

Razvoj ruralnog turizma u Vukovarsko-srijemskoj županiji

Kovačević, Ema

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:068200>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-21**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti

Studij kulture i turizma

Ema Kovačević

**Razvoj ruralnog turizma u Vukovarsko-srijemskoj
županiji**

Završni rad

Zadar, 2021.

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti
Studij kulture i turizma

Razvoj ruralnog turizma u Vukovarsko-srijemskoj županiji

Završni rad

Student/ica:

Ema Kovačević

Mentor/ica:

Doc.dr.sc. Tomislav Klarin

Zadar, 2021.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Emma Kovačević**, ovime izjavljujem da je moj **završni** rad pod naslovom **Razvoj ruralnog turizma u Vukovarsko-srijemskoj županiji** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 21. rujna 2021.

SADRŽAJ

| | |
|--|----|
| 1. UVOD | 1 |
| 2. RURALNI TURIZAM..... | 2 |
| 2.1. Suvremeni trendovi u turizmu | 2 |
| 2.2. Definicija ruralnog prostora i ruralnog turizma..... | 5 |
| 2.2.1. Ruralna turistička destinacija | 8 |
| 2.2.2. Činitelji ponude ruralnog turizma..... | 9 |
| 2.2.3. Profil ruralnog turista | 12 |
| 2.3. Oblici ruralnog turizma | 13 |
| 2.3.1. Agroturistički oblici ruralnog turizma | 13 |
| 2.3.2. Ostali oblici ruralnog turizma..... | 15 |
| 3. RURALNI TURIZAM U EUROPI I HRVATSKOJ..... | 17 |
| 3.1. Ruralni turizam u Austriji..... | 18 |
| 3.2. Ruralni turizam u Švicarskoj | 19 |
| 3.3. Ruralni turizam u Sloveniji..... | 20 |
| 3.4. Ruralni turizam u Hrvatskoj | 21 |
| 4. RURALNI TURIZAM NA PODRUČJU VUKOVARSKO-SRIJEMSKE ŽUPANIJE | 26 |
| 4.1. Opći podaci o Vukovarsko-srijemskoj županiji | 26 |
| 4.2. Obilježja turizma na području Vukovarsko-srijemske županije..... | 27 |
| 4.3. Resursna atrakcijska osnova Vukovarsko-srijemske županije | 29 |
| 4.3.1. Prirodne atrakcije..... | 30 |
| 4.3.2. Antropogene atrakcije | 32 |
| 4.3.3. Manifestacijske/društvene atrakcije | 33 |
| 4.4. Mogućnosti i ograničenja razvoja ruralnog turizma na području Vukovarsko-srijemske županije | 34 |
| 5. ZAKLJUČAK | 36 |
| 6. SAŽETAK | 37 |
| 7. SUMMARY | 38 |
| LITERATURA..... | 39 |

1. UVOD

Proces globalizacije i suvremen način života prouzrokovali su mnoge promjene u svim sferama života pa tako i na turističkom tržištu. U posljednjih nekoliko godina koristi se sve više odmora tijekom godine, povećava se broj i vrsta različitih aktivnosti turista, potražnja postaje sve zahtjevnija, sofisticiranija i selektivnija, a navedene pojave subjektima turističke ponude predstavljaju izazov. Posljednjih godina subjekti turističke ponude moraju implementirati nešto novo i drugačije u svrhu diverzifikacije od ostalih subjekata, a samim time pružili svojim posjetiteljima upotpunjenju ponudu i maksimizirali zadovoljstvo svojih potrošača. Užurban način života u gradovima stvara sve veću potrebu ljudi za odmicanjem od urbanih sredina i aktivnim odmorom u prirodi, daleko od buke, zagađenog zraka i drugih nedostataka koje život u gradskim sredinama nosi za sobom. Promjene u potražnji i povećanje potrebe za provođenjem aktivnog odmora rezultiralo je pojavom i ubrzanim razvojem ruralnog turizma. Pojavom ove vrste turizma mnoge kontinentalne destinacije pokušavaju pronaći svoje mjesto na tržištu i ostvariti konkurentsku prednost u odnosu na priobalne destinacije koje su prijašnjih godina bile u vrhu svjetske turističke potražnje.

