjeli vidjeti još nešto osim plaža. Ispitanici su različitih dobnih skupina, sa različitim interesima te dolaze iz raznih dijelova

Republike Hrvatske i inozemstva. Željeli smo pronaći različite ljude koji imaju različita mišljenja i stavove kako bi dobili čim zanimljivije i subjektivnije odgovore za potrebe ovog diplomskog rada.

4.2 Cilj istraživanja

Cilj istraživanja bio je otkriti trenutnu zainteresiranost za različite segmente predmetnog oblika turizma. Željeli smo vidjeti da li ispitanici razumiju značenje i ljepotu ovog oblika turizma, otkriti što im je najvažnije pri samom planiranju putovanja te koje su im stavke najvažnije u samoj ponudi destinacije. Također, željeli smo saznati da li turisti žele vidjeti daljnji napredak ili smatraju da ruralni turizam nema nikakve budućnosti i da bi pažnja trebala i dalje ostati na primorskim destinacijama u ljetnim razdobljima. Naglasak je bio na njihovom osobnom iskustvu i načinu razmišljanja.

4.3 Metodologija istraživanja

Instrument istraživanja bio je anketni upitnik koji je napravljen preko Google obrasca. Upitnik se ispunjavao online, a objavljen je u hotelu Admiral u Opatiji, na društvenim mrežama, ali se isto tako dijelio putem linka osobama pojedinačno putem poznanstava i slično. Za pomoć pri skupljanju ispitanika, pomogla mi je i gospođa Rumac dijeleći upitnike svojim turistima, a isto tako posebnu ulogu su imali i moja obitelj i prijatelji koji su slali upitnike svojim poznanicima koji su, barem jednom, posjetili ruralna područja u Primorsko-goranskoj županiji.

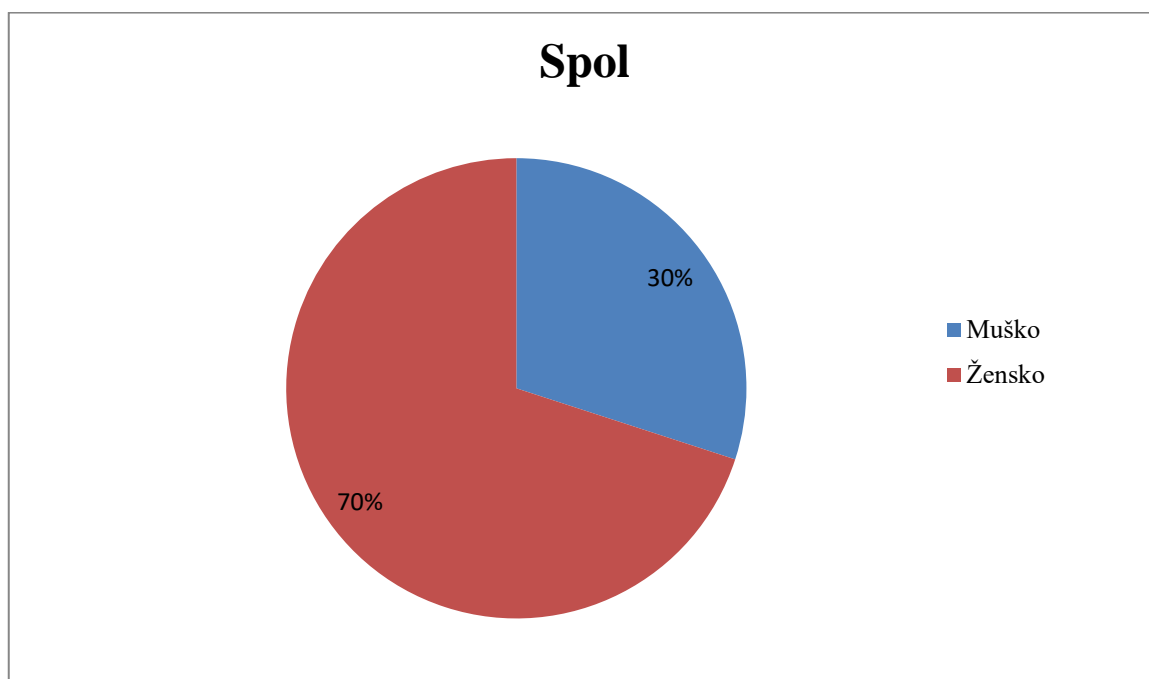
Na samom početku upitnika, naveden je naslov ovog diplomskog rada te kratko pojašnjenje razloga istraživanja te informacija o anonimnosti. U istraživanju je sudjelovalo 70 ispitanika koji su trebali odgovoriti na 27 pitanja otvorenog i zatvorenog tipa gdje su mogli napisati svoje mišljenje ili odabrati jedan od ponuđenih odgovora. Isto tako, imali su priliku i ocijeniti navedene segmente ruralnog turizma ocjenama od 1 do 5. Ispitanici koji su sudjelovali u istraživanju dobrovoljno su pristupili ispunjavanju.

Anketni upitnik je napravljen na engleskom jeziku kako bi turisti mogli lakše odgovarati, ali napomenuto je hrvatskim državljanima da mogu pisati odgovore na kojem jeziku oni žele. U nastavku ćemo prikazati rezultate provedenog istraživanja koji će biti napisani na hrvatskom jeziku radi lakšeg razumijevanja.

4.4 Rezultati provedenog istraživanja

U anketnom istraživanju dobiveni su sljedeći rezultati.

