

Razvoj ruralnog turizma na području grada Ogulina

Petković, Lara

Master's thesis / Diplomski rad

2023

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:791868>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-03**



Repository / Repozitorij:

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



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

LARA PETKOVIĆ

Razvoj ruralnog turizma na području grada Ogulina
Development of Rural Tourism in the Area of the City Ogulin

Diplomski rad

Opatija, 2023.

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

Razvoj ruralnog turizma na području grada Ogulina
Development of Rural Tourism in the Area of the City Ogulin

Diplomski rad

Kolegij: **Ruralni turizam**

Mentor: **dr. sc. Romina Alkier**

Studentica: **Lara Petković**

Matični broj: **3815/018.**

Opatija, srpanj 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 RADA

Ime i prezime studenta: Lara Petković
Matični broj: 3815

Izjavljujem da sam diplomski rad pod naslovom

Razvoj ruralnog turizma na području grada Ogulina

izradila samostalno te sam suglasna o javnoj objavi rada u elektroničkom obliku.

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 su jasno označeni kao takvi te adekvatno navedeni u popisu literature.

U Opatiji, 2023.

Potpis studenta: Lara Petković

Sadržaj

Uvod	1
1. Preduvjeti razvoja turizma grada Ogulina	3
1.1. Opći podaci i položaj grada Ogulina	3
1.2. Povijest grada Ogulina	3
1.3. Prirodno – geografski preduvjeti razvoja turizma grada Ogulina	4
1.4. Prometni preduvjeti razvoja turizma grada Ogulina	6
1.5. Kulturni preduvjeti razvoja turizma grada Ogulina	7
1.6. Demografski preduvjeti razvoja turizma grada Ogulina	8
2. Analiza sadašnjeg stanja turizma grada Ogulina	10
2.1. Kvantitativna analiza ponude turizma	10
2.2. Kvalitativna analiza potražnje	12
2.3. Uloga lokalnog stanovništva u razvoju turizma grada Ogulina	14
3. Definiranje pojma ruralni turizam i ostalih karakteristika	16
3.1. Nastanak i razvoj ruralnog turizma	17
3.2. Obilježja ruralnih područja	18
3.3. Ruralna turistička destinacija	19
3.4. Financiranje razvoja turizma u ruralnim područjima	20
3.5. Motivi dolaska turista u ruralna područja	21
3.6. Pozitivni i negativni učinci razvoja ruralnog turizma	22
4. Osnovne karakteristike ruralnog turizma na području grada Ogulina	24
4.1. Postojeći oblici ruralnog turizma na području grada Ogulina	24
4.2. Perspektive i budući potencijali razvoja pojedinih oblika ruralnog turizma na području grada Ogulina	25
4.2.1. Sportsko rekreacijski turizam	26
4.2.2. Avanturistički turizam	27
4.2.3. Ribolovni i lovni turizam	28
4.2.4. Kamping turizam	28
4.2.5. Turizam na seljačkim gospodarstvima	28
4.2.6. Edukacijski turizam	29
4.3. Prijedlozi za unapređenje razvoja ruralnog turizma na području grada Ogulina	30
5. Istraživanje stavova domicilnog stanovništva, turističke zajednice i turista o razvoju turizma s naglaskom na ruralni turizam na području grada Ogulina	32
5.1. Rezultati stavova domicilnog stanovništva	32
5.2. Intervju s turističkom zajednicom	44
5.3. Rezultati stavova turista	45
5.4. Zaključak i smjernice	52
Zaključak	54
Bibliografija	55

Uvod

Tema ovog diplomskog rada je „Razvoj ruralnog turizma na području grada Ogulina“, za čiju je izradu provedeno primarno i sekundarno istraživanje. Primarno istraživanje je provedeno anketom domicilnog stanovništva i turista, dok je sekundarno istraživanje izvršeno prikupljanjem podataka putem interneta i dostupne literature koja obuhvaća znanstvene i stručne članke.

Zbog ubrzanog i stresnog načina života u gradskim sredinama, ljudi se sve više fokusiraju na bijeg u mirnija područja, zbog čega se posljednjih godina od specifičnih oblika turizma sve više nameće ruralni turizam. Iako ruralna područja zauzimaju oko 90% površine Hrvatske, ruralni turizam je marginaliziran zbog usredotočenosti hrvatskog turizma na more i hrvatsku obalu.

Ruralni prostor na širem području grada Ogulina je relativno zapušten, sa malenim brojem starijeg stanovništva i nerazvijenom infrastrukturom, ali ga s druge strane odlikuje nedirnuta priroda, ekološka očuvanost, raznovrstan biljni i životinjski svijet te bogatstvo prirodne i kulturne baštine. S obzirom na navedene atribute ruralni turizam na području grada Ogulina ima značajne mogućnosti za razvoj.

Diplomski rad se sastoji od pet poglavlja, uvoda i zaključka. U prvom poglavlju pod nazivom „Preduvjeti razvoja turizma grada Ogulina“ dati su opći podaci o gradu Ogulinu, njegova povijest te preduvjeti koji su potrebni za razvoj turizma među koje spadaju: prirodno – geografski, prometni kulturni i demografski. Drugo poglavlje nosi naziv „Analiza sadašnjeg stanja turizma grada Ogulin“ u kome je analizirano sadašnje stanje turizma u Ogulinu kroz kvantitativnu analizu turističke ponude i potražnje, te objašnjena važnost uloge lokalnog stanovništva u razvoju turizma. U trećem poglavlju „Definiranje pojma ruralni turizam i ostalih karakteristika“ upoznat ćemo se sa nastankom i razvojem ruralnog turizma kroz povijest, njegovim obilježjima, mogućnošću financiranja, motivima dolaska turista u ruralna područja te o pozitivnim i negativnim učincima razvoja ruralnog turizma. U četvrtom poglavlju pod nazivom „Osnovne karakteristike ruralnog turizma na području grada Ogulina“ navedeni su postojeći oblici ruralnog turizma na području grada Ogulina, kao i oblici ruralnog turizma koji u budućnosti na ogulinskom području imaju najviše perspektive i razvojnog potencijala. Na kraju poglavlja iznijeti su prijedlozi koji bi unaprijedili razvoj turizma s naglaskom na ruralni na području grada Ogulina. U petom poglavlju kroz rezultate ankete izneseni su stavovi domicilnog stanovništva i turista, kao i djelatnika turističke zajednice i lokalne samouprave putem intervjua.

Na temelju dobivenih rezultata na kraju poglavlja donesen je zaključak i date daljnje smjernice. Pri izradi ovog rada korištene su: induktivna metoda (analiza sadašnjeg stanja), deduktivna (gdje se iz općih rezultata istraživanja dolazi do posebnih i pojedinačnih zaključaka), metoda analize (koja je korištena na primjerima kvalitativne i kvantitativne analize ponude i potražnje), metoda sinteze (sinteza jednostavnih sudova u složenije, a korištena je kod sinteze pojedinačnih rezultata istraživanja turističke destinacije) i metoda kompilacije (preuzimanje tuđih rezultata uz citiranje).

1. Preduvjeti razvoja turizma grada Ogulina

Uz rijeku Dobru, ispod padina Kleka, na ravnici visokoj 323m iznad mora smjestio se grad Ogulin. Zbog svog geografskog položaja, bogate povijesti i kulture, a pogotovo prirodnih ljepota, grad Ogulin ima velike mogućnosti razvoja turizma. U nastavku ćemo se detaljnije osvrnuti na povijest grada Ogulina te na prirodno – geografske, prometne, kulturne, demografske i intelektualne preduvjete koji značajno utječu na razvoj i privlačnost grada kao prepoznatljive turističke destinacije.

1.1. Opći podaci i položaj grada Ogulina

Grad Ogulin se nalazi u sastavu Karlovačke županije i prostorno je najveća jedinica lokalne samouprave. „Zauzima površinu od 542.32 km², što čini 14,80% sveukupne površine Karlovačke županije.“¹ Smjestio se na njenom jugozapadnom dijelu i graniči s gradovima Novi Vinodolski i Vrbovsko koji su u sastavu Primorsko goranske županije.

Prirodno kretanje broja stanovnika grada Ogulina je negativno. Danas pad broja stanovnika bilježe svi gradovi Karlovačke županije pa tako i Ogulin koji je po popisu stanovništva iz 2011. godine imao 13915 stanovnika, da bi se po popisu stanovništva 2021. godine taj broj smanjio na 12251 stanovnika. „U razdoblju 2016 – 2020. godine rođeno je 533, a umrlo 960 stanovnika što znači da je u četverogodišnjem periodu 427 više umrlih u odnosu na broj rođenih.“²

1.2. Povijest grada Ogulina

Grad Ogulin sagrađio je krajem 15 stoljeća modruški knez Bernardin Frankopan, nakon što su Turci osvojili i razrušili grad Modruš. Nova utvrda sagrađena je iznad samog ponora rijeke Dobre zbog čega je uspješno odolijevala turskim napadima te postala središnjom građevinom oko koje je nastao današnji grad Ogulin. „Pretpostavlja se da današnje ime Ogulin potječe od latinskog izraza „ob gula“ što znači ponor.“³ 1570. godine Ogulin postaje sjedište obrambenog sustava buduće Vojne krajine. Početkom 18. stoljeća na području današnje Karlovačke županije osnovane su četiri pukovnije, a jedna od njih je bila smještena u Ogulinu. Osnivanjem navedene pukovnije Ogulin je već u to vrijeme dobio snažan poticaj za razvoj, posebno u otvaranju obrazovnih ustanova. Razvojenjem vojne krajine a posebno nestankom loze Frankopana dolazi do formiranja županija među kojima je bila i Modruško-riječka sa sjedištem u Ogulinu.

¹ Ogulin danas | Turistička zajednica Grada Ogulina (tz-grada-ogulina.hr) (preuzeto 10.4.2023.)

² Državni zavod za statistiku www.popis2021.hr (preuzeto 10.4.2023.)

³ Pavešić, Puškarić, Ogulin i okolica, str. 22

U vrijeme Nezavisne Države Hrvatske osnovana je Velika župa Modruš (1941 – 1946) sa sjedištem u Ogulinu, a nakon 2. svjetskog rata pa sve do 1990. godine Hrvatska je bila u sklopu FNRJ, odnosno SFRJ. Istu godinu obilježili su prvi demokratski izbori, konstituiranje novo Sabora, donošenje novog Ustava Republike Hrvatske, kojim je određeno upravno-pravno ustrojstvo hrvatske države, te je Ogulin tada prestao biti kotar i postao općina. Ogulin je jedini grad na ovom području koji je zbog strateškog položaja imao tako buran razvoj sa svim karakteristikama grada.

1.3. Prirodno – geografski preduvjeti razvoja turizma grada Ogulina

Teritorij grada Ogulina zauzima značajni geoprometni položaj, kao prijelazno područje između Gorske i Središnje Hrvatske. Širu okolicu grada Ogulina sačinjava 20 naselja, i to: Desmerice, Donje Zagorje, Drežnica, Dujmić Selo, Gornje Zagorje, Jasenak, Marković Selo, Ogulinski Hreljin, Ponikve, Popovo Selo, Potok Musulinski, Puškarići, Ribarići, Sabljak Selo, Salopek Selo, Sveti Petar, Trošmarija, Turkovići, Vitunj i Zagorje.

Šumarstvo i prerada drveta, poljoprivreda i obrtništvo temelji su gospodarskog razvoja Ogulina. Najvažniji gospodarski resurs Ogulina čini bogati šumski fond koji pokriva oko 60% svih površina, zbog čega je šumarstvo i prerada drvnih masa glavna gospodarska grana ovog kraja. Vegetacijska struktura podijeljena je na nižu zonu listopadnih šuma i višu zonu, gdje dominiraju crnogorične šume. Ogulinski kraj bogat je pašnjacima za razvoj stočarstva i uzgoj poljoprivrednih kultura, a tu je poznata autohtona vrsta ogulinskog zelja koja je nositelj znaka „Hrvatska kvaliteta“.

Ogulinsko područje se nalazi na granici kontinentalne i sredozemne klime, koje utječu na vegetaciju i način života.

U blizini Ogulina postoje i dva umjetna jezera; Bukovnik i Sabljaci. Posebno treba istaknuti jezero Sabljaci koje se sve više deklarira kao odredište koje je tijekom cijele godine puno posjetitelja, općinjenih ljepotama prirode ovoga kraja. Jedno od najatraktivnijih i najpopularnijih odredišta planinara i zaljubljenika u prirodu po čemu je Ogulin prepoznatljiv je 1182 m visoka planina Klek⁴ koja se nalazi na rubu Velike Kapele i ima oblik diva koji je opjevan i u narodnim pjesmama. Glavna 200 metara visoka stijena koristi se za učenje alpskog penjanja pa je zbog toga 1874. osnovano Planinarsko društvo i prva škola hrvatskog alpinizma. Još je jedna legenda vezana za planinu Klek kao okupljalište vještica pa su one postale svojevrsan simbol Ogulina. Planinarski dom sagrađen je 1958. godine i nalazi se 200 metara

⁴ Hrvatski planinarski savez, www.hps.hr (preuzeto 10.4.2023.)

ispod vrha. Za vrijeme sunčanog dana sa vrha se pruža pogled do udaljenih mjesta kao što je Zagreb.

1.4. Prometni preduvjeti razvoja turizma grada Ogulina

Svaki turist želi da brzo i sigurno stigne do odabrane destinacije pa zbog toga možemo reći da je prometna povezanost jedan od najvažnijih preduvjeta za razvoj turizma. Da bi se neka destinacija razvijala kao turistička mora imati dobru i sigurnu prometnu povezanost kako unutar zemlje, tako i sa ostalim državama Europe. Razvojem turizma potiče se izgradnja prometnih i infrastrukturnih objekata. „Promet na turizam utječe savladavanjem udaljenosti, dakle skraćivanjem putovanja u turističke svrhe.“⁵ Zbog svoje geografske pozicije, odlične prometne povezanosti i razvijene infrastrukture, Hrvatska je postala jedna od vodećih destinacija receptivnog turizma. Sukladno tome, Ogulin koji je smješten na polovici puta između Zagreba i Rijeke i kao prijelazno područje između središnje i gorske Hrvatske zbog svog prometnog položaja ima velike predispozicije da postane destinacija tranzitnog turizma, ali i mogućnost za razvoj svih ostalih tipova turizma: sportskih, sportsko-rekreativnih, izletnički, kulturni, speleološki, lovni i ribolovni, planinarski, eko-turizam, itd.

Željeznički i cestovni promet su u Ogulinu glavne prometne grane, a razvoju turizma naročito je pridonijela izgradnja autoceste A1 (Zagreb – Split), koja je 2003. godine puštena u promet. Također, za Ogulin veliku važnost ima i pruga Rijeka - Ogulin – Karlovac – Zagreb – Budimpešta koja je puštena u promet 1873. godine.

Do izgradnje autoceste A1 glavne poveznice Ogulina sa morem bile su ceste Rudolfina i Jozefina. Rudofina je duga 68 kilometara i predstavljala je najkraći put do mora, a nazvana je po nadvojvodi Rudolfu, sinu cara Franje Josipa I. Njena izgradnja trajala je od 1867. godine do 1874. godina i velike zasluge za njezinu izgradnju ima ban Ivan Mažuranić, čemu svjedoči natpis uklesan u stijenu na najvišem prijevoju Banska Vrata na visini od 1083 metra nadmorske visine.

Nedaleko Ogulina nalazi se i Jozefinska cesta koja je ime dobila po Josipu II. inicijatoru ceste i sinu austrijske carice Marije Terezije. Građena je između 1765. i 1779. godine, a vodi iz Karlovca, preko Josipdola, Brinja i Vratnika, do Senja. Visoki vrhovi preko kojih je izgrađena predstavljaju turistički atrakciju, posebno zbog prekrasnog pogleda s kojih se pruža pogled na Velebitski kanal i kvarnerske otoke.

⁵ Mrnjavac: „Promet u turizmu“, Opatija 2002., str.33

1.5. Kulturni preduvjeti razvoja turizma grada Ogulina

Iako je Hrvatska bogata kulturnom baštinom nije postojala zainteresiranost turista za specifičnim oblicima turizma, a niti su se u tom smislu angažirale turističke zajednice već je više bio zastupljen masovni turizam. Tek krajem prošlog stoljeća došlo je do promjene u turističkoj potražnji, odnosno do povećane potražnje za specifičnim oblicima turizma. Taj potencijal za razvoj kulturnog turizma prepoznala je Hrvatska turistička zajednica i 2003. godine osnovala Ured za kulturni turizam kojem je cilj promoviranje hrvatske kulturne baštine. Demonja konstatira da je „kulturni turizam jedan od posebnih oblika turizma koji ovoj gospodarskoj grani nudi dugoročnu konkurentnu prednost. Turizam i kultura se prožimaju, a osmišljavanjem kulturno-turističkog proizvoda obogaćuje se osnovni proizvod, odnosno imidž odredišta, povećava potrošnja, duljina boravka turista i zadovoljstvo njihovim boravkom, iz čega slijedi ponovni posjet, stimulira se lokalna, odnosno regionalna potražnja i otvaraju se mogućnosti razvoja novih tržišnih segmenata.⁶ Povijest i kultura naroda određene destinacije često su jedan od glavnih motiva za dolazak u neku turističku destinaciju. Najčešća definicija za kulturni turizam koju možemo naći u stručnoj literaturi je: kulturni turizam označava kretanje ljudi uzrokovano kulturnim atrakcijama izvan njihova mjesta stanovanja s namjerom prikupljanja novih informacija i iskustva kako bi zadovoljili svoje kulturne potrebe.⁷ Najpoznatija kulturna znamenitost u Ogulinu je renesansni dvorac koji je oko 1500.-te godine dao sagraditi modruški knez Bernardin Frankopan. Građevina je u obliku nepravilnog četverokuta i nalazi se u samom središtu grada iznad kanjona u koji ponire rijeka Dobra (Đulin ponor). Dvorišni prostor je s tri strane bio okružen kamenim zidovima, dok se na četvrtoj strani nalazi dvorac. Godine 1967. u kuli je otvoren „Zavičajni muzej u kojem se može razgledati arheološka zbirka Japoda, etnografska zbirka“⁸ i zbirka starog oružja, planinarsko-alpinistička zbirka, spomen soba Ivane Brlić Mažuranić te spomen soba hrvatskim braniteljima. „U dvorišnom prostoru kule nalazi se i kapela Sv. Bernardina koju je Bernardin Frankopan dao izgraditi u čast svog zaštitnika Sv. Bernardina. Krajem 2013. godine otvorena je Ivanina kuća bajke (multimedijalni interaktivni centar za posjetitelje) koja je smještena u dvorišnom prostoru.“⁹ Posebna atrakcija je Đulin ponor s kojim završava kanjon rijeke Dobre, dubok oko 40 metara i nalazi se u središtu Ogulina i nestaje u dubini pod kamenom liticom te ponovo

⁶ Demonja: „Kulturni turizam: Hrvatska iskustva (preuzeto 9.4. 2023.)

⁷ Jelinčić: „Abeceda kulturnog turizma“, Meandarmedia Zagreb, 2008., str. 43

⁸ zavičajni muzej: <https://zavicajni-muzej-ogulin.hr/zbirke/etnografska-zbirka> (preuzeto 20.4.2023.)

⁹ Turistička zajednica Ogulin, www.tz-grada-ogulina.hr (preuzeto 20.4.2023.)

izvire u sedam kilometara udaljenom selu Gojak. Osim dvorca postoji još nekoliko značajnijih kulturnih i povijesnih građevina koje se nalaze u samom gradu ili bližoj okolini a to su:

- Vrelo Cesarovac – nalazi se u centru grada, a izgrađen je 1847. godine u čast izgradnje prvog vodovoda u Ogulinu. Vodovod je dugačak 5 kilometara, a dovodi vodu iz izvora koji se nalazi ispod Kleka. Za izgradnju vodovoda korištene su jelove cijevi koje su kasnije zamijenjene sa glinenima, a glinene 1882. godine sa željeznima.
- Spomenik kralju Tomislavu koji se također nalazi u samom središtu grada podignut je 1925. godine na 1000-tu godišnjicu njegove krunidbe.
- Bista Ivane Brlić Mažuranić – postavljena je 1974. godine povodom 100. godišnjice njenog rođenja.
- Crkva Uzvišenja sv. Križa – župna crkva u središtu grada koja je sagrađena 1781. godine, a posvećena 1. lipnja 1793. godine.
- Kapela sv. Jakova – koju su sagradili Frankopani potječe iz 12. ili 13. stoljeća i jedna je od najstarijih građevina u Ogulinu.

1.6. Demografski preduvjeti razvoja turizma grada Ogulina

Jedan od preduvjeta za razvoj turističke destinacije i za određivanje strategije razvoja turizma je analiza stanovništva. Prema najnovijem popisu stanovništva u Karlovačkoj županiji ima 112 596 stanovnika. U usporedbi sa popisom stanovništva 2011. godine županija je izgubila 16 303 stanovnika odnosno 12.65% u odnosu na popis stanovništva 2011. godine. Ogulin je popisom stanovništva iz 2011. godine imao 13 915 stanovnika, da bi popisom iz 2021. godine taj broj pao na 12 251 stanovnika, što je manje za 1664 stanovnika odnosno za 11.96% u odnosu na popis stanovništva iz 2011. godine. Prosječna gustoća naseljenosti Grada Ogulina 2001. godine je bila 27,76 st/km², što je znatno manje nego je bio prosjek u Karlovačkoj županiji (38,69 st/km²) ili hrvatski prosjek (77,49 st/km²), a prema popisu za 2011. godinu zbog pada broja stanovnika prosječna gustoća je bila 25,66 st/km², da bi po popisu iz 2021. zbog još manjeg broja stanovnika pala na 22.59 st/km².