Cilj je ovoga rada na temelju analize trendova ruralnog turizma, kao i trenutne ponude i mogućnosti definirati prilike i ograničenja razvoja ruralnog turizma na području Vukovarsko-srijemske županije, ali i perspektive razvoja ruralnog turizma za cjelokupno područje Slavonije. Nakon uvoda, u drugom je poglavlju definiran pojam ruralnoga turizma i ruralnoga turista, a potom su analizirani rastući trendovi na turističkom tržištu. U tome dijelu također su pojašnjene i pobliže opisane pojedine ruralne destinacije, a potom ostali oblici ruralnoga turizma. U trećem poglavlju proučavana je ponuda ruralnog turizma u Europi te na koji način poznate destinacije privlače svoje goste na posjet. Naposljetku, predstavljena je ponuda ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj. U četvrtom poglavlju predstavljeni su opći podaci o Vukovarsko-srijemskoj županiji kako bi se čitatelji pobliže upoznali s trenutnim obilježjima turizma na području spomenute županije kao i s njenim atraktivnim činiteljima.

2. RURALNI TURIZAM

U ovom poglavlju analizirani su suvremeni turistički trendovi, a potom je ustanovljeno koji su od njih doveli do promjena na turističkom tržištu. Nadalje, pojašnjene su karakteristike suvremenoga turista koje se uvelike razlikuju od prijašnjih – tradicionalnih turista. Naposljetku, opisan je razvoj specifičnih vrsta turizma te njihovih obilježja, kao i ruralnog turizma koji predstavlja jedan od specifičnih oblika turizma.

2.1. Suvremeni trendovi u turizmu

Turizam je veoma važan te kao gospodarska, socijalna i kulturna djelatnost predstavlja jednu od najznačajnijih djelatnosti modernoga društva, kao i razvoja cjelokupnog gospodarstva na globalnoj razini. S obzirom na to da je riječ o dinamičnom procesu koji je neprestano izložen promjenama, u skladu s njima bi se trebao i razvijati. Trendovi postoje svugdje i upravo zbog navedenog turizam postaje heterogen. Ljudi danas znaju što žele i gdje to mogu dobiti pa samim tim odabiru turističke destinacije u skladu sa svojim željama i potrebama. Većina ljudi prije je uživala u pasivnom odmoru, odnosno proizvodu „sunce i more“ te je navedeni oblik turizma i danas najjači turistički proizvod, a najčešće je riječ o putovanjima koja su motivirana odmorom u destinacijama uz morsku obalu u vremenu kada je poželjno rekreacijsko korištenje mora kao ključne atrakcije tog proizvoda. Ipak, situacija se mijenja, a turisti više nisu pasivni promatrači, već teže aktivnom sudjelovanju i samostalnom oblikovanju turističkog proizvoda.

Mnogo je faktora koji utječu na razvoj turizma, a među njima se najviše ističe ljudski faktor. Na razvoj turizma utjecale su sociodemografske promjene koje su se dogodile posljednjih nekoliko godina. U demografskim promjenama ističe se povećanje starije populacije zbog napredovanja u području medicine, a time se povećava segment starije populacije koja je još uvijek zdrava, pokretna te ima financijska sredstva za putovanja i na taj način sudjeluje u dinamičnom procesu turizma. Nadalje, istaknute su i neke druge promjene koje se događaju u Sjedinjenim Američkim Državama i ostalim razvijenim zemljama zapadnog svijeta. Naime, brakovi se sve više sklapaju u kasnijoj dobi što mladim ljudima omogućuje nesmetano putovanje i sudjelovanje u turističkoj potražnji.

Važnu ulogu u razvoju turizma zauzima razvoj moderne tehnologije i masovnih medija. Ljudi danas mogu prikupiti puno više informacija o određenoj destinaciji ili nekom predmetu