1. SPOL



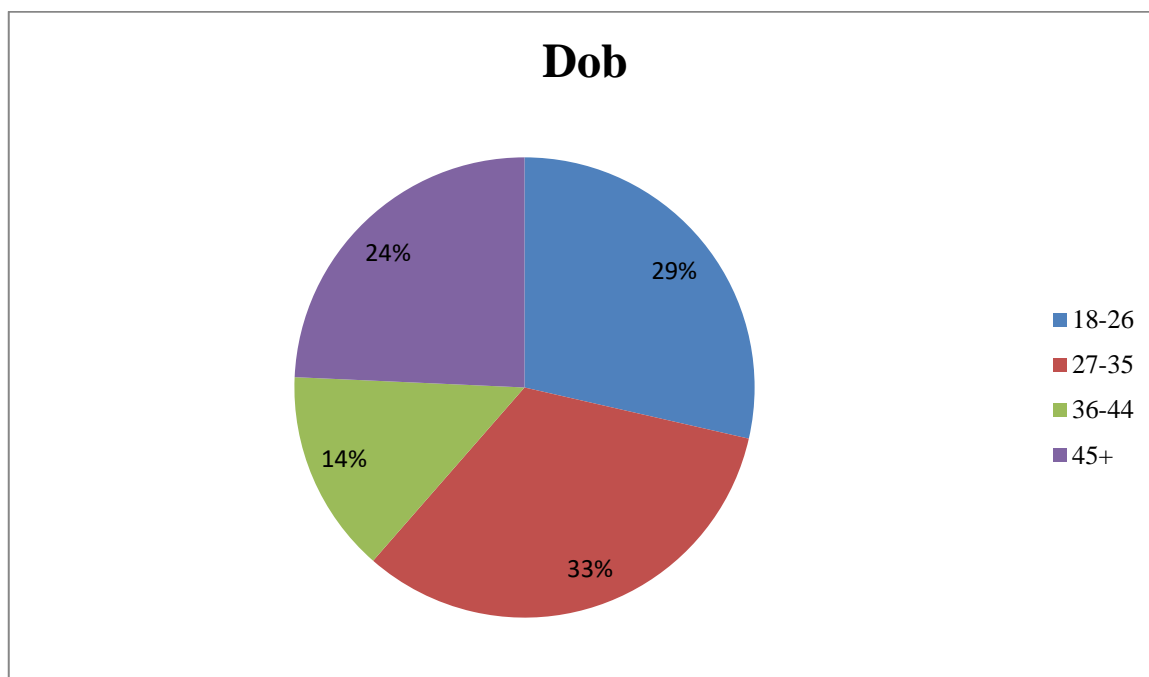
Grafikon 2. Struktura ispitanika prema spolu

Izvor: rezultati anketnog istraživanja – svibanj i lipanj 2023. godine

U istraživanju je sudjelovalo 70 osoba, od kojih je većina ženskog spola, odnosno sudjelovalo je 70% žena i 30% muškaraca.

2. DOB

U sljedećem grafikonu biti će prikazana struktura ispitanika prema dobi. Istraživanju su mogle pristupiti samo punoljetne osobe. Najviše ispitanika bilo je u dobi između 27 i 35 godina, točnije 32,9%. Slijede ih ispitanici u dobi od 18 do 26 godina čiji je postotak 28,6%. Najmanje ispitanika je bilo u dobi između 36 i 44 godine te taj postotak iznosi 14,3%. Bilo je za očekivati da će biti najviše mladih ljudi baš iz razloga što je anketni upitnik bio online, a pametnom se tehnologijom, od svih ispitanika, oni najviše koriste.



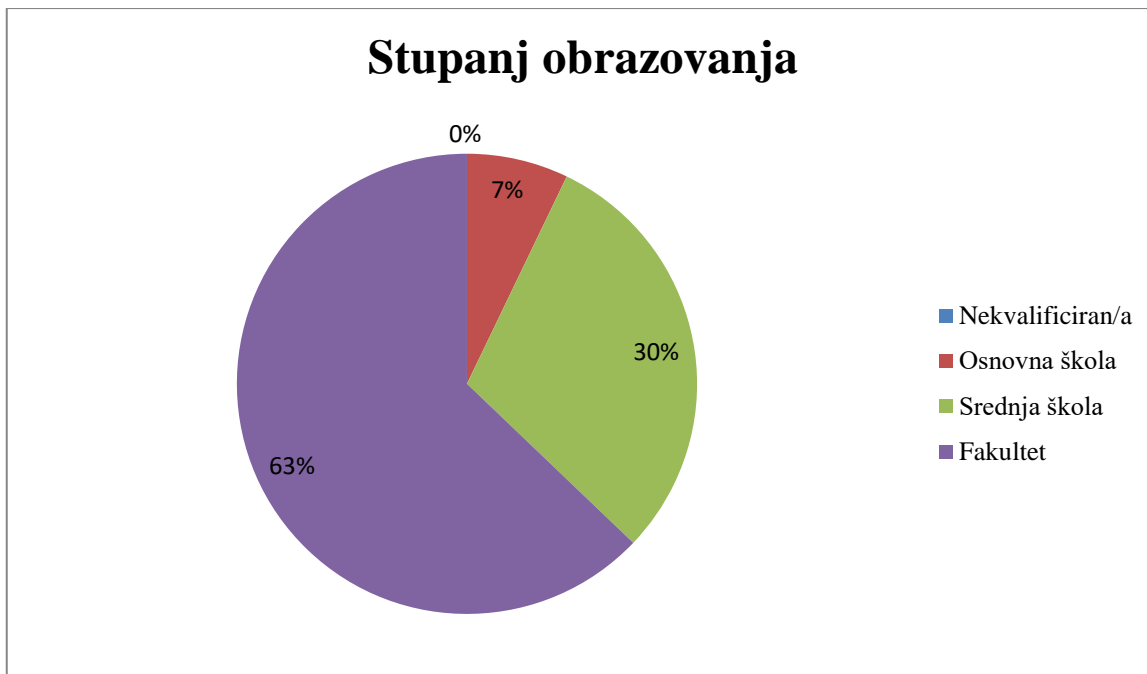
Grafikon 3. Struktura ispitanika prema dobi
Izvor: rezultati anketnog istraživanja – svibanj i lipanj 2023. godine

3. MJESTO STANOVANJA

Cilj istraživanja bio je utvrditi mišljenje ispitanika o ruralnom turizmu u Primorsko-goranskoj županiji. Upravo zato, u istraživanju su mogli sudjelovati ispitanici koji nemaju prebivalište u Primorsko-goranskoj županiji. U istraživanju su sudjelovali ispitanici iz različitih dijelova Republike Hrvatske, a to su: Zagreb, Split, Zadar, Osijek, Otočac, Karlovac, Ogulin, Čakovec, Koprivnica, Varaždin, Poreč i Rovinj. Također, bilo je i ispitanika koji žive u inozemstvu te su u anketnom istraživanju zabilježeni i sljedeći gradovi: London, Beč, Trst, Rim, Munchen i Milano. Više ispitanika bilo je iz Republike Hrvatske, odnosno 89,6%, dok je stranih ispitanika bilo 10,4%.

4. STUPANJ OBRAZOVANJA

Na niže navedenom grafikonu biti će prikazana struktura ispitanika prema stupnju obrazovanja.



Grafikon 4. Struktura ispitanika prema stupnju obrazovanja
Izvor: rezultati anketnog istraživanja – svibanj i lipanj 2023. godine

U grafikonu je vidljivo da većina ispitanika ima završen fakultet, odnosno 62,8% ispitanika. Sudjelovalo je 30% ispitanika sa završenom srednjom školom te 7,2% ispitanika sa završenom samo osnovnom školom. U istraživanju nije sudjelovao ni jedan nekvalificiran ispitanik.