Tablica 1: Broj i udio stanovnika prema dobnim skupinama i prema spolu (popis stn. 2021.)

DOB	M	Ž	UKUPNO
0 - 19	1165	1129	2294
20 - 59	3786	3419	7205
60 i više	1044	1708	2752
UKUPNO	5995	6256	12251

Izvor: obrada autorice prema podacima prikupljenih od Turističke zajednice Grada Ogulina za 2021.

S obzirom na dobnu strukturu stanovništva, mladi do 19 godina čine 18,73% ukupnog stanovništva, odnosno ima ih 2294. Staro stanovništvo od 60 i više godina čine 22,46% stanovništva to jest ima ih 2752 dok stanovnika od 20 do 60 godina ima 7205 odnosno 58,81% od ukupnog broja stanovnika. U Ogulinu kao i u ostatku Hrvatske vlada trend starenja stanovništva što je vidljivo po indeksu starenja koji iznosi 119.96%.

2. Analiza sadašnjeg stanja turizma grada Ogulina

Iako se zadnjih godina Ogulin predstavlja kao turistička destinacija, turizam je još uvijek u drugom planu. S obzirom da se Ogulin nalazi u središtu kontinentalne Hrvatske, udaljen manje od sto kilometara i od Zagreba i od Rijeke, on je zapravo samo prolazna turistička destinacija u kojoj većina turista prenoći kako bi nastavili putovanje prema unutrašnjosti, moru ili Plitvičkim jezerima. Da bi se odredili ciljevi i buduće strategije kojima bi grad Ogulin bio konkurentan na turističkom tržištu, potrebno je provesti analizu sadašnjeg stanja, odnosno utvrditi trenutno stanje u odnosu na okruženje. Da bi dobili jasnu sliku sadašnjeg stanja turizma u gradu Ogulinu i mogli dati smjernice i strategije budućeg razvoja turizma potrebno je provesti kvantitativnu i kvalitativnu analizu.

2.1. Kvantitativna analiza ponude turizma

Kvantitativna analiza se odnosi na mjerljive veličine čije podatke možemo izraziti u tabličnom obliku ili pomoću grafikona. Kvantitativnom analizom grada Ogulina obuhvatit će se kvantitativna analiza ponude, odnosno broj smještajnih i ugostiteljskih objekata, broj soba i kreveta i kvantitativna analiza potražnje, odnosno broj dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista. Kvantitativna analiza je objektivna jer se temelji na klasifikaciji podataka na temelju vrijednosti koje se mogu izračunati. Pošto ponuda uvijek treba biti ispred potražnje analizu ćemo započeti sa analizom ponude.

Kvantitativna analiza ponude - turistička ponuda je količina roba i usluga koja se nudi turistima na određenom turističkom tržištu, a pokazatelji turističke ponude su broj ugostiteljskih i smještajnih objekata, vrste smještajnih objekata, broj ležajeva i drugo.

Tablica 2: struktura smještajnih kapaciteta u Ogulinu od 2017. do 2022. godine

GODINA	BROJ OBJEKATA	BROJ KREVETA
2017	77	556
2018	95	626
2019	107	700
2020	114	758
2021	118	793
2022	123	822

Izvor: obrada autorice prema podacima prikupljenih od Turističke zajednice Grada Ogulina

Bez obzira na brojne izazove u poslovanju koji su se nastavili i tijekom 2022. godine gdje je izrazitu nesigurnost izazvao rat u Ukrajini na početku same godine, turistički pokazatelji su bili jako dobri te se vraćamo na brojke iz 2019. koja je bila najbolja turistička godina u Hrvatskoj.

Broj objekata u odnosu na 2021. godinu se povećao za pet objekata te u konačnici imamo porast broja objekata u 2022. za 4,24% što ukupno čini 123 obveznika po osnovi vlasništva druge nekretnine ili po osnovi registrirane ugostiteljske djelatnosti pružanja usluge smještaja. Prema statističkim podacima, na području grada Ogulina u 2022. u eVisitor sustav uvedeno 29 novih kreveta, što čini porast od 3,66%.

Nakon dvije godine pandemije u kojoj je turizam stagnirao i u kojima smo bilježili nešto lošiju statistiku i uzevši u obzir neizvjesnost na tržištu koja traje od početka 2022. godine, a prouzrokovana je ratom u Ukrajini, trenutna situacija u Ogulinu je dobra i pokazuje rast u turističkom sektoru, kako što se tiče broja posjeta i ostvarenih noćenja tako i u porastu interesa privatnih iznajmljivača i ulaganja u turizam te razvoj istoga, a što je direktna posljedica sveukupnog gospodarskog rasta destinacije.

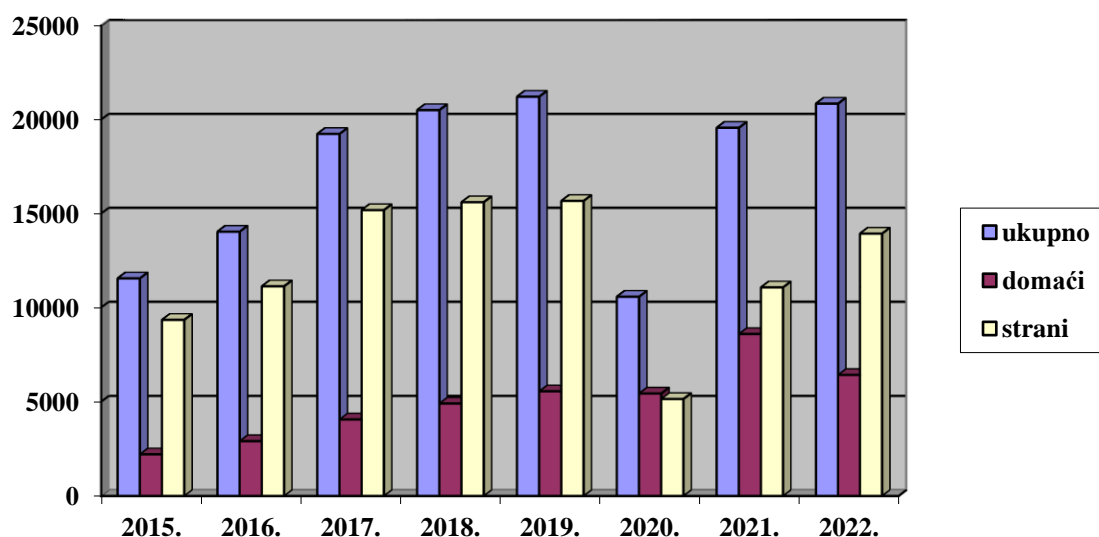
Ogulin ima dva hotela i to hotel Frankopan i hotel Klek. Hotel Frankopan kategoriziran je sa četiri zvjezdice i gostima nudi smještaj, hranu i piće te wellness usluge, dok je hotel Klek, u sastavu kojeg se nalazi i restoran, udaljen od Ogulina 3 kilometra kategoriziran sa tri zvjezdice. Od ostalih smještajnih objekata u ponudi su 32 kuće za odmor od kojih je jedna kategorizirana sa četiri zvjezdice dok su ostale sa tri te 74 apartmana (jedan sa četiri zvjezdice, šezdeset i šest sa tri te sedam sa dvije zvjezdice). Svi se smještajni objekti nalaze u privatnom vlasništvu, ali bi trebalo povećati kvalitetu smještajne i ugostiteljske ponude kako bi Ogulin bio konkurentan sličnim destinacijama iz okruženja.

Iako maleni grad, Ogulin je bogat kulturnom baštinom i kulturnim događanjima. Najpoznatiji kulturni spomenik je Frankopanska kula koja je sagrađena oko 1500. godine iznad četrdesetak metara dubokog Đulinog ponora, a unutar kojih se zidina danas nalazi Zavičajni muzej grada Ogulina. Muzej posjeduje zbirku starog oružja, etnografsku zbirku, arheološku, planinarsko – alpinističku, umjetničku zbirka Stjepana Galetića, akademskog slikara rođenog 1918. godine u Ogulinu i zbirku kamenih spomenika. U kuli se nalazi i Spomen soba Ivane Brlić Mažuranić koja je nastala na njen stoti rođendan 18. 04. 1974. godine te Spomen soba poginulim i nestalim hrvatskim braniteljima u domovinskom ratu. Ogulinski kraj je bogat sakralnim objektima od kojih treba izdvojiti župnu crkvu Uzvišenja sv. Križa čija gradnja je započeta 1781. godine, a smještena je u gradskom parku, te župnu crkvu sv. Jakova koju su sagradili Frankopani u 12. ili 13. stoljeću i jedna je od najstarijih građevina u Ogulinu. Kulturne udruge koje organiziraju razna događanja i tako svojim djelovanjem obogaćuju kulturnu ponudu grada Ogulina su: Kulturno umjetničko društvo „Klek“ koje ima preko 200 članova, Kulturno umjetničko društvo „Sv Juraj“ koje broji preko 70 članova, Hrvatsko pjevačko društvo „Klek“, Puhački orkestar DVD-a, Društvo Naša djeca s mažoretkinjama te Klečke vještice.

U Ogulinu trenutno ima 35 registriranih sportskih klubova, a po masovnosti i dugoj tradiciji posebno se ističe nogomet, kuglanje, rukomet, tenis, skijanje i sportski ribolov. Poznati klubovi su: Nogometni klubovi Ogulin i Dobra, Rukometni klub Ogulin, Športsko ribolovno društvo Ogulin, Košarkaški klub Ogulin, Teniski klub Frankopan, Kuglački klub Klek, Skijaški klub Ogulin, Sportski penjački klub Ogulin, Snowboard klub Ogulin, Veslački klub Sabljaci Ogulin, stolnoteniski klub Ogulin, Biciklistički klub Babaroge i Auto klub Klek. Važniji sportski događaji koji se održavaju u Ogulinu su: Formula driver Ogulin, Veslačka regata na jezeru Sabljaci, Međunarodna brdska auto utrka i Dvoransko prvenstvo Hrvatske u tenisu.

2.2. Kvantitativna analiza potražnje

Kvantitativna analiza potražnje - Turistička potražnja mjeri dolaske turista u destinaciju, noćenja ostvarena u toj destinaciji te njihovu potrošnju. U nastavku je prikazana tablica sa zabilježenim dolascima turista (domaćih i stranih) u periodu od 2015. do 2022. godine.



Grafikon 1: dolazak domaćih i stranih turista u Grad Ogulin u periodu od 2015. do 2022. godine
Izvor: obrada autorice prema podacima prikupljenih od Turističke zajednice Grada Ogulina

Iz grafikona je vidljivo da Ogulin više posjećuju strani nego domaći gosti. Od 2015. godine, pa sve do 2020. taj broj kako stranih tako i domaćih gostiju sve se je više povećavao da bi 2020. godine broj stranih gostiju pao za 2/3, što je direktna posljedica globalne epidemiološke situacije uslijed pojave i širenja Covida-19, dok je broj domaćih gostiju ostao gotovo isti u odnosu na 2019. godinu. Godine 2021. broj stranih i domaćih posjetitelja opet raste, stranih za 114,69%, a domaćih za 57,75% u odnosu na 2020. godinu.

Tablica 3: broj noćenja domaćih i stranih turista u Ogulinu u periodu od 2016. do 2022. godine

Godina	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Domaći gosti	9369	9540	12208	17283	19420	21659	14252
Strani gosti	15743	20683	22006	23409	8732	16647	22369
Ukupno	25112	30223	34214	40692	28152	38306	36621

Izvor: obrada autorice prema podacima prikupljenih od Turističke zajednice Grada Ogulina

Sve do 2020. godine, odnosno do pojave već spomenute globalne epidemiološke situacije strani turisti su ostvarivali više noćenja od domaćih turista. U 2020. godini strani turisti su ostvarili 8713 noćenja što je za 168,67% manje nego 2019. godine kada je ostvareno 23409 noćenja. Domaći turisti svake godine bilježe rast noćenja tako da je 2015. godine ostvareno 6800 noćenja a 2021. godine 21659 noćenja domaćih gostiju što je za 218.52% više. Također broj noćenja stranih turista je u 2021. godini porastao u odnosu na 2020. godinu i to za 91.06%. Prosjek ostvarenih noćenja je u 2020. za domaće turiste bio 3.56 dana, a za strane turiste 1.70 što čini ukupan prosjek od 2.63 dana. Prosjek ostvarenih noćenja u 2021. godini za domaće turiste je bio 2.52 dana, a za strane turiste 1.50, što čini ukupan prosjek od 1.95 dana.

Tablica 5: broj dolazaka i noćenja turista u Ogulinu po državama iz kojih dolaze u periodu od 2019. do 2022. godine

Država	2019. godina Dolasci noćenja		2020. godina Dolasci noćenja		2021. godina Dolasci noćenja		2022. godina Dolasci noćenja	
Hrvatska	5548	17283	5443	19420	8587	21659	6417	14252
Njemačka	3004	5102	1656	3250	3926	6175	4444	7503
Koreja Rep.	1871	1877	0	0	0	0	569	569
Poljska	1231	1357	813	964	1408	1661	1066	1343
Italija	1434	2263	201	287	497	690	948	1266
Češka	1084	1198	617	689	946	999	1152	1310
Nizozemska	594	932	107	314	628	1190	866	1796
Austrija	582	843	540	861	529	812	747	1070
Francuska	605	1227	151	355	402	773	475	859
Belgija	215	482	129	268	335	481	257	517
Mađarska	341	535	134	273	296	469	230	315

Izvor: obrada autorice prema podacima prikupljenih od Turističke zajednice Grada Ogulina

Iz tablice je vidljivo da od stranih gostiju prednjače turisti iz Njemačke, a onda iza njih su turisti iz Poljske, Češke, Nizozemske, Italije i Austrije. Sve do pojave Covida-19 u Ogulinu su dolazili

i turisti iz Republike Koreje, ali valja naglasiti da su oni kao i većina stranih turista bili u sklopu turističkih paketa, odnosno da su samo prespavali, i ujutro nastavili put ka moru ili nekim drugim destinacijama.

Ako ostvareni promet gledamo po mjesecima turisti u Ogulin najviše dolaze za vrijeme manifestacija, odnosno ljeti (lipanj, srpanj, kolovoz i rujan), dok je ostale mjesece dolazak turista puno manji, što nam pokazuje sezonalnost turizma u Ogulinu. U 2022. godini je vidljivo smanjenje trajanja boravka turista na 1.80 dana što je manje nego u pandemijskim godinama, a gotovo isto kao 2019. kada je trajanje iznosilo 1.84 dana.

2.3. Uloga lokalnog stanovništva u razvoju turizma grada Ogulina

Za razvoj turizma turističke destinacije važnu ulogu ima lokalno stanovništvo, jer o njemu ovisi hoće li neki novi turistički proizvod a time i turistički razvoj destinacije biti prihvaćen ili odbijen.

U razvoj turizma Ogulinskog kraja se gotovo ništa ne ulaže, nego se sva turistička ponuda već godinama bazira na tri manifestacije: Frankopanske ljetne večeri, smotra folklor „Igra kolo“ te Ogulinski festival bajke. Frankopanske ljetne večeri se održavaju svake godine od 25. lipnja do 25. srpnja. gdje turisti i stanovnici grada Ogulina mogu uživati u koncertima klasične, zborske, folklorne i zabavne glazbe, te kazališnim predstavama, izložbama i plesnim izvedbama umjetnika iz Hrvatske i inozemstva. Od 1997. godine svakog prvog vikenda u šestom mjesecu održava se smotra folklor karlovačke županije pod nazivom „Igra kolo“. Kojoj je svrha promovirati i prezentirati tradicijsku kulturu Karlovačke županije. Ogulinski festival bajke koji je namijenjen djeci i mladima, održava se od 2005. godine u čast najpoznatijoj hrvatskoj spisateljici Ivani Brlić Mažuranić koja je davne 1874. godine rođena u Ogulinu.

Suvremeno upravljanje destinacijom podrazumijeva zajedničku suradnju svih dionika koji sudjeluju u turizmu (javne institucije, privatni sektor i lokalno stanovništvo), a s ciljem ostvarenja zajedničkih prethodno usuglašenih stavova i ciljeva. Posebno je bitna komunikacija menadžmenta sa lokalnim stanovništvom jer o njegovom prihvaćanju turističkog proizvoda ovisi turistički razvoj destinacije. Lokalno stanovništvo će podržati turistički razvoj destinacije, ako mu se osigura dobit, a time i ekonomska sigurnost i viši standard, što bi dovelo do razvoja malog poduzetništva, čime bi se spriječio odlazak i potaknulo stanovništvo na povratak. Zbog toga je od velike važnosti da lokalna samouprava i destinacijski menadžment u planiranju razvoja turističke destinacije uzme u obzir prijedloge, želje i potrebe lokalnog stanovništva, jer time će ne samo poboljšati razvoj turizma destinacije nego i smanjiti negativne stavove lokalnog stanovništva prema razvoju turizma.

Magaš navodi da „u svakoj destinaciji projekt turističkog razvoja propada u početku ako stanovnici nisu zadovoljni svojom ulogom u tom razvoju i njihovim razmišljanjima što će donijeti razvoj turizma na taj način“.¹⁰ U Ogulinu još uvijek nije dovoljno razvijen destinacijski menadžment, organizacijska struktura je zastarjela, nedovoljno se prate suvremeni turistički trendovi, lokalno stanovništvo nije u dovoljnoj mjeri uključeno u razvoj turističke destinacije, što dovodi do gubitka konkurentnosti na turističkom tržištu.

¹⁰ Magaš , Destinacijski menadžment: modeli i tehnike, 99

3. Definiranje pojma ruralni turizam i ostalih karakteristika

Ruralni turizam je zajednički naziv za različite oblike turizma kao što su: seljački (agroturizam), kulturni, sportsko-rekreacijski, avanturistički, zdravstveni, edukacijski, vjerski, lovni, ribolovni, gastronomski, kamping, ekoturizam, vinski, nautički i drugi, a najvažnija su mu obilježja da se odvijaju van gradova gdje nema velikih gužvi ni buke, ekološka očuvanost prirode, prezentiranje tradicije i proizvodnja tradicionalnih proizvoda. Svim oblicima ruralnog turizma trend je briga za zaštitu okoliša, obnova starog i autentičnog, pružanje vrhunske usluge te individualni pristup svakom gostu i prilagodba njegovim željama i potrebama. Trend agroturizma ili seljačkog turizma temelji se na netaknutoj prirodi, ruralnom načinu života te uz smještaj i hranu u ponudi su i razne dopunske aktivnosti. Trendovi u sportsko-rekreacijskom turizmu su jahanje, pješčenje, biciklizam, planinarenje, lov i ribolov. Trend gastronomskog turizma je upoznavanje turista sa izvornom hranom i pićem te pripremom istih. Da bi gostima boravak za vrijeme odmora bio interesantan, moraju mu se ponuditi i dopunski sadržaji kao što su učestvovanje u sportskim natjecanjima, radionicama, smotrama, koncertima, seoskoj olimpijadi i dr. Također moramo spomenuti i trend ruralnog kamping turizma, koji se uglavnom odvija na seljačkom gospodarstvu, van urbanih središta. Prilikom njegovog uređenja treba paziti da se ne naruši izgled okoliša, te da se kod uređenja kampa koriste tradicijski materijali. U literaturi postoji mnogo definicija ruralnog turizma, koje variraju zbog kulturnih, geografskih i drugih različitosti između regija i država. Zašto postoji veliki broj definicija i zašto do sada nije postignut konsenzus Petrić navodi četiri moguća razloga:

1. „Područja gdje se ruralni turizam razvija teško je definirati iz razloga što različite države uzimaju različite kriterije za definiranje.
2. Sve turističke aktivnosti u ruralnim područjima ne moraju biti strogo ruralne. Po svom sadržaju mogu biti i urbane, ali se odvijaju u ruralnim područjima.
3. Različite regije razvijaju različite oblike ruralnog turizma, ovisno o prirodno -geografskoj i društvenoj osnovi. Prema tome je teško naći zajednička obilježja za sve zemlje.
4. Ruralna područja su zahvatili složeni procesi promjena nastali kao posljedica promjena na globalnom tržištu te u komunikacijskim i telekomunikacijskim tehnologijama, koje mijenjaju tržišne uvjete i potražnju za tradicionalnim proizvodima. Osim toga, iako neka ruralna područja imaju izražene depopulacijske procese, s druge strane se uočavaju trendovi imigracija umirovljenih osoba ili pojedinaca koji, dolaskom u ruralnu sredinu razvijaju nove, netradicionalne poslove. Nekoć jasna distinkcija između urbanih i ruralnih područja sada se

skoro više i ne uočava što je posljedica suburbanizacije, razmjene robe na velike udaljenosti te izgradnje kuća za odmor"¹¹

Najčešće korištena definicija ruralnog turizma je definicija koju je 1986. godine dalo Vijeće Europe a ona glasi: „Ruralni turizam je turizam na seoskom području sa svim aktivnostima koje se provode na tom mjestu, a najvažnije karakteristike takve vrste turizma su mirna sredina, odsutnost buke, očuvan okoliš, komunikacija s domaćinima, domaća hrana i upoznavanje poslova koji su primarni na seljačkom domaćinstvu“.¹²

Na Generalnoj skupštini Europske federacije ruralnog turizma „Eurogites“, održanoj 29.rujna 2005. godine na Jalti u Ukrajini, utvrđena je definicija i standardi ruralnog turizma odnosno kriteriji koji su jednaki za cijelu Europu.¹³ Osim termina ruralnog turizma upotrebljavaju se i razni drugi termini:

- Agroturizam (agrotourism)
- Mekani turizam (soft tourism)
- Turizam u prirodi (nature tourism)
- Alternativni turizam (alternative tourism)
- Zeleni turizam (green tourism)
- Ekoturizam (ecotourism)

3.1. Nastanak i razvoj ruralnog turizma

Ruralni turizam se kao aktivnost društvene dokolice javlja u drugoj polovici 18. stoljeća iako su i ranije već u 11. stoljeću u Engleskoj, bili poznati oblici dokolice koja se sastojala od odlaska plemića na selo gdje su provodili odmor i uživali u raznim aktivnostima i lovu na divljač. U Njemačkoj je ruralni razvoj povezan s 1873. godinom koju karakterizira uvođenje plaćenog godišnjeg odmora za državne službenike. Putovanja više nisu bila privilegija samo bogataša pa je 1914. godine turizam postao sastavni dio života srednje klase, a sastojao od odmora u jeftinijem smještaju blizu gradova i na farmama. Krajem 18. stoljeća u vremenskom razdoblju “Velikih putovanja po Europi” odnosno Grand Toura, odlazak na ruralna područja prestaje biti privilegija aristokracije, tako da se u ista uključuju bogata i srednja klasa. U drugoj polovici 19.stoljeća Švicarska postaje cilj turističkih putovanja jer je sve više rasla potražnja za aktivnošću u prirodi (pješačenje i planinarenje) kao i za zdravstvenim termama.