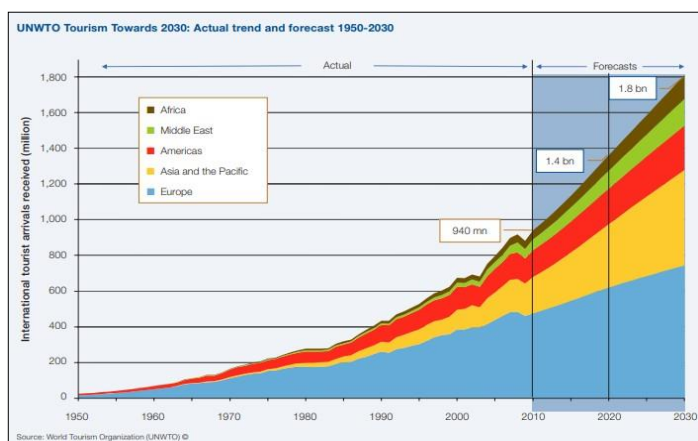
zanimanja u odnosu na prije. Nadalje, važno je istaknuti pojavu recenzija kojima posjetitelji mogu ostaviti svoj komentar i preporuku za restoran, hotel ili općenito destinaciju koju su posjetili. Bilo da je riječ o pozitivnoj ili negativnoj, recenzija će vjerojatno nekom pomoći da donese odluku vezanu za putovanje.

Turizam se konstantno razvija, a navedeno se zamjećuje ponajviše iz statističkih podataka koje prikazuju porast broja međunarodnih dolazaka turista i povećanje u prihodima koje nosi mnogo pozitivnih učinaka na ekonomiju, ali i na samo društvo i lokalnu zajednicu u kojoj djeluje. Rast sljedećih elemenata: dohotka subjekata turističke ponude, bruto domaćeg proizvoda, javnih prihoda po osnovi naplaćenih poreza i boravišnih pristojbi, direktnog i indirektnog zapošljavanja samo su neki od pozitivnih učinaka turizma. Iz navedenih je razloga veoma važno da se turizam nastavi razvijati, ali imajući na umu očuvanje resursne atrakcijske osnove kako bi se mogao i u budućnosti razvijati. Osim sociodemografskih i tehnoloških promjena na razvoj turizma utjecalo je i povoljno ekonomsko okruženje, poboljšanje prometne infrastrukture, dostupnost sve više zračnih linija, kao i pojeftinjenje avionskih karata čime je mobilnost posjetitelja sve veća. Posljedica navedenih je razloga liberalizacija kretanja ljudi i kapitala, posebice na području Europske unije. U posljednjih nekoliko godina sve više sudionika shvaća važnost ekološke očuvanosti, nastoje se minimizirati negativni utjecaji na prirodu i kulturu, turisti se sve više obrazuju o važnosti zaštite okoliša i teži se tome da razvoj turizma ne prelazi prirodne i društvene granice prihvatljivih promjena (Čavlek, Bartoluci et. al., 2011).

Kada je riječ o kvantitativnim trendovima u turizmu, primjećujemo da potražnja kontinuirano raste od 1950. godine do danas. Međutim, postoji nekoliko iznimki, tj. razdoblja u kojima je zabilježen pad međunarodnih turističkih kretanja. Prvi se dogodio uslijed krize 1982. godine, drugi 2001. godine uslijed terorističkog napada u Americi, potom 2003. godine za vrijeme rata u Iraku te dolaskom bolesti SARS, a zadnji je pad međunarodnih turističkih dolazaka bio 2009. godine uslijed globalne financijske i ekonomske krize. Gledajući na to razdoblje od 1950-ih, može se zaključiti kako je turizam uglavnom otporan na ekonomske pojave i druga krizna stanja zbog čega i predstavlja najbržu rastuću gospodarsku aktivnost (Vukonić, 2010). Prema UNWTO-u turizam će nastaviti rasti, a predviđa se da će do 2030. godine broj međunarodnih turističkih dolazaka premašiti 1,8 milijardi dolazaka. Nadalje, važno je napomenuti da turistički promet nije ravnomjerno raspoređen u geografskom smislu, te je proteklih desetljeća glavnina turističkih dolazaka bila raspoređena na području Europe te Sjeverne i Južne Amerike. Nakon terorističkog napada u Americi, njeno mjesto preuzima Azijsko-pacifička regija koja postaje jedno od najvažnijih receptivnih središta. Također, predviđa se da će se u budućnosti smanjiti i

tržišni udio Europe ponajviše radi neprekidnog razvoja već spomenute regije Azije i Pacifika. Može se zaključiti da su neki od najuočljivijih kvantitativnih trendova turizma neprekidan rast turizma tijekom godina raste tijekom godina koji će se definitivno nastaviti. Iako je Europa trenutno najveće receptivno središte svih turističkih putovanja, u budućnosti se očekuje smanjivanje njenoga tržišnog udjela i sve veće jačanje Azije i Pacifika, kao i pojava novih emitivnih tržišta. Prema World Economic Forumu (2013) kada je riječ o konkurentnosti u turizmu, Španjolska je lider na globalnog razini, Francuska zauzima drugo mjesto kao najreceptivnija zemlja svijeta, treće mjesto zauzima Njemačka, a potom Japan, Velika Britanija, SAD, Australija, Italija, Kanada, te na kraju ljestvice top deset receptivnih zemalja nalazi se Švicarska.