5. RADNI STATUS

U istraživanju sudjelovalo je 70,1% zaposlenih, 17,1% studenata, 11,4% nezaposlenih te 1,4% umirovljenika. Važno je bilo vidjeti koji je status ispitanika iz razloga što zaposlene osobe imaju veće financijske mogućnosti putovati i samim time posjećivati i ruralna područja.

6. Da li biste radije živjeli na ruralnim područjima ili u gradu?

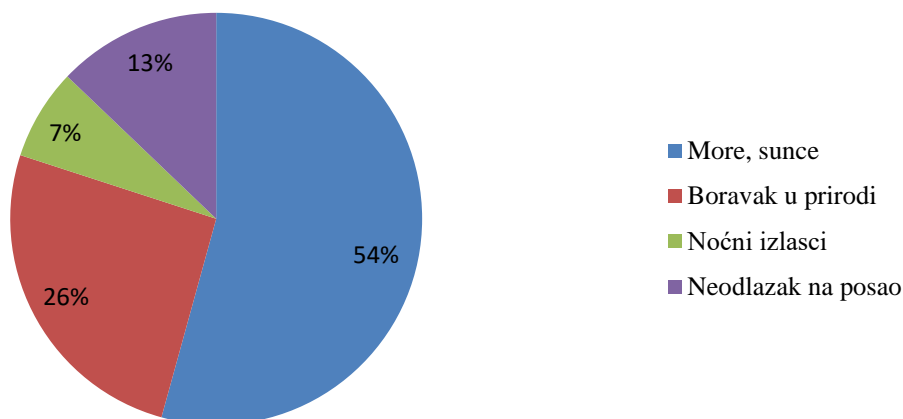
Navedeno pitanje dalo nam je podijeljen odgovor, iako je prevagnulo ruralno područje. Čak 62,9% ispitanika radije bi živjelo u ruralnom području nego u gradu.

7. Molimo da kratko obrazložite svoj prethodni odgovor.

Na ovom pitanju ispitanici su trebali obrazložiti zašto bi radije živjeli u ruralnim područjima ili u gradu. Oni koji su izabrali ruralno područje, naveli su kako je razlog tome to što je mirnije, nema prometa ni buke. Smatraju kako u ruralnim područjima imaju više privatnosti, imaju veće mogućnosti za uzgoj voća i povrća u vrtu, veća je povezanost među stanovnicima i život je manje stresan. Mir, priroda, svjež zrak, domaće životinje, domaća hrana, manje ljudi i ljubav su sve karakteristike koje čine ruralna područja, a ne grad. Isto tako, veliki broj ispitanika naveo je kako cijeli život žive u ruralnim područjima te se ne bi mogli priviknuti na drukčiji život. Smatraju da bi se, ukoliko bi morali živjeti drukčije, osjećali kao u zatvoru. Također, velika većina ljudi navela je kako je ljepše odgajati djecu u prirodi, gdje će imati više mjesta za šetnju, igru te smatraju da je ta opcija mnogo sigurnija nego život u gradu. S druge strane, ispitanici koji su izabrali život u gradu navode kako je glavni razlog dostupnost svega što im je potrebno. U blizini su im škole, vrtići, ljekarne, ambulante, trgovine i slično. Također, navode kako u gradu imaju bolje mogućnosti za život i razvoj karijere. Vole sve što im grad pruža te su navikli na takav život. Mnogo odgovora bilo je kako bi voljeli da mogu kombinirati grad i ruralno područje ili da bi voljeli živjeti na ruralnom području koje je vrlo blizu gradu, a opet dovoljno udaljeno kako bi opet imali svoj mir.

8. Koja je Vaša prva asocijacija kada čujete riječ „odmor“?

Koja je Vaša prva asocijacija kada čujete riječ "odmor"?



Grafikon 5. Struktura ispitanika prema asocijaciji za riječ „odmor“

Izvor: rezultati anketnog istraživanja – svibanj i lipanj 2023. godine

U grafikonu je vidljivo da najveći broj ispitanika riječ „odmor“ povezuje sa suncem i more, odnosno 54,3% ispitanika. Na drugom mjestu nalazi se odgovor „Boravak u prirodi“ kojeg je zabilježilo 25,7% ispitanika. Čak 12,9% ispitanika odmor povezuje samo sa činjenicom da u tom periodu ne moraju na posao, a njih 7,1% povezuje pojam sa noćnim izlascima.

9. Koliko često putujete?

Na navedeno pitanje ispitanici su imali ponuđene odgovore te smo dobili najveći broj odgovora jednom-dva puta godišnje što je zabilježilo 51,4% stanovnika. Njih 34,3% zabilježilo je da putuju nekoliko puta godišnje, barem vikendom. Od 70 ispitanika, samo 11,4% često putuje, a dvije osobe su zabilježile da ne putuju, što bi u postotku bilo 2,9% ispitanika.

10. Koje izvore koristite za traženje destinacije za odmor?

Na navedeno pitanje čak 81,4% odgovorilo je kako destinacije za putovanje traže putem internet stranica kao što su Booking, Airbnb i slično što potvrđuje činjenicu da se u današnje vrijeme sve više ljudi bazira na pametnu tehnologiju. Samo 4,3% ispitanika za traženje destinacije koriste brošure i časopise, dok 14,3% putuju po preporuci prijatelja.

11. Koja stavka Vam je najvažnija pri odabiru destinacije?

Na navedeno pitanje ispitanici su imali ponuđene odgovore, ali su isto tako imali opciju upisati svoj odgovor za kojeg smatraju da im je najvažniji. Sukladno tome, dobili smo sljedeće odgovore:

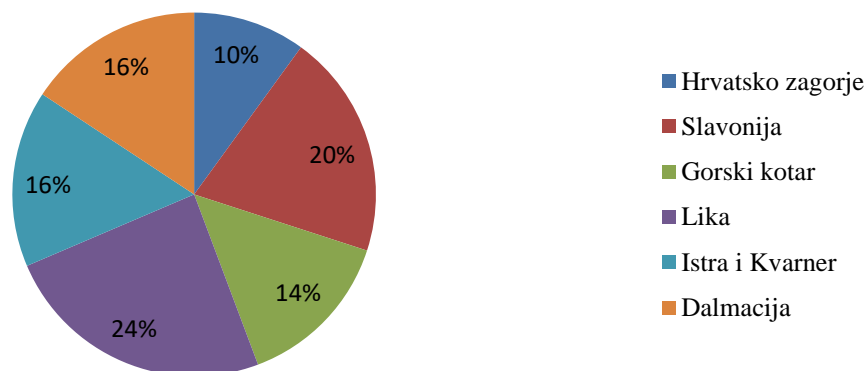
- najjeftinija destinacija – 15,8%
- popularna destinacija – 28,6%
- luksuzna destinacija – 8,6%
- destinacija u kojoj nema drugih turista – 31%
- zanimljiva destinacija – 5,6%
- nešto neobično i nešto novo – 4,8%
- dobra prometna povezanost – 1,4%
- prekrasna priroda, odlična lokalna kuhinja – 1,4%
- destinacija povezana sa poslom – 1,4%
- mjesto gdje još nisam bio/bila – 1,4%.

