

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

LEONARD FERENDŽA

Ruralni turizam sjeverozapadne Hrvatske

Roural tourism of Northwestern Croatia

Završni rad

Zabok, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Preddiplomski sveučilišni studij
Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu
Studijski smjer: Menadžment u turizmu

Ruralni turizam sjeverozapadne Hrvatske
Roural tourism of Northwestern Croatia

Završni rad

Kolegij: **Specifični oblici turizma**

Student: **Leonard FERENDŽA**

Mentor: **Prof. dr. sc. Daniela GRAČAN**

Matični broj: **24520/18**

Komentor: **dr. sc. Marina BARKIĐIJA SOTOŠEK**

Zabok, rujan 2023.



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

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

Leonard Ferendža

ps24520

Ruralni turizam sjeverozapadne Hrvatske

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradio, 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 završnog 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 završnim 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 završnog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 19.9.2023

Leonard Ferendža

Potpis studenta

Sažetak

Sjeverozapadna Hrvatska jedna je od tri geografske regije Republike Hrvatske, a sastoji se od pet županija i grada Zagreba. Fokus rada je ruralni turizam regije, njegov početak, razvoj te trenutno stanje kao i njegov ekonomski i društveni značaj. Ruralni turizam aktivnost je koja se odvija u seoskom okruženju, koje je ekonomski slabije razvijeno sa izrazito malom ili nepostojećom industrijom, stoga turizam ima vrlo značajnu ulogu u modifikaciji tih prostora jer izravno i neizravno utječe na prihode lokalnog stanovništva, povećanje investicija i zapošljavanja. Seminarski rad prikazuje važnost ekološke osviještenosti u razvoju ovakvog oblika turizma, ali i neophodnost strateškog planiranja od strane lokalnih zajednica, županija te države. Analizom ponude ruralnog turizma na području sjeverozapadne Hrvatske vidljivo je da se turizam regije razvija u pozitivnom smjeru sa naglaskom na održivost te očuvanje lokalnih običaja i tradicija kao i okoliša, a kvaliteta ponude je ispred kvantitete te se pojave poput masovnosti turizma pokušavaju spriječiti. Potrebno je poraditi na kvalitetnijoj edukaciji stanovništva od strane jedinica lokalne samouprave te na izradi jasnijeg i detaljnijeg plana razvoja ruralnog turizma na području promatranih županija.

Ključne riječi: sjeverozapadna Hrvatska; ruralni turizam; održivost; modifikacija ruralnih područja

Sadržaj

Uvod	1
Predmet i svrha rada	1
Metode istraživanja	2
Struktura rada	2
1. RAZVOJ I OBLICI RURALNOG TURIZMA	3
1.1. Definiranje ruralnog turizma	3
1.2. Oblici ruralnog turizma	5
1.2.1. Agroturizam	6
1.2.2. Lovni i ribolovni turizam	7
1.2.3. Zavičajni ili nostalgičarski turizam	9
1.2.4. Ekoturizam	9
1.2.5. Zdravstveni turizam	10
1.2.6. Kulturni i vjerski turizam	11
1.2.7. Gastronomski i vinski turizam	12
1.2.8. Ostale vrste ruralnog turizma	12
1.3. Povijesni razvoj ruralnog turizma	13
2. RAZVOJ RURALNOG TURIZMA SJEVEROZAPADNE HRVATSKE	15
2.1. Razvoj ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj	15
2.2. Razvoj i stanje ruralnog turizma u Sjeverozapadnoj Hrvatskoj	18
2.2.1. Krapinsko-zagorska županija	20
2.2.2. Zagrebačka županija	21
2.2.3. Varaždinska županija	22
2.2.4. Međimurska županija	23
2.2.5. Koprivničko-križevačka županija	24
2.3. Primjeri ruralnog turizma Sjeverozapadne Hrvatske	25
2.3.1. Seljačko domaćinstvo Jastrebov vrh	26
2.3.2. Agroturizam Zaboky selo	27
2.3.4. Etno farma Mirnovec	29
2.3.5. OPG Dvanajščak	30
2.3.6. OPG Franić	31
3. UTJECAJ RURALNOG TURIZMA	32
3.1 Utjecaj turizma na Republiku Hrvatsku	32
3.2 Utjecaj ruralnog turizma na Sjeverozapadnu Hrvatsku	36
4. TURISTIČKI POTENCIJAL SJEVEROZAPADNE HRVATSKE	41
4.1. SWOT analiza	43
5. ZAKLJUČAK	47
LITERATURA	48
POPIS ILUSTRACIJA	51
Slike	51
Tablice	51
Grafovi	52

Uvod

Ruralna područja Republike Hrvatske podliježu sve većim promjenama u vidu životnog stila lokalnog stanovništva. Zbog ekonomskih, društvenih i ekoloških utjecaja kao i razvoja tehnologije opada interes za poljoprivrednu djelatnost koja je nekoć bila glavni ili barem sporedni izvor prihoda ljudi ruralnih sredina. Posljedica ovakvih trendova je okretanje stanovništva prema drugim sektorima, a jedan od značajnijih je upravo turizam. Oblik turizma koja predvodi je ruralni turizam, jedan od selektivnih oblika, koji se razvija u ruralnim područjima, sa manjim brojem stanovnika i relativno nerazvijenom infrastrukturom i industrijom. Razvoj ovog tipa turizma uvjetovan je ponajviše prirodnim atrakcijama, zatim bogatom kulturnom baštinom i tradicionalnom gastronomijom te je potpuna suprotnost masovnom turizmu zbog čega privlači sve više posjetitelja, kako na globalnoj tako i na regionalnoj razini. Razlog su promjene u željama i potrebama turista, pomak prema individualnijem pristupu, prema ponudi koja nudi aktivnosti uz koje osoba stječe nova znanja, vještine, iskustva te bolje upozna lokalnu kulturu i običaje, a naglasak je također i na održivosti turizma i očuvanju okoliša. Moderan turist je obrazovaniji, informiraniji, želi aktivniji odmor te očekuje doživjeti posebno „iskustvo“ za koje je spreman izdvojiti malo više zbog čega je ovaj oblik turizma sve češći izbor u današnje doba.

Predmet i svrha rada

Predmet istraživanja ovog rada je ruralni turizam i njegov razvoj na području Sjeverozapadne Hrvatske. Rad također sadrži segmente vezane uz razvoj ruralnog turizma kroz povijest na području Republike Hrvatske, ali i globalno. Svrha ovog rada je upoznavanje čitatelja sa pojmom ruralnog turizma, njegovim razvojem te utjecajem na destinaciju i lokalnu zajednicu. Pozitivne i negativne strane biti će istaknute te analizirane, kako teorijski, tako i uz pomoć primjera iz prakse te statističkih podataka.

Metode istraživanja

Prilikom izrade ovog rada korištene su razne metode znanstvenih istraživanja. Temeljile su se na podacima i statistikama iz knjiga, znanstvenih članaka i web stranica korištenih kao izvori podataka. Neke od metoda su: induktivna metoda, deduktivna metoda, metoda analize, metoda sinteze, metoda generalizacije, metoda dokazivanja, metoda opovrgavanja i metoda deskripcije.

Struktura rada

Rad se, uz uvod i zaključak, sastoji od četiri poglavlja. Uvodni dio opisuje predmet istraživanja rada kao i svrhu, te nudi kratak uvid u trenutno stanje ruralnih sredina i ekonomsku važnost turizma za takve prostore. Prvo poglavlje je uvod u ruralni turizam, objašnjenje samog pojma te razvoj ruralnog turizma na svijetskoj razini. Zatim klasifikacija ruralnog turizma te obješnjenje navedenih oblika. Drugo poglavlje odnosi se na razvoj ruralnog turizma i turističke ponude na području sjeverozapadne Hrvatske i sadrži primjere poduzeća koja čine turističku ponudu. Treće poglavlje nadovezuje se na drugo te ga upotpunjuje, a tema je značaj ruralnog turizma u razvoju čitave regije. Dakle opisuje sve vrste utjecaja i funkcija koje ruralni turizam ima na regiju sjeverozapadne Hrvatske; rast zaposlenosti, povećanje prihoda lokalnog stanovništva, povećanje prihoda jedinica lokalne samouprave, razvoj gospodarski nerazvijenih područja i zaustavljanje masovnog iseljavanja stanovnika. Četvrto poglavlje analizira turistički potencijal Sjeverozapadne Hrvatske koji je često neiskorišten, uz ideje i komentare o mogućnostima i načinima iskorištenja istih. Završni dio rada je zaključak teme, dakle sažetak i rezultati istraživanja o ruralnom turizmu na sjeveru Hrvatske, iskorištenosti resursa i atrakcija te kvaliteti ponude, a uz to biti će navedene ideje koje bi vodile danjem napretku i razvoju.

Izvori podataka korišteni prilikom istraživanja su znanstveni radovi, knjige te akademski članci i web stranice vezane uz turizam, ruralni turizam te web stranice turističkih objekata i atrakcija spomenutih u radu.

1. Razvoj i oblici ruralnog turizma

Ruralni je turizam područje mnogih diskusija zadnjih godina te grana koja se razvija intenzivnije od gotovo svih drugih turističkih grana. Postoje razni oblici koji će biti detaljnije istraženi i objašnjeni u nastavku ovog poglavlja. Neki od njih objedinjuju širi spektar aktivnosti i turističkih usluga te privlače velik broj turista poput agroturizma, dok su druge podvrste manje popularne, specijalizirane te često nazivane turističkim nišama poput vjerskog ili adrenalinskog turizma. Mnoge ga literature opisuju kao jedan od najstarijih oblika turizma sa dugom i bogatom poviješću, ali i kao smjernicu za buduća kretanja i promjene u industriji zbog principa održivosti, ekologije te individualizacije ponude na kojima počiva.

1.1. Definiranje ruralnog turizma

Pojam ruralni turizam definira se na različite načine ovisno o literaturi koja ga opisuje, ali ipak postoje neke temeljne karakteristike kojima se razlikuje od ostalih oblika turizma, a najbitnija je ona prostorna. Dakle kao što samo ime sugerira, to je turistička aktivnost koja se odvija u seoskom okruženju, izvan urbanih sredina. Obilježja takvog područja su: mali broj stanovnika, mala gustoća naseljenosti, dominira prirodni pejzaž, različit životni stil u odnosu na gradove zbog tradicije, relativnog ograničenja javnih usluga poput javnog prijevoza, škole, vrtića, policije, knjižnice, javne rasvjete, upravljanja otpadom i slično. Takva okolina omogućuje provođenje određenih aktivnosti za koje u urbanim sredinama ne postoje uvjeti te su one jedan od razloga turističkog kretanja iz urbanog u ruralno okruženje. „Ruralna područja posjeduju upravo ono što gradski čovjek, izmoren tempom suvremenog života, traži za osobnu rekreaciju“ (Galičić i Laškarin 2016, 56). Takve aktivnosti uključuju pješaćenje, jahanje, planinarenje, bicikliranje, motorizirane ture, ribolov, penjanje po stijenama, cross-country te brdsko trčanje, rafting, kampiranje, sudjelovanje u poljoprivrednim radovima, sudjelovanje u folkornim grupama te kulturnim manifestacijama, ali i posjet vinarijama, siranama, proizvođačima suhomesatih proizvoda i kušanje istih. Turistička ponuda sela se

naravno ne sastoji samo od onih oblika za čije je provođenje potrebna ruralna sredina što je definirano od strane Vijeća Europe još 1986. „Ruralni turizam kao turizam koji obuhvaća sve aktivnosti u ruralnom području, a ne samo one koje bi se mogle odrediti kao farmerski ili agroturizam.“ (Ružić 2009, 12). Također je istaknuto da „ruralni turizam zadire u dva gospodarska sektora – turizam i poljoprivredu koji zajedno oblikuju specifičnu turističku ponudu koja se može ostvarivati unutar seljačkog gospodarstva ili u seoskoj sredini.” Tek su 2005. godine na Generalnoj skupštini Europske federacije ruralnog turizma „Eurogites” usvojeni opći kriteriji jednaki za područje čitave Europe uz uvjet da države i regije ruralni turizam razvijaju prema svojim specifičnostima (Ružić 2009, 18). Usvojeni kriteriji imaju izrazitu važnost jer predstavljaju jasan okvir za diferencijaciju ruralnog od ostalih vrsta turizma.

Kriterij	Objašnjenje
Položaj domaćinstva u prirodnom okruženju, selu ili malom gradu	Manje od 5000 stanovnika u selu/gradu ili u vrlo tipičnim/tradicionalnim
Ruralno okruženje s izraženim karakteristikama tradicionalnog poljodjelstva ili izuzetnim prirodnim vrijednostima	Izuzetne prirodne vrijednosti, park prirode ili slično „Tradicionalno poljodjelstvo“ isključuje industrijsku poljoprivredu (vizure kojima dominiraju staklenici, ogromni proizvodni objekti i slično)
Turizam nije glavna ili prevladavajuća aktivnost ili izvor prihoda u bližoj okolini	Odnos broja turističkih kreveta i broja stanovnik ne smije preći 1:1
Dobra zaštita životne sredine, miran i tih položaj, bez buke ili zagađenja	Prihvatljivi su mirisi i buka karakteristični za tradicionalnu proizvodnju
Autentičnost smještajnog objekta i ambijenta	-
Gostoljubivost-osobna briga domaćina o gostu	-
Mali kapacitet smještajne jedinice	Gornji limit kapaciteta je 40 kreveta ako nije zakonski određen ili propisan internom standardizacijom članice
Poštivanje propisanih kriterija	Poštivanje prilagođenih standarda Federacije u ocjeni kvalitete
Društvena i socijalna održivost u kontekstu multifunkcionalnih aktivnosti na ruralnom području	Primjena kriterija iz agende 21 za turizam
Povezanost s lokalnom zajednicom i	Minimum je integracija aktivnosti u okvire

tradicionalnom kulturom	zajednice iz okruženja, gosti imaju mogućnost da ostvare kontakt s lokalnom realnošću ukoliko to poželevaju
Lokalni proizvodi i gastronomija	Dostupni u okruženju
Kultura (folklor, zanatski običaji, nasljeđe)	Dostupni u okruženju
Isključujući kriteriji su: gradski i industrijski lokaliteti i njihova sredina	
Područja masovnog ili izrazito razvijenog turizma, buka, rizici/opasnost, vidljivo zagađenje	Tipični ruralni utjecaji su prihvatljivi

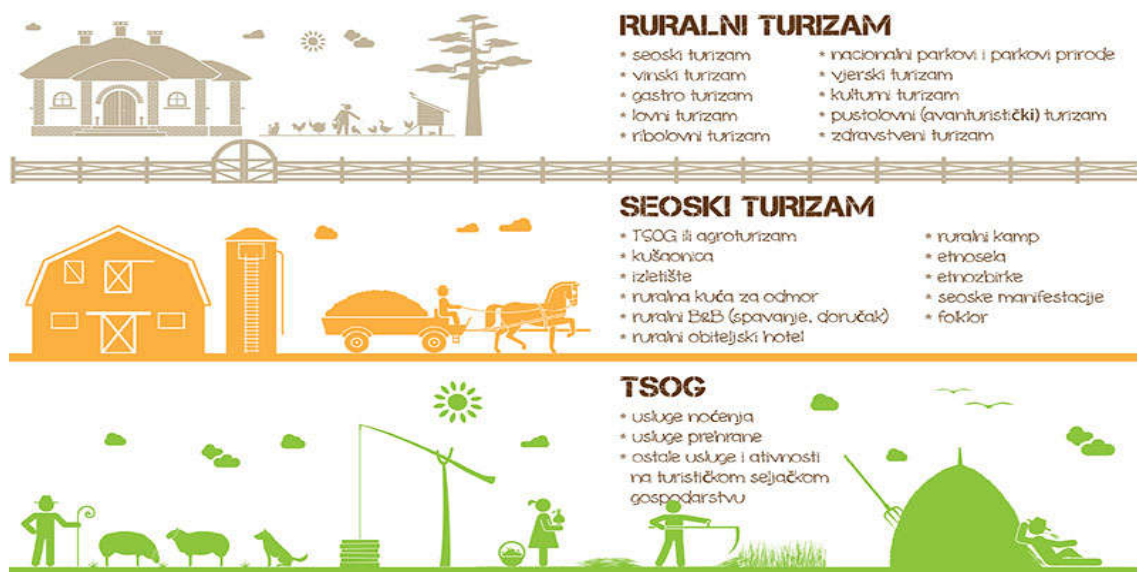
Tablica 1 . Kriteriji za definiranje okvira ruralnog turizma

Izvor: Ružić E., www.ras.hr/Media/Ruralni_turizam.pdf, str 7.