¹¹ Petrić , Izazovi razvoja ruralnog turizma: Dosadašnja praksa u Europi i reperkusije na Hrvatsku, Split 2006. str.8

¹² Ružić , Ruralni turizam, institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Pula 2009, str.15

¹³ Demonja, Ružić, Ruralni turizam u Hrvatskoj, Zagreb 2010, str. 21

Krajem 1991. godine održan je u Španjolskoj u Bilbau seminar „Strategija razvoja ruralnog turizma u Južnoj Europi” gdje je istaknuto da se izvan gradova i područja maritimnih centara, u slobodnom prostoru i selima razvija posebna vrsta turizma koja se na engleskom jeziku naziva „rural tourism”, na francuskom „tourisme rural”, na talijanskom „turismo rurale”, na njemačkom „ferien auf dem Land”, a na hrvatskom jeziku prihvaćen je naziv „ruralni turizam”.¹⁴

Za razliku od ostalih europskih zemalja ruralni se turizam u Hrvatskoj intenzivnije počeo razvijati devedesetih godina prošlog stoljeća i to na inicijativu Saveza seljaka Hrvatske i Ministarstva turizma. Istarska županija je prva županija koja je prepoznala važnost te inicijative, a i danas ta županija prednjači u razvoju ruralnog turizma. Osim Istre i Dubrovačko – neretvanska županija se istaknula značajnim rezultatima u razvoju ruralnog turizma, a najviše zbog prevelikog broja turista u Dubrovniku. Da bi se smanjio pritisak na gradsku jezgru turistima je omogućeno da svoj doživljaj upotpune upoznavanjem unutrašnjosti što je i dovelo do razvoja ruralnih područja u toj županiji.

Još veći vjetar razvoju ruralnih područja i ruralnom turizmu dala je 1999. godine Vlada Republike Hrvatske donijevši Nacionalni program „Razvoj malog i srednjeg poduzetništva u turizmu s naglaskom na održivi razvoj turizma u ruralnom prostoru“.

Prvi hrvatski kongres o ruralnom turizmu održan je na otoku Hvaru od 17. do 21. listopada 2007. godine na kojem su hrvatski i europski znanstvenici iznosili svoje stavove o razvoju ruralnog turizma i ponudili nove smjernice razvoja i poslovanja.

Drugi hrvatski kongres o ruralnom turizmu koji je okupio oko 300 sudionika održan je u Malom Lošinjju od 21. do 25. travnja 2010. godine. Od zaključaka koji su doneseni na tom kongresu treba istaknuti odluku da se osnuje Vladino povjerenstvo za ruralni turizam kao i donošenje dugoročnih planova za razvoj ruralnog turizma.

3.2. Obilježja ruralnih područja

Danas se turisti klone masovnog turizma, traže nove manje poznate destinacije gdje mogu doći u doticaj sa lokalnim stanovništvom, upoznati njihov način života, njihovu kulturu, hranu i običaje te aktivno sudjelovati u kulturnim, sportskim i drugim događajima. Također, zbog svakodnevnog stresa na poslu i ubrzanog načina života u gradovima, pojedinci na odmor odlaze u prirodu, odnosno u ruralna područja.

Prema Lukiću ruralnim područjima smatraju se:

¹⁴ ibidem

- „, ona u kojima je u sadašnjosti ili bližoj prošlosti bio dominantan ekstenzivan način iskorištavanja zemljišta, posebice putem poljoprivrede i šumarstva,
- ona u kojima dominiraju mala naselja nižeg stupnja centraliteta s izraženom povezanošću izgrađenog i prirodnog pejzaža te koja većina lokalnog stanovništva smatra ruralnima,
- ona koja potiču životni stil što počiva na kohezivnom identitetu temeljenom na uvažavanju okoliša i vlastitog života kao dijela jedne cjeline.“¹⁵

Organizacija za ekonomsku suradnju (OECD) kriterij za definiranje ruralnog područja temelji na gustoći naseljenosti a taj kriterij je većina država prihvatila. Pa tako na lokalnoj razini prema OECD-u, preferira se gustoća naseljenosti od 150 osoba po kvadratnom kilometru, dok se na regionalnoj razini geografske jedinice grupiraju u 3 tipa i to:

- 1) dominantno ruralne regije – ruralni prostor zauzima 50% cjelokupnog kopnenog teritorija
- 2) u značajnoj mjeri ruralne regije - gdje ruralni prostor zauzima od 15% do 50% cjelokupnog kopnenog teritorija
- 3) dominantno urbane regije - gdje ruralni prostor zauzima do 15% cjelokupnog kopnenog teritorija

Ruralni prostor Republike Hrvatske čini 90% ukupne površine, od toga je 57% poljoprivredno zemljište, a 33% šumsko zemljište, a zbog teškog života i nemogućnosti zaposlenja sve je manji broj stanovnika koji ostaje živjeti na tim područjima.

3.3. Ruralna turistička destinacija

Riječ destinacija dolazi od latinske riječi *Destinatio*, što znači odredište, dakle mjesto u koje se putuje, prisutan je u svim romanskim jezicima, a veoma često se rabi i u anglosaksonskim govornim područjima.¹⁶

Kušen turističku destinaciju definira kao „širi funkcionalni prostor jednog ili više turističkih mjesta te je ona turističko funkcionalna prostorna cjelina bez čvrstih granica sa svim određenim turističkim obilježjima.“¹⁷ Drugim riječima za njeno definiranje nije važna njezina veličina niti geopolitičke granice, odnosno ne postoje kriteriji po kojima bi se mogle odrediti prostorne granice turističkih destinacija. Ukoliko se uzmu u obzir samo geografska obilježja, turističke destinacije prema Tubiću se kategoriziraju u sljedeće tri skupine:

¹⁵ Lukić , O teorijskim pristupima ruralnom prostoru. Hrvatski geografski glasnik, 72/2, str. 52

¹⁸ D. Križman- Pavlović, Marketing turističke destinacije, Mikrorad d.o.o., Zagreb, 2008. god., str. 57

¹⁹ Kušen , Turistička atrakcijska osnova, Zagreb: Institut za turizam, str. 20

- Morske destinacije – uključuju primorska odmarališta, prirodne plaže, krstarenje uz obalu, šetnje uz obalu i slično
- Ruralne destinacije – uključuju najčešće jezera i planine, ali i posjet i boravak u zabačenijim seoskim/ruralnim mjestima, odmor i boravak na agroturističkim gospodarstvima, posjete vinogradima i vrtovima, odmor na rijekama i kanalima, kao i nacionalnim parkovima i slično
- Urbane destinacije – uključuju posjet manjim i većim gradovima¹⁸

Prema Lukiću „Ruralne turističke destinacije mogu se podijeliti na tradicionalne, popularne destinacije u blizini većih urbanih sredina koje imaju veliki broj dnevnih posjetitelja, tradicionalna odmarališta sa značajnim udjelom smještajnih i ostalih kapaciteta, zaštićena područja koja imaju razvijeni ekoturizam, ruralna područja gdje se značajan dio proizvoda temelji na malim povijesnim mjestima i selima te bogatom kulturnom baštinom, bogata poljoprivredna područja gdje se stanovništvo bavi poljoprivrednom proizvodnjom, područja u blizini mora koja žele razvijati ruralni turizam u svom neposrednom zaleđu i planinska ili šumska područja koja već imaju određeni oblik turizma, ali ga žele ojačati.“¹⁹

3.4. Financiranje razvoja turizma u ruralnim područjima

Od ulaska 2013. godine u članstvo Europske unije, Republika Hrvatska je stekla pravo koristiti sredstva iz europskih fondova, odnosno omogućen joj je pristup strukturnim i razvojnim fondovima. U turističkoj djelatnosti u razdoblju od 2021. do 2027. godine, dostupni i važni su sljedeći EU fondovi i programi: Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj, Europski fond za regionalni razvoj, Kohezijski fond, program Kreativna Europa, program LIFE, program Digitalna Europa, program Erasmus + te Nacionalni plan oporavka i otpornosti (NPOO 2021.–2026. godine), koji je donijela Vlada Republike Hrvatske, a Europska komisija i odobrila. Između ostalog, što se tiče turizma, bespovratna sredstva dobivena tim planom odnose na povećanje održivosti turističkog sektora kroz zelenu i digitalnu tranziciju te ulaganje u razvoj manje razvijenih destinacija. Također tim planom su predviđena sredstva za obrazovanje i edukaciju zaposlenih u turističkim zajednicama, državnoj upravi, poslodavaca, studenata i nezaposlenih.

Europskim poljoprivrednim fondom za ruralni razvoj moguće je dobiti financijska sredstva za razvoj malih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstva te za razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnom području. Financijska sredstva iz tog fonda trebala bi se iskoristiti za

¹⁸ Tubić, Ruralni turizam: od teorije do empirije, Virovitica, 2019

¹⁹ Lukić, O teorijskim pristupima ruralnom prostoru. Hrvatski geografski glasnik, 72/2

izgradnju kuća za odmor na poljoprivrednim gospodarstvima, izgradnju kampova te za uređenje plaža i šetnica uz rijeke i jezera. Program LIFE financira turističke projekte kojima se podupire kružno gospodarstvo, energetska učinkovitost kao i mjere za obnovljivu energiju. Programom Erasmus+ obuhvaćena je mobilnost, digitalne vještine u području kulturne baštine, gostoprimstvo i inovacije u području turizma. Model javno-privatnog partnerstva jedan je od značajnijih čimbenika razvoja koji ima veliki doprinos pri formiranju integralnoga turističkog proizvoda, i to kroz izgradnju turističkih objekata, izgradnju kampova uz obalu rijeka i jezera kao i u ruralnim područjima čime dolazi do veće iskorištenosti poljoprivrednog zemljišta što uvelike doprinosi razvoju održivog turizma. U Republici Hrvatskoj ovaj model još nije dovoljno iskorišten, jer je potrebna veća spremnost države da u svoje projekte uključi privatne poduzetnike te da na taj način iskoristi njihove poduzetničke vještine.

3.5. Motivi dolaska turista u ruralna područja

Ruralni krajevi sve više privlače turiste a osim odmora postoji i čitav niz drugih razloga kao što su povoljna klima, nezagađenost zraka i vode, odsutnost buke, očuvana priroda i mogućnost zabave i razonode. Jedan od glavnih motiva dolaska turista u ruralna područja je i mogućnost stvaranja prisnijeg odnosa sa domicilnim stanovništvom, sudjelovanje u sportskim i kulturnim događanjima kao i upoznavanju lokalnih običaja, kulture i povijesti. Izuzetna privlačnost ruralnog područja počiva u obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima gdje turisti mogu učestvovati u svakodnevnim radovima i u spremanju na tradicionalan način prirodne i zdrave hrane.

Ministarstvo turizma i sporta i Hrvatska turistička zajednica s ciljem dodatnog približavanja raznolike ponude hrvatskih ruralnih destinacija 2021. godine pokrenuli promotivnu kampanju „Doživi domaće. Istraži ruralnu Hrvatsku!“. Kampanja, koja je predstavljena u Slavanskom Brodu, sastojala se od 12 tematskih video priloga kojima je bila obuhvaćena jedinstvena turistička ponuda hrvatskih ruralnih područja. Na skupu u Slavanskom Brodu direktor turističke zajednice Kristijan Staničić je konstatirao „da se ruralni turizam u pandemijskim okolnostima istaknuo kao izuzetno tražen turistički proizvod, a prema istraživanjima da će u narednim godinama biti sve traženiji, kako od strane inozemnih, tako i od strane domaćih gostiju koji se sve više okreću istraživanju neotkrivenih turističkih bisera Hrvatske. Riječ je o proizvodu koji nudi mogućnost osame, odmor u čistoj prirodi, domaće uzgojenu hranu, jedinstveni doživljaj, autohtona iskustva i kvalitetnu uslugu. Vjerujem kako

ćemo našom novom promotivnom kampanjom domaće goste dodatno inspirirati i potaknuti na istraživanje manje poznatih, ali izuzetno zanimljivih ruralnih destinacija Lijepe naše.“²⁰

3.6. Pozitivni i negativni učinci razvoja ruralnog turizma

Brojni su utjecaji razvoja turizma na ruralnim prostorima i oni mogu biti pozitivni i negativni. Ti učinci se uglavnom promatraju kroz tri skupine i to: utjecaj na okoliš te ekonomske i društvene učinke. Utjecaju turizma na okoliš potrebno je posvetiti posebnu pažnju jer velikim priljevom turista može doći do niza negativnih učinaka što bi izazvalo nezadovoljstvo kako stanovništva tako i turista. Negativni učinci do kojih može doći razvojem turizma na ruralnom prostoru su: onečišćenje rijeka i jezera, onečišćenje zraka, velike buke, uništavanja staništa životinjskog i biljnog svijeta, prenapučenosti te erozija tla, što dovodi do degradacije okoliša a i samog uništenja turizma u toj destinaciji. Osim negativnih mogu biti i pozitivni učinci a kao glavne bi spomenula poboljšanje infrastrukture te veća zaštita prirodnih područja i povijesnih lokaliteta.

Smolčić konstatira da „Razvoj turizma na ruralnim prostorima predstavlja jednu od ekonomskih prilika jer se njegovim razvojem mogu potaknuti različite gospodarske aktivnosti kao i povratak stanovništva, tim više što potražnja za ovim oblikom turizma neprestano raste.“²¹

Pa iz toga možemo zaključiti da su pozitivni ekonomski učinci od razvoja ruralnog turizma vidljivi u poticanju ulaganja u razvoj obiteljskih gospodarstava, u povećanju proizvodnje, razvoju poljoprivrede, prerađivačke i prehrambene industrije, i u infrastrukturu. Svi ti pozitivni učinci dovode do otvaranja novih radnih mjesta, povećanja prihoda i što je najvažnije do ostanka mladih u ruralnim područjima.

Demonja ističe i brojne pozitivne neekonomske učinke od ruralnog turizma a mogu se uočiti u nizu aktivnosti ruralne sredine, primjerice u:

- očuvanju prirodnih osnova življenja
- oblikovanju životnog prostora
- njegovanju krajolika
- očuvanju tradicijskih vrijednosti
- obnovi sela s razumijevanjem za povijest
- davanju namjene starim seoskim jezgrama
- očuvanju starih građevina

²⁰ <https://www.htz.hr/hr-HR/press/objave-za-medije/zapocela-prva-nacionalna-kampanja-ruralnog-turizma-dozivi-domace-istrazi-ruralnu-hrvatsku>

²¹ Smolčić, Obilježja turizma u ruralnom prostoru, 4. međunarodni kongres o ruralnom turizmu 2018, str. 221

- obnavljanju starih sadržaja i oblikovanju novih
- uređenju dvorišta i vrta i
- zaštiti okoline²²

Osim pozitivnih ekonomskih učinaka razvoj turizma na ruralnim područjima ukoliko se njime dobro ne upravlja, može imati i negativne učinke a najčešći su: prekomjerna ovisnost o turizmu, gubitak autohtonih proizvoda, rast cijena proizvoda i usluga pogotovo za vrijeme trajanja turističke sezone kao i porast cijena nekretnina.

Pored ekonomskih veliku važnost imaju i društveni utjecaji turizma koji također mogu biti pozitivni i negativni. Smolčić navodi sljedeće pozitivne društvene utjecaje:

- uklanjanje predrasuda
- poticanje međusobnoga razumijevanja
- očuvanje kulturnoga identiteta
- očuvanje materijalne i nematerijalne kulture i tradicije
- ponos lokalnog stanovništva
- upoznavanje novih kultura (edukacija)
- dostupnost različitih sadržaja kako lokalnom stanovništvu tako i turistima (sportsko-rekreativnih, zabavnih...)
- unapređenje kvalitete života
- poticanje participativnoga pristupa i uključivanje svih dionika.²³

Ukoliko turizmom ne upravljamo na održivi način do izražaja mogu doći i negativni društveni utjecaji koji mogu rezultirati gubitak lokalnog identiteta, gubljenja autohtonosti ili sukoba između turista i domicilnog stanovništva.

²² Demonja, Ružić, Ruralni turizam u Hrvatskoj, Zagreb 2010, str. 201

²³ Smolčić, Obilježja turizma u ruralnom prostoru, 4. međunarodni kongres o ruralnom turizmu 2018, str. 225

4. Osnovne karakteristike ruralnog turizma na području grada Ogulina

Prirodni resursi imaju glavnu ulogu u stvaranju turističke ponude te određuju ostale izvedene elemente turističke ponude, stoga se može reći da destinacije s prirodnim ljepotama i raznolikostima, prirodnim bogatstvima, povoljnom klimom i slično su veoma popularne u izboru turističkih destinacija.²⁴ Ogulinski kraj odlikuje umjereno kontinentalna klima koja pogoduje razvoju i raznovrsnosti kako životinjskog tako i biljnog svijeta, netaknuta priroda, vodno i šumsko bogatstvo i nezagađen krajolik. Uzimajući sve to u obzir možemo zaključiti da područje grada Ogulina ima sve predispozicije i potencijale za razvoj ne samo kulturnog turizma nego i za ostale oblike ruralnog turizma, a pogotovo seljačkog, edukacijskog, ribolovnog, lovnog, avanturističkog i sportsko rekreacijskog.

4.1. Postojeći oblici ruralnog turizma na području grada Ogulina

Iako ima velikih potencijala za razvoj i ostalih selektivnih oblika turizma, grad Ogulin svoj turizam uglavnom bazira na kulturnom turizmu. Razvojni projekt kulturnog turizma Ogulin – zavičaj bajke donosi viziju održivog razvoja kulturnog turizma u gradu Ogulinu, gdje se Ogulin pozicionira kao bajkovito odredište koje polazište za prepoznavanje i valorizaciju vlastitog kulturnog i turističkog, pa i tržišnog identiteta i napretka sažima u svojevrsnoj „robnoj markici“ Ogulin, zavičaj bajke. Projekt sagledava i akcentira potrebe lokalne zajednice da s jedne strane valorizira lokalni kulturni potencijal u kontekstu jačanja identiteta Ogulina i specifičnosti njegove turističke ponude, kao i s ciljem jačanja pozicije grada kao posebne, jedinstvene i razvijene turističke destinacije u kontekstu Karlovačke županije, ali i kontinentalne Hrvatske, pa i Europe.

Međutim, sve je to nedovoljno da bi se privukao veći broj turista i unaprijedio razvoj ruralnog turizma na području grada Ogulina. Iako se zadnjih desetak godina ruralni turizam u Hrvatskoj sve više razvija, u Ogulinu on još uvijek nije prepoznat, a tome i svjedoči nepostojanje turističkog razvojnog projekta za ruralna područja koja su neophodna za unapređenje kvalitete života u ruralnim područjima.

²⁴ Geić, Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split 2011, str. 105

4.2. Perspektive i budući potencijali razvoja pojedinih oblika ruralnog turizma na području grada Ogulina

Područje grada Ogulina obiluje čitavim nizom prirodnih resursa (povoljnom klimom, bogatim biljnim i životinjskim svijetom, rijekama, jezerima i planinama), koji nisu dovoljno iskorišteni, a koji bi uz inovativnu, zanimljivu i kvalitetnu turističku ponudu prilagođenu potražnji trebali biti čvrsta podloga na kojoj bi se trebao temeljiti razvoj ruralnog turizma ovog kraja.

U nastavku je prikazana SWOT analiza koja nam pokazuje koje su prednosti i slabosti turističke destinacije u internoj okolini. Također ta analiza nam ukazuje i na prilike iz okruženja koje bi trebalo iskoristiti, kao i na prijetnje koje bi se trebale izbjeći.