Prikaz 1. Predviđanja budućeg rasta međunarodnih dolazaka do 2030. godine



Izvor: UNWTO (2017): Tourism highlights 2017 Edition, <https://www.geographycasestudy.com/the-future-of-tourism/> (zadnji pregled: 17.9.2021.)

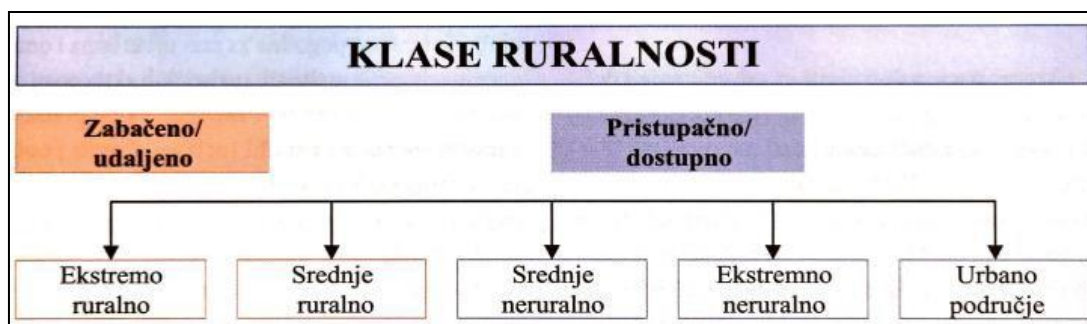
2.2. Definicija ruralnog prostora i ruralnog turizma

Ruralni turizam predstavlja grupni naziv za široku paletu aktivnosti i različite oblike turizma koji se pojavljuju izvan urbanih sredina te onih područja na kojima se razvija masovni turizam. Njegov se razvoj temelji na turističkim atrakcijama koje se nalaze na istoimenim područjima. Značaj ove vrste turizma ponajviše se očituje u predstavljanju tradicije određenoga područja, tradicijske gastronomije, kao i ostalih specifičnih turističkih usluga. S obzirom na to da ruralni prostor u Hrvatskoj zauzima čak 91.6% ukupne površine, ona ima značajan potencijal za razvoj ruralnog turizma (Demonja, Ružić, 2010: 12). S obzirom na to da definicije „ruralnog“ osciliraju u opsegu i razumijevanju, stručnjaci nailaze na poteškoće pri definiranju navedenoga pojma. Prema Pageu i Connellu (2006) jedinstvena definicija ruralnog prostora ne postoji i ne može postojati zbog dinamične i složene naravi samoga pojma. Ipak, razlikuju se dvije osnovne vrste ruralnog prostora:

Zabačeno/udaljeno ruralno područje – njegova su obilježja sljedeća: velika udaljenost od urbanog područja, opadanje ili stagnacija u broju stanovnika, visok udio starije populacije, pad u prilikama zapošljavanja i ostalo.

Pristupačno/dostupno ruralno područje – njegova su obilježja sljedeća: relativna blizina urbanih sredina, visok postotak ljudi koji putuju na posao, relativan ekonomski napredak i povećane prilike zapošljavanja.

Prikaz 2. Indeks ruralnosti



Izvor: Page, J. S., Connell, J. (2006): *Tourism: A Modern Synthesis*. Second Edition. London: Thomson Learning, str. 426