Ruralni je turizam definiran prema svim gore navedenim kriterijima te se on pojavljuje u različitim oblicima: seljački, odnosno agroturizam, rezidencijalni turizam, zavičajni turizam, sportsko-rekreacijski turizam, avanturistički turizam, zdravstveni turizam, edukacijski turizam, tranzitni turizam, kamping turizam, nautički turizam, kulturni turizam, vjerski turizam, lovni turizam, ribolovni turizam, vinski turizam, gastronomski turizam, prirodni bliski turizam, ekoturizam i dr.

1.2 Oblici ruralnog turizma

Turizam je kompleksna i dinamična gospodarska grana u središtu koje je posjetitelj/turist (Vukonić 2005, 17). Razvoj turizma uvijek je ovisio o željama i potrebama turista koje se konstantno mijenjaju zbog čega su se razvili razni oblici koji zadovoljavaju razne potrebe. Ruralni je turizam jedan od njih, a grana se na brojne specijalizirane oblike koji zadovoljavaju više segmenata turističke potražnje, od čega su agroturizam i seoski turizam dva glavna sektora uz koje postoji mnoštvo manjih. Osim podjele na temelju turističkog proizvoda, u Republici Hrvatskoj, postoji i prostorna podjela na primorski i kontinentalni turizam na temelju koje ruralni turizam uglavnom spada u kontinentalni jer se gotovo u cijelosti odvija na kontinentu.



Slika 1. Pojavni oblici ruralnog turizma

Izvor: Cimerfraj.hr, www.cimerfraj.hr/aktualno/ruralni-turizam

1.2.1. Agroturizam

Na području Europe turizam na seoskim gospodarstvima, odnosno agroturizam, predstavlja izrazito razvijen oblik ruralnog turizma, te jednu od najprepoznatljivijih podvrsta ruralnog turizma čija je glavna karakteristika da se temelji na poljoprivredi kao osnovnoj djelatnosti, a turističke usluge su tek sekundarna djelatnost. Prema Demonji i Ružiću (2010, 14) „najprepoznatljiviji oblik ruralnog turizma je seoski turizam ili agroturizam koji se odvija na turističkom seljačkom gospodarstvu u okviru kojega se mogu nuditi različite usluge poput smještaja, prehrane, pića, zabave, rekreacije i sl. U obiteljskim zgradama ili drugim objektima smještaja (kamp, pansion, hotel).” Iako je, kao što se navodi, turizam tek dodatna djelatnost, turistička ponuda seoskog gospodarstva može bi izrazito kvalitetna, a ta kvaliteta ovisi o brojnim čimbenicima poput klimatskih, okolišnih, rekreacijskih, također o prometnoj povezanosti, komunalnoj infrastrukturi i atraktivnosti same lokacije. Navedeni čimbenici su vanjski te su izvan utjecaja pružatelja agroturističkih usluga. Također postoje i unutarnji čimbenici poput uređenosti dvorišta i okoliša, stručnog osoblja, broja i raznovrsnosti domaćih životinja, ugodnog ambijentalnog uređenja spavaćih soba i boravišnih prostora itd. na koje vlasnici gospodarstva mogu utjecati te na taj način pružiti više kvalitetnijih sadržaja, viši

stupanj zadovoljstva turistima i postići višu cijenu smještaja. Vlasnici također mogu prodati svoje domaće proizvode poput voća, povrća, mesa, žitarica te mliječnih proizvoda unutar domaćinstva i na taj način izbjeći probleme transporta, skladištenja, niske otkupne cijene te razne druge poteškoće plasiranja robe na otvoreno tržište. Agroturizam pokriva širok spektar usluga, a one se dijele na dva kriterija, prema uslugama te s obzirom na objekte za odmor.

Prema uslugama Demonja i Ružić (2010, 27) razlikuju:

- samo usluge prehrane gdje turisti mogu kušati domaću hranu i pića u specijaliziranim objektima-restoranima, uređenim u skladu s tradicionalnom arhitekturom, dok su jela i pića tipična za određenu regiju ili kraj.
- samo usluge smještaja u koje ubrajamo ruralne kuće tradicionalne arhitekture, ruralne sobe i apartmane tradicionalne arhitekture te ruralne sobe i apartmane nove arhitekture.
- usluge i smještaja i prehrane gdje se turistima mogu pružiti kompletne usluge smještaja, prehrane i cijelog programa boravka s izletima, obilaskom gospodarstva, uključivanje u poljske radove, sportsko rekreacije i druge u mjestu ili bližoj okolici.

S obzirom na objekte Demonja i Ružić (2010, 27) razlikuju sljedeće oblike agroturizama za odmor:

- u ruralnoj kući tradicionalne arhitekture
- u ruralnom obiteljskom hotelu
- u ruralnim sobama i apartmanima tradicionalne arhitekture
- u ruralnim sobama i apartmanima moderne arhitekture
- na poljoprivrednom gospodarstvu s eko ponudom

Odlazak na odmor u seljačka gospodarstva sve je popularniji, posebno od strane stanovnika velikih urbanih sredina koji takav odmor koriste za oporavak od svakodnevnog izlaganja strasu i užurbanog tempa gradskog života.

1.2.2. Lovni i ribolovni turizam

Glavni su preduvjeti za razvoj lovnog i ribolovnog turizma povoljni uvjeti u kontekstu klime, tla i biljnog pokrivača. Zbog iznimne očuvanosti prirode, a samim time flore i faune, raznolikog krajolika koji uključuje more, rijeke, jezera, ravnice, brda i planine, Hrvatska

predstavlja idealnu meku za ljubitelje lovnog turizma. Dok je nekada lov bio isključivo način preživljavanja, a kao oblik turizma počeo se razvijati između dva svjetska rata i to uglavnom u ruralnim područjima gdje se nalaze pogodne poljoprivredne, vodene zemljišne površine. U Hrvatskoj razvoj lovnog i ribolovnog turizma započinje na području Varaždinske županije i Podravine na imanjima grofova. Lovni turizam ne predstavlja samo aktivnosti koje su vezane uz pustolovine i višu dozu adrenalina, već je usko povezan i s ekoturizmom, ruralnim turizmom, agroturizmom, a ono najvažnije je da lovačka etika primarno lovcima nalaže brigu o životinjskim vrstama, a tek potom odstrel u skladu s propisima Zakona o lovstvu (Mustapić. 2004:37.). Uz razvoja ruralnog turizma potrebno je razvijati i ostale oblike turizma kojima bi se privukao veći broj turista, odnosno članovi obitelji kojima lov nije primaran razlog dolaska u neku destinaciju. Ponuda treba uključivati posjete znamenitostima ili nekim prirodnim ljepotama koje se nalaze u blizini, snimanje divljači ili ptica ili sudjelovanja u raznim organiziranim vanjskim aktivnostima i sportovima. Uz lovni se turizam usko veže i ribolovni u kojem turisti uz ribolov uživaju i u prirodnoj okolini. Za njih je ribolov hobi, odmor ali i rekreacija. Postoji nekoliko vrsta ribolova, a neki od njih su: ribolov u mirnim vodama kao što su ribnjaci ili jezera gdje te takozvano „mušičarenje“ na brzim rijekama. Prema Ružiću (2009, 27) za razvoj ribolovnog turizma potrebno je provesti sljedeće korake:

- stručno i sistematski ocijeniti vrijednost i kvalitetu vode,
- procijeniti fond ribljih vrsta u rijekama, jezerima i ostalim vodama
- opisati sve interesantne ribe za ribolov
- područja u vrijeme mriještenja ribe zakonski i fizički zaštititi
- osigurati moguće pribavljanje autohtonih vrsta ribe

Uz navedene uvjete neophodno je očuvanje kvalitete vode i eliminacija bilo kakve mogućnosti onečišćenja koje bi tada umanjilo kvalitetu i same ribe. Također, lijepa i uređena okolina, ugodan i uređen smještaj, kvalitetna hrana te visoka razina gostoprimstva, ali i pregršt dodatnih sadržaja i zabavnih aktivnosti doprinijeti će ponovnom dolasku turista u tu destinaciju.

1.2.3. Zavičajni ili nostalgičarski turizam

Temelj zavičajnog turizma je emotivna veza pojedinca/turista i neke određene destinacije, nekog mjesta i ljudi. Radi se o osobama koje su odselile u grad, uglavnom zbog poslovne prilike te se vraćaju u zavičaj iz kojeg su potekli. Takvi pojedinci većinom borave i prenoće kod rodbine, prijatelja ili lokalnog stanovništva. Od ugostiteljskih objekata pretežno posjećuju caffè barove, a nešto rjeđe restorane, kao i turističke atrakcije i muzeje. Čest motiv dolaska, osim posjeta obitelji, jesu kulturne manifestacije i razne pučke zabave te događanja. Ova se vrsta turizma u Hrvatskoj počela razvijati sredinom prošlog stoljeća zbog jačanja procesa urbanizacije. Pridošlo gradsko stanovništvo bi se vikendom vraćalo u svoje zavičaje te natrag nosili domaće prehrambene proizvode.

1.2.4. Ekoturizam

Ekoturizam je oblik koji se uglavnom razvija na zaštićenim ili na još neotkrivenim područjima. Ta se područja ne smiju ni na koji način oštetiti te im se ne smije mijenjati karakter niti izgled. Da ne bi došlo do narušavanja i degradiranja prostora, vrlo je važno da se na tom području postoje propisi o vrsti, veličini ali i gornjoj granici smještajnih kapaciteta. Također se treba voditi briga o kvaliteti vode i hrane koja se koristi kao i o zbrinjavanju nastalog otpada da ne bi došlo do zagađenja. Uređenje prostora i njegovo održavanje treba počivati na održivom razvoju koje se temelji na tri stupa, ekološkom, ekonomskom i društvenom. Neka od temeljnih načela koja se mora poštivati prilikom razvoja ekoturizma prema Markusu (2004, 16) su :

- Kvaliteta prostora, koji mora biti čist od svakog zagađenja.
- Ograničenost iskorištavanja ekosustava. Turizam može imati štetne posljedice na prostor. Prevelik posjet turista prostoru može uzrokovati zagađenje, degradaciju staništa, ekološku destrukciju. Stoga uređenje prostora treba pažljivo planirati da se ne bi pretjeralo izgradnjom smještajnih kapaciteta, cesta, drugih objekata potrebnih za boravak turista.

- Zaštita prirodnih bogatstava treba imati lokalni karakter. Sve u vezi razvoja, određivanja vrijednosti, granice rasta i promjena u prostoru treba da su pod ingerencijom lokalne zajednice.
- Koristi ekološki zaštićenih bogatstava treba pripasti domaćem stanovništvu kao naknada za sudjelovanje u njihovom očuvanju. To znači da organizatori putovanja trebaju surađivati s domaćim vodičima, nuditi usluge smještaja i prehrane lokalnih ugostitelja.

Turisti koji prakticiraju ekoturizam ne razmišljaju samo o tome da za uloženi novac dobiju što više, već žele što manje utjecati na područje koje su odlučili posjetiti, pazeći pritom da i lokalna zajednica zauzvrat dobije prihod koji joj osigurava egzistenciju. To znači da preferiraju konzumaciju domaćih, autohtonih proizvoda, po mogućnosti iz ekološkog ili pak organskog uzgoja čime se podupiru lokalna poljoprivredna poduzeća i obiteljska gospodarstva.

1.2.5. Zdravstveni turizam

„Zdravstveni je turizam izrazito važan oblik turizma zbog činjenice da je prepoznat kao cjelogodišnji izvozni proizvod visoke dodane vrijednosti“ (Geić. 2011.). Dakle on nema sezonski karakter koji je često negativan atribut drugih oblika kao što su sportski ili avanturistički turizam, a visoka dodana vrijednost je rezultat visokokvalificirane radne snage i visokih kapitalnih ulaganja potrebnih za izgradnju zdravstvenih objekata i nabavu opreme. Usluge zdravstvenog turizma mogu pružati zdravstvene ustanove, trgovačka društva za obavljanje zdravstvene djelatnosti i privatni zdravstveni radnici. Za odvijanje aktivnosti zdravstvenog turizma moraju se osigurati posebni uvjeti: prirodni ljekoviti činitelji, liječnički nadzor, odgovarajući ugostiteljski, medicinski, paramedicinski i drugi sadržaji, lječilišno turističko mjesto, zdravstveno-turistički objekti i zdravstveno turistička destinacija“ (Tomljenović 2006, 226). Moderan način života pun stresa, brze hrane i nedovoljne fizičke aktivnosti utječe na rast broja posjetitelja u zdravstvenim objektima te je prema projekcijama upravo ovo jedna od najbrže rastućih turističkih grana. Osim bolničkog, odnosno lječilišnog turizma u zdravstveni turizam također spada i wellness-turizam. Spomenuta podvrsta turistima pruža odmor, relaksaciju, tjelovježbu, kretanje, zdravu prehranu i detox tretmane u

vidu termalnih bazena, sauna, raznih masaža, vrućih kupki, hladnih bazena i soba za opuštanje.