Tablica 5: SWOT analiza turizma grada Ogulina

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • prometna povezanost • ekološka očuvanost • prirodna raznolikost • osobna sigurnost • gostoljubivost • kulturni turizam - bogatstvo kulturno – povijesne baštine • autohtone lokalne vrijednosti • mnogobrojne biciklističke i planinarske staze • skijalište u neposrednoj blizini grada • očuvanje i promoviranje književne baštine hrvatske književnice Ivane Brlić Mažuranić 	<ul style="list-style-type: none"> • ruralni turizam - nedovoljna iskorištenost ruralnog područja u turističke svrhe • jednolična ugostiteljska ponuda • nedovoljno obrazovan kadar • nepostojanje koncepcije razvoja • neprepoznatljivost na tržištu • iseljavanje, pogotovo mladih • devastacija skijališta Bjelolasica • neiskorištenost EU fondova • kratak boravak turista u Ogulinu • neuređenost kanjona rijeke Dobre
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • nove preferencije potrošača (sve veća potražnja za mirnijim destinacijama) • privlačenje stranih investitora • privlačenje novih menadžera • iskorištavanje fondova EU • interes turista za nove destinacije • interes turista prema prirodi, zdravom životu i sportu • Obnova skijališta na Bjelolasici 	<ul style="list-style-type: none"> • globalna kriza, ratovi i bolest • aktivnost konkurencije • promjene klimatskih prilika • odlazak obrazovanih i mladih ljudi • promjena trenda na turističkom tržištu

Izvor: obrada autorice

Glavne prednosti grada Ogulina su povoljan geografski i prometni položaj, blizina gradova Zagreba i Rijeke, prirodna raznolikost, ekološka očuvanost te mogućnost bavljenja planinarenjem i sportsko rekreacijskim aktivnostima te bogata kulturno – povijesna baština.

Od specifičnih oblika turizma snaga je kulturni turizam i manifestacijski turizam gdje se kuća bajki Ivane Brlić Mažuranić istaknula kao najsnažniji potencijal za kreiranje identiteta destinacije grada. Pošto je to kulturni potencijal koji sadrži nacionalnu, europsku pa čak i svjetsku dimenziju, Ogulin je brendiran kao zavičaj bajke.

Glavne slabosti su nedovoljna iskorištenost ruralnog područja u turističke svrhe te nedovoljno stručan kadar i nepostojanje koncepcije razvoja. Osim toga slabost su negativni demografski preduvjeti gdje mladi ljudi odlaze u potrazi za poslom u veće gradove, a to se odražava i na nedostatak intelektualnog kapitala. Za razvoj ruralnog područja trebali bi iskoristiti EU fondove i projekte koji mogu doprinijeti kvaliteti ukupne turističke ponude. Sve više turista se vraća prirodi i potražuje manje, mirnije još neistražene destinacije gdje nema masovnog turizma, a to je posebno vidljivo posljednjih godina.

Prijetnje su ekonomska kriza, ratovi i bolest, klimatske promjene, te prisutnost konkurencije. Osim toga prijetnja je nepovoljna gospodarska situacija, nemogućnost zaposlenja i odlazak mladih u veće gradove ili van države u potrazi za poslom.

Zadnjih godina sve više turista naglasak stavlja na aktivan odmor i brigu o zdravlju, što menadžment mora prepoznati i u svoju ponudu uključiti takve sadržaje. Više od 60% teritorija Ogulina pokriveno je šumom pa zbog povoljnih prirodnih i geografskih preduvjeta Ogulin ima velike mogućnosti za razvoj planinskog, avanturističkog, sportsko rekreacijskog, ribolovnog i lovnog turizma.

U nastavku rada osvrnuti ću se na pojedine oblike ruralnog turizma koji za razvoj na području grada Ogulina imaju najviše perspektive i potencijala.

4.2.1. Sportsko rekreacijski turizam

U današnje vrijeme turistima nije dovoljan samo obilazak spomenika kulture, muzeja, sakralnih objekata, utvrda, galerija, već teže popratnim sadržajima, žele upoznati kulturne običaje i način života stanovništva aktivno sudjelujući u kulturnim događanjima turističke destinacije. Također je sve veći interes turista za sportske aktivnosti i zdrav život. Čep i Krajinović konstatiraju da „Sportski turizam svakako ima brojne potencijale za postizanje održivosti na razini destinacija

jer mu je upravo očuvanost prirodnih resursa bitna predispozicija razvoja pa će kvaliteta tih resursa biti u središtu razvojnih strategija.²⁵

Sportska ponuda u Ogulinu je raznolika. Za ljubitelje tenisa postoje brojna teniska igrališta kao i teniska dvorana. Također su im na raspolaganju i učitelji tenisa koji djeluju u dva registrirana teniska kluba i to TK „Ogulin“ i TK „Frankopan“.

Sportsko rekreacijski centar „Kneja“ koji se nalazi sedam kilometra od Ogulina uz planinarsku stazu koja vodi do Kleka je popularno izletišta gdje se održava niz društvenih i sportskih događanja (veliki i stolni tenis, mali nogomet, odbojka, košarka, boćanje...), a u kojima mogu učestvovati i turisti.

Ljubitelji biciklizma imaju na raspolaganju dvije regionalne rute ukupne dužine 130 kilometar i gotovo 80 kilometara lokalnih ruta koje prolaze kroz prirodu te prolazeći njima turisti imaju mogućnost upoznati cijeli ogulinski kraj. Oko dijela jezera Sabljaci postoji biciklistička staza, ali ju je potrebno dovršiti i dalje osmisliti nove staze, pogotovo na brdskim područjima za ljubitelje brdskog biciklizma.

Društvo za sportsku rekreaciju Koci iz Ogulina svake godine (od 2014.) za zaljubljenike u trčanje i prirodu organizira Ogulin trail. Održavaju se dvije utrke i to: Kosjenka koja prolazi preko brda Stošca, duga 13,5 km te zahtjevnija preko Kleka po imenu Regoč, koja je duga 33 km.

Nedaleko Ogulina se nalazi malo skijalište „Vučići“ koje je izgrađeno volonterskim radom članova Skijaškog kluba Ogulin. Skijalište ima rasvjetu za noćno skijanje te top za stvaranje umjetnog snijega što uvelike pridonosi produljenju skijaške sezone. U zimskim mjesecima skijalište postaje mjesto okupljanja brojnih ljubitelja skijanja i sanjkanja iz cijele Hrvatske.

Sportsku ponudu bi još trebalo unaprijediti organizacijom raznih natjecanja, a za koje već postoje osnovni uvjeti kao što su veslanje i sportski ribolov na jezeru Sabljaci.

4.2.2. Avanturistički turizam

Ogulin posjeduje niz mogućnosti za organizaciju i razvoj avanturističkog turizma. Izgradnja šetnice uz korito rijeke Dobre kao i silazak u njen ponor u centru grada te prolaz kroz podzemne hodnike koji se protežu ispod cijelog grada, ne bi iziskivala enormna sredstva, a pružila bi turistima nezaboravni adrenalinski užitek. Zračni tobogan i stakleni most nad kanjonom rijeke Dobre te rafting također bi bio veliki izazov i nezaboravan doživljaj za turiste željne adrenalina.

²⁵ <https://hrcak.srceIclanak/387836>, (preuzeto 8.6.2023.)

Ovakvim dinamičnim turističkim proizvodom turistima bi se ponudio jedinstven doživljaj koji bi ih emotivno povezo sa lokalnim stanovništvom, koji bi im ponudio uzbuđenja, edukaciju i zabavu, proizvodom koji bi ih potaknuo na lojalnost prema destinaciji Ogulin, a kojim bi turistička destinacija Ogulin zauzela lidersku poziciju u odnosu na konkurenciju.

4.2.3. Ribolovni i lovni turizam

Područje grada Ogulina bogato je vodama. Pored rijeka Dobre, Zagorske Mrežnice i Vitunjčice te jezera Sabljaci i Bukovnik tu je još mnoštvo većih i manjih potoka. Tako ispod Bjelolasice kroz naselje Jasenak protječe Jasenački potok ili Jasenčica, uz naselje Ponikve Ponikvarski potok, a kod naselja Trošmarija protječe 4,5 kilometara dug prtok rijeke Dobre Bistrac, potok u kojem se zbog njegove hladnoće i bistrine može pronaći potočna i kalifornijska pastrva. Jezero Sabljaci je najbogatije po ribljem fondu i zbog toga i najviše privlači brojne ljubitelje ribolova. Na jezeru Sabljaci se svake godine organizira ribolovno natjecanje koje okupi natjecatelje iz cijele Hrvatske i susjednih zemalja. Zbog očuvanosti prirode, bogatstva šumom i raznolikog krajolika ogulinski kraj ima sve predispozicije za razvoj lovnog turizma. Na ogulinskom području postoji nekoliko lovačkih društava, a najbrojnije je lovačko društvo „Klek“ koje danas ima preko 250 članova. Od zvijeri na prostoru Velike i Male Kapele žive smeđi medvjed, vuk i ris, a od ostalih divljači koje na tom prostoru obitavaju najbrojnije su: lisice, srne, divlje svinje i zečevi dok na jezeru Sabljaci svoje utočište zimi nalaze crne liske i patke gluhare.

4.2.4. Kamping turizam

Tokom cijelog ljeta na jezeru Sabljaci su turisti – kupaci, a da bi taj proizvod mogao na turističkom tržištu konkurirati, potrebna su ulaganja u infrastrukturu, uređenje plaže i u rekreativne sadržaje koji će privući turiste svih uzrasta. Zbog toga je potrebno izgraditi nekoliko manjih kampova koji bi se trebali protezati uzduž rijeke Dobre, te uz jezera Sabljaci i Bukovnik gdje bi se gostima nudio odmor uz brojne aktivnosti kao što su: mali nogomet, veslanje, rafting, tenis, badminton, odbojka na pijesku, vožnja biciklom, ribolov i planinarstvo.

4.2.5. Turizam na seljačkim gospodarstvima

Zadnjih godina turizam na seljačkim gospodarstvima se istaknuo kao izuzetno tražen turistički proizvod kako od strane inozemnih, tako i od strane domaćih gostiju koji se sve više okreću istraživanju neotkrivenih turističkih destinacija. Riječ je o proizvodu koji nudi mogućnost osame, odmor u čistoj prirodi, domaće uzgojenu hranu, jedinstveni doživljaj, autohtona iskustva

i kvalitetnu uslugu. Na poljoprivrednim gospodarstvima postoji nekoliko preko sto godina starih obiteljskih kuća, koje su načinom na koji su građene, izgledom i smještajem na osami, u prirodi, daleko od gradske gužve posebno interesantne turistima. Obnovom takvih kuća, uz uvjet da izvana zadrže autentičan izgled, a interijer i okoliš se uredi prema potrebama budućih turista, uvelike bi produžio turističku sezonu u destinaciji Ogulin. Vlasnicima takvih kuća koji su zainteresirani za obnovu lokalna samouprava i turistička zajednica bi trebale pružiti stručnu pomoć za dobivanje nepovratnih sredstava iz EU fondova. Za obnovu autohtonih kuća koje se nalazi na zemljištu Republike Hrvatske ili lokalne samouprave moguće je koristiti i model javno-privatnog partnerstva. Ovakav model proizlazi prvenstveno iz nemogućnosti izdvajanja financijskih sredstava s obzirom na to da su lokalne samouprave ograničene u proračunskim sredstvima. Današnji turisti su osviješćeni i kada donose odluku o potrošnji motivirani su brigom za okoliš, zbog toga ulaganja u seoska domaćinstva i izgradnju tradicijskih kuća za odmor je važan segment za postizanje imidža turističke destinacije. Na seoskim domaćinstvima turisti bi mogli biti aktivni, odnosno sudjelovati u poljoprivrednim poslovima i brinuti se o životinjama. Kao uzor u Europi trebala bi nam biti Austrija, čiji turizam na seoskim gospodarstvima sa 300 000 kreveta čini 1/6 ukupne turističke ponude.

4.2.6. Edukacijski turizam

Turistima bi se trebalo omogućiti da sami po svojoj želji kreiraju svoje aktivnosti i događaje na kojima žele prisustvovati prilikom boravka u Ogulinu. Tako bi turisti mogli uživati u autohtonim proizvodima, kušanju rijetkih i nesvakidašnjih jela te posjetiti kreativne radionice. U kreativnim radionicama bi bile angažirane žene iz „Udruga žena Ogulin“, a turisti bi imali mogućnost pripreme originalne ogulinske masnice sa nadjevom od luka i jaja i pripremom smisnog kruha koji se sastoji od pet vrsta brašna: pšenica, prosa, kukuruza, ječma i raži. Također na Ogulinskom području su utihnuli tkalački stanovi koji su se u prošlom stoljeću koristili u svakoj seoskoj kući pa bi se kroz jednu takvu radionicu opet oživjelo tkanje tkanina i tepiha. Udruga pčelara bi organizirala svoje radionice gdje bi turisti mogli učestvovati u izradi košnica, dok bi turisti koji posjete siranu učestvovali u proizvodnji domaćeg sira.

4.3. Prijedlozi za unapređenje razvoja ruralnog turizma na području grada Ogulina

Ogulinski festival bajke i kuća bajki Ivane Brlić Mažuranić su se istaknuli kao najsnažniji potencijali za kreiranje identiteta grada Ogulina. Da bi se podigla razina kvalitete na još viši

stupanj, a time i povećao broj posjetitelja i produžio njihov boravak u destinaciji trebalo bi unaprijediti već postojeći proizvod sa jedinstvenim, zanimljivim i stručno tematiziranim kulturno turističkim proizvodom koji bi se temeljio na autentičnim kulturnim potencijalima lokalne zajednice. Pošto se za Ogulin i njegovu okolicu vežu legende, moj prijedlog za unaprjeđenje postojećeg proizvoda bi se odnosio na valorizaciju tradicionalnih ogulinskih legendi, a sastojao bi se od dvije aktivnosti i bio bi namijenjen ljubiteljima pješaćenja, planinarenja i biciklizma.

Prva aktivnost bi se sastojala od uspona na planinu Klek, gdje bi turiste pred planinarskim domom dočekale vještice koje su danas simbol Kleka i Ogulina i koje bi im prikazale legendu o nastanku Kleka i vješticama.

Druga aktivnost bi se sastojala od vožnje biciklom do jezera Sabljaci i do Šmitovog jezera koje se nalazi u Ogulinskom Zagorju. Nakon povratka u grad i dolaska do mjesta gdje ponire rijeka Dobra, vodič bi im ispričao legendu o djevojci Đuli, po kojoj je taj ponor i dobio ime.

Samo bogatstvo prirodnim i kulturnim resursima nije dovoljno za privlačenje turista i za predstavljanje Ogulina kao prepoznatljive turističke destinacije. Tek postavljanjem jasnih i realnih ciljeva u čiji su odabir i realizaciju uključeni svi dionici, destinacija se može kvalitetno razviti prema zacrtanim ciljevima. Da bi pridobili nove turiste, moramo im se nametnuti kvalitetom, a to se može postići boljom suradnjom između vlasnika ugostiteljskih objekata i vlasnika lokalnih obiteljsko poljoprivrednih gospodarstva, koji bi restorane opskrbljivali sa ekološki prihvatljivim i zdravim namirnicama. Također vidljiv je nedostatak kvalitetnog marketinga koji bi te namirnice i proizvode lokalnih obrtnika trebao približiti potencijalnim turistima. Kako bi se i domicilno stanovništvo uključilo u razvoj turističke destinacije potrebno mu je izložiti sve prednosti i mogućnosti što donosi bavljenje turizmom za njih i za cjelokupnu destinaciju. Razvojem turizma povećava se kvaliteta življenja i standard stanovništva zbog toga je važno uključivanje svih dionika u rasprave gdje mogu izraziti svoja mišljenja, te ponuditi prijedloge i donositi odluke.

Današnjim turistima od velike važnosti je zaštita okoliša te stanje ekološke svijesti stanovnika i turističkih djelatnika pa je zbog toga također potrebna i bolja komunikacija destinacijskog menadžmenta s lokalnim stanovništvom vezano uz obavještavanje i edukaciju o održivom razvoju turizma.

Kako bi na tržištu stekli konkurentsku prednost vlasnici obiteljsko poljoprivrednih gospodarstava bi se trebali udružiti u klastere, odnosno zajednički nastupati na tržištu, te pod jednim imenom nuditi u paketu jedinstvene domaće proizvode kao što su med i propolis od meda, razne vrste sireva te sokove od aronije i bazge. Kreiranje turističkog proizvoda koji će

doprinijeti povećanju kvalitete, povećanju konkurentnosti na dinamičkom turističkom tržištu, produženju turističke sezone, zapošljavanju domicilnog stanovništva i povećanju njihovog standarda te stvaranju novog imidža destinacije može se postići i udruživanjem dionika kroz tourism product club. Takav proizvod bi mogao nastati suradnjom između Karlovačke i Primorsko goranska županije gdje bi se turistima nudio kružni izlet, odnosno obilazak starih građevina, rutu koja bi krenula od Frankopanske kule u Ogulinu a uključivala bi, manastir u Gomirju, Kamačnik u Vrbovskom, dvorac u Severinu na Kupi, Stari grad Dubovac i Stari grad Bosiljevo.

Da bi turistička destinacija Ogulin postala konkurentna na turističkom tržištu mora se prilagoditi suvremenom turistu koji zahtjeva visoku kvalitetu turističkog proizvoda i visoku kvalitetu turističke usluge, a to se jedino može postići stalnim ulaganjem u razvoj i znanje ljudi zaduženih za razvoj turizma ovog kraja.

Također je potrebno inovirati organizacijsku strukturu, odnosno formirati destinacijsku menadžment organizaciju, koja će uspostaviti sinergiju svih dionika kako bi Ogulin mogao stvoriti posebnu prepoznatljivu i turistima zanimljivu ponudu.

5. Istraživanje stavova domicilnog stanovništva, turističke zajednice i turista o razvoju turizma s naglaskom na ruralni turizam na području grada Ogulina

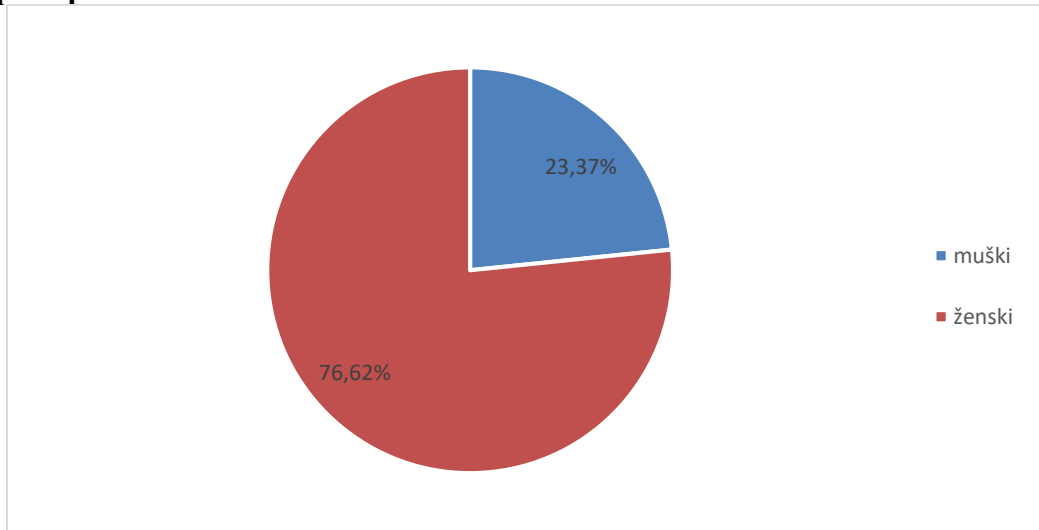
Zbog svojih prirodnih resursa, netaknute prirode, bogate povijesti i dobre prometne povezanosti, područje grada Ogulina ima veliki potencijal za razvoj turizma i u budućnosti se ne bi trebao kao do sada orijentirati samo na kulturni turizam i manifestacije već i na ostale oblike turizma, a pogotovo ruralni. Općina Ogulin u prosjeku ostvaruje godišnje oko 17000 dolazaka i oko 31 000 noćenja i to uglavnom za vrijeme već navedenih manifestacija odnosno u periodu od šestog do desetog mjeseca, i to nam pokazuje izrazitu sezonalnost turizma u Ogulinu. Turistička zajednica u suradnji s lokalnom samoupravom mora pratiti svjetske trendove, definirati i razraditi strateške ciljeve te dati smjernice daljnjeg razvoja destinacije jer samo raznolikom i kvalitetnom ponudom i razvojem ostalih oblika turizma a pogotovo ruralnog može privući sve zahtjevnije turiste, a time i produžiti turističku sezonu na području destinacije Ogulin.

U istraživanju za potrebe ovog diplomskog rada izradila sam anketni upitnik za lokalno stanovništvo i za turiste. Cilj istraživanja je bio analizirati i utvrditi stavove kako lokalnog stanovništva tako i turista o Ogulinu kao turističkoj destinaciji. Anketa je provedena tijekom mjeseca svibnja i početkom lipnja i bila je anonimna. Osim anketiranja lokalnog stanovništva i turista pripremila sam i pitanja za djelatnike turističke zajednice i lokalne samouprave.

5.1. Rezultati stavova domicilnog stanovništva

Istraživanje sam provela putem anketnog upitnika koji se sastojao od 20 pitanja podijeljenih u tri dijela. Prvi dio koji se sastojao od 5 pitanja dao nam je informacije o ispitaniku. Drugi dio ankete koji je imao 8 pitanja odnosi se na mišljenje ispitanika o stanju turizma na području Ogulina, dok treći dio ankete je imao 7 pitanja odnosio se na stav ispitanika o ruralnom turizmu i mogućnošću i perspektivi njegovog razvoja u budućnosti. Anketa su ispunila 154 stanovnika grada Ogulina, a objavljena je na društvenoj mreži Facebook i na stranicama grada Ogulina.