Prema prikazanim rezultatima možemo doći do zaključka da najveći broj ispitanika traži destinacije u kojima nema drugih turista, a upravo su po tome ruralne destinacije poznate. Također, drugi najveći broj odgovora imala je popularna destinacija, a najjeftiniju destinaciju traži 15,8% ispitanika.

12. Kada kažemo „ruralni turizam“ na koje Vas područje taj pojam asocira u Republici Hrvatskoj?

Još jedno pitanje sa podijeljenim odgovorima. Republika Hrvatska prema navedenim odgovorima nema područje za koje veći broj ispitanika smatra da je popularna po ruralnom turizmu. Navedeni odgovori prikazani su u grafikonu.

Kada kažemo „ruralni turizam“ na koje Vas područje taj pojam asocira u Republici Hrvatskoj?



Grafikon 6. Struktura ispitanika prema asocijaciji područja vezanog za pojam „ruralni turizam“
Izvor: rezultati anketnog istraživanja – svibanj i lipanj 2023. godine

Navedeni grafikon potvrđuje podijeljenost te tako možemo vidjeti da nema prevelike razlike u navedenim područjima. U ovom slučaju, Lika zauzima prvo mjesto od 24,3%, no za samo 4,3% je bolja od Slavonije. Isti postotak imaju Istra i Kvarner i Dalmacija, a to je 15,7%, dok najmanju povezanost sa pojmom „ruralni turizam“ ima Hrvatsko zagorje sa 10,0%, ali ni to nije drastična razlika u postotku u odnosu na ostale regije.

13. Da li možete navesti primjer ruralne destinacije u Primorsko-goranskoj županiji?

Ispitanici su imali mogućnost unosa kratkog odgovora prema svojem mišljenju. Upisani odgovori su bili Učka, Gorski kotar, Fužine, Grobnik, Viškovo, Kastav, Delnice, Mrzle Vodice, Platak, Veprinac i slično. Osim toga, upisani su odgovori destinacija koji ne spadaju u Primorsko-goransku županiju kao što su Istra, Mrkopalj, Split, Otočac što su vjerojatno odgovori inozemnih ispitanika koji ne znaju koja mjesta spadaju u koju županiju. Unatoč tome, drago mi je da razumiju pojam ruralnog turizma jer je većina odgovora točna.

14. Koje od sljedećih ruralnih aktivnosti bi Vas najviše privukle za posjet destinaciji?

Navedeno pitanje imalo je mogućnost višestrukog odgovora te su dobiveni sljedeći rezultati:

- različite aktivnosti (pješačenje, plivanje, jedrenje, penjanje po stijenama...) – 51,4%

- aktivnosti otkrivanja zanimljivosti, radnih procesa (lokalna proizvodnja, poljoprivredna poduzeća) – 37,1%
- doživljaj tradicije i kulturne aktivnosti (umjetničke radionice, folklorne grupe...) – 44,3%
- gastro ponuda (tradicionalna domaća jela) – 61,4%
- aktivnosti zdravstvenog karaktera (fitness treninzi, zdravstvene pogodnosti) – 12,9%.

Prema navedenim rezultatima možemo vidjeti da je najveća motivacija ispitanika za dolazak u ruralna područja gastro ponuda te je taj odgovor zabilježilo 61,4% ispitanika. Također, ispitanicima je zanimljivo isprobati različite aktivnosti koje ruralni turizam nudi te je zabilježeno 51,4% takvih odgovora. Možemo vidjeti da su im najmanje privlačne aktivnosti zdravstvenog karaktera te je taj odgovor zabilježilo samo 12,9% ispitanika.

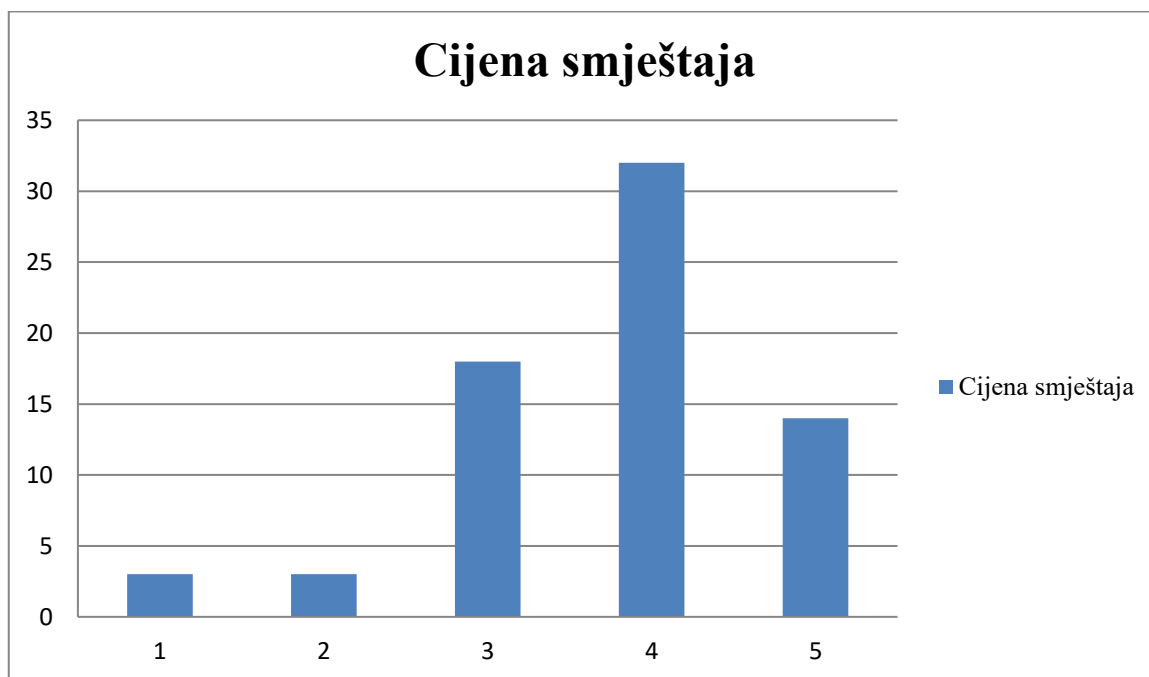
15. Ocjenom 1-5 označite koliko ste zadovoljni ponudom ruralnog turizma u Primorsko-goranskoj županiji – *Ljubaznost lokalnog stanovništva u Republici Hrvatskoj*.