1.2.6 . Kulturni i vjerski turizam

Vjerski turizam je izrazito popularna vrsta turizma u Republici Hrvatskoj gdje se 93,43% ljudi izjašnjava kao pripadnici neke religije, pretežito Katoličke vjere koju prakticira 78,97% stanovništva (Državni zavod za statistiku, Popis 2021.). Javlja se rano u ljudskoj povijesti te je jedan od prvih zabilježenih oblika turizma. Ljudi bi masovno putovali u druge krajeve kako bi posjetili vjerska središta, svetišta, samostane, crkve i druga sveta mjesta i na taj način zadovoljili svoje religijske i duhovne potrebe. Vjerski se turizam u takvom obliku zadržao, a zbog svoje popularnosti kroz stoljeća jedan je od glavih razloga očuvanja nekih od najpoznatijih povijesnih i kulturnih znamenitosti. Neke od najpoznatijih hrvatskih vjerskih destinacija uključuju svetište u Mariji Bistrici, Zagrebačka katedrala, katedrala svetog Jakova u Šibeniku, svetište u Ludbregu, Trsatsko svetište i mnoga druga. Kulturni je turizam povezan sa vjerskim iz razloga što su mnoge kulturne atrakcije ujedno i vjerski spomenici, zgrade ili svetišta, ali razlikuju se u činjenici da je kulturni turizam širi pojam koji obuhvaća veću raznolikost kulturnih atrakcija. Turist današnjice pridodaje sve više važnosti upoznavanju lokalne kulture, običaja, jezika pa čak i tradicionalnih plesova, pjesama, mitova, legendi, dakle svega što čini identitet nekog naroda. Predmet interesa i razloga putovanja su spomenici, muzeji, rute, zabavni centri, kulturno-povijesni događaji, umjetnički događaji kao i elementi pučkog folklora u koje se ubrajaju glazba, ples, nošnje, stari običaji, zanati, rukotvorine. Što je određeno područje starije, bogatija je i njegova kulturna povijest čime to područje postiže veću atraktivnost i valorizaciju njegove povijesti vezanu uz prijašnje civilizacije, njihove običaje i kulturu. Republika Hrvatska lokacija je izrazitog kulturnog bogatstva sa tisućljetnom povijesti čiji ostatci datiraju još iz razdoblja paleolitika, odnosno starijeg kamenog doba prije 125 000 godina iz kog datira Homo sapiens neanderthalensis otkriven na brdu Hušnjak u Krapini (Hrvatska enciklopedija, 2021). Sjeverozapad Hrvatske kao kulturna je destinacija ipak poznatiji po mnogobrojnim rimskim ostacima te izrazito očuvanim baroknim gradovima na sjeveru koji predstavljaju temelj turističke potražnje lokacija poput grada Varaždina, Čakovca ili Koprivnice.

1.2.7. Gastronomski i vinski turizam

Gastronomski i vinski turizam gotovo su nezaobilazni prilikom posjeta ruralnih područja. Turisti putuju, između ostalog, kako bi probali lokalne, tradicionalne okuse hrane i pića koja su ponekad uvrštena i u samu kulturnu baštinu tog kraja. Gastronomski turizam temelji se na gastronomskoj ponudi s jasno vidljivim posebnostima i raznovrsnostima domaćih pića i jela tradicionalne kuhinje specifičnih za neku regiju. Osim kušanja moderan turist pokazuje sve više interesa za sudjelovanje u pripremi i proizvodnji hrane i pića, te želi steći znanja o samom procesu proizvodnje, o povijesti jela, čak i podrijetlu namirnica. Zbog navedenog je gastronomski turizam u današnje doba zahtjevniji, ali su kvaliteta i opseg ponude na nikad višem nivu što uvelike doprinosi percepciji kvalitete cijelokupne turističke ponude nekog mjesta. Osim samih namirnica potrebno je osigurati ugodan ambijent, zadovoljavajućih higijenskih uvjeta, uglavnom tradicionalne arhitekture i interijera sa rustikalnim detaljima koji stvaraju poseban seoski ugođaj. Vinski turizam usko je vezan uz gastronomski jer vino nadopunjuje hranu i upotpunjuje cjelokupan dojam obroka. Sjeverozapadna hrvatska poznata je po brojnim vinarijama koje se prostiru Međimurjem, Zagorjem, Prigorjem, Plešivicom te Moslavinom i nude čitav niz sadržaja kojima privlače posjetitelje iz države, ali i svijeta (Pestek i Kukanja 2021, 92). U ponudu vinskog turizma se ubraja posjet vinogradima, vinarijama, vinskim festivalima te događajima gdje su kušanje vina i sa vinom povezani događaji primarni motivirajući faktori. Osim degustacija, u današnje su doba sve popularnije edukacije posjetitelja pa čak i aktivna uloga u branju i preradi grožđa. Vinski turizam također uključuje razne izložbe vina, natjecanja, manifestacije i sajmovi koji nude vinarima priliku da izlože svoja vina, promoviraju vinarije i turističku ponudu istih.

1.2.8. Ostale vrste ruralnog turizma

Podvrste ruralnog turizma navedene u predhodnim poglavljima smatraju se najrazvijenijim i najbitnijim za ekonomski i društveni napredak slabije razvijenih seoskih područja. Kada se govori o ruralnom turizmu potrebno je spomenuti druge, manje, ali izuzetno bitne oblike koji

čine dio turističke ponude. Lovni i ribolovni turizam snažan su motiv turističkih kretanja ljudi iz gradova u prirodu jer njihovo provođenje nije moguće u urbanim središtima. Kamping turizam također zahtjeva mnogo prostora u ruralnim područjima, odnosno u prirodi, van sela ili u blizini prirodnih i kulturnih atrakcija. Kamping turisti su uglavnom starije životne dobi, više platežne moći, zanimaju ih prirodne atrakcije, ekološki su osviješteni te ekonomski doprinose lokalnoj zajednici uz minimalan štetni utjecaj kakav sa sobom nosi masovni turizami. Izrazito je bitan za spomenuti i edukacijski turizam jer se temelji na upoznavanju polaznika sa značajkama ruralnog prostora, stjecanju životnog iskustva za vrijeme boravka u prirodi i drugim spoznajama u vezi s ruralnog prostora te biljnog i životinjskog svijeta koji ga okružuje.

1.3. Povijesni razvoj ruralnog turizma

Ruralni turizam spada među najstarije oblike turizma čiji početci sežu tisućama godina unazad, a često ih se kategorizira kao „starija“ forma ruralnog turizma, dok se „noviji“ oblik počinje razvijati u 18. stoljeću. Raniji oblik obuhvaćao je putovanje ljudi iz prvih gradova u seosku sredinu sa svrhom posjećivanja rodbine, što je aktualno još i danas, te izleti bogate aristokracije i buržoazije sa svrhom lova na divljač ili piknika u prirodi. Takva putovanja bila su rijetka i spontana, a ne učestala kao danas, te nisu znatno pridonosili ekonomskom razvitku ruralnih područja, razvoju industrije, povećanju zaposlenosti ili stvaranju novih prilika za lokalno stanovništvo, čime se razlikuje od ruralnog turizma današnjice. „Noviji“ oblik nastaje sredinom 18. stoljeća u Njemačkoj, kada je uveden plaćeni odmor za državne službenike 1873. godine, a pojačava se 1914. godine uvođenjem plaćenog odmora za sve činovnike koji taj odmor uglavnom provode na farmama i selima blizu gradova. Engleska je također, uz Njemačku, bila jedna od prvih zemalja gdje se počeo razvijati koncept ruralnog turizma. Industrijska revolucija sa sobom je donjela razvoj infrastrukture i masovnu gradnju željeznica koje su omogućile stanovništvu jednostavnije i brže kretanje te na taj način prometno povezale gradove i selo (Getz i Page 1997, 237). Porast slobodnog vremena i slobodnih sredstava društvene su i ekonomske pojave koje su obilježile to doba i uz proširenje željezničke i cestovne infrastrukture pogodovale su nastanku i rastu ruralnog turizma za pripadnike srednje klase. Bogata aristokracija također je razvila interes za provođenje

slobodnog vremena u prirodi u obliku piknika, šetnji, lova, ali i istraživanja dalekih krajeva iz čega je nasto pojam „Grand tour“ jedan od najpoznatijih povijesnih oblika ruralnog turizma koji je predstavljao kombinaciju svojevrsne obrazovne institucije i rituala zrelosti, odnosno proći Grand Tour se smatralo esencijalnim za dobijanje statusa pripadnika društvene elite. Kasnije u 20. st. Španjolska počinje pretvorbu napuštenih dvoraca i imanja u farme sa sobama za noćenje što dovodi do razvitka turizma u manjim mjestima u unutrašnjosti zemlje, a nakon 1970. Ruralni se turizam počinje snažno razvijati u Kanadi i Sjedinjenim Američkim Državama. Današnje doba obilježeno je urbanizacijom, ubrzanim tempom života i stresom stoga ne čudi što je upravo ovaj oblik turizma jedna od najpopularnijih i najbrže rastućih.

2. Razvoj ruralnog turizma sjeverozapadne Hrvatske

Razvoj dugoročno održivog turizma u ruralnim prostorima treba biti planiran da u najvećoj mogućoj mjeri uvažava lokalna obilježja područja u kojem se razvija. Navedeno podrazumijeva da takav razvoj osigurava optimalnu upotrebu prirodnih resursa kao i njihovo očuvanje, potom da poštuje društveno-kulturnu autentičnost lokalne zajednice, osigurava i potiče očuvanje njihove kulturne, arhitektonske i tradicionalne vrijednosti kao i da osigurava dugoročnu ekonomsku održivost, pružajući svim dionicima društveno-ekonomske koristi. Održivi razvoj ruralnoga turizma podrazumijeva kontinuirani rast i razvoj bez negativnih posljedica na one čimbenike na kojima se i temelji, odnosno očuvani okoliš, zdrava klima, kulturna i tradicijska baština (Kušen 2006, 167-191). Područja sjeverozapadne Hrvatske itekako bi trebala uvažavati navedene principe prilikom razvoja turizma na svom području ukoliko žele postići turistički ugled sa globalnom prepoznatljivošću te stvoriti kvalitetnu ponudu koja doprinosi lokalnom stanovništvu i razvoju mjesta uz minimalan negativan utjecaj na okoliš i zajednicu.

2.1. Razvoj ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj

Republika Hrvatska se prema kriterijima OECD-a smatra pretežito ruralnom zemljom jer su sve zajednice sa manje od 10 000 ljudi pretežito ruralne, a prema istom kriteriju za urbana i ruralna područja u Hrvatskoj se 14 županija svrstava u pretežito ruralne s ukupno 46,5 % stanovništva zemlje. Ruralna područja površinski zauzimaju većinski dio teritorija (97,5 %) u kojem živi 78,9% populacije (Lukić 2010, 66). Navedeni su podaci iznad prosjeka Europske Unije gdje ruralna područja zauzimaju 90 % prostora EU s 56 % stanovništva što objašnjava fokus, društveni, politički i akademski, koji ruralna područja u hrvatskoj dobivaju zadnjih desetljeća od strane državnog vrha, ali i same EU. Taj se fokus uglavnom temelji na financijskim poticajima za rast i razvoj ruralnih područja u vidu državnih poticaja te dostupnih sredstava iz Europskih fondova. Program državne potpore je akt na temelju kojeg se, bez potrebe za dodatnim mjerama, unaprijed neodređenim korisnicima državnih potpora

dodjeljuju pojedinačne državne potpore kao i akt na temelju kojeg se državna potpora, koja unaprijed nije vezana uz poseban projekt, dodjeljuje jednom ili više korisnika državne potpore na neodređeno vrijeme i/ili u neodređenom iznosu. Izrazito se često primjenjuju u zemljama s netržišnim gospodarstvima, ali i mnoga tržišna gospodarstva ih koriste. Potpore se koriste i opravdane su kada se određeni neuspjeh slobodnog tržišta ne može izravno ukloniti ili kada ga tržište nije u mogućnosti riješiti bolje od države. Državne potpore se ne odnose isključivo na izravne uplate korisnicima. Osim izravne subvencije, državne potpore dolaze u obliku poreznih olakšica, poreznog izuzeća i oprosta poreza, davanje kamatnih stopa / garancija / nepokretnosti /zajmova pod povoljnijim uvjetima od tržišnih, oslobađanja od plaćanja socijalnih doprinosa, u obliku potpora za izvoz ili regresivno kreditiranje izvoza, u obliku formiranja fondova za razvoj, u obliku povoljnijeg tretmana prilikom javnih nabava, i dr. Dodjeljuje je državno tijelo, neovisno o razini na kojoj se nalazi ili javno i privatno tijelo koje je na to ovlastila država. Razlikujemo regionalne državne potpore, horizontalne državne potpore i sektorske državne potpore, a temeljni je cilj povećanje općeg blagostanja građana i smanjenje nesigurnosti na tržištu. Europski fondovi također su financijski instrumenti, ali koriste se za provedbe politika Europske unije u zemljama članicama, a čini ih novac prikupljen od građana država članica koji se u skladu s pravilima i procedurama dodjeljuje za projekte koji pridonose postizanju javnih politika EU. Seoske sredine za financiranje projekata na raspolaganju imaju sredstva iz fonda za poljoprivredu i ruralni razvoj, a trenutno je na snazi, s početkom 2023., novo programsko razdoblje, koje će trajati do 2027. u kojem će se primjenjivati novi strateški dokument – Strateški plan zajedničke poljoprivredne politike, a ukupna alokacija iznosi 3.2 milijarde eura (Strukturni fondovi.hr 2022, 62). U nastavku slijedi tablica alociranih, ugovoreni i isplaćeni sredstava prema „žarišnim područjima“ u 2021. godini financiranih iz fonda Europske Unije za ruralni razvoj. Žarišna područja označavaju svrhu i cilj financiranja, a označena su kombinacijom slova i brojeva (ŽARIŠNO PODRUČJE 2A „Poboljšanje gospodarskih rezultata svih poljoprivrednih gospodarstava i olakšavanje restrukturiranja i modernizacije, osobito s ciljem povećanja sudjelovanja u tržištu i tržišne usmjerenosti, kao i poljoprivredne diversifikacije, ŽARIŠNO PODRUČJE 2B „Olakšavanje ulaska poljoprivrednika s odgovarajućom izobrazbom u sektor poljoprivrede, a pogotovo generacijske obnove“, ŽARIŠNO PODRUČJE 3A „Poboljšanje konkurentnosti primarnih proizvođača njihovom boljom integracijom u poljoprivredno-prehrambeni lanac programima kvalitete, dodajući vrijednost poljoprivrednim proizvodima, promocijom na lokalnim

tržištima i u kratkim krugovima opskrbe, proizvođačkim grupama i organizacijama te međustrukovnim organizacijama“ , ŽARIŠNO PODRUČJE 5C „Olakšavanje opskrbe i korištenja obnovljivih izvora energije, nusproizvoda, otpada i ostataka te drugih neprehrambenih sirovina u svrhu biogospodarstva“ , ŽARIŠNO PODRUČJE 6B „Poticanje lokalnog razvoja u ruralnim područjima“ i sl.