1.) Spol ispitanika?

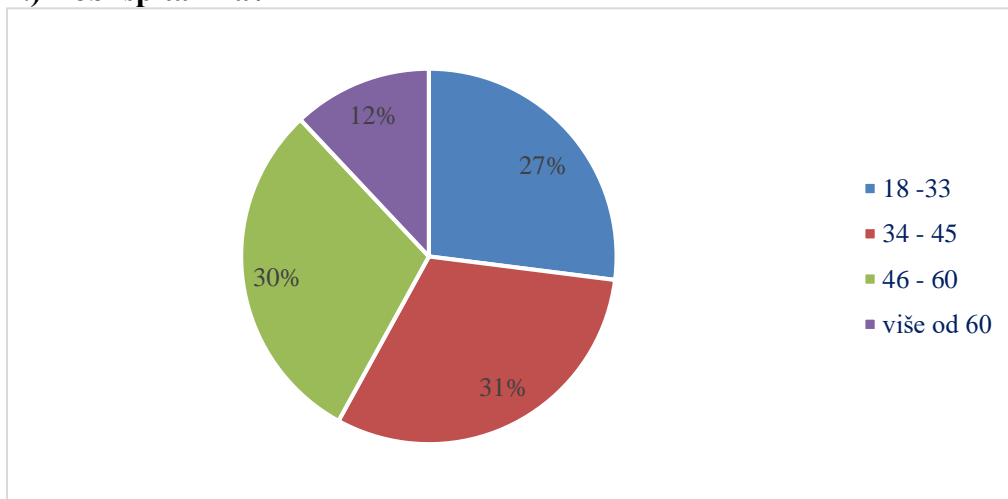


Grafikon 2: spol ispitanika lokalnog stanovništva

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Iz grafikona je vidljivo da je u ispunjavanju ankete više sudionika bilo ženskog spola, njih čak 76,62 % odnosno 118, dok je 23,37 % ispitanika bilo muškog spola odnosno njih 36.

2.) Dob ispitanika?

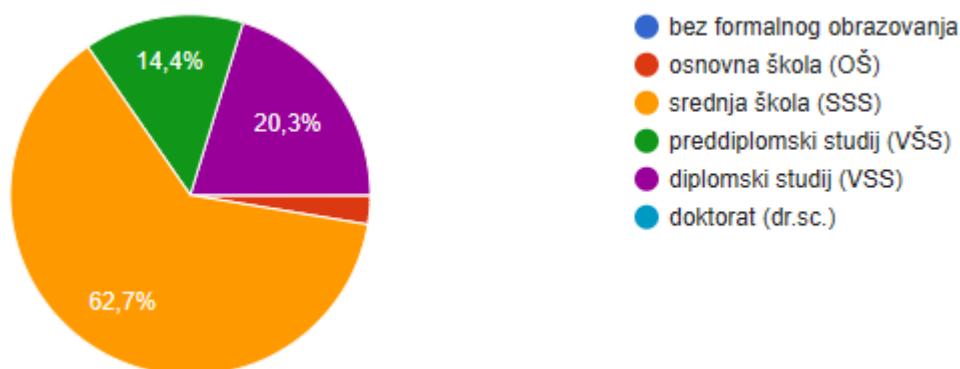


Grafikon 3: dob ispitanika lokalnog stanovništva

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Broj stanovnika Ogulina koji su ispunili anketu starosti od 18 do 33 godine je bilo 27%, dok je broj ispitanika u rasponu od 34 – 45 godina i u rasponu od 46 do 60 godina bilo podjednako, odnosno 30% i 31%. Najmanji broj ispitanika koji su pristupili anketi je onih koji imaju 60 i više godina i njih je bilo samo 12%.

3.) Stupanj obrazovanja ispitanika?

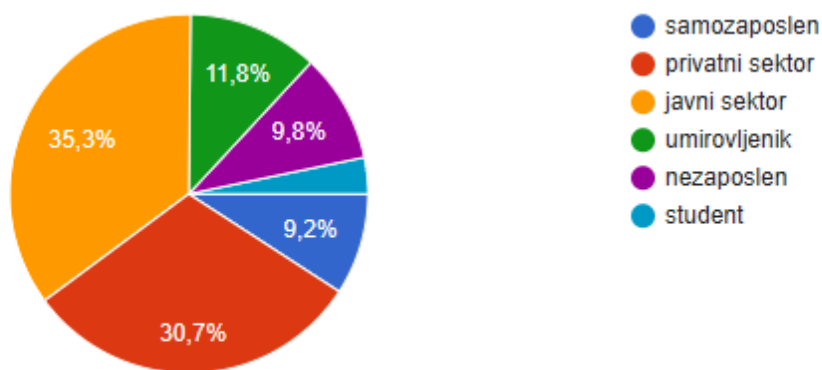


Grafikon 4: stupanj obrazovanja ispitanika

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

U obrazovnoj strukturi ispitanika najviše njih 62,7% je sa srednjom stručnom spremom dok su najmanje bili zastupljeni ispitanici sa osnovnom školom kojih je bilo 2,6%. Sa visokom stručnom spremom je anketu ispunilo 20,3% ispitanika, a sa završenim preddiplomskim studijem njih 14,4%. Ispitanika sa završenim doktoratom i ispitanika bez formalnog obrazovanja nije bilo.

4.) Primarno zanimanje ispitanika?



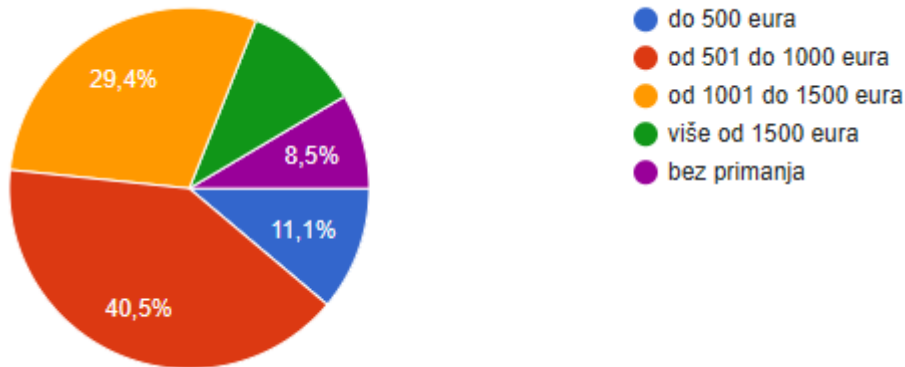
Grafikon 5: primarno zanimanje ispitanika

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Od ukupnog broja ispitanika najviše ih je zaposleno u javnom i privatnom sektoru i to: 35,3% u javnom i 30,7% u privatnom, dok je anketu najmanje ispunilo studenata i to samo 3,2%.

Postotak umirovljenika, samozaposlenih i nezaposlenih bio je približno isti i kretao se od 9,2% do 11,8% i to: samozaposlenih 9,2%, nezaposlenih 9,8% i umirovljenika 11,8%.

5.) Mjesečni prihodi ispitanika?

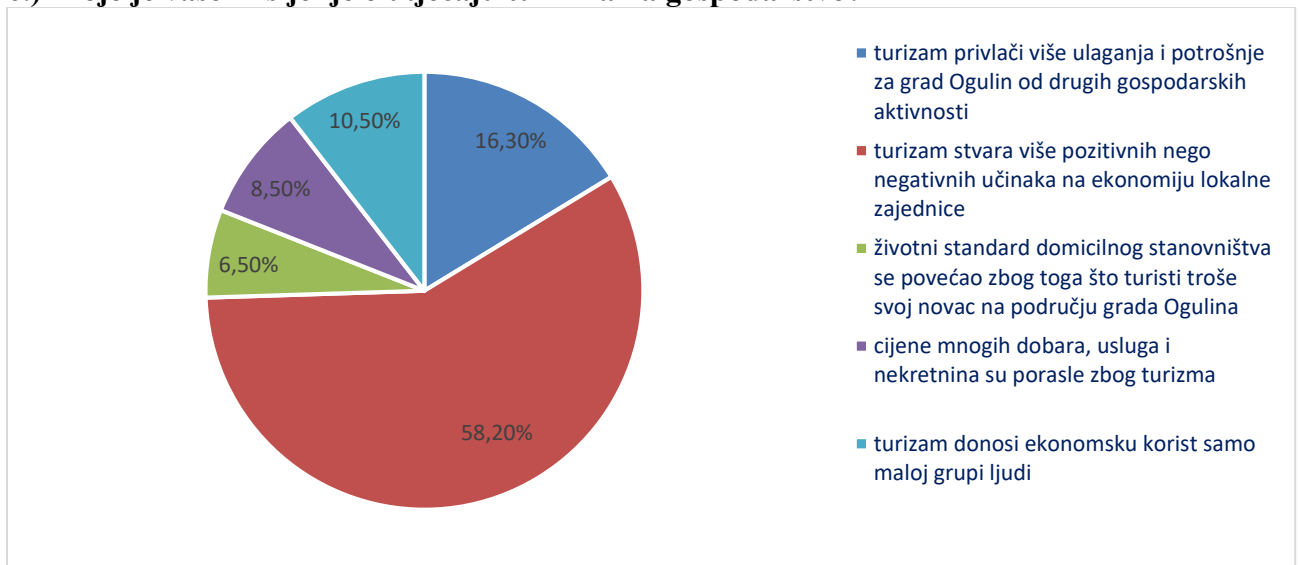


Grafikon 6: mjesečni prihodi ispitanika

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Grafikon 6 nam pokazuje kolika su mjesečna primanja ispitanika. Najviše ispitanika je sa primanjima između 500 i 1000 eura i to njih 40,5 %, dok najmanje ispitanika je bez primanja i to 8,5%. Ispitanika čija su primanja između 1001 i 1500 eura je 29,4% , sa više od 1500 eura 10,5%, dok je 11,1% ispitanika čija mjesečna primanja ne prelaze 500 eura.

6.) Koje je vaše mišljenje o utjecaju turizma na gospodarstvo?

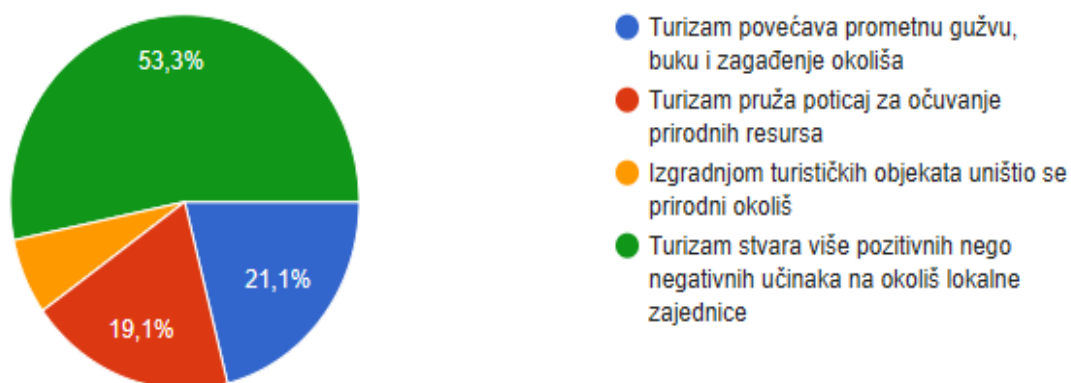


Grafikon 7: mišljenje lokalnog stanovništva o utjecaju turizma na gospodarstvo

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Mišljenja stanovnika grada Ogulina u vezi utjecaja turizma na gospodarstvo je uglavnom pozitivno. Tako njih 58,2% se slaže s tvrdnjom da turizam stvara više pozitivnih nego negativnih učinaka na ekonomiju lokalne zajednice. Njih 16,3 % smatra da će se razvojem turizma privući više ulagača i povećati potrošnju, dok 6,5% ispitanika smatra da će razvoj turizma povećati životni standard domicilnog stanovništva. Što se tiče negativnih stavova 16,3% ispitanika smatra da će od razvoja turizma ekonomsku korist imati samo mali broj stanovnika grada Ogulina, a 8,5% ispitanika smatra da će se razvojem turizma povećati cijene dobara, usluga i nekretnina.

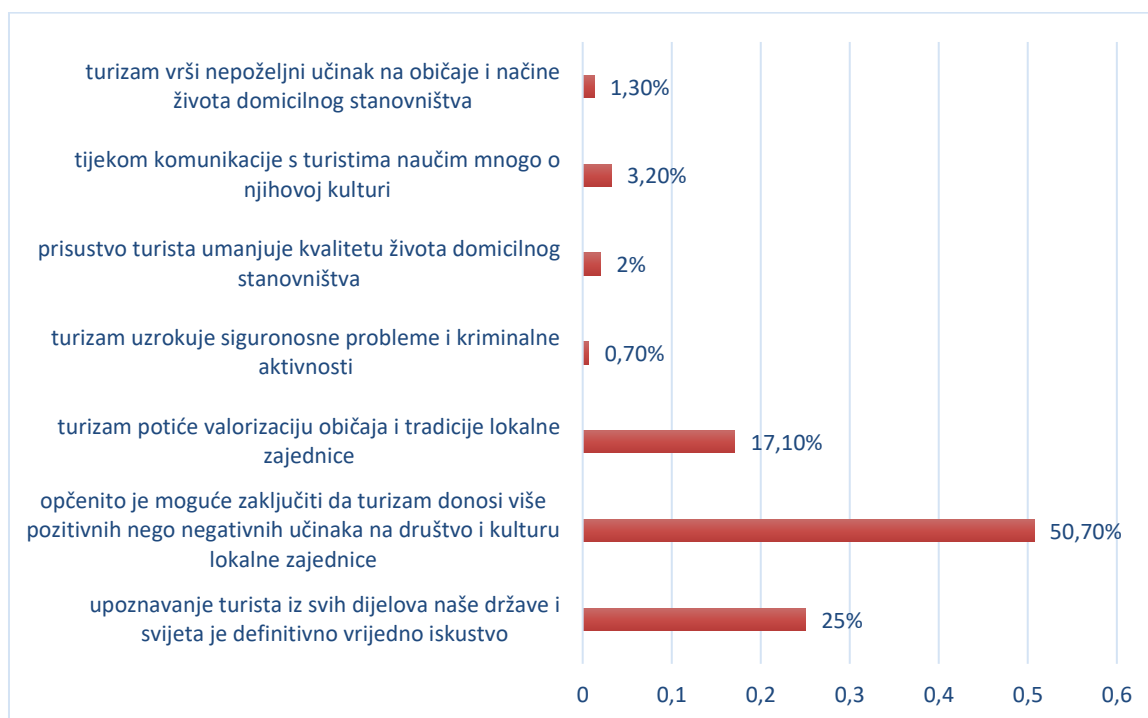
7.) .) Koje je vaše mišljenje o ekološkim učincima turizma?



Grafikon 8: mišljenje lokalnog stanovništva o utjecaju turizma na okoliš
Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

S tvrdnjom da turizam stvara više pozitivnih od negativnih učinaka na okoliš smatra 53,3% ispitanika, dok se sa tvrdnjom da razvoj turizma potiče lokalno stanovništvo na očuvanje prirodnih resursa slaže 19,1% ispitanika. Ukupno 27,7% ispitanika smatra da turizam ima negativan utjecaj na okoliš, od toga njih 21,1% se slaže s tvrdnjom da turizam stvara gužvu, povećava prometnu buku i zagađuje okoliš, dok je 6,6% mišljenja da se izgradnjom turističkih objekata uništava prirodni okoliš.

8.) Koje je vaše mišljenje o sociokulturnim učincima turizma?

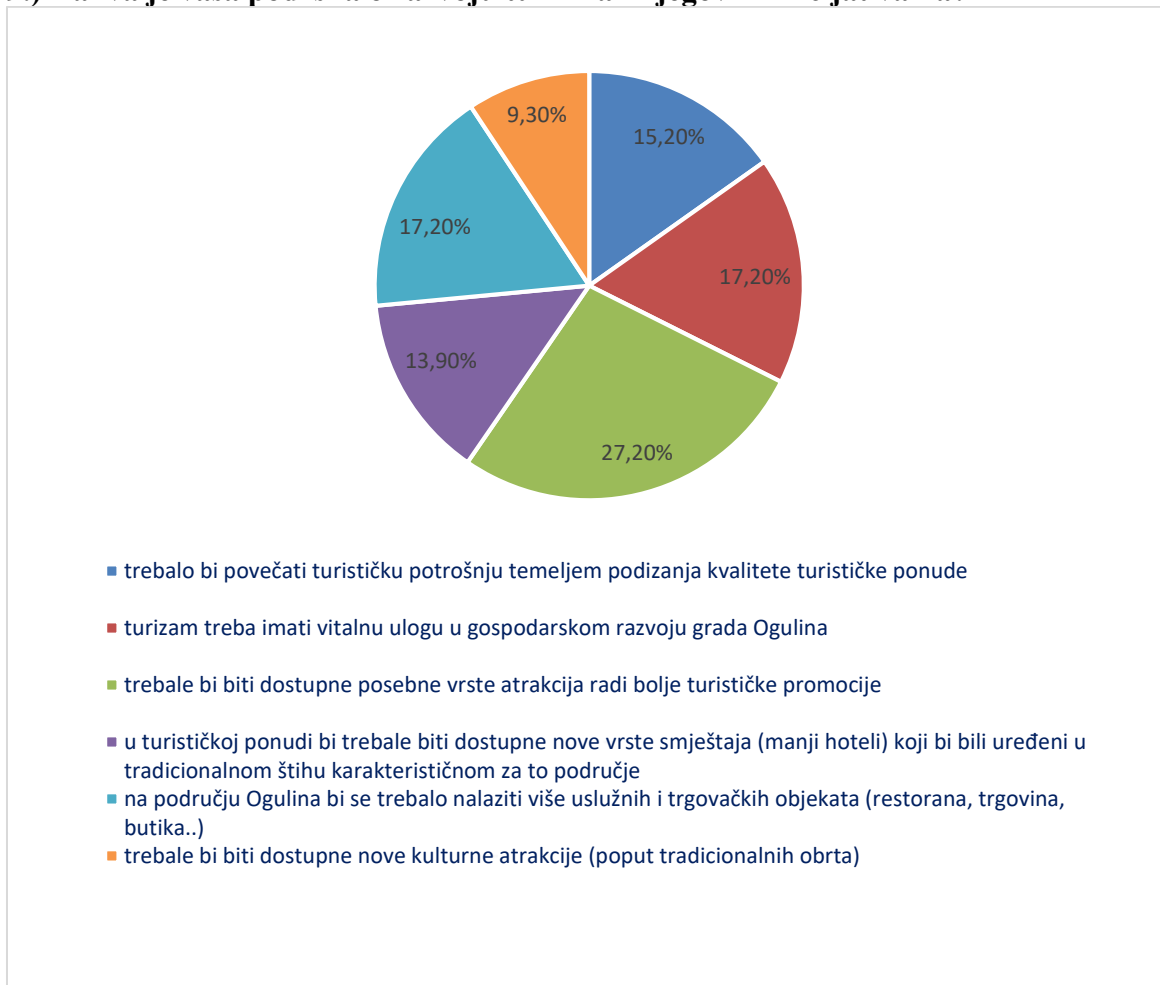


Grafikon 9: mišljenje lokalnog stanovništva o sociokulturnim učincima turizma

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Na devetom grafikonu je vidljivo da velika većina ispitanika ima pozitivno mišljenje o sociokulturnim učincima turizma na lokalnu zajednicu. Tako njih 50,7% je mišljenja da razvoj turizma pozitivno utječe na društvo i kulturu lokalne zajednice, 25% se slaže da je upoznavanje turista iz raznih dijelova kako Hrvatske tako i svijeta vrijedno iskustvo, 17,1% ispitanika je mišljenja da razvoj turizma potiče valorizaciju i promidžbu običaja lokalne zajednice, te 3,2% koji smatraju da komunicirajući s turistima stekne nova saznanja o njihovoj kulturi. Mali broj ispitanika, ukupno njih 4,0% su mišljenja da sociokulturni učinci turizma loše utječu na lokalnu zajednicu i to njih; 2% smatra da prisustvo turista umanjuje kvalitetu života domicilnog stanovništva, 1,3% da turizam negativno utječe na običaje i način života stanovništva, dok je 0,7% mišljenja da turizam uzrokuje sigurnosne probleme i povećava kriminalne radnje.