Na postavljeno pitanje ispitanici su imali mogućnost odabrati samo jednu ocjenu. Najviše odgovora je bilo za ocjenu *četiri* te je taj odgovor označilo 42,7% ispitanika. Samo nekoliko odgovora manje bila je ocjena *pet* te ju je odabralo 38,7% ispitanika. Ocjena *tri* dobila je 16%, dok je ocjenu *dva* odabralo 2,7% ispitanika. Ni jedan ispitanik nije lokalnom stanovništvu dao ocjenu *jedan*.

16. Ocjenom 1-5 označite koliko ste zadovoljni ponudom ruralnog turizma u Primorsko-goranskoj županiji – *Kvaliteta smještaja u ruralnoj destinaciji*.

Što se tiče kvalitete smještaja, također je najviše ispitanika odabralo ocjenu *četiri*, točnije 44% ispitanika. Ocjene *tri* i *pet* imale su isti postotak, a to je 25,3%. Ocjenu *dva* dalo je 5,3% ispitanika, a ni u ovoj rubrici nije bilo ni jedne ocjene *jedan*.

17. Ocjenom 1-5 označite koliko ste zadovoljni ponudom ruralnog turizma u Primorsko-goranskoj županiji – *Cijena smještaja u ruralnoj destinaciji*.



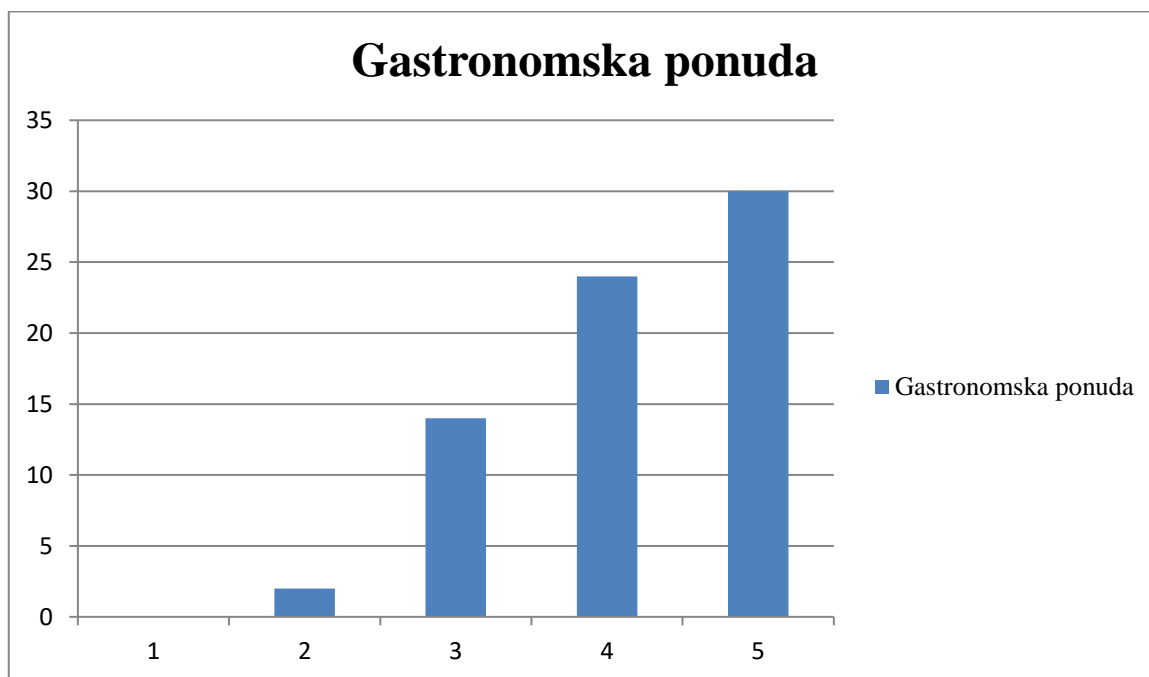
Grafikon 7. Ocjene ispitanika za cijene smještaja u ruralnoj destinaciji
Izvor: rezultati anketnog istraživanja – svibanj i lipanj 2023. godine

Na grafikonu je vidljivo da je najveći broj ispitanika zabilježio ocjenu četiri, točnije 45,71% ispitanika. Cijenu smještaja u ruralnoj destinaciji sa ocjenom tri ocijenilo je 25,71% ispitanika, dok je ocjenu pet zabilježilo 20% ispitanika. U ovom pitanju čak je šest ispitanika cijenu smještaja ocijenilo sa ocjenama jedan i dva što prikazuje da im je ovakva vrsta ponude financijski neprivlačna.

18. Ocjenom 1-5 označite koliko ste zadovoljni ponudom ruralnog turizma u Primorsko-goranskoj županiji – *Cijene proizvoda i usluga u ruralnoj destinaciji.*

Čak 48% ispitanika je ovoj rubrici dalo ocjenu *četiri*, dok je 20% ispitanika odabralo ocjenu *pet*. Ocjenu *tri* odabralo je 25,3% ispitanika. Ova rubrika je dobila ocjenu *jedan* i *dva* od pet ispitanika što prikazuje da pet ispitanika nije zadovoljno cijenama proizvoda i usluga u ruralnim destinacijama.

19. Ocjenom 1-5 označite koliko ste zadovoljni ponudom ruralnog turizma u Primorsko-goranskoj županiji – *Gastronomska ponuda u ruralnoj destinaciji.*



Grafikon 8. Ocjene ispitanika za gastronomsku ponudu u ruralnoj destinaciji
Izvor: rezultati anketnog istraživanja – svibanj i lipanj 2023. godine

Kao što je prethodno rečeno u radu, na ruralnim destinacijama se kušaju vrhunske domaće delicije, a ovaj grafikon prikazuje da se radi jako dobar posao. Gastronomskom su ponudom ispitanici veoma zadovoljni. Ocjenu *pet* dalo je čak trideset ispitanika, dok je ocjena *četiri* na drugom mjestu. Ocjenu *tri* odabralo je 20% ispitanika, dok je ocjenu *dva* dalo samo 2,86% ispitanika. Ni jedan odabir nije bila ocjena *jedan*.