Žarišno područje	Alocirano Ugovoreno_ u 2021.	Ugovoreno_ u 2021.	Ugovoreno_ ukupno kraj 2021.	Ugovoreno /alocirano	Plaćeno_ u 2021.	Plaćeno ukupno kraj 2021.	Plaćeno /alocirano
2A	721.642.102	59.405.869	712.105.610	99%	85.038.974	535.743.457	74%
2B	85.320.536	61.228.019	69.132.771	81%	3.900.927	63.063.597	74%
2C	81.151.106	1.409.044	56.613.670	70%	7.645.388	22.134.685	27%
3A	240.344.391	64.906.82	159.047.190	66%	27.274.212	96.221.625	40%
3B	191.231.922	41.661.592	170.190.319	89%	52.377.688	164.620.255	86%
P4	742.450.294	138.970.079	595.574.662	80%	117.579.67	6551.122.388	74%
5C	68.166.628	19.810.753	46.311.493	68%	6.313.975	9.062.579	13%
5D	112.147.213	2.620.158	97.129.118	87%	11.983.392	77.147.101	69%
5E	134.992	28.187	88.289	65%	28.187	88.289	65%
6A	85.336.290	30.447.394	81.118.552	95%	12.731.260	32.492.837	38%
6B	423.999.652	19.900.705	471.863.804	111%	88.812.494	308.038.518	73%
TA	73.533.284	17.985.721	97.193.427	108%	11.012.401	52.025.277	71%

Tablica 2 : Alocirana, ugovorena i isplaćena sredstva po mjerama (EUR)

Izvor: izrada autora prema: Godišnje izvješće o provedbi, Rural Development Programme of the Republic of Croatia for the Period 2014-2020, Ministarstvo poljoprivrede, www.ruralnirazvoj.hr

Unatoč potporama, domaćim i stranim, ruralna područja i dalje zaostaju za urbanim sredinama, pogotovo u ekonomskom smislu i upravo je to razlog važnosti razvoja turizma u seoskim sredinama. Kako bi omogućili taj razvoj potrebno je razumjeti motive turističkih kretanja te želje i očekivanja turista. Svako se turističko kretanje temelji na turističkoj ponudi i potražnji. Čimbenici ponude se definiraju kao svi privlačni elementi neke turističke lokacije koji je čine ugodnim mjestom privremenog boravka te ih je potrebno prilagoditi trenutnoj i očekivanoj budućoj turističkoj potražnji. Spomenuti se čimbenici dijele na:

1. privlačne ili atraktivne (flora i fauna, klimatski uvjeti, reljef, zaštićena prirodna područja kao što su parkovi prirode ili nacionalni parkovi, kulturno-povijesni spomenici, društveni događaji)
2. prometne ili komunikacijske (prometni položaj i povezanost destinacije, prometna infrastruktura)
3. prihvatne ili receptivne (sve djelatnosti koje se direktno i indirektno uključuju u pružanje usluga domaćim i stranim turistima; hoteli, restorani, trgovačke radnje, razni servisi, pošta i telekomunikacije).

Čimbenici potražnje potiču turistička kretanja i temelj su za formiranje same turističke ponude. Razlikujemo subjektivne i objektivne čimbenice turističke potražnje. Objektivni su oni čimbenici koji ne ovise o ponašanju turista dok su subjektivni čimbenici podložni sklonostima i financijskim mogućnostima pojedinca. Prema Demonji i Ružiću (2010, 32) objektivni čimbenici uključuju radnu i životnu sredinu, prirodni ambijent, slobodno vrijeme i slobodna sredstva. Subjektivni čimbenici povezani su s objektivnima te su ključni u donošenju odluke o turističkoj aktivnosti iz razloga što pojedinac može imati slobodno vrijeme ili novčana sredstva, ali samo je njegova individualna želja i volja za putovanjem glavni pokretač.

2.2. Razvoj i stanje ruralnog turizma u Sjeverozapadnoj Hrvatskoj

Sjeverozapad Hrvatske jedno je od tri geografske i statističke regije hrvatske koje je u suradnji s Eurostatom odredio Državni zavod za statistiku. Iako je površinom najmanja, gospodarski je najrazvijenija i najmnogoljudnija hrvatska regija u kojoj stanuje 40.01% populacije odnosno 1,575,464 ljudi (Državni zavod za statistiku 2021, 2). U sjeverozapadnu Hrvatsku spadaju sljedeće županije: Krapinsko-zagorska, Međimurska županija, Krapinsko-zagorska županija, Varaždinska županija, Zagrebačka županija i Grad Zagreb koji se u turističkom ili drugom aspektu često uzima kao zasebna jedinica zbog svoje veličine, broja stanovnika te ekonomske i političke važnosti, a u vidu ovog rada također nije u fokusu iz razloga što je urbana sredina, a ne ruralno područje stoga se razvijaju drugi turistički oblici.



Slika2. Prikaz sjeverozapadne Hrvatske na karti RH i najbitnijih gradova regije na karti.

Izvor: www.q-service.hr/mreza-servisa/sjeverozapadna-hrvatska/12/koprivnicko-krizevacka-zupanija

Sjeverozapadna Hrvatska reljefno je brežuljkast kraj sa nekolicinom gorja koja premašuju 1000 metara apsolutne visine (Medvednica, Ivančica, Žumberačka gora). Prijelaz je iz Panonske nizine u brežuljkast peripanonski prostor sa znatnijim udjelom gorja. Klima je umjereno kontinentalna, a obilježja su blage i vlažne zime i topla ljeta bez ekstremnih temperature zraka, vlažnosti ili padalina što je čini iznimno pogodnom za ugodan odmor u bilo koje doba godine. Elementarne nepogode su mnogo rjeđe i umjerenije nego u većini svjetskih regija, ne uzrokuju izrazito veliku materijalnu štetu i rijetko su uzrok ljudskih stradanja što čini Sjeverozapadnu Hrvatsku izrazito sigurnom za turistički boravak (Zaninović. 2008, 15). Ovo područje obiluje prirodnim bogatstvima kao što su vodna blaga u obliku rijeka i jezera, listopadne šume te je dom mnogih životinjskih vrsta. Veliku mu posebnost daju odlično očuvane srednjovjekovne tvrđave, dvorci, kule, stari povijesni gradići i utvrde na vrhovima brežuljaka kao i idilične seoske kuće za odmor, raskošne crkve, te razni muzeji i galerije.

Razvoj turizma na ovom području ima izrazito dugu povijest, a intenzivnije se počeo razvijati nakon Drugog svjetskog rata. Nakon 1990. godine ruralni se turizam u Hrvatskoj počeo operativno i organizirano razvijati kao poseban turistički oblik što je uzrokovalo

turistički uzlet u čitavoj hrvatskoj, a posebice u sjevernijim područjima. Kao metoda danjeg razvoja ruralnog turizma 1991. godine pokrenute su mnoge akcije razvoja turističkih seljačkih gospodarstava po uzoru na Austriju, Sloveniju i Bavarsku. Nadalje, značajniji se napredak desio 1995. godine kada Ministarstvo turizma Republike Hrvatske kreće sa inicijativama za razvoj ruralnog turizma i započinje s aktivnostima poput prikupljanja informacija te edukacija inicijatora raznih turističkih projekata. Ubrzo nakon toga osnovan je „Savjet za ruralni turizam“, iz kojeg je formiran „Savjet za razvoj malog i srednjeg poduzetništva. Jedna od najznačajnijih inicijativa desila se 2003. godine kada a Vlada Republike Hrvatske, kroz resore poljoprivrede i turizma, kreće sa raznim programima i snažnijim financijskim potporama za razvoj ruralnog prostora i gospodarskih djelatnosti na ruralnim područjima. Godine 2013. Republika Hrvatska ušla je u Europsku uniju čime je dobila pristup fondovima EU koji su započeli razdoblje najvećeg procvata ruralnog turizma na području Sjeverozapadne Hrvatske i šire. Projekti se sufinanciraju sredstvima iz četiri fonda: Kohezijskog fonda, Europskog fonda za regionalni razvoj, Europskog socijalnog fonda i Europskog fonda za poljoprivredu i ruralni razvoj. Razvoj i trenutno stanje turizma cjelokupne regije promatra se i ocjenjuje kroz razvoj turizma pojedinih županija od kojih se sastoji.

2.2.1. Krapinsko-zagorska županija

Krapinsko-zagorska županija prostire se na 1.299 km² i time čini 2,17% ukupne površine Republike Hrvatske. Županija je dom 121.934 stanovnika, odnosno 3,09% od ukupne populacije. U turističkom sektoru je zaposleno 1.380 osoba, odnosno 4,34% od ukupnog broja zaposlenih županije, a udio prihoda od turizma kreće se od 1 - 1,50% (Državni zavod za statistiku 2021, 4). Na području županije zaštićeno je 17 prirodnih i kulturnih atrakcija u kategorijama park prirode, spomenik prirode, značajan krajobraz i spomenik parkovne arhitekture, a posebnost županije je u njenom brendiranju i količini resursa uloženoj da se stvori imidž “Bajke na dlanu”.

	smještajni kapaciteti (stalni i pomoćni)	dolasci	noćenja
2020.	3592	89 836	200 684

2021.	3589	151 644	315 268
2022.	/	177 266	383 672

Tablica 3. Turistički podatci Krpainsko-Zagorska županija

Izvor: izrada autora prema: Džavni zavod za statistiku.gov.hr, https://podaci.dzs.hr/media/egclbob1/si-1683_turizam-u-2020_web.pdf

Prema podacima iz tablice vidljivo je da je pandemija Covid-19 izrazito negativno utjecala na broj dolazaka i noćenja 2020. godine. Pozitivan je pokazatelj visoka stopa oporavka u naredne dvije godine, posebice u 2022. godini čije brojke prelaze one predpandemijske. Također je pozitivan podatak broja smještajnih kapaciteta koji je gotovo neznačajno pao, dakle vlasnici tih objekata uspješno su financijski premostili padnemijsko razdoblje.

2.2.2. Zagrebačka županija

Zagrebačka županija prostire se na 5,4% od ukupne površine Republike Hrvatske, a na njenom prostoru živi 304.348 stanovnika što je oko 7% populacije čineći je jednom od prostorno većih i najgušću naseljenih (Državni zavod za statistiku 2021, 4). Ima izrazito povoljan geografski položaj zbog činjenice da se nalazi na sjecištu najvažnijih prometnih čvorišta. Prema indeksu razvijenosti županija se nalazi među razvijenijim kontinentalnim županijama Hrvatske. Na području županije nalaze se razne prirodne ljepote koje čine preduvjete za razvoj brojnih oblika ruralnog turizma poput seoskog, lovnog i ribolovnog turizma, ali i blizina gradova koja osigurava stalan pritek domaćih turista. 370 kulturnih dobara županije upisana su u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske .

	smještajni kapaciteti (stalni i pomoćni)	dolasci	noćenja
2020.	3180	42 206	82 323
2021	3081	79 586	150 760
2022.	/	126 615	229 238

Tablica 4. Turistički podatci Zagrebačka županija

Izvor: izrada autora prema: Džavni zavod za statistiku.gov.hr, https://podaci.dzs.hr/media/egclbob1/si-1683_turizam-u-2020_web.pdf

Podatci za Zagrebačku županiju prikazuju istu sliku kao i oni u Krapinsko-zagorskoj. Visoka stopa oporavka u vidu broja noćenja i turističkih dolazaka također je vidljiva, kao i zanemariv pad broja smještajnih kapaciteta (<3%) što je dokaz „otpornosti“ turizma županije, koja je rezultat kvalitetne ugostiteljske ponude, mnoštva prirodnih i kulturnih atrakcija te uloženi napori od strane tijela lokalne samouprave.

2.2.3. Varaždinska županija

Varaždinska županija smještena je na rubnom pojasu panonskog područja, površina joj iznosi 1.262 km², a broji 161.820 stanovnika što je čini drugom najgušće naseljenom županijom Hrvatske (Državni zavod za statistiku 2021, 4). Turizam Varaždinske županije ne spada u najvažnije pokretače gospodarstva, ali nije zanemariv, a sama županija bogata je prirodnim i kulturnim resursima, posebice vodama te se na njenom području nalazi 30 zaštićenih prirodnih vrijednosti i 315 zaštićenih pokretnih i nepokretnih materijalnih i nematerijalnih kulturnih dobara.

	smještajni kapaciteti (stalni i pomoćni)	dolasci	noćenja
2020	3510	45 180	85 036
2021	4237	72 675	148 509
2022.	/	88 592	202 467

Tablica 5. Turistički podatci Varaždinska županija

Izvor: izrada autora prema: Džavni zavod za statistiku.gov.hr, https://podaci.dzs.hr/media/egclbob1/si-1683_turizam-u-2020_web.pdf

Turizam Varaždinske županije slabije je razvijen od Zagrebačke i Krapinsko-zagorske, ali nije neznačajan, a bitno je naglasiti manifestacije poput Špancirfesta koji posjeti oko 250 000 ljudi, a za vrijeme trajanja ostvari se između 6 i 7 tisuća noćenja. Pandemija je 2020. godine uzokovala otkazivanje festivala te dodatno našetila broju ostvarenih noćenja i dolazaka, ali je broj posjetitelj festivala 2021. i 2022. nadmašio predpandemijske godine, a broj ukupnih dolazaka i noćenja u tom razdoblju, ostvarenih u Varaždinskoj županiji, također je rekordan. Izrazito je pozitivna statistika vezana uz broj smještajnih kapaciteta koji je u 2021. godini ostvario rast od čak 20.7%.

2.2.4. Međimurska županija

Međimurska županija je najsjevernija županija Republike Hrvatske, obuhvaća površinu od 730 km², na kojoj živi 107.615 stanovnika (Državni zavod za statistiku 2021, 4). Graniči sa čak dvije države, Mađarskom i Slovenijom, što čini njen položaj od velike geoprостorne važnosti. Županija je bogata prirodnim raznolikostima od kojih je izrazito velik postotak valoriziran te se koristi u turističke svrhe. Kreiranjem Masterplana za razvoj turizma Međimurske županije od strane njihove Turističke zajednice pridonjelo je boljom organizacijom i upravljanjem prirodnim, kulturnim i financijskim resursima te točnijim praćenjem informacija i statistika. Masterplanom se također želi stvoriti brend kontinentalne turističke destinacije iako nema dugogodišnju tradiciju i povijest bavljenja turizmom. Kao mlađa destinacija nastoji stvoriti novi, jedinstveni turistički proizvod sa naglaskom na kvalitetu, održivost i ekološku proizvodnju.

	smještajni kapaciteti (stalni i pomoćni)	dolasci	noćenja
2020	1756	39 384	95 673
2021	2016	64 051	144 061
2022.	/	87 294	203 937

Tablica 6. Turistički podatci Međimurska županija

Izvor: izrada autora prema: Džavni zavod za statistiku.gov.hr, https://podaci.dzs.hr/media/egclbob1/si-1683_turizam-u-2020_web.pdf

Međimurska županija poznata je gastronomska destinacija sa mnoštvom vinarija i restorana koji ulavnom nude tradiciionalna jela i koriste lokalne sastojke. Turistička ponuda temelji se na kvaliteti ispred kvantitete čime uspjevaju postići gotovo jednak broj noćenja kao i Varaždinska županija sa upola manje smještajnih kapaciteta. Broj smještajnih jedinica u stalnom je rastu te se u 2021. godini povećao za gotovo 16%, a ukoliko se taj trend nastavi Međimurska županija mogla bi postati jedna od vodećih turističkih destinacija u regiji.