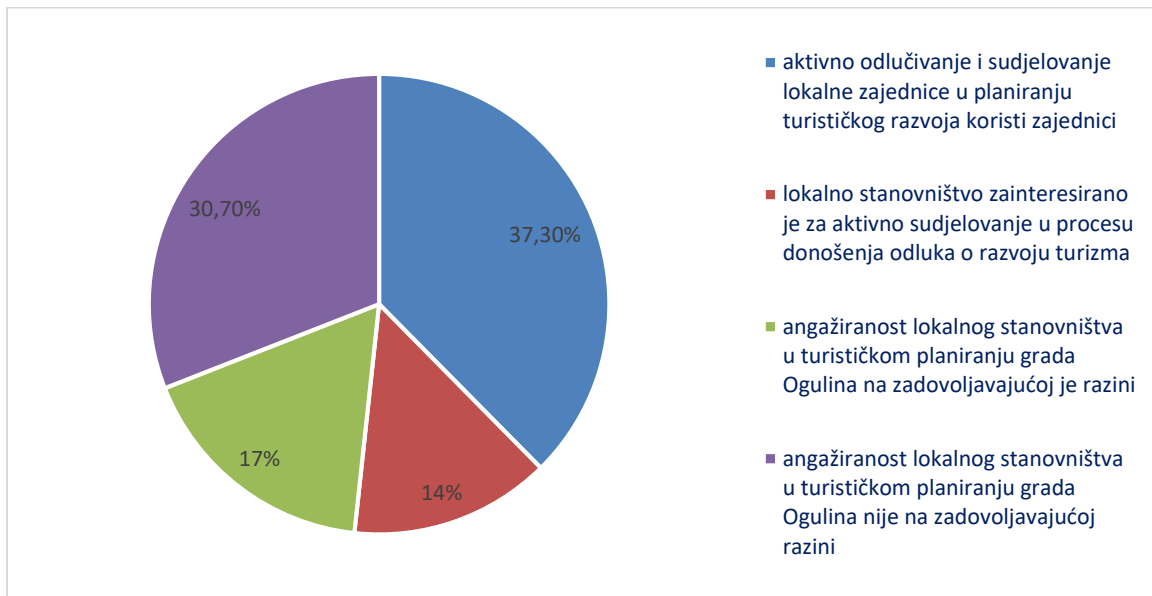
9.) Kakva je vaša podrška o razvoju turizma i njegovim inicijativama?



Grafikon 10: podrška lokalnog stanovništva razvoju turizma i njegovim inicijativama
Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Grafikon 10 prikazuje mišljenje ispitanika o inicijativama koje bi trebalo poduzeti da bi se poboljšala kvaliteta turističke ponude, a time i povećao broj turista u turističkoj destinaciji. Njih 27,2 % smatra da bi se to ostvarilo osmišljavanjem novih turističkih atrakcija, dok njih 17,2% je mišljenja da gradu Ogulinu nedostaju restorani, trgovine, butici, odnosno da trebalo povećati broj uslužnih i trgovačkih objekata. Isto tako 17,2% ispitanika je mišljenja da turizam treba imati vitalnu ulogu u gospodarskom razvoju grada Ogulina. Da bi se povećala turistička potrošnja neophodno je povećati kvalitetu turističke ponude mišljenja je 15,2% ispitanika, 13,9% misli da Ogulinu nedostaju manji tradicionalno uređeni hoteli, dok samo 9,3% za poboljšanje predlaže nove kulturne atrakcije poput edukativnih radionica starih zanata.

10.) Koji su vaši stavovi o sudjelovanju lokalnog stanovništva u planiranju turističkog razvoja?



Grafikon 11: stavovi stanovnika grada Ogulina o njihovom sudjelovanju u planiranju turističkog proizvoda
Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Kao što je vidljivo na grafikonu 11, mišljenja o aktivnom sudjelovanju, planiranju i odlučivanju lokalnog stanovništva o turističkom razvoju destinacije Ogulin su podijeljena. Da aktivno sudjelovanje lokalnog stanovništva u planiranju turističkog razvoja koristi zajednici mišljenja je 37,3% ispitanika, a samo 14% ispitanika smatra da je lokalno stanovništvo zainteresirano za aktivno sudjelovanje u procesu donošenja odluka o razvoju turizma ogulinskog kraja.

Njih 30,7% smatra da angažiranost građana u planiranju i odlučivanju o turističkom razvoju nije na zadovoljavajućoj razini, dok 17% smatra da je dobra.

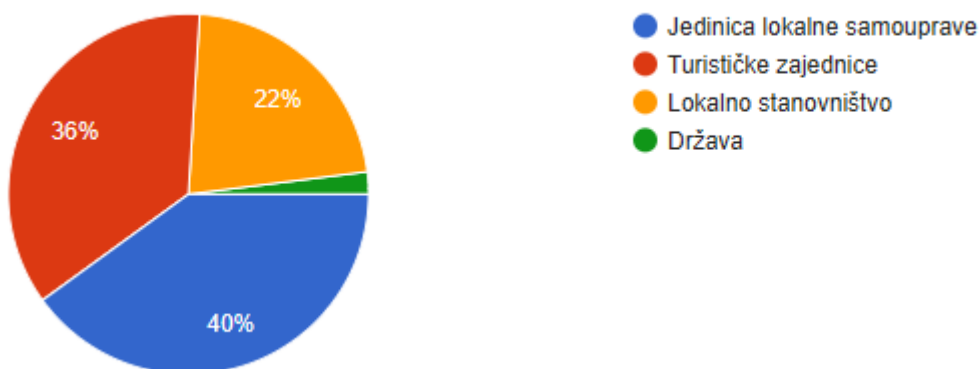
11.) Koji su razlozi zbog kojih smatrate da turizam pozitivno utječe na kvalitetu vašeg života u turističkoj destinaciji?



Grafikon 12: razlozi zbog kojih turizam pozitivno utječe na kvalitetu života domicilnog stanovništva
Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Najviše ispitanika njih 33,8% je mišljenja da će razvoj turizam pozitivno utjecati na kvalitetu života domicilnog stanovništva zbog prihoda ostvarenog turizmom, dok njih 29,1% kao razlog koji pozitivno utječe na kvalitetu života navodi uređenje grada Ogulina.

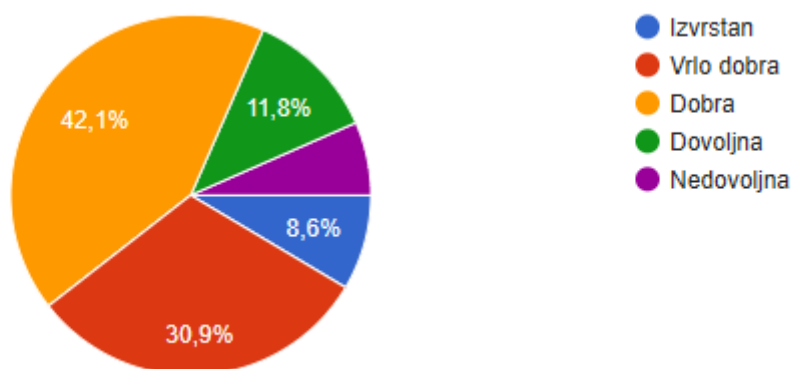
12.) Po vašem mišljenju, tko je odgovoran za razvoj turističke destinacije?



Grafikon 13: odgovornost za razvoj turističke destinacije
Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Grafikon 13 pokazuje nam mišljenje ispitanika o odgovornosti za razvoj turizma u destinaciji Ogulin. Njih 40% najodgovornijom smatraju jedinicu lokalne samouprave, 36% smatra da je najodgovornija turistička zajednica, a 22% drže da je to lokalno stanovništvo. Samo 2% ispitanika odgovornost za razvoj turističke destinacije navode državu.

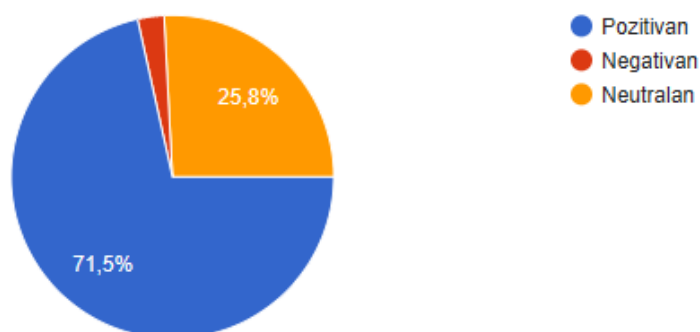
13.) Po vašem mišljenju, koja je ocjena rada turističke zajednice grada Ogulina?



Grafikon 14: Ocjena rada TZ Ogulin
Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Što se tiče ocjene za rad TZ Ogulin, 42,1% ispitanika je njen rad ocijenilo sa ocjenom dobar, 30,9 % sa ocjenom vrlo dobar, a 11,8 % ispitanika im je dalo ocjenu dovoljan. Ocjenu izvrstan za svoj rad su dobili od 8.6% ispitanika, a najslabiju ocjenu im je dalo 6,6% ispitanika.

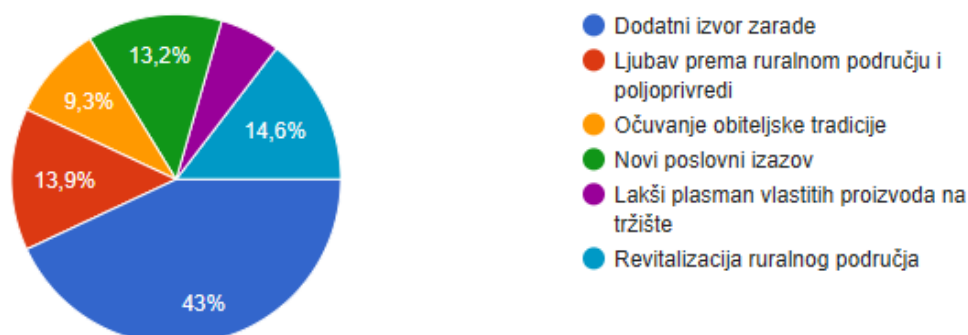
14.) Koji je vaš stav o razvoju ruralnog turizma na području grada Ogulina?



Grafikon 15: stav domicilnog stanovništva o razvoju ruralnog turizma na području grada Ogulina
Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Čak 71,5% ispitanika je dalo pozitivnu ocjenu o razvoju ruralnog turizma na području destinacije Ogulin, dok je samo 2,7% ispitanika imalo negativan stav. Neutralnih je bilo 25,8% ispitanika.

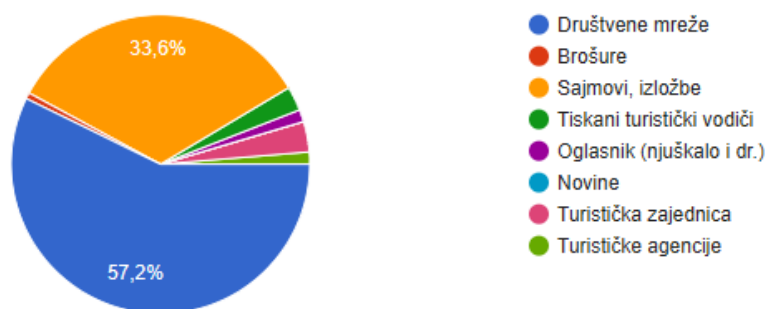
15.) Koji su po vašem mišljenju motivi za bavljenje ruralnim turizmom?



Grafikon 16: motivi za bavljenje ruralnim turizmom
Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Dodatni izvor zarade je za 43% ispitanika glavni motiv za bavljenje ruralnim turizmom. Njih 14,6% kao glavni motiv navodi revitalizaciju ruralnog područja, 13% ljubav prema ruralnom području i poljoprivredi, za 13,2% glavni motiv bi bio novi poslovni izazov, za 9,3% očuvanje obiteljske tradicije, dok bi za 6% glavni motiv bavljenja ruralnim turizmom bio lakši plasman proizvoda na tržište.

16.) Koji je po vama najbolji način promoviranja vlastitog OPG-a?

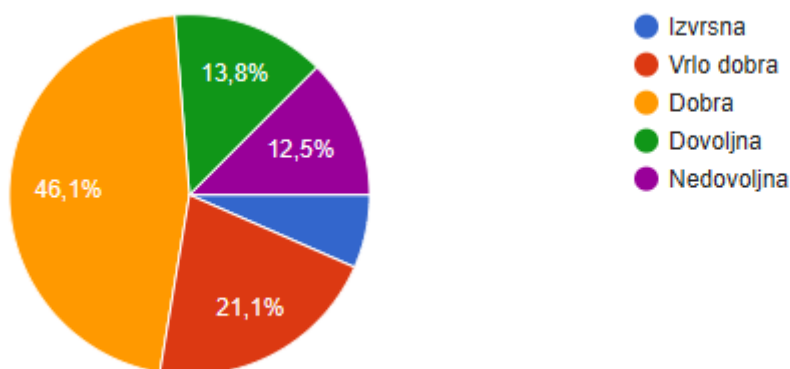


Grafikon 17: najbolji način promoviranja vlastitog OPG-a

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Da je najbolji način promoviranja vlastitog OPG-a putem društvenih mreža smatra najveći broj ispitanika njih 57,2%, dok 33,6% smatra da su to sajmovi i izložbe. Dalje slijedi turistička zajednica za koju se odlučilo 3,3% ispitanika, tiskani turistički vodiči sa 2,6%, oglasnik i turističke agencije sa 1,3% te brošure za koje se odlučilo 0,7% ispitanika.

17.) Kakva je po vama suradnja s gradskom vlasti i turističkom zajednicom?

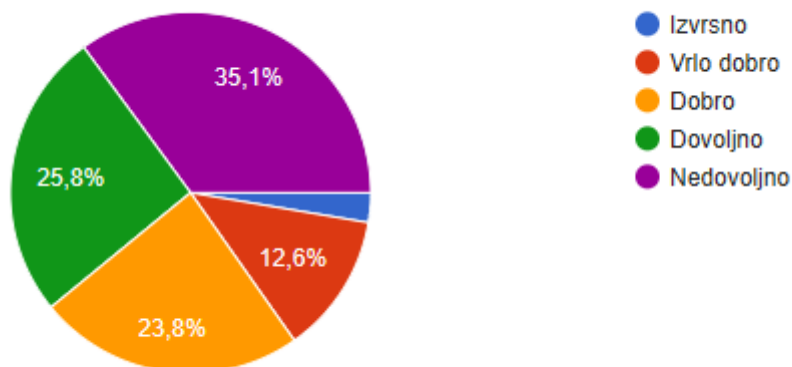


Grafikon 18: suradnja s gradskom vlasti i turističkom zajednicom

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Suradnju lokalnog stanovništva sa lokalnom samoupravom i turističkom zajednicom ispitanici njih 46,1% su ocijenili dobrom, a 21,1% vrlo dobrom ocjenom. Da je ta suradnja dovoljna 13,8%, nedovoljna 12,5% ispitanika, a da je suradnja izvrsna njih 6,5%.

18.) Koliko dobro poznajete zakone vezane za ruralni turizam?

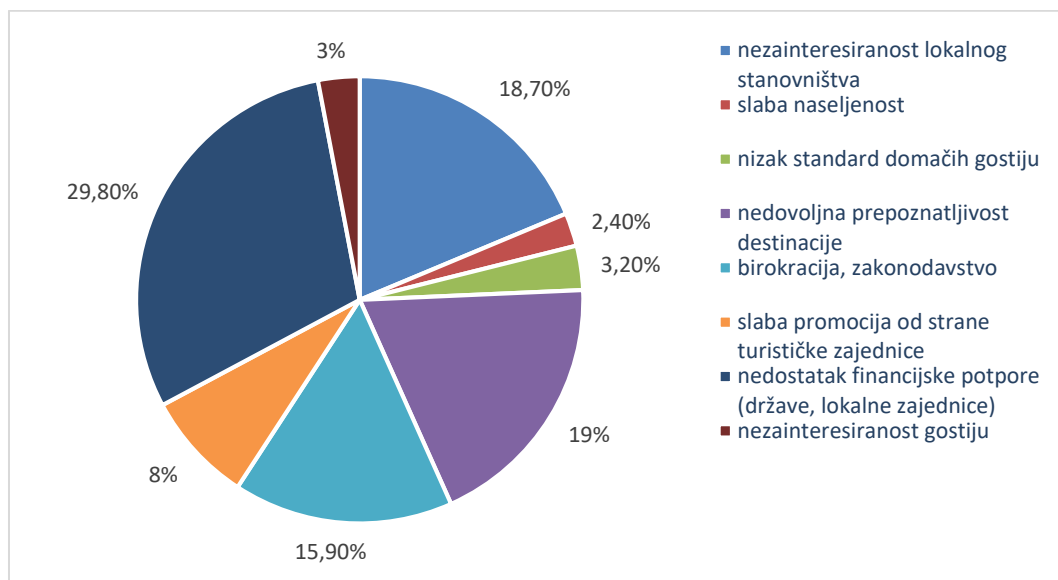


Grafikon 19: poznavanje zakona vezanih za ruralni turizam

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Što se tiče poznavanje zakona vezanih za ruralni turizam čak 35,1% ispitanika ih nedovoljno poznaje, a dovoljno njih 25,8%, dok ih izvrsno poznaje samo 2,6% ispitanika. Anketom dobiveni podaci na ovo pitanje i nisu mogli biti bolji pošto je razvoj ruralnog turizma na području grada Ogulina tek u začetku.

19.) Koje su po vašem mišljenju prepreke za bavljenje ruralnim turizmom na području grada Ogulina?



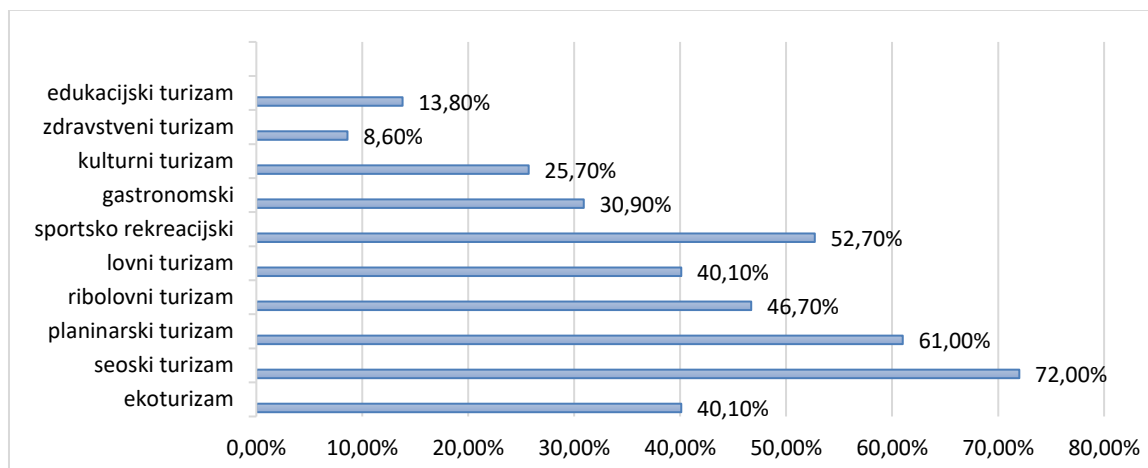
Grafikon 20: prepreke za bavljenje ruralnim turizmom

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Najviše ispitanika, njih 29,8% smatra da je glavna prepreka zbog čega se stanovništvo ne bavi ruralnim turizmom nedostatak financijske potpore od strane države i lokalne zajednice. Zatim sa 19% kao glavna prepreka slijedi nedovoljna prepoznatljivost destinacije, sa 18,7%

nezainteresiranost domicilnog stanovništva te 15,9% ispitanika kao glavnu prepreku navodi birokraciju i zakonodavstvo. Takvi rezultati su i očekivani jer lokalno stanovništvo nije u dovoljnoj mjeri upoznato sa svim pogodnostima i mogućnostima koje su im na raspolaganju ako se odluče baviti nekim od oblika ruralnog turizma.

20.) Koji je po vama razvojni potencijal pojedinih oblika ruralnog turizma na području grada Ogulina? (moguće više odgovora)



Grafikon 21: razvojni potencijali pojedinih oblika ruralnog turizma na području grada Ogulina
Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Grafikon 21 prikazuje koji po mišljenju ispitanika oblici ruralnog turizma imaju najviše razvojnog potencijala na području destinacije Ogulin. Tako 72% ispitanika smatra da najviše razvojnog potencijala ima seoski turizam, 61% ispitanika se odlučio za planinarski turizam, 52,7% za sportsko rekreacijski turizam i 46,7% za ribolovni turizam. Zanimljivo je da se za kulturni turizam odlučilo samo 25,7% ispitanika pošto Ogulin još uvijek svoj turizam bazira na kulturnim događanjima i manifestacijama.

5.2. Intervju s turističkom zajednicom

Bez obzira na niz mogućnosti i veoma interesantnih resursa vezanih za razvoj Ogulina i njegova okruženja kao izričito ruralnog područja, turistička zajednica kao ni lokalna samouprava nemaju razrađen plan razvoja turizma. Sva pitanja vezana za mjere i razvoj ruralnog turizma u narednom razdoblju, ostala su bez odgovora i sa objašnjenjem da "imaju važnijeg posla" što je eklatantna poruka da ne razmišljaju o razvoju turizma na području Ogulina iako su bas tu

velika sredstva koja su itekako potrebna i za razvoj i za standard građana Ogulina. Naime, plan mjera za razvoj iz daleke 2016. godine, koji je izradila bivša direktorica turističke zajednice i ove 2023. god. je uz malu doradu aktualan.