Iako definiranje ruralnog prostora predstavlja izazov, ono je potrebno zbog klasifikacije mjesta unutar jedne države. U metodološkim napomenama DZS (2011: 11) navedeno je nekoliko kriterija kojima se mogu koristiti države članice UN-a kako bi odredile tipove naselja, a to su:

veličina naselja (broj stanovnika)

gustoća naseljenosti (broj stanovnika po jedinici površine)

upravni status naselja

socioekonomska struktura i mobilnost stanovništva

urbana infrastruktura i morfološka obilježja naselja

Vlade pojedinih država najčešće definiraju ruralno na temelju kriterija gustoće naseljenosti (Bartoluci, Hendija, Petračić, 2015). Ipak, ne postoji sustavan sporazum oko točnih granica između urbanog i ruralnog, stoga svaka zemlja ima određenu dozu slobode prilikom određenja ruralnog prostora. Prema Strategiji prostornog uređenja Republike Hrvatske (1997: 21-25), „ruralnim prostorom smatra se cjelokupni prostor izvan gradova, prostor koji je predmet zanimanja u sociološkom i gospodarskom smislu, u kojem se rasprostiru mala ruralna društva ili ruralne zajednice, i usko je životno i radno povezan s pretežno prirodnim okolišem“. Osnovne djelatnosti u ruralnom turizmu većinom su ugostiteljske usluge koje podrazumijevaju pripremu i usluživanje hrane, pića i pružanje usluge smještaja (Demonja, Ružić, 2010: 16).

Nakon definiranja ruralnog prostora, nastoji se ustanoviti termin ruralnog turizma. Naime, ruralni turizam vrlo je širok pojam koji obuhvaća pregršt turističkih aktivnosti i usluga koje se odvijaju na ruralnom prostoru, odnosno on podrazumijeva širok opseg ruralnih oblika turizma, kao što su: lovni i ribolovni turizam, seoski turizam, kulturni turizam, avanturistički turizam, edukacijski i zavičajni turizam i dr. (Baćac, 2011: 16). Seoski se turizam često spominje u sklopu ruralnog turizma koji je mnogo uži i podrazumijeva turističku ponudu vezanu za osebnost mjesta/sela, istovremeno prateći tradicionalne aktivnosti koje se odvijaju na tom području (Tubić, 2019: 85).

Terminološkim pregledom ustanovljuje se kako nijedna od mnogih definicija ruralnog turizma ne obuhvaća u potpunosti sve dimenzije ove vrste turizma, no većina se autora i istraživača ove problematike slaže da se ruralni turizam odvija na ruralnom prostoru te obuhvaća širok spektar aktivnosti vezanih za gastronomiju, običaje i naslijeđe, lokalnu kulturu i drugo (Tubić, 2019: 96).

Kao što je već napisano, teško je odrediti točnu definiciju ruralnog turizma budući da on obuhvaća mnoge pojavne oblike turizma, a neki od njih su:

Agroturizam

rezidencijalni turizam

sportsko-rekreacijski

zdravstveni turizam

kamping turizam

nautički, kontinentalni turizam i drugi

Na skupštini održanoj 29. rujna 2005. godine, Europska federacija ruralnog turizma donijela je opće kriterije karakteristične za ruralni prostor, a neki od njih su: položaj domaćinstva mora biti u prirodnom okruženju, mali kapacitet smještajnog objekta (maksimalni kapacitet iznosi četrdeset kreveta ako nije drugačije propisano od strane zakona), gosti moraju imati mogućnost da ostvare kontakt s lokalnom stvarnošću i lokalnim načinom života, te mora biti riječ o prostoru kojeg karakterizira odsutnost buke i čistoća zraka (Eurogites, 2005).

2.2.1. Ruralna turistička destinacija

S obzirom na to da se pojam turističke destinacije različito definira, izdvojit ćemo sljedeću:

„pod turističkom destinacijom se razumijeva širi integrirani prostor koji svoj turistički identitet gradi na koncepciji kumulativnih atrakcija koje su zbog doživljaja što ga omogućuju i s dodatnom turističkom infrastrukturom prostor intenzivnog okupljanja turista“ (Vukonić, Čavlek, 2001: 389). Uzimajući u obzir geografske čimbenike, turističke se destinacije mogu podijeliti u tri skupine:

morske turističke destinacije; podrazumijevaju prirodne plaže, primorska odmarališta, krstarenje ruralne destinacije; vrlo često podrazumijevaju planine i jezera, posjet nacionalnim parkovima i parkovima prirode, boravak u zabačenijim seoskim mjestima

urbane destinacije; podrazumijevaju posjet većim i manjim gradovima (Tubić, 2019: 101).