2.2.5. Koprivničko-križevačka županija

Smještena je na sjeverozapadu Hrvatske sa izuzetno povoljnim geoprometnim položajem, ali lošom prometnom povezanošću sa ostatkom zemlje zbog manjkave infrastrukture. Županija se proteže na 748 km² i broji 102.564 stanovnika (Državni zavod za statistiku 2021, 4). Vodeće industrije su farmaceutska, prehrambena, prerađivačka te poljoprivreda i gospodarstvo. Iako županija obiluje prirodnim bogatstvima, dom je brojnim životinjskim vrstama i na području se nalaze brojne vinske ceste, turistički je relativno nerazvijena.

	smještajni kapaciteti (stalni i pomoćni)	dolasci	noćenja
2020	991	7 253	17 856
2021	1163	13 125	27 561
2022.	/	18 011	36 987

Tablica 7. Turistički podatci Koprivničko-križevačka županija

Izvor: izrada autora prema: Džavni zavod za statistiku.gov.hr, https://podaci.dzs.hr/media/egclbob1/si-1683_turizam-u-2020_web.pdf

Prema podatcima iz tablice vidljivo je da je Koprivničko-križevačka županija turistički najslabija, sa najmanjim ostvarenim brojem dolazaka i noćenja, ali i sa najmanje smještajnih kapaciteta te najnižom stopom oporavka od pandemije. Manjak centralnog planiranja i investicija, te izrazito slabe marketinke aktivnosti najveći su problem, ali i nedovoljno educirano stanovništvo koje ne iskorištava turistički potencijal županije.

Iz navedenih podataka za sve promatrane županije evidentan je trend porasta broja turističkih dolazaka i noćenja iz godine u godinu što je izrazito pozitivna činjenica, ali ukoliko se u obzir uzmu globalni događaji u promatranom razdoblju (Covid-19 pandemija) vidljivo je da podatci ne pokazuju pravu sliku. Dakle 2020. godina obilježena je početkom pandemije što objašnjava gotovo katastrofalne statistike, zatim 2021. godine mjere opreza se ublažavaju, ljudi više putuju i ugotiteljski objekti ponovo kreću sa poslovanjem u smanjenom ili u nekim slučajevima punom kapacitetu što uzrokuje rast turističkih dolazaka. Na poslijetku je promatrana 2022. koja sa sobom donosi dodatno ublažavanje, u nekim slučajevima potpun prestanak provođenja, epidemioloških mjera što je uzrokovalo dodatan rast turističke aktivnosti. Porast u toj mjeri naravno nije u potpunosti realan jer bez pada turističkih putovanja 2020. godine uzrokovanih pandemijom noćenja i dolasci ne bi rasli 30%-50%

godišnje, te je u nekim županijama rast turizma zapravo samo povratak na razinu prije Covida-19. Unatoč tome brzina oporavka turizma Sjeverozapadne Hrvatske je zadovoljavajuća te je porast u 2022. u odnosu na 2021. u nekim slučajevima preko 50 % :

	Indeks promjene turističkih dolazaka (2022. u odnosu na 2021. godinu)
Zagrebačka županija	159,1
Krapinsko-zagorska županija	152,1
Varaždinska Županija	121,9
Koprivničko-križevačka županija	137,2
Međimurska županija	136,3

Tablica 8. Indeks promjene turističkih dolazaka 2022. u odnosu na 2021. godinu)

Izvor: izrada autora prema: Džavni zavod za statistiku.gov.hr, https://podaci.dzs.hr/media/egclbob1/si-1683_turizam-u-2020_web.pdf

Nadalje pozitivna je statistika kretanje broja smještajnih kapaciteta. Pad turističkog prometa rezultirao je izrazito lošom ekonomskom situacijom ugostitelja, a u takvim uvjetima je očekivano zatvaranje određenog broja turističkih poduzeća. Unatoč svemu kapaciteti su porasli u Varaždinskoj, Međimurskoj i Koprivničko-križevačkoj županiji, dok Zagrebačka i Krapinsko-zagorska bilježe gotovo zanemariv pad (<3%) kao što je vidljivo iz tablica. Upravo ta ekonomska otpornost i brzina oporavka predstavljaju snažan temelj za danji razvoj turizma regije, te je indikator kvalitete ponude koja osigurava lojalnost stalnih i konstantan priljev novih gostiju.

2.3. Primjeri ruralnog turizma sjeverozapadne Hrvatske

Na području sjeverozapadne Hrvatske posluju brojna turistička i poljoprivredna poduzeća koji zajedno stvaraju turistički proizvod sela. Svrha ovog poglavlja je izdvojiti neke primjere te ih opisati. Prema podacima Ministarstva poljoprivrede (Uprava za poljoprivrednu politiku 2021, 17) njihov točan broj na području 5 županija je:

- Zadruga: 443 registrirane, 167 aktivnih
- Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo (OPG): 47 782
- Hotel: 97
- Aparthotel: 3
- Turistička apartmanska kuća: 1

– Kamp: 3

Najveći broj poljoprivrednika nalazi se u Zagrebačkoj županiji, njih 14.499 i u ukupnom broju poljoprivrednika Republike Hrvatske čine 8,5%. Prema podacima Agencije za plaćanja, na dan 31. prosinca 2020. godine hrvatski poljoprivrednici ukupno su koristili 1.150.327,5 ha poljoprivrednog zemljišta. U odnosu na prethodnu godinu, površina korištenog zemljišta je povećana za 5.256,9 ha ili 0,5% (Ministarstvo poljoprivrede 2021, 18).

2.3.1. Seljačko domaćinstvo Jastrebov vrh

Seljačko domaćinstvo Jastrebov vrh smješteno je na obroncima najniže hrvatske planine, Bilogore, te je udaljeno samo 4 kilometra od grada Koprivnice. Posjetitelji mogu uživati u pogledu na Podravinu te prekrasne hrastove i bukove šume Bilogorskog gorja. Izletišta nudi bogat jelovnih domaćih autohtonih jela, od juha spremljenih sa sastojcima iz vlastita vrta, preko mesa iz domaćeg uzgoja pa sve do raznih slastica poput štrukla, butli, ali i palačinka od zobi, pira i ječma iz obližnjih polja. Imanje se prostire na 4 hektara livada, polja i šuma koje je moguće obići uređenim stazama pješke ili biciklima (Ministarstvo turizma 2015,78). Posebnost ovog imanja je malo ZOO prepun domaćih životinja te igralište sa poni konjima koje djeca mogu jahati. Također se preporuča posjet selu naivne umjetnosti Hlebine i rodnoj kući poznatog hrvatskog slikara Ivana Generalića.



Slika 3. Seljačko domaćinstvo Jastrebov vrh

Izvor: Drava.info. <https://drava.info/2016/10/foto-jastrebov-vrh/>

2.3.2. Agroturizam Zaboky selo

Seosko gospodarstvo Zaboky selo nalazi se neposredno uz sam centar grada Zaboka te samo 25 kilometara od Zagreba. Imanje je u obitelji Tkalčić dugi niz godina, a naziv imanja, Zaboky, datira još iz 15. st. kada je plemićka obitelj Zaboky živjela u staroj drvenoj kući podno kapelice sv. Antuna (Matijević-Sokol 1996, 17). Nalazi se na vrhu brežuljka iznad grada u potpunom miru i privatnosti okruženo veličanstvenim šumama. Zaboky selo se sastoji od 3 smještajna objekta i okolišem sa zasađenim voćnjakom i vinogradnom. Posebnost ovog gospodarstva je certifiirana ekološka proizvodnja koja se ističe u njihovoj gastro ponudi tradicionalno pripremljenih jela i domaćih rakija. Ponuda uključuje i sudjelovanje u sezonskim aktivnostima poput branju grožđa i jabuka. Lokacija je izrazito povoljna za turiste/posjetitelje zbog blizine Muzeja krapinskih neandertalaca i Muzeja seljačke bune u Gornjoj Stubici.

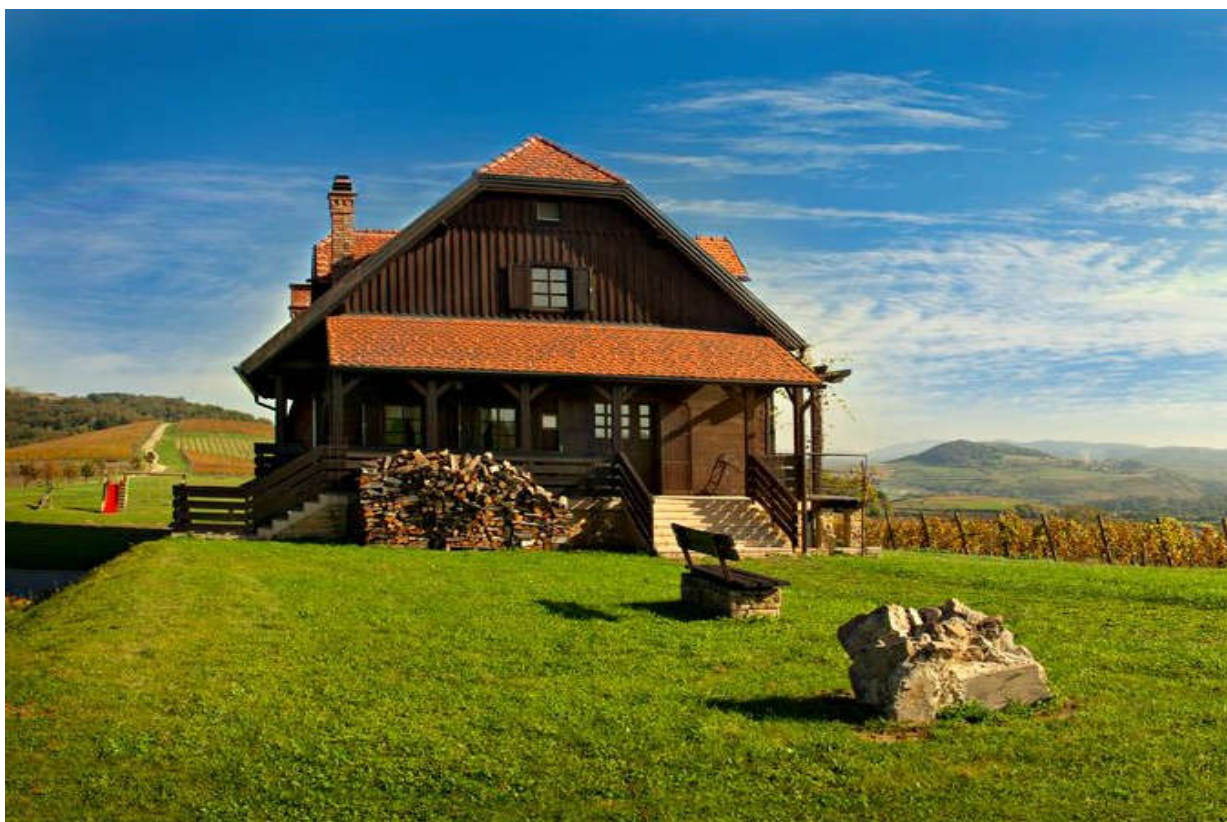


Slika 4. Agroturizam Zaboky selo

Izvor: Zaboky village.com. <https://zabokylvillage.com/>

2.3.3. Vianrija Bolfan vinski vrh

Bolfan vinski vrh ekološka je vinarija koja nudi usluge smještaja te u svom sastavu ima restoran autohtone kuhinje spremljene na moderan način sa satojcima koji su uzgojeni isključivo od strane okolnih obiteljskih domaćinstava i manjih proizvođača u krugu od 40 kilometara. Vinarija se nalazi u malom mjestu Hrašćina koja je 30-ak kilometara udaljena od Varaždina, Zaboka i Svetog Ivana Zeline. Posjed krasi autohtona stara kuća smještena na vrhu brijega sa pogledom na planine Ivanščica, Medvednica i Kalnik, a sastoji se od restorana i soba za noćenje. Imanje je okruženo sa 20 hektara vinograda na nadmorskoj visini 250-380m s prosječnim nagibom 16-30 %, južne i jugoistočne ekspozicije (Ministarstvo turizma 2015, 79). Presentacija vinskog podruma i degustacija vina moguća je uz prethodnu najavu za grupe ili individualne goste dok je restoran otvoren za sve goste. Smještaj se nudi u pet dvokrevetnih soba kategoriziranim sa 4 zvijezdice te postoje planovi za danje proširenje i gradnju novog objekta.



Slika 5. Vianrija Bolfan vinski vrh

Izvor: Bolfan Vinski vrh.hr. <https://www.bolfanvinskivrh.hr/galerija/#bwg2/1>

2.3.4. Etno farma Mirnovec

Etno farma Mirnovec je seosko imanje u vlasništvu obitelji Mirnovec, a nalazi se samo nekoliko minuta od centra Samobora te 15 minuta od Zagreba. Prostire se na čak 30 hektara na kojima se nalaze mnogobrojne restaurirane drvene kuće, restoran te konjički klub. Restoran Baraž dio je vikend ponude, a serviraju se domaći tradicionalni obroci pripremljeni od lokalnih namirnica ekološkog uzgoja. Na imanju se također nalazi Konjički klub Mirnovec, najsuvremeniji konjički klub u Hrvatskoj i regiji čija se ponuda sastoji od šetnji na konju, škole jahanja, dječjeg jahačkog kampa i pansiona za konje. Uz navedeno, na farmi se organiziraju vjenčanja pa čak i turniri u preponskom jahanju čime se dodatno upotpunjuje turistička ponuda i čini Mirnovec jednim od najcjenjenijih objekata ove vrste u regiji (Buljan, 2021, 4)



Slika 6. Etno farma Mirnovec

Izvor: Samobor.hr. <https://www.samobor.hr/visit/etno-farma-mirnovec-p458>

2.3.5. OPG Dvanajščak

Dvanajščak je poljoprivredno gospodarstvo sa 20 godina starom tradicijom čija ponuda uključuje vinariju i restoran. Nalazi se u mjestu Sveti Juraj na Bregu, a posebnost lokacije je nadmorska visina od 344.4 metra čineći je najvišom točkom u Međimurju. Ugostiteljska ponuda bazirana je na lokalnim specijalitetima i tradicijskom načinu pripreme jela poput tradicionalnoga mesa z tiblice, sira s vrhnjem te izobilja domaće hrane međimurskoga kraja. Vinarija je temelj ponude, a vina su među najcjenjenijima u hrvatskoj sa izrazito širokom ponudom koja se sastoji od: vino Pušipel (moslavac), graševina, pinot bijeli i crni, chardonnay, traminac i rajnski rizling namirnica (Ministarstvo turizma 2015,98). Posjetiteljima se nudi upoznavanje vinograda od strane vlasnika, obitelji Dvanajščak, a uz imanje postoje brojne staze za šetnju, trčanje i bicikliranje kroz prekrasan brežuljkasti krajolik.