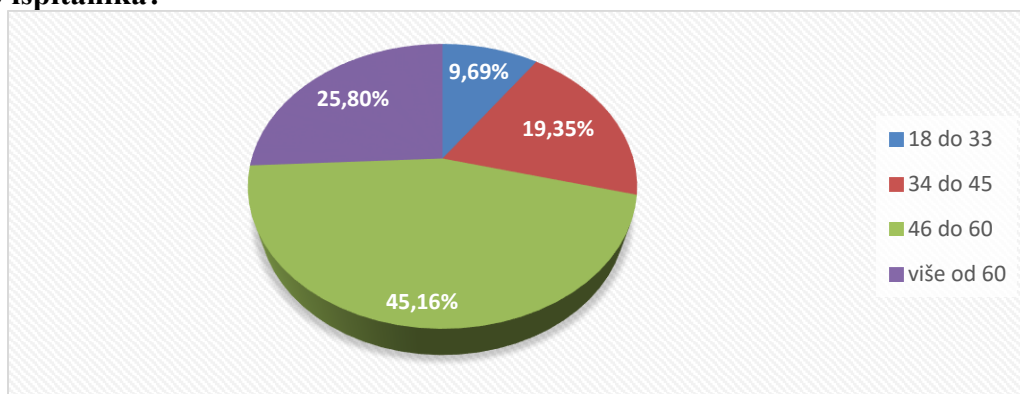
Činjenica je, da su novčana sredstva koja turistička zajednica realizira kao prihod u tekućoj godini, minimalna i nedostatna za nešto više, međutim ogulinsko područje je okruženo sa nizom mogućnosti koje bi se mogle iskoristiti, posebno jer su na njegovom području prirodni rariteti koji su interesantni ne samo za domaće turiste već i za turiste iz drugih zemalja. Uz tako nezainteresirani kadar kako u turističkoj zajednici tako i u lokalnoj samoupravi i sredstva europskih fondova ostaju neiskorištena, a rezultat ovakvog lošeg djelovanja je da su sa realizacijom razvojnih planova u turizmu u puno boljoj poziciji sve turističke zajednice u okruženju iako imaju mnogo manje mogućnosti po broju i atraktivnostima, kojima mogu privući turiste i realizirati novčana sredstva.

Stanovništvo koje živi na ruralnom području, a moglo bi u današnje vrijeme doprinijeti razvoju turizma na ovom području, nije dovoljno informirano ni potaknuto, odnosno ruralni razvoj turizma je u potpunosti zapostavljen, što je još jedan dokaz o nepostojanju koncepcije razvoja turizma u Ogulinu. Uz kvalitetan menadžment i kvalitetnu koncepciju i strategiju razvoja turizma Ogulin ima sve predispozicije da postane konkurentna turistička destinacija. Međutim, sve dok ne ispunji te uvjete Ogulin će i dalje biti profiliran kao tranzitni grad, odnosno destinacija u kojoj turisti samo prespavaju.

5.3. Rezultati stavova turista

Istraživanje je provedeno putem anketnog upitnika koji se sastojao od 19 pitanja. Anketu je krajem mjeseca svibnja i prvom polovicom mjeseca lipnja ispunilo 31 turist od kojih je bilo 19 muškog a 12 ženskog spola. Pošto je za vrijeme anketiranja bilo jako loše vrijeme, a i to je period u kojima je i inače slabiji dolazak turista na područje grada Ogulina bilo je nemoguće prikupiti više ispunjenih anketa. U prikupljanju anketa pomogla mi je i vlasnica autokampa „Sabljaci“, te joj ovim putem zahvaljujem na pomoći. Anketu je ispunilo 21 stranih turista (Njemačka, Nizozemska i Italija) koji su bili posjetitelji kampa i 10 domaćih turista uglavnom iz Zagrebačke i Primorsko goranske županije.

1.) Dob ispitanika?



Grafikon 22: dob ispitanika turista

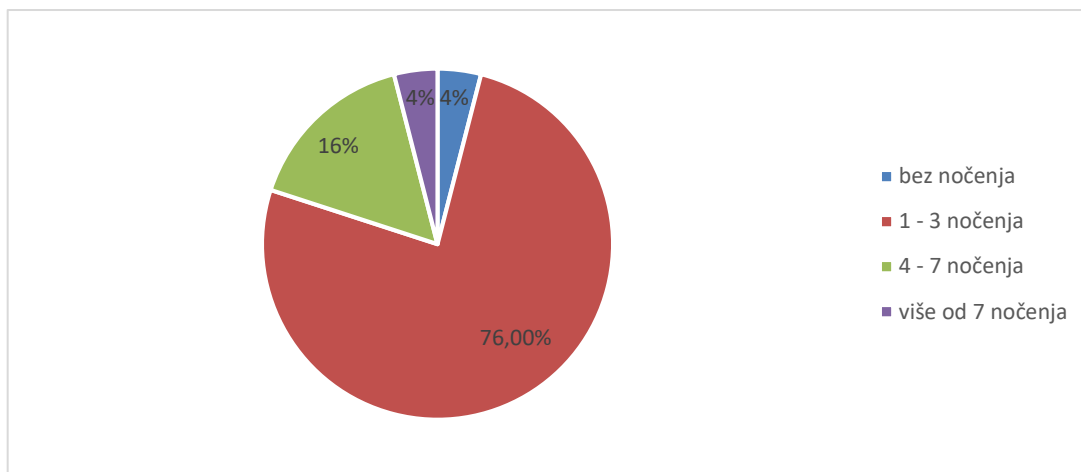
Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Većina ispitanika, njih 45,16% je bila srednjih godina (od 46 do 60), dok su najmanje bili zastupljeni ispitanici od 18 – do 33 godine kojih je bilo svega 9,69%, a to je i donekle razumljivo pošto u to doba godine još uvijek traju obaveze u školi i na fakultetu. Zanimljivo je da je 25,8% ispitanika koji su ispunili anketu bilo starijih od 60 godina što je dokaz da ljudi koji su u mirovini a pogotovo strani državljani dosta vremena odvoje za putovanja.

2.) Stupanj obrazovanja ispitanika?

Što se tiče obrazovne strukture 48,39% ispitanika je bilo sa završenim diplomskim studijem, njih 32,25% ima završenu srednju ili strukovnu školu, a preddiplomsko obrazovanje imalo je njih 16%. Najmanje su bili zastupljeni 3,23% ispitanici sa doktoratom, a ispitanika koji su završili osnovnu školu ili bili bez obrazovanja nije bilo.

3.) Broj noćenja u Ogulinu?

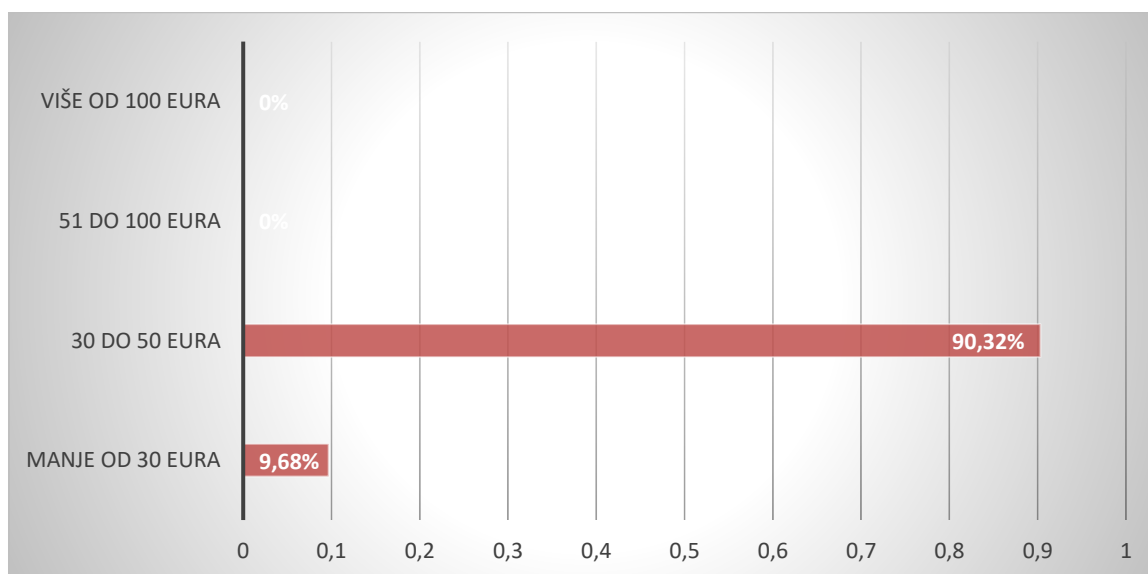


Grafikon 23: broj noćenja turista u Ogulina

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Više od tri četvrtine ispitanika, njih 76%, namjerava noćiti između jedne i tri noći, 16% se namjerava duže zadržati tj. ostvariti od četiri do sedam noćenja, a bez noćenja i više od sedam noćenja u Ogulinu i okolici planira 4% turista.

4.) Dnevna potrošnja u Ogulinu? (po osobi)

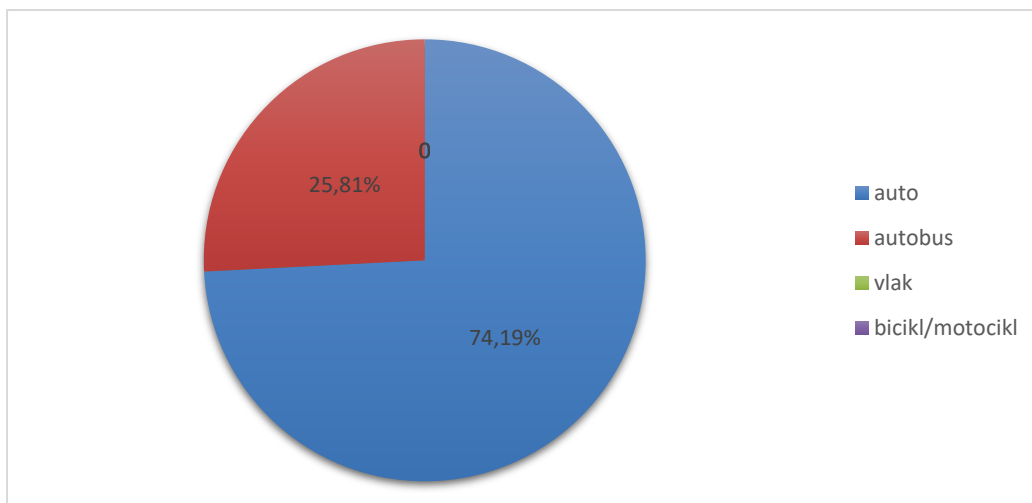


Grafikon 24: dnevna potrošnja turista u Ogulinu

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Ispitanici, njih 90,32% planira dnevno trošiti između 30 i 50 eura dok ostali, njih 9,68% dnevnu potrošnju će ograničiti do 30 eura. Ispitanika koji planiraju trošiti iznad 50 eura dnevno nije bilo, što nam govori da u Ogulin većinom dolaze turisti srednje kupovne moći.

5.) Kojim prijevoznim sredstvom ste stigli u Ogulin?

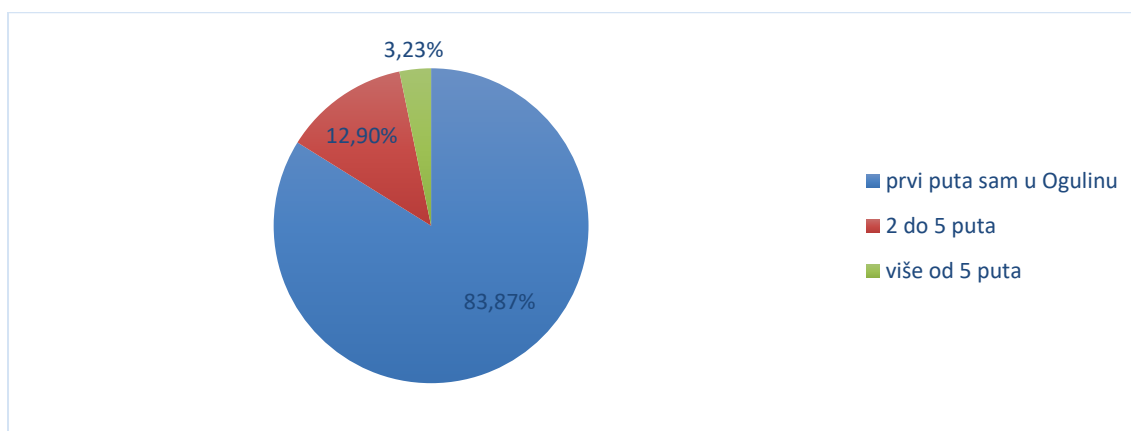


Grafikon 25: prijevozno sredstvo s kojim su ispitanici stigli do Ogulina

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Većina ispitanika, njih 74,19% u Ogulin je stiglo vlastitim autom dok je autobusom došlo njih 25,81%. Vlakom i biciklom ili motociklom nije došao niti jedan ispitanik u Ogulin. Također treba napomenuti da je većina ispitanika (82%) u Ogulin došli individualno a tek 18% organizirano preko turističkih agencija.

6.) Koliko puta do sada ste posjetili Ogulin?



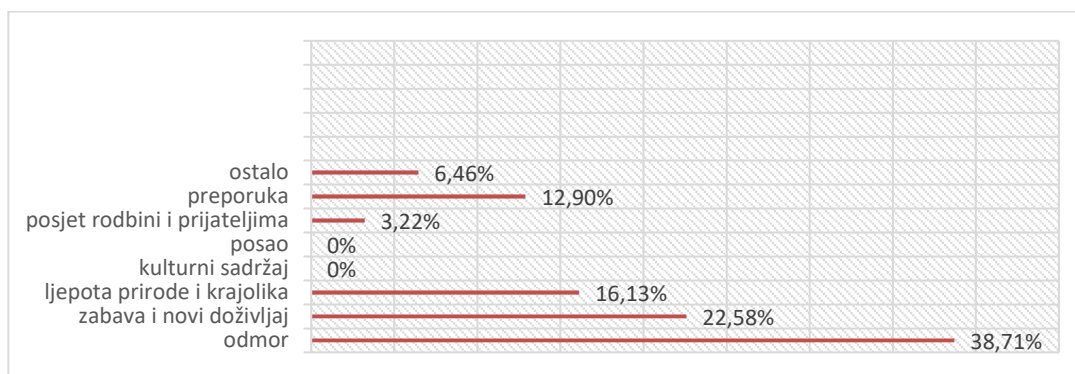
Grafikon 26: broj posjeta Ogulinu

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Grafikon 26 prikazuje koliko su puta do sada ispitanici već bili u posjetu gradu Ogulinu. Tako velikom broju njih čak 83,87% je ovo prvi puta da dolaze u Ogulin, dok ih je 12,90% grad do sada posjetilo od 2 do 5 puta. Više od pet puta bilo je 3,23% ispitanika u Ogulinu. Po ovim podacima možemo zaključiti da je većina ispitanika samo u prolazu i da im je Ogulin samo usputna stanica na njihovom putu.

Što se tiče smještaja većina njih 67,74% je smještena u kampu, u hotelu 19,35% , a u privatnom smještaju smještaj je našlo 12,91% ispitanika.

7.) Koji je vaš motiv dolaska u Ogulin?



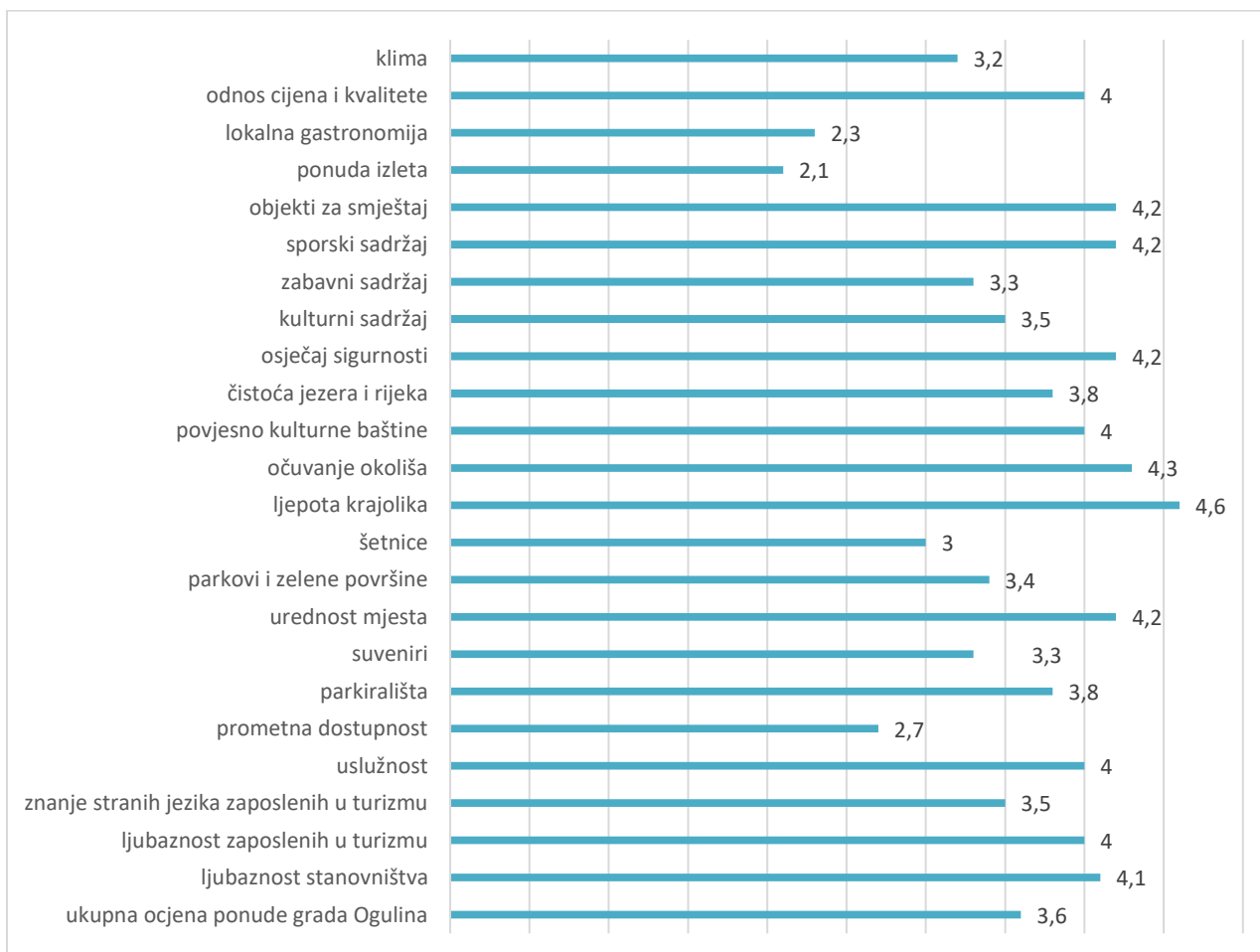
Grafikon 27: motiv dolaska u Ogulin

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Da je motiv dolaska u Ogulin odmor odgovorilo je 38,71% ispitanika, dok je kod 22,58% glavni motiv dolaska zabava i novi doživljaji. Zbog prirodnih ljepota došlo je njih 16,13%, zbog preporuke 12,90%, ostalog 6,46% te posjeta rodbini i prijateljima 3,22% ispitanika.

8.) Kako ocjenjujete vaše zadovoljstvo elementima ponude turističke destinacije ?

1 – izrazito nezadovoljan 5 – izrazito zadovoljan



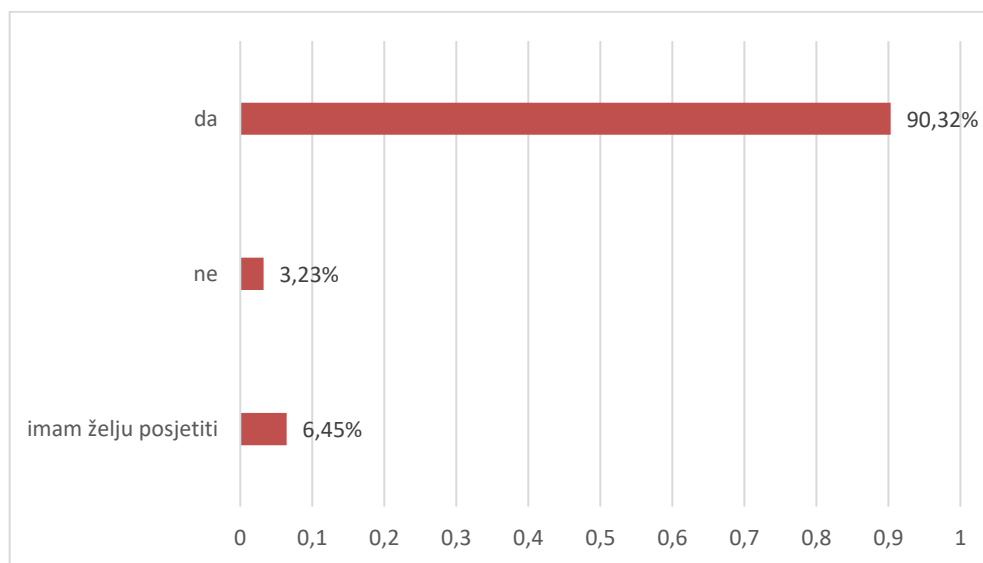
Grafikon 28: ocjena elemenata ponude grada Ogulina

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Na grafu možemo vidjeti da su ispitanici najmanje zadovoljni sa ponudom lokalnih autohtonih jela, ponudom izleta i prometnom dostupnošću. Restorani u Ogulinu uglavnom u ponudi imaju klasična jela i jako je teško dobiti neko autohtono jelo po kojem je ovaj kraj prepoznatljiv. Ponuda izleta za turiste je slaba, gotovo da je i nema, a pošto grad nema javnog prijevoza, turisti koji nemaju vlastiti prijevoz nemaju mogućnost obilaska okolnih mjesta. Zbog svega toga su i razumljive ovako slabe ocjene za ova tri elementa ponude grada Ogulina. Ispitanici su bili oduševljeni ljepotom Ogulinskog kraja, očuvanjem okoliša, uređenošću samog grada, osjećajem sigurnosti, ljubaznošću stanovništva pa su što je i vidljivo na grafu ti elementi dobili najveće ocjene.