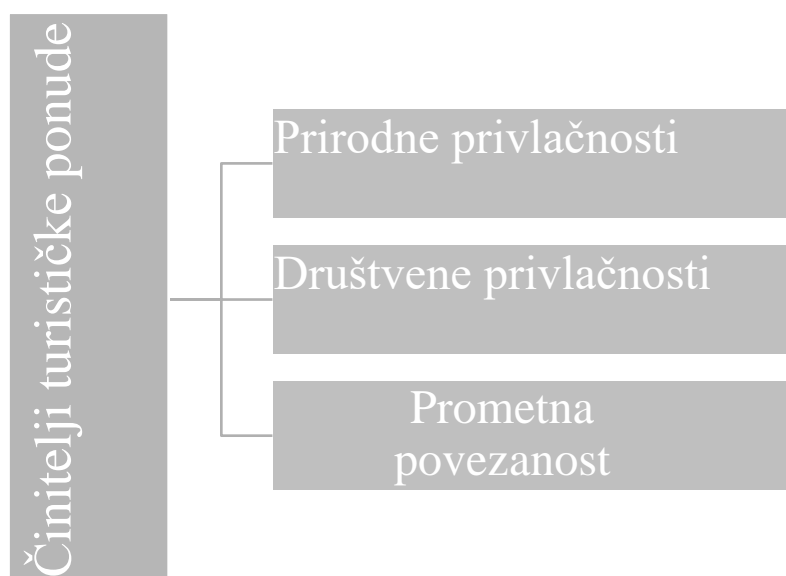
Turistička destinacija širok je prostor kojeg čini jedno ili više turističkih mjesta, ona nema čvrste granice u prostoru, može biti riječ o čitavoj zemlji, pojedinoj regiji ili pak čitavom kontinentu (Kušen, 2002: 37). Svaka ima određena obilježja, a prostor se podrazumijeva kao jedno od glavnih obilježja turističke destinacije, kao i prigodne pogodnosti koje tijekom godine koriste lokalnom stanovništvu, a u sezoni i turistima, odnosno posjetiteljima određene turističke destinacije (Demonja, Ružić, 2010:18). Osnovni faktor turističke destinacije predstavljaju pojedine atraktivnosti, kao npr. prirodna ljepota, infrastruktura, kulturna i društvena obilježja. Destinacija mora sadržavati neki faktor koji će privući posjetitelje i motivirati ih na posjet (Demonja, Ružić, 2010: 18).

Europska komisija definira ruralnu turističku destinaciju kao prostor koji se posebno predstavlja i promiče posjetiteljima s primarnim motivom uživanja u seoskom krajoliku, kao i u pripadajućim aktivnostima. To mogu biti naselja, skupine naselja, kao i područja definirana vlastitim krajolikom (European Commission, 2000: 16).

2.2.2. Činitelji ponude ruralnog turizma

Velika je važnost u činiteljima ponude u turizmu jer upravo oni motiviraju čovjeka na putovanje u destinaciju, privlače turiste i omogućuju im boravak u turističkoj destinaciji. Činitelji ponude mogu se podijeliti u tri skupine: privlačne/atraktivne činitelje ponude, komunikativne činitelje ponude i prihvatne/receptivne činitelje ponude.

Prikaz 3. Činitelji turističke ponude



Izvor: Obrada autorice

2.2.2.1. Prirodni činitelji ponude

Vrlo važan čimbenik za razvoj ruralnog turizma čine prirodne privlačnosti koje predstavljaju fizičko-geografske elemente određene turističke destinacije. U prirodne činitelje ubraja se sljedeće: klima, flora i fauna koja prevladava na području, hidrografski elementi, parkovi prirode, reljef, te posebna ekološka i bio-poljoprivreda. Destinacija mora imati barem neki od navedenih čimbenika, a njihovim porastom prostor dobiva na vrijednosti i povećava se turistička atraktivnost destinacije.

Kao što je već navedeno, klima je jedan od najbitnijih činitelja prirodne privlačnosti te vrsta klime može biti veliki poticaj u razvoju određenih oblika turizma. Ukoliko je klima umjereno topla, ona će biti prikladna za razvoj boravišnog ili kupališnog turizma, no ako na području

prevladava planinska klima, bit će idealna za razvoj zimsko-skijaškog turizma. U ruralnom turizmu klima je iznimno važan čimbenik, a ugodna klima pogoduje lokalnom stanovništvu i turistima, kao i poljoprivrednoj kulturi na tom području (Demonja, Ružić, 2010: 144).