Slika 7. Vinarija Dvanajščak Kozol

Izvor: Međimurski.hr. <https://medjimurski.hr/dodite-u-vinariju-dvanajscak-kozol-uzivati-u-vrhunskim-vinima-i-hrani/>

2.3.6. OPG Franić

U malom mjestu Cerje tužno, 10-ak kilometara od Ivanca i Varaždina, u podnožju planine Ivanščice smjestilo se „OPG Franić“, maleno poljoprivredno gospodarstvo specijalizirano za proizvodnju meda i medenih proizvoda. Snježana Franić vlasnica je imanja koje njeguje 35 godina staru tradiciju pčelarstva. Proizvodi su ekološkog uzgoja, a ponuda uključuje med, ocat od meda, medena rakija, medenjaci, med u saću i sok s medom. Ponudu upotpunjuje restoran smješten u tradicionalnoj drvenoj kući na imanju, a ponuda se temelji na lokalnim specijalitetima spravljenim od lokalnih namirnica (Krešić-Jurić i Rajković 2015, 106). Posjetitelji je omogućeno kušanje i kupnja svih poljoprivrednih proizvoda, upoznavanje s pčelama, koristima i ljekovitim svojstvima pčelinjih proizvoda, kao i rad s pčelama. Za najmlađe je instalirana prozirna staklena košnica koja im omogućuje promatranje pčela te samog procesa prikupljanja i stvaranja meda. Obilazak započinje informativnim filmom u trajanju od 45 minuta. Posjed je veličine 1,8 hektara, a okružen je predivnom netaknutom prirodom i prostranim šumama koje omogućuju gostima aktivnosti poput branja gljiva i kestena.



Slika 8. OPG Franić

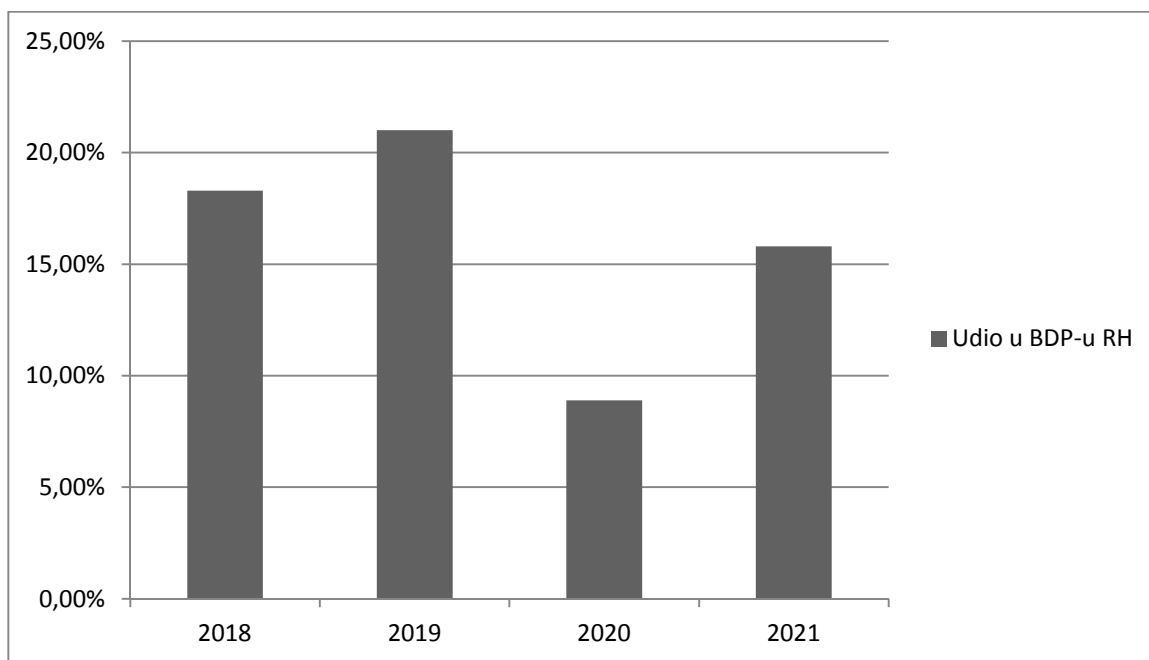
Izvor: Ivanecbiz. com. <https://www.ivanecbiz.com/poslovni-subjekti/opg-franic>

3. UTJECAJ RURALNOG TURIZMA

Razvoj turizma na ruralnim prostorima predstavlja iznimnu ekonomsku priliku jer potiče napredak svih ostalih gospodarskih djelatnosti kao i povratak stanovništva, a potražnja za ovim oblikom turizma neprestano raste. Ruralni turizam može biti pokretač održivoga razvoja ruralnog prostora, ali samo ukoliko se temelji na ravnoteži ekonomske, ekološke i društvene održivosti (Bartoluci et al. 2016, 138). Razvoj ove vrste turizma mora biti strateški planiran, a svi potencijalni negativni učinci u što većoj mjeri ograničeni i kontrolirani, ako je moguće i upotpunosti uklonjeni. Republika Hrvatska ne smije pogriješiti prilikom izrada zakona, planova i strategija za razvoj ruralnog turizma, kako na nacionalnoj, tako i na regionalnoj razini te mora učiti na greškama obalnog turizma jer su netaknuta priroda i lokalna kulturna baština kao turistički proizvodi izrazito „ranjivi“ i pod prijetnjom masovne gradnje, onečišćenja, nedostatka interesa lokalne zajednice i modernizacije, a kad jednom nestanu, nestaje i turistička atrakcija na kojoj se lokalna ponuda temelji.

3.1 Utjecaj turizma na Republiku Hrvatsku

Turizam, neovisno o svom obliku, je izrazito složena društvena i gospodarska pojava koja ima različite direktne i indirektne utjecaje na ekonomiju zemlje i na društvo. Republika Hrvatska je država u kojoj turistički sektor ima izrazito značajan utjecaj, koji je vidljiv u svim sferama društvenog i ekonomskog života građana. Udio turizma u ukupnom BDP-u se u zadnjih nekoliko godina popeo do čak 21% u rekordnoj 2019. godini što je uvjerljivo najviši postotak u Europskoj Uniji (Državni zavod za statistiku 2019, 3). Iako je zbog utjecaja pandemije postotak pao, turizam se oporavlja i udio ponovo raste na predpandemijske razine.



Graf 1. Udio turizma u BDP-u Republike Hrvatske

Izvor: izrada autora prema: Hrvatska turistička zajednica. <https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/analize-s-podrucja-turizma>

Navedena statistika ima očigledne pozitivne utjecaje, ali sa sobom nosi i negativne posljedice na ukupan društveni i gospodarski razvoj. Turistički rezultat za 2022. godinu iznosi 18,9 milijuna dolazaka i 104,8 milijuna noćenja, što je 37 posto više dolazaka i 25 posto više noćenja u odnosu na 2021. godinu, a prihodi od stranih turista iznosili su 13 milijardi eura (Državni zavod za statistiku 2022, 57). Ekonomske koristi imati će tok kroz čitavo gospodarstvo i na taj način utjecati na ostale industrijske grane i stanovništvo koje ne ostvaruje prihode od turizma. Prihodi turističkih poduzeća koriste se za plaćanja faktora proizvodnje i time povećavaju dohodak što će značiti da će i država povećati porezne prihode. Država prihode od poreza koristi za izgradnju infrastrukture koja podiže životni standard građana, pospješuje mobilnost (nove i brže prometnice) i omogućuje poduzećima višu razinu globalne konkurentnosti. Država također, kroz financijske potpore, podupire sve gospodarske grane, posebice malo poduzetništvo na kojem se temelji hrvatska ekonomija što znači otvaranje novih radnih mjesta, a kapitalna uaganja koja su podpomognuta od strane države obnavljaju faktore proizvodnje čime raste produktivnost i profit poduzeća, što bi trebalo uzrokovati rasta plaća. Dodatnim naporima i poticajnim mjerama država planira osnažiti turistički sektor, a ciljevi koje se želi postići i način postizanja tih ciljeva sadžani su u Master

planu koji se sastavlja za određeno vremensko razdoblje. Trenutno je na snazi Master plan hrvatskog turizma za narednih 10 godina, a neki od ključnih ciljeva su:

- Novih 1 500 do 2 000 smještajnih jedinica u turizmu, od čega: - 50 % u hotelima - 40 % u privatnom smještaju, ruralnom turizmu, hostelima i B&B objektima - 10 % u kampovima
- Rast zauzetosti kreveta u hotelima na 60 % s obzirom da postojeći dominantni i budući predviđeni tipovi hotela (spa i lječilišta) u uzornim regijama imaju vrlo visoku zauzetost koja prelazi 70 %.
- Rast zauzetosti u kampovima i privatnom smještaju na 20 %, što je udvostručenje u odnosu na danas
- Rast prosječne ostvarene cijene noćenja u hotelima na 50 %, a 100 % u ostalim tipovima smještaja.

(Žaja. 2022, 26).

Kao što je prethodno spomenuto turizam ima i brojne negativne utjecaje, a često je razlog nedovoljno planiranje i fokus na kratkotrajne prihode umjesto na dugoročni utjecaj na društvo i ekonomiju zemlje. Jedan od najvećih problema Republike Hrvatske po ovom pitanju je ovisnost o turizmu koji uznosi čak petinu BDP-a i čini hrvatsku ekonomiju krhkom i manje otpornom na krizne situacije. Zatim poteškoće, za zemlju sa relativno niskom platežnom moći građana, čine i strana ulaganja. Stranci više platežne moći kupuju nekretnine i uzrokuju rast cijena, čineći te nekretnine nepriuštvim za lokalno stanovništvo. Privatni se stanovi također iznajmljuju u turističke svrhe, a takav je najam kratkoročan i cijena je višestruka čime se podižu cijene najma svih stanova neovisno o vrsti i funkciji (Pičuljan. i Damijanović. 2007, 585-602). Najpogođeniji grad u Hrvatskoj je Split koji nosi titulu najskupljeg grada u državi i trećeg najskupljeg grada u Europi po cijenama nekretnina. Zakrčenost ulica i prometnica također je problem kao i nekontrolirana gradnja koja često narušava izgled grada i prostorni plan. Onečišćenje okoliša i nemogućnost prerade i zbrinjavanja povećane količine smeća negativan je ekološki utjecaj kao i rušenje šuma i uništavanje obale za izgradnju turističkih objekata. Razvoj ruralnog turizma u RH, baš kao i razvoj ostalih oblika, sa sobom nosi pozitivne i negativne promjene na gospodarstvo i društvo turističke lokacije, županije i čitave regije. Iako ruralni turizam sa sobom nosi neke negativne posljedice one su ipak manje značajne u usporedbi sa masovnim, sezonskim turizmom kakav je prisutan na Jadranu, ali i u mnogim svijetskim destinacijama. Glavna je razlika u temeljnim principima na kojima se ova vrsta turizma razvija te strožim mjerama, kontrolama i pravilima kojih se nuditelji usluga moraju pridržavati. Kao što samo ime govori to je turizam koji se razvija na ruralnom

području, dakle regije koje su slabije naseljene, manje razvijene i nude manje prilika za zaposlenje lokalnom stanovništvu. To su regije koje su često zapostavljene u korist većih gradova, dobivaju manje medijske i političke pozornosti, a rijetko su lokacije za gradnju velikih infrastrukturnih ili poslovnih projekata. Upravo je turizam jedna od rijetkih sektora koji može rasti i razvijati se u takvim prostorima koje ostale industrije napuštaju. Nadalje ovaj oblik turizma povezuje poljoprivrednu i ugostiteljsku djelatnost i na taj način razvija poljoprivredni sektor koji u moderno doba sve više slabi, a mladi ljudi za njega gube interes. Ruralne regije također imaju najvišu stopu nezaposlenosti, najnižu prosječnu plaću, a dnevne migracije zbog posla zahtjevnije su i skuplje zbog radi udaljenosti koje je višestruka od one koju prevale prosječan stanovnik neke urbane sredine. Zapošljavanje lokalnog stanovništva ima velik utjecaj u rješavanju navedenih problema seoskih sredina i omogućuje rast malog poduzetništva koje ima funkciju dobavljača roba i poslužitelja usluga turističkim objektima, ali i upotpunjuje turističku ponudu prodajom lokalno uzgojenih namirnica i raznih artikala inspiriranih lokalnom kulturom i tradicijom (drvene igračke, drveni alati, tradicionalna odjeća...) Posebnost ruralnog turizma je, između ostalog, što je kontrast masovnom turizmu koji je razlog brojnih negativnih eksternalija. Ruralni turizam individualniji je u svojoj ponudi i pristupu gostima, nudi se kvalitetnija ponuda za manji broj ljudi što ne dovodi do prekoračenja infrastrukturnih ograničenja (grdskih ulica, prometnica, bolnica...). Kada je u pitanju problem rasta cijena mnogo bržeg od rasta platežne moći, on je također mnogo manje izražen, a u nekim slučajevima je rast vrijednosti nekretnina poželjan zbog njihove izrazito niske tržišne cijene, posebice u općinama manjim od 5000 stanovnika kojima prijete ozbiljni demografski problemi. Gradnja apartmanskih vila i hotela na obali često izaziva zgražanje javnosti zbog stila koji se ponekad ne uklapa u arhitekturu mjesta ili u okoliš koji ga okružuje. Ruralni turistički objekti gotovo nikad ne istupaju od tradicionalnog stila gradnje i uređenja unutrašnjosti što ima daje šarm koji turisti traže na selu. Objekti često nisu novogradnje nego su potpune restauracije desetljećima ili čak stoljećima starih kuća prepunih povijesti, koje su ponekad u istoj obitelji generacijama. Zbog pozitivnih aspekata ovakve gradnje/restauracije država i EU ulažu velika financijska sredstva u takve projekte što čini dodatan priljev kapitala u ruralne nerazvijene sredine.



Slika 9. Kuća za odmor u selu Banski Grabovac
Izvor: <https://www.jutarnji.hr/domidizajn/interijeri/>



Slika10. Rbarska kuća Trakošćan
Izvor: <https://varazdinski.net.hr/vijesti/drustvo/3194301/na-trakoscanu-otvoreni-informacijski-centar-i-ribarska-kucica/>

3.2 Utjecaj ruralnog turizma na Sjeverozapadnu Hrvatsku

Sjeverozapadna Hrvatska regija je velikih nejednakosti. Na području regije nalazi se glavni, najveći i najbogatiji grad Hrvatske, Zagreb, kao i najnaprednije županije, Zagrebačka i Varaždinska, ali i mnoštvo općina koje su na samom dnu ekonomske razvijenosti i pri vrhu demografskih problema. Ruralni turizam regije jedan je od načina „ekonomskog izjednačavanja“ i razvitka zapostavljenih područja, ali i ekonomskog jačanja svih županija u njenom sastavu. Jedna od glavnih sastavnica poboljšanja ekonomske situacije stanovnika regije je zaposlenost. Rast zaposlenosti kao rezultat utjecaja ruralnog turizma promatra se

kroz zaposlenost u turizmu i ugostiteljstvu, ali i kao indirektan utjecaj rasta zaposlenosti u poljoprivrednim djelatnostima koje su vezane uz ovu vrstu turizma.