U nastavku ankete pitanja su bila orijentirana na ruralni turizam pa mišljenja ispitanika o tom obliku turizma donosim u nastavku ovog rada.

9.) Jeste li posjetili neko ruralno turističko odredište?

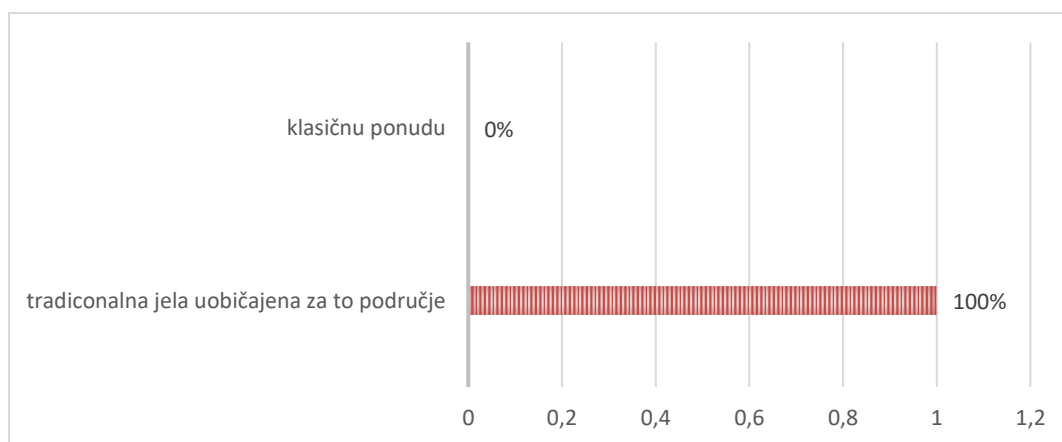


Grafikon 29: posjet nekom ruralnom području

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Na pitanje da li su posjetili neko ruralno turističko odredište njih 90,32% je potvrdno odgovorilo, 3,23% negativno, dok je 6,45% ispitanika izrazilo želju da ga posjeti.

10.) Kakvu biste ponudu hrane u ruralnom turizmu više voljeli dobiti?

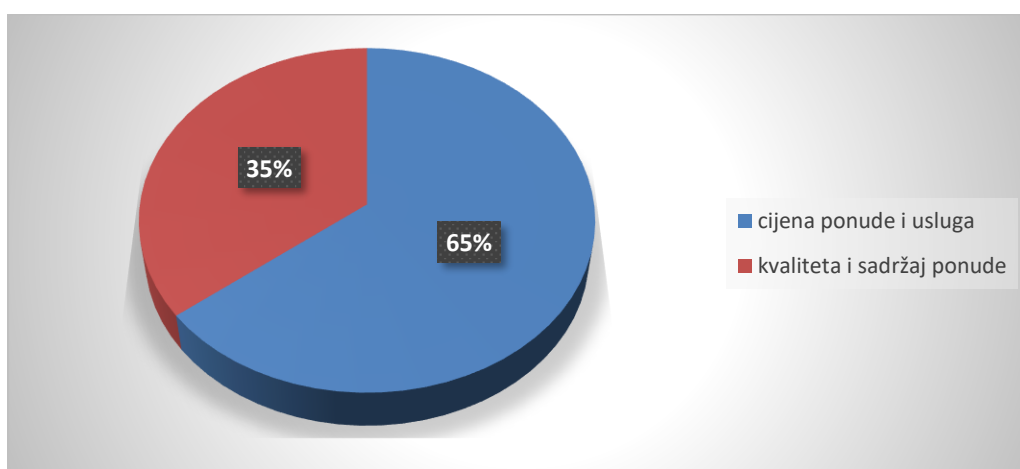


Grafikon 30: ponuda hrane u ruralnom turizmu

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Nitko od ispitanika ne želi klasičnu hranu, nego bi radije da u ponudi dobiju autohtonu hranu koja je specifična za područje u kojem se nalaze. Također svi ispitanici su mišljenja da bi ta hrana kao i piće koje im je ponuđeno trebalo biti proizvedeno na samom gospodarstvu na kojem su smješteni ili na obližnjim OPG-ima.

11.) Što bi vas prevagnulo kod odabira ruralnog turističkog odredišta?

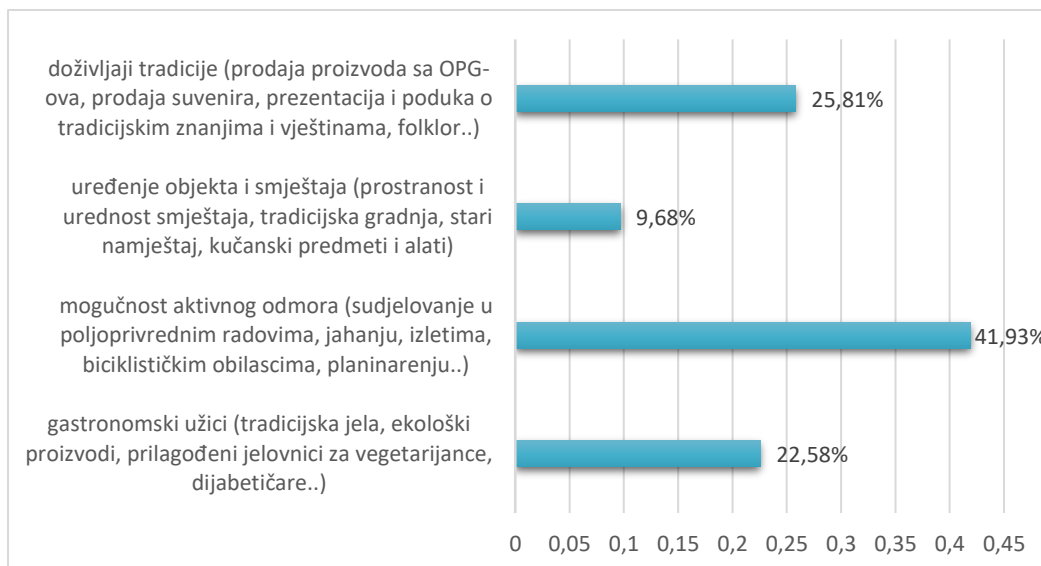


Grafikon 31: odabir cijene ili kvalitete ponuda i usluga

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Kod 65% ispitanika kao što je prikazano i na grafikonu, kod odabira ruralnog turističkog odredišta prevagnula bi cijena ponude i usluga u odnosu na kvalitetu i sadržaj ponude, te iz toga možemo izvući zaključak da je većina ispitanika srednje kupovne moći.

12.) Što vam je najvažnije u ponudi ruralnog turizma? (možete označiti 1 ili 2 odgovora)

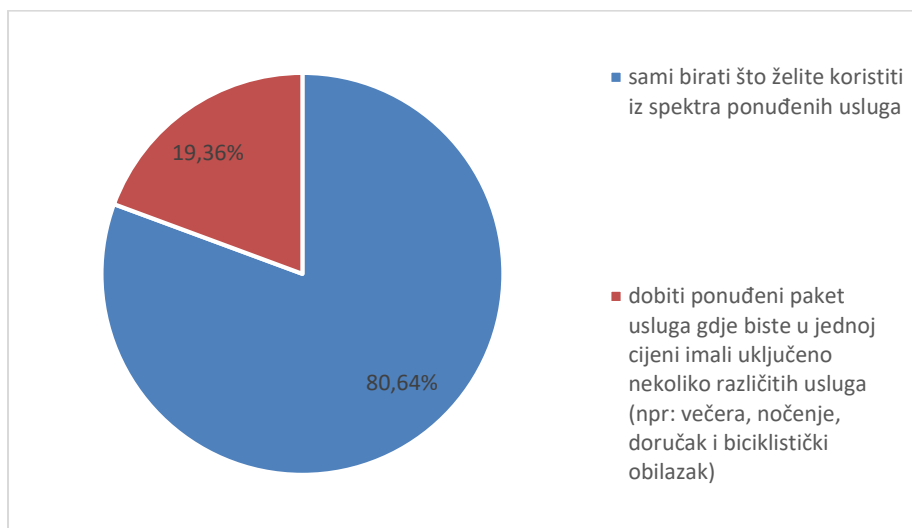


Grafikon 32: odabir ponude ruralnog turizma

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Kod odabira što im je najvažnije u ponudi ruralnog turizma ispitanici su imali mogućnost odabrati jedan ili dva ponuđena odgovora. Najviše ispitanika njih 41,93% kao najvažnije su istaknuli mogućnost aktivnog odmora, doživljaje tradicije njih 25,81%, gastronomske užitke 22,58% , dok je samo 9,68% ispitanika kao njima od ponuđenog najbitnija urednost objekta i smještaja.

13.) Što bi vam se više svidjelo kod izbora usluga u ruralnom turizmu?



Grafikon 33: izbor usluge u ruralnom turizmu

Izvor: obrada i izrada autorice prema prikupljenim podacima iz anketnog upitnika

Na grafikonu je vidljivo da velika većina ispitanika njih 80,64% bi više voljela da sami imaju mogućnost izbora što žele koristiti iz spektra ponuđenih usluga, dok je ostalima (njih 19,36%) draže da dobiju u jednoj cijeni već unaprijed određen paket usluga.

5.4. Zaključak i smjernice

Prema rezultatima provedenog anketnog istraživanja na području grada Ogulina dolazimo do zaključka da je lokalno stanovništvo zainteresirano za sudjelovanje u planiranju i turističkom razvoju destinacije te da je svjesno da razvoj turizma pozitivno utječe na gospodarski razvitak grada, a time i podiže kvalitetu njihovih života. Najodgovornijima za razvoj turizma u gradu Ogulinu smatraju lokalnu samoupravu i turističku zajednicu, čiji dosadašnji rad su ocijenili ocjenom dobar, pa možemo zaključiti da ima još mnogo prostora za napredak, pogotovo u međusobnoj suradnji, a time i većoj angažiranosti lokalnog stanovništva u planiranju i razvoju destinacije. Što se tiče stava o razvoju ruralnog turizma čak 71,5% ispitanika ima pozitivan stav, a to je rezultat, u zadnje vrijeme, velikog interesa turista za usamljena, mirna, tiha i još neistražena od gradskih središta udaljena mjesta. Kao glavnu prepreku razvoju ruralnog turizma ispitanici vide u nedostatku financijske potpore od strane države i lokalne samouprave. Tu se vidi slaba angažiranost lokalne samouprave i turističke zajednice, jer su na vrijeme trebali informirati i educirati lokalno stanovništvo o mogućnostima korištenja bespovratnih sredstava iz europskih fondova. Na pitanje koji oblik ruralnog turizma ima najviše potencijala na području grada Ogulina 72% ispitanika smatra da je to seoski turizam a zatim slijede planinarski i sportsko rekreacijski.

Da bi lokalno stanovništvo prihvatilo turizam lokalna samouprava u suradnji sa turističkom zajednicom bi trebala upoznati domicilno stanovništvo o pozitivnima i negativnima učincima razvoja turizma a pogotovo je ta edukacija potrebna za onaj dio stanovništva koji je već razvio negativan stav o razvoju turizma, a najviše iz razloga što nema izravne koristi od njega. Također bi trebalo ojačati turističku zajednicu kvalitetnim kadrom koji je u stanju pratiti suvremene turističke trendove i koji će znati upravljati razvojem turizma a pogotovo ruralnog u destinaciji Ogulin.

Prema rezultatima dobivenih nakon anketiranja turista možemo zaključiti da im je glavni motiv dolaska u Ogulin odmor, zabava, novi doživljaj i ljepota prirode kojom su posebno oduševljeni. Osim ljepote krajolika zadovoljni su i uređenošću i čistoćom objekata za smještaj kao i samog grada, te ponudom sportskih aktivnosti. Najslabije su ocijenili ponudu autohtonih jela, ponudom organiziranih izleta i prometnu dostupnost.

Iz anketom dobivenih rezultata vidljivo je da postoji veliki prostor za napredak gotovo svih elemenata ponude a pogotovo se to odnosi na elemente koji su dobili najslabije ocjene. Ogulinski restorani bi u ponudi trebali imati stara najpoznatija ogulinska jela kao što su:

ogulinska masnica i mošnje, smisan kruh i kljukača, ogulinsko kiselo zelje i repa, a u ponudi bi se trebala naći i palenta od domaćeg kukuruznog brašna sa svježim kravljim mlijekom ili kiselinom. Turistička zajednica bi također u ponudi za turiste trebala imati organizirane jednodnevne izlete koji bi trebali biti prilagođeni svim uzrastima, a ne da su turisti dolaskom u grad prepušteni sami sebi.

Zaključak

Kako bi turistička destinacija Ogulin ispunila sve kompleksnije zahtjeve turista i da bi si osigurala konkurentsku prednost, mora ne samo pratiti trendove i prilagođavati se promjenama na turističkom tržištu, nego mora kroz proces koncepcije razvoja sudjelovati u kreiranju budućnosti. Povoljan geografski položaj, dobra prometna povezanost te izrazito lijepe i zanimljive kulturne vrijednosti i prirodne ljepote predstavljaju mogućnost za razvoj svih tipova turizma. Da je Ogulin zanimljiv turistima i da postoji potencijal za razvoj turizma pogotovo ruralnog vidljivo je iz statističkih podataka o dolasku i noćenju turista koji je svake godine u porastu. HOC Bjelolasica imala je sve pretpostavke da postane značajno turističko odredište uz koju bi i grad Ogulin sa okolicom imao nezaustavljiv razvoj, ali njena devastacija je prekinula sve planove za ovo turističko područje (plan je bio tadašnjih 650 ležajeva kapacitet smještaja povećati na 3000 ležajeva).

SWOT analizom je ustanovljeno da su najveće prednosti grada Ogulina prometni i geografski položaj, nedirnuta priroda, ekološka očuvanost i bogata kulturno povijesna baština, dok su slabosti nepostojanje koncepcije razvoja, iseljavanje mladih i nedovoljno obrazovan kadar. Glavni uzroci takve situacije leže u nepostojanje koncepcije i strategije razvoja, slabog ulaganja u znanje i intelektualni kapital, nestručnost i nezainteresiranost te izostanak inovativnog turističkog proizvoda. Kako bi se poboljšao značaj turizma potrebno je formirati destinacijsku menadžment organizaciju te aktivno uključiti sve dionike da doprinesu turističkom razvoju grada Ogulina.

Ekološka svijest, razina obrazovanja, porast standarda stanovništva, razvoj i modernizacija telekomunikacija i prometa te informatizacija determinirali su ubrzani razvoj globalnog

turizma. U Hrvatskoj kao i u ostalim zemljama u okruženju dolazi do snažnog zamaha u razvoju turizma koji tako postaje posebno kod nas jedna od najprofitabilnijih djelatnosti cjelokupnog gospodarstva. Uz klasični turizam „sunce i more“ sve su više zastupljeni i ostali oblici turizma, među kojima je i ruralni turizam. U nezaustavljivom razvoju kako zbog globalne podrške, tako i zbog potrebe čovjeka da se ponekad odmakne od užurbanog života, gradske vreve i uživa u miru i tišini ili upoznaje druge kulture, ljude i običaje ostvarujući kontakte sa stanovništvom koje drugačije radi i razmišlja. U skladu sa takvim trendom grad Ogulin kao i destinacije u njegovu okruženju postaje sve više prepoznatljiv u razvoju ruralnog turizma, a posebno zbog; interesantne lokalne tradicije i kulture, povijesnih činjenica, prirodnih ljepota, te nezaboravnim kontaktima sa gostoljubivim domicilnim stanovništvom.

Bibliografija

Knjige:

- Demonja D., Ružić P., Ruralni turizam u Hrvatskoj, Zagreb 2010.
- Jelinčić, D. A., (2008.), Abeceda kulturnog turizma, Zagreb, Meandarmedia
- Magaš D. , Destinacijski menadžment: modeli i tehnike, Hotelijerski fakultet Opatija, 2008.
- Mrnjavac E. „Promet u turizmu“, Opatija 2002.
- Pavešić M., Puškarić A., Ogulin i okolica, Zagreb, Turistička naklada d.o.o., Zagreb, 2003.
- Ružić P., Ruralni turizam, institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Pula 2009.
- Kušen E., Turistička atrakcijska osnova. Zagreb: Institut za turizam, 2002.
- Geić S.: Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011.
- Križman Pavlović D., Marketing turističke destinacije, Mikrorad d.o.o., Zagreb, 2008.
- Tubić D., Ruralni turizam: od teorije do empirije, Virovitica, 2019

Znanstveni članci:

- Demonja D.: “Kulturni turizam: Hrvatska iskustva“
- Petrić L., Izazovi razvoja ruralnog turizma: Dosadašnja praksa u Europi i reperkusije na Hrvatsku, Split 2006.
- Lukić A., O teorijskim pristupima ruralnom prostoru. Hrvatski geografski glasnik, 72/2, str.52
- Smolčić Jurdana D., Obilježja turizma u ruralnom prostoru, 4. međunarodni kongres o ruralnom turizmu 2018,

Internet izvori:

<https://oguliniokolica.blogspot.com> (pristupljeno 8. 4. 2023.)

Hrvatski planinarski savez, www.hps.hr (pristupljeno 19.4.2023.)

Ogulin danas | Turistička zajednica Grada Ogulina (tz-grada-ogulina.hr) (pristupljeno 10.4.2023.)

Turistička zajednica Ogulin, www.tz-grada-ogulina.hr (preuzeto 20.4.2023.)

zavičajni muzej: <https://zavicajni-muzej-ogulin.hr/zbirke/etnografska-zbirka> (preuzeto 20.4.2023.)

<https://www.htz.hr/hr-HR/press/objave-za-medije/zapocela-prva-nacionalna-kampanja-ruralnog-turizma-dozivi-domace-istrazi-ruralnu-hrvatsku>

<https://hrcak.srce.hr/clanak/387836>, (preuzeto 8.6.2023.)

Online statistički godišnjak:

Državni zavod za statistiku www.popis2021.hr (pristupljeno 10.4.2023.)

Popis ilustracija

Tablice

Tablica 1.	Broj i udio stanovnika prema dobnim skupinama i spolu (popis stanovništva 2021.)	09
Tablica 2.	Struktura smještajnih kapaciteta u Ogulinu od 2017. do 2022. godine	10
Tablica 3.	Broj noćenje domaćih i stranih turista u Ogulinu od 2017.-2021. godine	13
Tablica 4.	Broj dolazaka i noćenje turista u Ogulinu po državama iz kojih dolaze 2019.-2022.	13
Tablica 5.	SWOT analiza turizma grada Ogulina	25

Grafikoni

Grafikon 1.	Broj dolazaka domaćih i stranih turista na područje grada Ogulina po državama	12
Grafikon 2.	Anketa - spol ispitanika domicilnog stanovništva	33
Grafikon 3.	Anketa - dob ispitanika domicilnog stanovništva	33
Grafikon 4.	Anketa - stupanj obrazovanja ispitanika domicilnog stanovništva	34
Grafikon 5.	Anketa - primarno zanimanje ispitanika domicilnog stanovništva	34
Grafikon 6.	Anketa – mjesečni prihod ispitanika domicilnog stanovništva	35
Grafikon 7.	Anketa – utjecaj turizma na gospodarstvo	35
Grafikon 8.	Anketa – mišljene ispitanika o utjecaju turizma na okoliš	36
Grafikon 9.	Anketa – mišljene ispitanika o sociokulturnim učincima turizma	37
Grafikon 10.	Anketa – podrška ispitanika razvoju turizma	38
Grafikon 11.	Anketa – stavovi ispitanika o njihovom sudjelovanju u planiranju turističkog razvoja	39
Grafikon 12.	Anketa – utjecaj turizma na kvalitetu života domicilnog stanovništva	39
Grafikon 13.	Anketa – Odgovornost za razvoj turizma	40
Grafikon 14.	Anketa – ocjena ispitanika o rada TZ Ogulin	40
Grafikon 15.	Anketa – stav ispitanika o razvoju ruralnog turizma na području grada Ogulina	41
Grafikon 16.	Anketa – mišljenje ispitanika o motivima za bavljenje turizmom	41
Grafikon 17.	Anketa – načini promoviranja vlastitog OPG- a	42
Grafikon 18.	Anketa – mišljenje ispitanika o suradnji s TZ Ogulin i lokalnom samoupravom	42

Grafikon 19. Anketa – poznavanje zakona o ruralnom turizmu	43
Grafikon 20. Anketa – koje su prepreke po mišljenju ispitanika za bavljenje ruralnim turizmom	43
Grafikon 21. Anketa – razvojni potencijali pojedinih oblika ruralnog turizma na području Ogulina	44
Grafikon 22. Anketa – dob turista	46
Grafikon 23. Anketa – broj noćenja turista	46
Grafikon 24. Anketa – dnevna potrošnja turista u Ogulinu	47
Grafikon 25. Anketa – prijevozno sredstvo s kojim su turisti stigli u Ogulin	47
Grafikon 26. Anketa – broj dolazaka turista u Ogulin	48
Grafikon 27. Anketa – motiv turista za dolazak u Ogulin	48
Grafikon 28. Anketa – ocjena elemenata ponude	49
Grafikon 29. Anketa – posjet ruralnom turističkom području	50
Grafikon 30. Anketa – ponuda hrane u ruralnom turizmu	50
Grafikon 31. Anketa – odabir ruralnog turističkog odredišta	51
Grafikon 32. Anketa – što je turistima najvažnije u ponudi ruralnog turizma	51
Grafikon 33. Anketa – izbor usluge u ruralnom turizmu	52