20. Ocjenom 1-5 označite koliko ste zadovoljni ponudom ruralnog turizma u Primorsko-goranskoj županiji – *Upoznavanje lokalne kulture u ruralnoj destinaciji*.

Upoznavanjem lokalne kulture je zadovoljno 22,7% ispitanika te su ovoj rubrici dali ocjenu *pet*, no najveći broj odabira ima ocjena *četiri* koju je odabralo čak 46,7% ispitanika. Ocjenu *tri* zabilježilo je 22,7%, ocjenu *dva* 6,7%, a ocjenu *jedan* je odabralo samo 1,3% ispitanika.

21. Ocjenom 1-5 označite koliko ste zadovoljni ponudom ruralnog turizma u Primorsko-goranskoj županiji – *Sadržaj u ruralnoj destinaciji*.

Sadržaj u ruralnoj destinaciji bila je zadnja rubrika kojoj su ispitanici trebali dati ocjenu po vlastitom mišljenju. Sukladno tome, 30,7% ispitanika dalo je ocjenu *pet*, 44% ispitanika je dalo ocjenu *četiri*, 20% ispitanika ocjenu *tri*, 4% ispitanika ocjenu *dva* te 1,3% ispitanika

ocjenu *jedan*. Možemo zaključiti da je više od polovice stanovnika zadovoljno sadržajem kojeg ruralne destinacije nude, a prosječna ocjena bila bi 4,27 što bi značilo da je sadržaj u ruralnim destinacijama u Primorsko-goranskoj županiji ocijenjen sa vrlo dobrim.

22. Koliko dana najčešće provodite u ruralnoj destinaciji?

Na navedeno pitanje ispitanici su imali mogućnost jednog odgovora. Pitanje je postavljeno kako bi vidjeli koliko turisti vremena izdvoje kako bi ga proveli u ruralnim destinacijama.

Odgovori su bili sljedeći:

- jedan dan – 14,7%
- 1 – 3 dana – 45,3%
- 3 – 7 dana – 28%
- 7 – 15 dana – 6,7%
- više od 15 dana – 5,3%.

Prema navedenim rezultatima možemo zaključiti da najveći broj ispitanika na ruralnim područjima provodi jedan do tri dana, a najmanji broj provodi više od 15 dana. Upravo nam to prikazuje još jedan veliki problem u razvoju ruralnog turizma jer to označava pad konkurentnosti u odnosu na ostale oblike turizma.

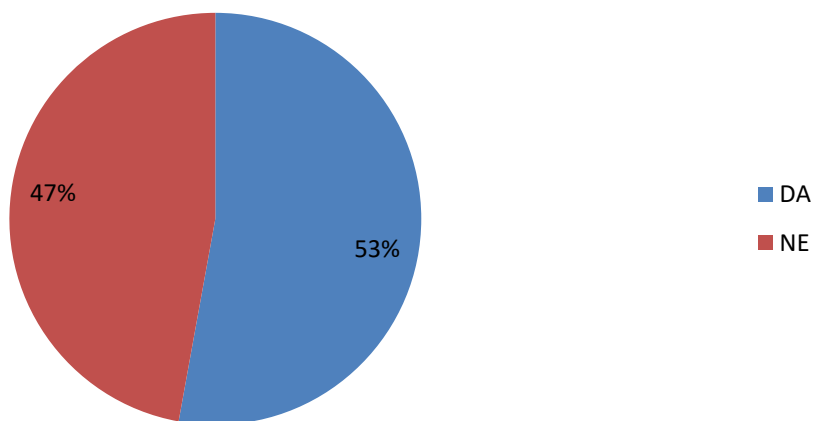
23. Što Vam se najviše sviđjelo pri posjetu ruralnoj destinaciji?

Pitanje je postavljeno kako bi mogli čuti mišljenje ispitanika i vidjeti što je na njih najviše utjecalo pri samom posjetu ruralnoj destinaciji. Imali su mogućnost otvorenog odgovora, a najveći broj ispitanika navelo je mir, tišinu, svjež zrak i domaću hranu. Činjenica je da ljudima treba odmor od uurbanog načina života. Ispitanicima se sviđjela naša tradicija, bijeg od svakodnevice, razgledavanje, zelenilo, planinarenje, nova poznanstva, povijest. Navode kako im se sviđjela autentičnost ruralnog turizma i činjenica da su noću mogli vidjeti nebo što kod njih očito nije moguće. Kampiranje, šetnje prirodom, sporiji tempo života, manje gužve su sve segmenti koje su ispitanici nabrojali. Za ne povjerovati je da ljudi žive bez toga te nam je drago da barem jednom u godini mogu doživjeti takvo nešto.

24. Da li smatrate da je ruralni turizam dovoljno promoviran?

Pitanje na koje smo dobili vrlo podijeljen odgovor. Ispitanici su na ovo pitanje mogli odgovoriti sa „DA“ ili „NE“. Grafikon u nastavku prikazati će različita mišljenja ispitanika.

Da li smatrate da je ruralni turizam dovoljno promoviran?



Grafikon 9. Struktura ispitanika prema mišljenju o dovoljnoj promociji ruralnog turizma
Izvor: rezultati anketnog istraživanja – svibanj i lipanj 2023. godine

Na grafikonu je vidljiva spomenuta podjela, 53% ispitanika smatra da je ruralni turizam dovoljno promoviran, a 47% ispitanika se ne slaže sa tom činjenicom.

25. Ukoliko je Vaš prethodni odgovor bio negativan, kratko obrazložite zašto smatrate da se ruralni turizam ne promovira dovoljno.

Osobe koje su na prethodno pitanje imale negativan odgovor, točnije 47% ispitanika, imali su mogućnost kratko objasniti svoj stav. Smatraju da su više promovirani gradovi, mjesta na obali i otocima, dok o unutrašnjosti rijetko čuju. Navode kako je ruralni turizam novija vrsta turizma koja je još uvijek nepoznata i nije dovoljno prepoznatljiva na tržištu. Sam marketing se više bazira na more, sunce i plaže jer su to popularnije destinacije na kojima turisti potroše više novaca. Nema nikakvih informacija u smislu oglašavanja, turisti moraju sami tražiti, a informacije nije lako pronaći. Smatraju da je hrvatski turizam usmjeren na ljetnu sezonu, a ne na 365 dana dostupnog turizma koji bi mogao biti prava pustolovina za posjetitelje. Također, navode kako stranim turistima puno više znači ruralni turizam nego Hrvatima jer su oni navikli živjeti u velikim gradovima, a oni informacije o takvim destinacijama ne znaju sami pronaći. Nedostaje marketinško znanje, oglasi, paket-aranžmani i slično.