	2020.	2021.	2022.
Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	21.568	20.467	22.089
Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	4132	4054	4234

Tablica 9. Statistika zaposlenosti, 3 uzastopne godine, Sjeverozapadna Hrvatska

Izvor: izrada autora prema: Državni zavod za statistiku. <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/trziste-rada/>

Navedeni podaci jasno pokazuju utjecaj pandemije na oba sektora, ali se vidi i snažna otpornost i izrazito brz oporavak koji pokazuje stabilnost i kvalitetu ruralnog turizma ove regije. Snažan utjecaj na Sjeverozapadnu Hrvatsku turizma ima i kroz brojna kapitalna ulaganja u turističku i drugu infrastrukturu. Ulaganja dolaze dijelom iz vlastitih izvora, ali također u obliku državnih potpora i nepovratnih sredstava iz fondova Europske Unije. Prema podacima iz 2019. godine iskorištenost Programa ruralnog razvoja EU po županijama bila je sljedeća:

	Iskorištenost sredstava iz fondova EU izraženo u kunama (2019. godina)
Krapinsko-zagorska	667.125,00 kn
Koprivničko-križevačka	1.890.187,50 kn
Međimurska	111.187,50 kn
Varaždinska	2.001.375,00 kn
Zagrebačka	778.312,50 kn
Grad Zagreb	1.445.437,50 kn

Tablica 10. Iskorištenost Programa ruralnog razvoja EU po županijama, Sjeverozapadna Hrvatska

Izvor: izrada autora prema: Fondovi EU.gov.hr. <https://fondovieu.gov.hr/>

Gradnja infrastrukture novcem iz fondova značajan je korak ukoliko se pogleda činjenica da neke od općina koje su iskoristile poticaje do prije nisu imale gotovo nikakav oblik stranih ulaganja. Rast zaposlenosti i privlačenje investicija jedni su od glavnih pozitivnih utjecaja turizma u razvoju regije i temelj su procesa revitalizacije sela. Cilj revitalizacije sela jest sprječavanje iseljavanja stanovništva, poboljšanje životnih uvjeta lokalnog stanovništva uz valorizaciju sela, stvaranjem boljih uvjeta u smislu infrastrukture, socijalne i ekonomske obnove ruralnih područja, edukacijom lokalnih proizvođača te otvaranjem novih radnih mjesta. Revitalizacija sela kao proces mora ostvariti sve navedeno uz očuvanje seoskog

identiteta i prirodnog krajolika, dakle razvoj prije svega mora biti održiv. Master planovi razvoja ruralnog turizma pojedinih županija regije počivaju upravo na tim principima stoga ne čudi da je ruralni turizam preferirani način ekonomskog napretka seoskih sredina, samim time i napretka čitave regije. Za iskorištavanje turističkog potencijala potrebni su određeni faktori : proaktivan i profesionalan destinacijski menadžment, kreativan razvoj proizvoda i doživljaja, efikasan marketing i komunikacija, upravljanje zadovoljstvom posjetitelja te sudjelovanje i komunikacija svih sudionika turističkih i povezanih sektora (Demonja i Ružić 2010, 16). Kvaliteta destinacijskog menadžmenta, koji je ključ kvalitetnog razvoja ruralnog turizma, može se vidjeti na primjeru Krapinsko-zagorske županije. Prepoznata je važnost marketinga i komunikacije stoga turistička zajednica županije ulaže napore u stvaranju jedinstvenog brenda zvanog „Bajka na dlanu“ čime se županiju želi pozicionirati kao destinaciju za opuštajuć odmor po mjeri posjetitelja. To se čini kroz razne promotivne aktivnosti i manifestacije, a maksimalno se iskorištava potencijal turističkih sajmova diljem svijeta. Odličan je primjer predstavljanje destinacije Bajka na dlanu na sajmu BIT u Milanu. Tijekom trajanja sajam posjeti više od 40 000 ljudi kojima je TZ Krapinsko-zagorske županije gastro, kulturnu i glazbenu ponudu, uz mogućnost degustacije lokalnih proizvoda i vrhunskih vina zagorskih vinara. Posebnu atrakciju činili su kostimirani neandertalci promovirajući Muzej krapinskih neandertalaca.



Slika 11. Sajam BIT u Milanu, štand HTZ

Izvor: Krapinsko-zagorska županija.hr . <https://www.kzz.hr/>

Izvrstan primjer također je haljina sa logom Bajka na dlanu, sašivena za Arijanu Podgajski Miss Universe Hrvatske 2022. koja ju je predstavila na svjetskom izboru Miss Universe u New Orleansu 2023. godine. Haljina je dizajnirana sa naglaskom na nacionalnu baštinu zagorja od strane poznate hrvatske dizajnerice Mine Petre, a prednju stranu je mlada akademska slikarica Antonia Maričević ručno oslikala.



Slika12. Arijana Podgajski, haljina sa logom Bajka na dlanu

Izvor: Krapinsko-zagorska županija.hr. <https://www.kzz.hr/>

Turistima posjet županiji olakšava niz mobilnih aplikacija dostupnih na Google Play trgovini, Gastro zagorje i Agroturizam zagorje uz pomoć koje posjetitelji mogu saznati najbitnije informacije te ostaviti osvrt i ocjenu. Privlačenje investicija također je pri vrhu prioriteta, a pokušavaju se privući domaće kao i one strane. Primjer za to je 41. 281. 297,00 kn bespovratnih sredstava dodjeljeno županiji od strane Ministarstva turizma za 5 turističkih projekata, te 10.637.640,00 kn dobiveno od Hrvatske turističke zajednice dodjeljeno pojedinačnim općinama za turistička ulaganja (Barilar et al. 2022, 29). Osim izravnih novčanih ulaganja postoje i mnogi projekti koje Turistička zajednica želi postići uz pomoć državnih institucija kao što su: preuzimanje vlasništva nad dvorcima na području županije, njihova restauracija i stavljanje u funkciju, komercionalno profiliranje javnih specijalnih bolnica prema slobodnom tržištu, bolja promocija u Zagrebu, razvoj specijaliziranih receptivnih agencija, digitalizacija ponude, obrazovanje privatnika- vlasnika i zaposlenika i

dr. Realizacije ovakvih projekata, izravna ulaganja i pozitivna reklama na svijetskom nivou ima snažnu funkciju promicanja ekonomskog i društvenog napretka, porezni prihodi financiraju projekte diljem županije, stvaraju se radna mjesta potrebna za održavanje i vođenje ostvarenih projekata, a neturistička poduzeća mogu koristiti pozitivan imidž za plasiranje vlastitih proizvoda na globalno tržište.

4. TURISTIČKI POTENCIJAL SJEVEROZAPDNE HRVATSKE

Sjeverozapadna Hrvatska regija je izrazito niske iskorištenosti velikog turističkog potencijala. Ova regija ima dugu, bogatu i burnu povijest iza koje je ostalo mnoštvo dvoraca, vlastelinskih imanja i kurji koje su većim dijelom neobnovljene i neiskorišene te propadaju zbog utjecaja elemenata. Konkurentne regije u Sloveniji i Austriji od pojedinih dvoraca razvile su turizam čitave pokrajine i na taj način od jedne atrakcije stvorili desetke turističkih poduzeća i stotine radnih mjesta. Dvorac Bela I iz 18.st u mjestu Bela, dvorac Jalžabet iz 1774., dvorac Oroslavlje Donje i park obitelji Prpić iz sredine 18.st samo su neki od brojnih primjera propuštenog turističkog potencijala materijalne kulturne baštine (Marković 1975, 76).



Slika 13. dvorac Oroslavlje Donje, Oroslavlje

Izvor: Oroslavlje.hr. <https://oroslavje.hr/portfolio/dvorac-oroslavje-donje-park-obitelji-prpic/>

Osim materijalne kulturne baštine, Sjeverozapadna Hrvatska bogata je i raznim oblicima nematerijalne baštine specifične za neki kraj ili čitavu županiju.

Međimurska županija	Krapinsko-zagorska županija	Varaždinska županija	Koprivničko-križevačka županija	Zagrebačka županija
Umijeće vađenja zlata – zlatarenje u Međimurju	Govor Huma na Sutli:	Priprema blagdanske pogače luciščak	Priprema tradicijskog kolača - pogača z oreji	Kajkavski donjosutlanski (ikavski) dijalekt

Kotoripska skupina govora	Običaj uskrsnog pucanja streljanja iz pištola u Kostelu	Tradicije vezane uz varaždinsku građansku gardu “Purgari”	Priprema slastice bregofska pita	Jurjevski ophodi Turopolja
Umijeće izrade tradicijske pokladne maske pikač	Umijeće izrade tradicijskih božićnih jaslica	Umijeće izrade tradicijskog božićnog nakita	Umijeće izrade peteranskog veza – filea	Opančarski obrt Kruh Vuk
Tradicijsko umijeće izrade čipke na području Svete Marije			Priprema tradicijskog kolača - podravska mazanica	Turopoljski dijalekt

Tablica 11. Nematerijalna kulturna baština Sjeverozapadne Hrvatske
Izvor: Ministarstvo kulture. <https://min-kulture.gov.hr/>

Primjeri navedeni u tablici predstavljaju iznimno kulturno bogatstvo, čiji je potencijal dijelom ili čak u potpunosti neiskorišten. Postoji iznimno malo informacija i teško su dostupne, većina ovih znanja i vještina ne slavi se ni na koji način ili postoji mala lokalna manifestacija sa gotovo neznatnom turističke aktivnošću. Proizvodi koji nastanu ovim znanjima poput čipki, tradicionalnih pita, pogača, ili ukrasa ne mogu se kupiti putem interneta niti u nekoj lokalnoj trgovini te se prodaju isključivo prigodno. Također niti jedna kulturna posebnost navedena u tablici nije pod zaštitom UNESCO-a. Osim kulture, ovo je regija iznimnog prirodnog bogatstva u vidu šuma, rijeka, jezera, planina i za ovu regiju jedinstvenog brežuljkastog reljefa. Unatoč brojnim prirodnim ljepotama titulu parka prirode nose samo Žumberak i Medvednica, dok su ostala područja posve nezaštićena, a bez zaštite od strane državnog tijela često dolazi do njihova uništavanja od strane ljudi. Prekomjerno rušenje šuma, odlaganje otpada u prirodu, bespravna gradnja, korištenje kemikalija, unošenje invazivnih biljnih vrsta samo su neke od štetnih ljudskih aktivnosti. Ako nastave bez ikakvog nadzora mnoge prirodne atrakcije regije mogle bi biti zauvijek izgubljene. Osim štetnog ljudskog djelovanja iskorištenost prirodnih posebnosti je izrazito slaba. Planine su odličan primjer jer su pogodne za razvoj brojnih oblika ruralnog turizma i za provođenje raznih aktivnosti koje bi mogle upotpuniti lokalnu turističku ponudu. Brdski biciklizam je izrazito popularan sport i

tražena aktivnost od strane turista koji biraju odmor u prirodi. Zadnjih je godina u snažnom porastu i mnoge su destinacije poput Istre iskoristile popularnost te uložile u potrebnu infrastrukturu. Kada se uspoređi sa sjeverozapadnom hrvatskom situacija je suprotna te se na planinama poput Ivanšćice, Strahinjčice ili Kalnika ne nude organizirane turistike ture niti najam kvalitetnih brdskih bicikala. Na području Varaždinske i Međimurske župaije nalaze se dva jezera Varaždinsko jezero i Jezero Dubrava čija je površina dvostruka u odnosu na jezero Jarun u Zagreba, ali ne postoji sportska ili turistička ponuda. Uz obalu Varaždinskog jezera nalaze se 2 vikend naselja bez ugostiteljskih objekata ili objekata za najam. Za razvitak ruralnog turizma, osim popratnih aktivnosti potrebno je razviti poljoprivrednu djelatnost čiji produkt završi na stolu gostiju, a sama ponuda nerijetko uključuje i sudjelovanje turista u radovima. Ministarstva poljoprivrede i turizma morala bi uskladiti postojeće zakonske propise s potrebama razvoja ruralnog turizma i prateće poljoprivredne djelatnosti. Diversifikacija djelatnosti na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima stvara potrebu zasebnog imena zakona područja ruralnog turizma (Zakon o ruralnom turizmu) i definiranje oblika, kategorije i vrste, uloge i položaja OPG-a i malih poduzetnika u cilju olakšanja njihovog poslovanja. Turističke zajednice posjeduju snažan financijski alat, Europske fondove, koje bi trebale mnogo efikasnije koristiti te bolje educirati stanovništvo i istima, posebice Europskoj poljoprivredni fonda za ruralni razvoj, Europski fond za regionalni razvoj i Europski socijalni fonda.

4.1. SWOT analiza

Sljedeća tablica je prikaz SWOT analize ruralnog turizma Sjeverozapadne Hrvatske. Analiza uključuje Zagrebačku, Krapinsko-zagorsku, Varaždinsku, Međimursku i Koprivničko-križevačku županiju.

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> – geografski položaj (blizina Zapadne Europe) – bogata kulturno-povijesna baština – dugogodišnja tradicija 	<ul style="list-style-type: none"> – negativna demografska slika – nepovoljna starosna struktura stanovništva – manjak brzih cesta i autocesta do

<p>poljoprivredne proizvodnje</p> <ul style="list-style-type: none"> – povoljna klimatska obilježja – brojne tradicijske i kulturne manifestacije – lovišta s bogatim fondom divljači – gostoljubivost lokalnog stanovništva – educirana i ljubazna radna snaga – ekonomski najrazvijenija regija – niska stopa kriminala – gotovo zanemariv rizik smrtnosti od elementarnih nepogoda – sjecište ključnih željezničkih pravaca – izvrsna prometna povezanost sa ostatkom države – izvrsna prometna povezanost sa zemljama Europske unije – zračna luka “Franjo Tuđman” – postojanje strategija i planova za turistički razvoj 	<p>gradskih središta</p> <ul style="list-style-type: none"> – nerazvijenost sustava recikliranja otpada – nerazvijenost sustava odvodnje otpadnih voda – slabe marketinške aktivnosti – niska iskorištenost turističkog potencijala – manjak turističkih agencija – nedostatak kapitala za ozbiljnija ulaganja u turističku infrastrukturu – manjak turističkih sadržaja – needuciranost stanovništva o potencijalima turizma – napuštanje sela – nezadovoljavajući javni prijevoz – neučinkovito upravljanje državnom imovinom i nedovoljna briga o napuštenim objektima
<p>Prilike</p>	<p>Prijetnje</p>
<ul style="list-style-type: none"> – bespovratna sredstva iz EU fondova – izvrsna suradnja između županija – konstantna ulaganja u prometnu infrastrukturu – programi sufinanciranja mladih poduzetnika – jačanje ekološke proizvodnje – porast turističkih dolazaka – planovi za proširenje sezone 	<ul style="list-style-type: none"> – odljev mladog stanovništva – konkurentnost susjednih zemalja (Slovenija) i susjednih regija (Sjeverni, Srednji i Južni Jadran) – nezadovoljavajuće gospodarenje državnim šumama – onečišćenost prirodnih površina – manjak brige za okoliš lokalnog stanovništva

<ul style="list-style-type: none"> – postojanje LAG-ova i TZ-a – kvalitetan rad turističkih zajednica – promjene trendova u turizmu – rast popularnosti sela i ekološkog uzgoja – podizanje svijesti za zdravim i aktivnim načinom života – društvene mreže – Hidroenergetski potencijal za elektrane – Velik nenaseljen i očuvan prostor 	<ul style="list-style-type: none"> – ugostiteljska ponuda uvozne robe inferiorne kvalitete – birokracijske komplikacije – visoki troškovi i dugotrajnost postupka rješavanja imovinsko-pravnih odnosa – usitnjenost posjeda – klimatske promjene – jačanje intenziviteta i učestalosti elementarnih nepogoda – zapuštenost zemljišta – nusklađenost obrazovnog sustava s potrebama na tržištu – nepostojanje regionalne i nacionalne strategije povezivanja turizma i poljoprivrede
---	--

Tablica 12. SWOT analiza ruralnog turizma Sjeverozapadne Hrvatske
Izrada autora.

Sjeverozapadna Hrvatska izdvaja se po iznimno povoljnom geografskom položaju koji spada u jedne od važnijih privlačnih faktora regije. Takav položaj omogućuje stalni priljev turista iz zapadnih Europskih zemalja, ali je također i čini popularnom tranzitinom destinacijom. Iznimne prirodne ljepote, posebice vodna blaga, bogat biljni i životinjski svijet te relativno niska stopa naseljenosti temelj su danjeg ravoja ruralnog turizma stoga je njihovo očuvanje ključno. Osim prirodnih, regija je prepuna i kluturnih bogatstava, nalazišta i muzeja koji pridonose turističkoj ponudi. Ponudu također upotpunjuje gastronomija koja se temelji na tradicionalnim jelima spravljenim od lokanih namirnica. Postojanje planova te jasno definiranih ciljeva i zakona jedna je od najbitnijih „snaga“ danjeg turističkog razvoja. Brojne poteškoće i problemi također postoje, a jedan od najvećih je nepovoljna demografska slika. Broj stanovnika opada, dobna struktura se mijenja (stanovništvo stari), a utjecaj urbanizacije je očit te se trend iseljavanja stanovnika iz ruralnih područja nastavlja i raste. Kao što je u prethodno spomenuto, planiranje od strane rukovodećih tijela postoji, ali je često nedovoljno detaljno i konkretno, a upravljanje državnom imovinom, nekretninama i zemljištima, izrazito

je slabo te predstavlja velik problem jer te nekretnine sve više propadaju, a mnoge bi od njih mogle stvarati izrazitu ekonomsku korist te upotpuniti turističku ponudu.

5. ZAKLJUČAK

Ruralni turizam predstavlja važnu sastavnicu regionalnog razvoja Sjeverozapadne Hrvatske i ekonomskog napretka njenih najnerazvijenijih područja. Potencijal ovog oblika turizma u regiji koja posjeduje ovakvu količinu prirodnih ljepota i kluturnih blaga, izniman je, ali i u velikoj mjeri neiskorišten. Mjesto za danji razvoj i napredak postoji, kao i interes lokalnih zajednica, a financijski poticaji nikad nisu bili viši. Prilikom razvoja Turističke zajednice morale bi imati jasno definiran plan, detaljne smjernice i zakonodavni okvir koji prati taj razvoj, čime se eliminira negativan utjecaj na lokalno stanovništvo i osigurava razvoj kvalitetne turističke ponude. Prekoračenje kapaciteta neke destinacije dovodi do velikih gužvi, prekomjerna gradnja apartmanskih kuća narušava izgled gradova, količina zagađenja raste, kao i razina cijena koje postanu previsoke za lokalno stanovništvo. Sjeverozapadna Hrvatska trenutno ne pati od navedenih problema i ruralni se turizam razvija u pravom smjeru. Destinacije su ugodne za posjet, hrana je uglavnom domaća i kvalitetna, a smještajni objekti uređenjem i arhitekturom se uklapaju u selo ili grad u kojem se nalaze. Negativna strana turističke ponude je izrazito slaba ponuda sportskih aktivnosti koje ovaj tip turista traži. Bicikliranje, planinarenje, veslanje, vožnja motociklima i slične aktivnosti morale bi biti dio ponude. Raznolikost proizvoda također je često zanemarena, većina ponude se sastoji od restorana ili vinarija u drvenim/kamenim tradicionalnim kućama sa domaćom hranom i vinima. Na području čitave regije nalazi se samo jedan kamp iako postoje brojne lokacije sa preduvjetima za njihov razvoj. U seminarskom radu izdvojen je OPG Franić čija je temeljna djelatnost pčelarstvo, a cjelokupna se ponuda temelji na medu i proizvodima od meda što je izrazito popularno zadnjih godina i trebalo bi se mnogo češće implementirati u ponudu OPG-ova.

Dakle iz navedenog istraživanja vidljivo je da je ruralni turizam izvrstan način ekonomskog i društvenog razvoja ruralnih sredina te da izrazito povoljno utječe na ekonomsku sliku Sjeverozapadne Hrvatske, a u nekoj mjeri popravljiva i onu demografsku. Udruge poput turističkih zajednica i LAG-ova odličan su indikator i pokazuju da postoje tijela čije su funkcije strateško planiranje razvoja te inicijacija raznih projekata i akcija što je izrazito bitno za kvalitetan razvoj turizma koji ima brojne koristi uz minimalnu štetnost za lokalno stanovništvo i okoliš u kojem se turistička aktivnost provodi.

LITERATURA

Knjige:

1. D. Demonja, P. Ružić. 2010. *Ruralni turizam u Hrvatskoj*. Zagreb. Meridijani.
2. Alfier, D. 2010. *Turizam – Turističke funkcije kulture i kulturne funkcije turizma*. Zagreb. Institut za turizam.
3. Bartoluci, M. 2013. *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*. Zagreb. Školska knjiga.
4. Ivandić, Neven. Kunst, Ivo i dr. 2015. *Strategija razvoja turizma Varaždinske županije 2015. – 2025*. Zagreb. Institut za turizam.
5. Pančić Kombol, Tonka. 2000. *Selektivni turizam*. Matulji . TMCP Sagena d.o.o.
6. F. Zha. 2004. *Studying on the Origin and Definition of Rural Tourism[A]*. Journal of Ankang Normal University.
7. C. Fan. 2002. *On the Development of Rural Tourism[J]*. Journal of Yuzhou University (JCR-SSCI).
8. AFLIĆ, S. i ŠERGO, Z. (2014.) *Inovacijske perspektive Hrvatskog turizma, Suvremeni trendovi u turizmu*. Pula. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma “Dr. Mijo Mirković”.
9. Zaninović, Ksenija. 2008. *Klimatski atlas Hrvatske*. Zagreb. Državni hidrometeorološki zavod. ZT Zagraf.
10. Peštek, Almir. Kukolja, Marko. 2020. *Gastronomy for Tourism Development: Potential of the Western Balkans*. Bradford. Emerald Publishing Limited.
11. Lukić, A. 2010. *O teorijskim pristupima ruralnom prostoru*. Hrvatski geografski glasnik, Zagreb.
12. Pičuljan, Marija i Damijanović, Ana. 2007. *Identifikacija i sistematizacija turizma*. Institut za poljoprivredu i turizam. Zagreb.
13. Marković, Vladimir. 1975. *Barokni dvorci Hrvatskog zagorja*. Zagreb. Kajkavsko spravišće.
14. Vukonić, Boris. 2005. *Povijest hrvatskog turizma*. Zagreb. Prometej.
15. Mustapić, Zvonko. i suradnici. 2005. *Lovstvo*. Varaždin . Tiskara Varteks.
16. Getz, D. and Page, S. 1997. *The Business of Rural Tourism: International Perspectives*. International Thomson Business Press, London.

17. Matijević-Sokol, Mirjana. 1996. Zabok. *Povijesna svjedočanstva o Zaboku : Zavičajem Ksavera Šandora Gjalskog*. Matica hrvatska, Ogranak Zabok.
18. Pičuljan, Marija i Damijanović, Ana. 2007. *Identifikacija i sistematizacija turizma*. Institut za poljoprivredu i turizam. Zagreb.
19. Geić, Stanko. 2011. *Menadžment selektivnih oblika turizma*. Split. Sveučilište u Splitu. Sveučilišni studijski centar za stručne studije.
20. Karolina, Barilar. Maja Flegar. Matečić, Katarina, Gršetić. Ivan, Sviben. Tomislav, Keglević. 2022. Plan razvoja Krapinsko - zagorske županije 2021.-2027. *Službeni glasnik Krapinsko-zagorske Županije*. Krapina.
21. Markus, Tomislav. 2004. Zagreb. *Socijalna ekologija*. Hrvatsko sociološko društvo, Zavod za sociologiju Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Zagreb.

Ostala literatura:

1. Strukturni fondovi.hr. 2022. *Polugodišnja izvješća o korištenju pretpristupnih programa pomoći Europske unije i europskih strukturnih instrumenata za razdoblje od 1. srpnja 2022. do 31. prosinca 2022.* Zagreb. Polugodišnje izvješće. https://strukturnifondovi.hr/wpcontent/uploads/2023/07/IZVJ_KORISTENJE_EUROPSKIH_FONDOVA_SRPAJN_PROSINAC_2022.pdf. (pristupljeno 10. 8 2023.)
2. Hrvatska.eu. 2023. *Klimatska obilježja Republike Hrvatske*. Zagreb. <https://croatia.eu/index.php?view=article&id=10&lang=1> (pristupljeno 10. 8 2023.)
3. Ministarstvo poljoprivrede. 2021. *Godišnje izvješće o stanju poljoprivrede u 2020. Godini*. Godišnje izvješće. Zagreb. https://poljoprivreda.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/poljoprivredna_politika/zeleno_izvjesce/2021_12_15%20Zeleno%20izvje%C5%A1%C4%87e%202020_final.pdf. (pristupljeno 11. kolovoza 2023.)
4. Ministarstvo turizma. 2015. *Ruralni turizam Hrvatske*. Nacionalni katalog. Zagreb. <https://www.hgk.hr/documents/hgkatalogruralniturizamhrvatskeweb57728ea64487b.pdf> (pristupljeno 11. kolovoza 2023.)
5. Buljan, Helena. 2021. Etno farma Mirnovec u Samoboru – idila za ljubitelje konja. *Putovanja sa začinom*. Zagreb. <https://putovanjasazacinom.com/etno-farma-mirnovec-u-samoboru-najljepsi-konji-u-hrvatskoj/> (pristupljeno 11. kolovoza 2023.)

6. Hrvatska turistička zajednica. 2023. Strateški i programski dokumenti. Statističko izvješće. Zagreb: Hrvatska turistička zajednica <https://www.htz.hr/hr-HR/opce-informacije/regulativa/strateski-i-programski-dokumenti> (pristupljeno 11. kolovoza 2023.)
7. Državni zavod za statistiku. 2019. *Udio turizma u ukupnom BDP-u Hrvatske*. Statističko izvješće. Zagreb: Državni zavod za statistiku <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/bdp-i-nacionalni-racuni/godisnji-bdp/> (pristupljeno 13. kolovoza 2023.)
8. Državni zavod za statistiku. 2023. *Dolasci i noćenja turista u komercijalnom smještaju u lipnju 2023*. Statističko izvješće. Zagreb: Državni zavod za statistiku <https://www.htz.hr/hr-HR/opce-informacije/regulativa/strateski-i-programski-dokumenti> (pristupljeno 13. kolovoza 2023.)
9. Državni zavod za statistiku. 2022. *Turizam u 2022*. Statističko izvješće. Zagreb: Državni zavod za statistiku <https://podaci.dzs.hr/media/y1llwoan/si-1722-turizam-u-2022.pdf> (pristupljeno 13. kolovoza 2023.)
10. Državni zavod za statistiku. 2022. *Zaposlenost – pregled po županijama*. Zagreb: Državni zavod za statistiku <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/trziste-rada/> (pristupljeno 13. kolovoza 2023.)
11. Fondovi eu. 2023. *Iskorištenost Programa ruralnog razvoja EU po županijama*. Godišnje izvješće. Zagreb. . <https://fondovieu.gov.hr/korisni-dokumenti> (pristupljeno 13. kolovoza 2023.)
12. Ministarstvo turizma i sporta. 2022. *Dodjele bezospovratnih sredstava*. Godišnje izvješće. Zagreb: Ministarstvo turizma i sporta. <https://mint.gov.hr/financijski-dokumenti/5234> (pristupljeno 14. kolovoza 2023.)
13. Stanovništvo prema narodnosti i vjeri, Popis 2021. <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/stanovnistvo/> ; (prikupljeno 16. kolovoza 2023.)
14. OECD, 2003. Territorial indicators of socio economic patterns and dynamics DT/TDPC(2002)23. (<http://oecd.org/dataoecd/42/16/15181756.doc>) (prikupljeno 16. kolovoza 2023.)
15. Janja Žaja. 2022. „Turizam u brojkama“. Hrvatska turistička zajednica. <https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/analize-s-podrucja-turizma/turizam-u-brojkama>. (prikupljeno 16. kolovoza 2023.)

Popis ilustracija

Slike

Slika 1. Pojavni oblici ruralnog turizma.....	6
Slika2. Prikaz sjeverozapadne Hrvatske na karti RH i najbitnijih gradova regije na karti.....	19
Slika 3. Seljačko dominstvo Jastrebov vrh.....	26
Slika 4. Agroturizam Zaboky selo.....	27
Slika 5. Vianrija Bolfan vinski vrh.....	28
Slika 6. Etno farma Mirnovec.....	29
Slika 7. Vinarija Dvanajščak Kozol.....	30
Slika 8. OPG Franić.....	31
Slika 9. Kuća za odmor u selu Banski Grabovac.....	36
Slika10. Rbarska kuća Trakoščan.....	36
Slika 11. Sajam BIT u Milanu, štand HTZ.....	38
Slika12. Arijana Podgajski, haljina sa logom Bajka na dlanu.....	39
Slika 13. Dvorac Oroslavlje Donje, Oroslavlje.....	41

Tablice

Tablica 1 . Kriteriji za definiranje okvira ruralnog turizma.....	5
Tablica 2 : alocirana, ugovorena i isplaćena sredstva po mjerama (eur).....	17
Tablica 3. Turistički podatci krpainsko-zagorska županija.....	21
Tablica 4. Turistički podatci zagrebačka županija.....	21
Tablica 5. Turistički podatci varaždinska županija.....	22
Tablica 6. Turistički podatci međimurska županija.....	23
Tablica 7. Turistički podatci koprivničko-križevačka županija.....	24
Tablica 8. Indeks promjene turističkih dolazaka 2022. U odnosu na 2021.).....	25
Tablica 9. Statistika zaposlenosti, 3 uzastopne godine , sjeverozapadna hrvatska.....	37
Tablica 10. Iskorištenost programa ruralnog razvoja eu po županijama , sjeverozapadna hrvatska.....	37
Tablica 11. Nematerijalna kulturna baština sjeverozapadne hrvatske.....	42

Tablica 12. Swot analiza ruralnog turizma sjeverozapadne hrvatske.....	45
--	----

Grafovi

Graf 1. udio turizma u bdp-u republike hrvatske	33
---	----