26. Da li smatrate da ruralni turizam ima potencijala za daljnji razvoj?

Pitanje na koje smo imali ipak malo više pozitivnih odgovora. Ispitanici su i na ovo pitanje mogli odgovoriti sa „DA“ ili „NE“ te smo dobili sljedeće rezultate: 86,7% smatra da ruralni turizam ima potencijala za daljnji razvoj, dok 13,3% njih smatra da nema potencijala.

27. Ukoliko je Vaš prethodni odgovor bio pozitivan, kratko objasnite na koji način se može doprinijeti daljnjem razvoju ruralnog turizma.

Osobe koje su na prethodno pitanje imale pozitivan odgovor, imale su mogućnost dati prijedlog na koji se način može doprinijeti daljnjem razvoju ruralnog turizma. Smatraju da bi trebalo uložiti veće marketinške napore kako bi se turisti doveli na ta mjesta, kao i bolja državna potpora kako bi se pomoglo tim regijama da razviju nove ponude, promičući različite aspekte lokalnih kultura i to na Facebooku, Instagramu i ostalim društvenim mrežama koje najčešće koriste mladi. Potrebno je obrazovanje hrvatskog naroda kako bi shvatili što imamo i što cijenimo te ih uputiti u sve dobre strane razvoja ovakvog oblika turizma. Trebalo bi uložiti više financijskih sredstava na promociju, izgradnju i obnovu infrastrukture, usredotočiti se na lokalnu kulturu, povijest, seoske muzeje, pješačke staze i slično. Za sada, po njihovom mišljenju, smatraju da je u našoj državi najveći fokus na nacionalnim parkovima Krka i Plitvička jezera te je potrebno istaknuti i ostale kako bi turisti vidjeli da ih imamo mnogo više. Treba uvesti i posebne obiteljske pakete te avanturističke pakete, uvesti strateške dokumente za razvoj ruralnog turizma u destinaciji, stvoriti nove turističke proizvode i usluge. Smatraju da je važno i upoznavanje svakodnevnih navika i obveza stanovnika te da bi im trebalo pomoći u tome. Možemo zaključiti da velika većina ispitanika vjeruje u daljnji razvoj ruralnog turizma jer smatraju da Republika Hrvatska ima sve potrebne resurse za sam razvoj. Važno je promovirati sve destinacije na svjetskim sajmovima, a ne samo obalu. Moramo podržati mala lokalna poduzeća šireći dobru riječ putem online recenzija ili usmenih preporuka te uvesti više državnih poticaja za male poduzetnike u ruralnom turizmu. Republika Hrvatska kao ne uspijeva u potpunosti cijeniti resurse koji su nam dostupni na kućnom pragu. Treba iskoristiti promociju malih gospodarstava turistima kao autentičnog doživljaja. Potrebno je više ulaganja u održivi turizam kao što su to učinile Švicarska, Slovenija i nordijske zemlje koje se ponose svojim ruralnim razvojem i time su postigle toliko toga. Republika Hrvatska bi trebala moći učiniti isto.

4.5. Zaključna razmatranja provedenog istraživanja

Rezultati anketnog istraživanja prikazali su točno ono što smo spomenuli na samom početku. Ruralni turizam je izrazito privlačna vrsta turizma gdje ruralna područja obilježavaju mjesta koja su ispitanicima privlačna ne samo za izlet, već i za mjesto u kojem bi htjeli živjeti. Unatoč tome, ta je vrsta turizma nedovoljno promovirana te joj se nedovoljno pridaje pažnja. U istraživanju je sudjelovalo 70 ispitanika različitih dobnih skupina, različitih zanimanja, različitih mjesta stanovanja, ali i različitih mišljenja. Dobili smo mnoštvo odgovora koji nam svakako mogu pomoći u budućnosti. Činjenica je da je svijet postao digitaliziran i sve nam je lako dostupno što potvrđuje i to da ispitanici najčešće koriste internetske stranice za rezervaciju smještaja, ali i za samo traženje sljedeće destinacije koju će posjetiti. Dokazali smo da i oni smatraju da ruralni turizam nije dovoljno popularan, ali se čak 87% ispitanika složilo da ima potencijala za daljnji razvoj. Potrebna je bolja organizacija, održivost i ekološka svijest. Unatoč tome što smo se svi navikli na digitalno i brzo, mnogo ispitanika je navelo kako se vole maknuti iz takvog okruženja što pokazuje da će posjetitelja ruralnih destinacija uvijek biti, bez obzira što vole i ostale vrste turizma.

Provedeno istraživanje može se koristiti kao podloga onima koji nude turističke proizvode i usluge u ruralnim destinacijama. Prikazuje što turiste zanima, što žele vidjeti, a i ono što ih odbija od samog dolaska u takve destinacije. Poduzetnici koji se bave ruralnim turizmom trebaju se bazirati upravo na ono što je posjetiteljima privlačno te trebaju osmisliti određenu strategiju kojom će ukomponirati vlastite dostupne resurse i okoliš. Potrebno je pozicionirati određeni proizvod ili uslugu na tržište, poboljšati postojeću infrastrukturu te uložiti u sam objekt koji će turistima biti privlačan. Važno je ponuditi nešto drukčije, nešto specifično kako bi uspjeli postići posebno iskustvo koje nadilazi sva očekivanja. Osim toga, vrlo je važno ponuditi i obiteljsku atmosferu gdje turisti mogu osjetiti ugodno okruženje, a ukoliko u blizini postoje i razne aktivnosti koje turisti mogu isprobati, takva će ponuda biti izvanredna.

Zaključak

Ruralni turizam se definira kao skupni naziv za različite aktivnosti i oblike turizma koji se razvijaju u ruralnom prostoru. Određen je prirodnim i kulturnim resursima koji se nalaze na ruralnim područjima, a oni predstavljaju dobar temelj za ruralni razvoj. Kada turisti putuju u ruralna područja, oni podržavaju lokalno gospodarstvo i pomažu im na razne načine. Ruralni turizam pomaže u razvoju ruralnih područja i životnog standarda zajednica domaćina. Uvođenjem turističkih aktivnosti u ruralnim područjima otvara se mogućnost za poboljšanje njihove ekonomske uspješnosti odnosno za njihovo efikasno poslovanje. Pojavom ruralnog turizma započeta je obnova sela i gradića i njihovo ponovno oživljavanje. Valoriziraju se povijesne, kulturne i vrijednosti spomenika te prirodnih ljepota. Upravo iz tog razloga, razvijanjem ruralnog turizma postoji mogućnost ponovnog oživljavanja ruralne sredine.

Anketnim istraživanjem za ovaj diplomski rad došli smo do rezultata da bi ljudi radije živjeli na ruralnim područjima nego u gradovima. Razlog tome su mir, tišina, priroda i sigurnost. Rezultati su pokazali da turisti vole ponudu ruralnog turizma Primorsko-goranske županije i da bi joj se često vraćali jer pokušavaju pobjeći od stresa i svega negativnog što im se događa u svakodnevnom životu. Međutim, došli smo i do zaključka da Republika Hrvatska veću pažnju pridaje destinacijama koje se nalaze na moru te se, u većini slučajeva, samo takve ponude mogu pronaći na našim oglasima što je znak da ne iskorištavaju sve svoje prirodne resurse. Ruralni turizam zahtijeva veću promociju, povećanje kvalitete smještaja i uvođenje dodatnih aktivnosti koje bi turisti prije izabrali nego sunčanje na plažama. Ruralni turizam nam pomaže da sebe prezentiramo u najboljem svijetlu.

Prikazivanjem načina života ljudi koji žive na ruralnim područjima, povećao bi se interes turista za upoznavanje sa novim navikama, kulturama i tradicijama destinacije. Potrebno je povećati broj posjetitelja na način da se širi dobra riječ, no treba pripaziti da ne dođe do zasićenja jer je vrlo tanka granica između ruralnog i masovnog turizma. Ukoliko se „uhvati dobar tempo“ za daljnje razvijanje te se cijelom tom procesu pametno pristupi sa posebnom pozornošću i pažnjom, Republika Hrvatska bi imala koristiti od turizma cijele godine, ne samo ljeti.

Bibliografija

A. Fotiadis: The role of tourism in rural development through a comparative analysis of a Greek and a Hungarian rural tourism area; *University of PÉCS faculty of business and economics*, str. 17-23

A. Lukić – O teorijskim pristupima ruralnom prostoru; *Hrvatski geografski glasnik*, str. 52-57

Al Torcio - <https://altorcio.hr/hr/o-nama/istra-najkvalitetnija-maslinarska-svjetska-regija-2021/>

Ćurić, K. (2010.): „Agroturizam kao dodatne djelatnosti na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima“

Defilippis J. – Hrvatska u ruralnom prostoru Europe; *znanstveni rad*, str. 824

D. Demonja, P. Ružić – Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, 2010. *Izdavačka kuća Meridijani, Samobor*; str. 13-203

D. Tubić – Ruralni turizam: od teorije do empirije, 2019.; *Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici*; str. 76-102

Europska unija – Agriculture and rural development - https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/rural-development_hr

Hrvatska agencija za okoliš i prirodu - <http://www.haop.hr>

Hrvatske turističke zajednice – www.htz.hr

Lane B., Kastenholz E., Joao Carneiro M. - Rural Tourism and Sustainability: A Special Issue, Review and Update for the Opening Years of the Twenty-First Century; str. 1-4

López-Sanz, J.M., et.al. (2021.): „Rural Tourism and the Sustainable Development Goals. A Study of the Variables That Most Influence the Behavior of the Tourist“

Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Priručnik za bavljenje seoskim turizmom, str. 65

Ministry of Foreign Affairs – What are the opportunities for rural tourism from Europe? - <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/rural-tourism/rural-tourism-europe>

M. L. Bruch - An Introduction to Agrotourism

Nacionalni park Risnjak - <https://trip.hr/nacionalni-park-risnjak/>

Nacionalni park Risnjak (službena stranica) - <https://www.np-risnjak.hr/>

Nacionalni park Risnjak: Zelena oaza koja diše punim plućima - <https://zastita-priode.hr/zasticena-priroda/nacionalni-parkovi/nacionalni-park-risnjak/>

Park prirode Učka (službena stranica) - <https://www.pp-ucka.hr/>

Risnjak – planina nad morem - <https://www.np-risnjak.hr/risnjak2021-hr>

Ružić P., Demonja D. – Prirodna i antropogena osnova turizma Hrvatske, *Institut za društvena istraživanja u Zagrebu*, 2013., str. 45-46

Ružić, P. (2012.): „Analiza posebnosti i percepcije ruralnog turizma Istre“

Senčić, J., Vukonjić, B. (1997.): „Marketing u turizmu“

Travel Croatia Live - <https://travelcroatia.live/listing/park-priode-ucka>

Tourism notes- <https://tourismnotes.com/rural-tourism/>

Travel Croatia Live - <https://travelcroatia.live/listing/park-priode-ucka>

Villa Angiolina - <https://www.visitopatija.com/villa-angiolina-p471>

Visit Croatia - <https://www.visit-croatia.eu/hr/info/aktivnosti/park-priode-ucka/>

Wilson, S. - Factors for success in rural tourism development, 2001.; *Journal of Travel Research* str. 221-225

Zakon o pružanju usluga u turizmu; Usluge u turizmu Čl. 4 – www.zakon.hr

Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti Čl. 8 Razvrstavanje ugostiteljskih objekata – www.zakon.hr

Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, Ugostiteljske djelatnosti u domaćinstvu Čl.30 (NN 99/18, 126/21)– www.zakon.hr

Zakon o zaštiti prirode, *Narodne novine* - https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1994_04_30_521.html

Popis ilustracija

Tablice

Tablica 1. Kriteriji za definiranje okvira ruralnog turizma	8
Tablica 2. SWOT analiza ruralnog turizma u RH	22
Tablica 3. Zaštićena područja Hrvatske	24

Slike

Slika 1. Nacionalni park Risnjak	27
Slika 2. Kula na Vojaku – PP Učka	28
Slika 3. Kušaona – OPG Rumac	38

Grafikoni

Grafikon 1. Dolasci i noćenja turista na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima	30
Grafikon 2. Struktura ispitanika prema spolu	40
Grafikon 3. Struktura ispitanika prema dobi	41
Grafikon 4. Struktura ispitanika prema stupnju obrazovanja	42
Grafikon 5. Struktura ispitanika prema asocijaciji za riječ „odmor“	44
Grafikon 6. Struktura ispitanika prema asocijaciji područja vezanog za pojam „ruralni turizam“	46
Grafikon 7. Ocjene ispitanika za cijene smještaja u ruralnoj destinaciji	48
Grafikon 8. Ocjene ispitanika za gastronomsku ponudu u ruralnoj destinaciji	49
Grafikon 9. Struktura ispitanika prema mišljenju o dovoljnoj promociji ruralnog turizma	51

Prilozi



DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN THE REPUBLIC OF CROATIA.pdf