Nadalje, vrlo važni atraktivni činitelji ponude su hidrografski elementi u koje ubrajamo jezera, mora, tekućice, ledenjaci i vrela. More je definitivno već dugi niz godina najatraktivniji element turističkih odredišta. Ono posjetiteljima predstavlja pasivan odmor, rekreaciju i zabavu te upravo iz toga proizlazi njegova velika privlačnost, a turistima su najprivlačnija područja sredozemnog i karipskog bazena te se u navedenim područjima ostvaruje većina turističkog prometa. U hidrografske elemente ubrajaju se još i razvedenost morske obale koja je iznimno bitna nautičarima, temperatura mora radi ugodnosti kupanja, boja, slanost, prozirnost i ostalo. Ruralna turistička destinacija koja se nalazi u blizini mora pruža puno veće mogućnosti od onih koje se nalaze u kontinentalnim dijelovima. Ipak, jezera, rijeke i termalni izvori imaju svoje čari u privlačenju turista (Ružić, 2009: 57).

Kao i prethodna dva, reljef je iznimno značajan u privlačenju turista jer upravo različiti oblici reljefa utječu na klimu, rasprostranjenost i način života stanovništva, biljni i životinjski svijet i ostalo. Hrvatska je pretežito nizinska zemlja, ali sadrži pojedine prostore koji se izdižu iznad 1500 metara nadmorske visine; kao što su: Dinara, Biokovo, Kamešnica, Velebit, Risnjak i drugi.

Biljni i životinjski svijet nije ništa manje važan od prethodnih i čini dio prirodnih atraktivnih činitelja. U krajolicima s bogatim i raznovrsnim biljnim i životinjskim svijetom, čovjek se osjeća ugodno, ispunjeno, a priroda i njena bogatstva mogu pridonijeti očuvanju zdravlja, podizanju kvalitete života te sprečavanju različitih bolesti (Demonja, Ružić, 2010: 149).

Poljoprivreda predstavlja bitan čimbenik u razvoju ruralnog turizma na nekom prostoru, ali i kada je riječ o priobalnom ili gradskom turizmu jer predstavlja opskrbljivača u odnosu između turističke ponude i potražnje. Poljoprivredna zemljišta dijele se na obradiva i neobradiva; obradivu vrstu poljoprivrednog zemljišta čine: voćnjaci, vrtovi i oranice, vinogradi i livade (Ružić, 2009: 63).

2.2.2.2. Društveni činitelji ponude

Određeni prostor privlači posjetitelje ako posjeduje društvene atrakcije u koje su uvršteni: spomenici kulture, narodni pučki običaji, pučka i materijalna kultura te sportske i zabavne manifestacije.

Spomenici kulture predstavljaju najznačajniji društveni atraktivni čimbenik turističke ponude. U navedeno ubrajamo nepokretne i pokrete predmete iz prošlosti. Uz njih se lakše predočava i približava posjetiteljima život kakav je bio na određenom području u prošlosti. Najveću privlačnost imaju spomenici arhitekture, slikarstva, urbanizma i kiparstva, a vrlo privlačne mogu biti i same građevine, tj. objekti poput crkava ili zgrada koje su dio urbanističke cjeline. Turisti koji sudjeluju u ruralnom turizmu pokazuju interes za spomenicima kulture te je iz tog razloga vrlo bitno da subjekt turističke ponude ima određeno znanje o kulturnim spomenicima koji se nalaze u njegovoj blizini.

Pučka kultura također ima važnu ulogu u turističkoj ponudi ruralnog turizma, a pod tim pojmom podrazumijevamo nematerijalnu kulturnu baštinu poput: plesa, narodnih nošnji, starih običaja, načine stanovanja itd. U prošlosti je svaki narod, čak i pojedino selo imalo zasebne običaje i navike, te su aktivno sudjelovali u razvoju proizvodnje i stvaralaštva. Pučka se kultura može promatrati u dva razdoblja; kao tradicionalna pučka kultura koja se svrstava u period raspada feudalizma te početka kapitalizma. ada je riječ o pučkoj kulturi koja obuhvaća razdoblje od početka 18. stoljeća do polovice 19. stoljeća. Drugi dio pučke kulture čini pučka kultura sadašnjosti koja obuhvaća posljednjih nekoliko desetaka godina (Ružić, 2009: 79).

Kulturne, sportske i zabavne manifestacije također imaju iznimnu vrijednost kada je u pitanju atraktivnost ruralne turističke destinacije, a u navedeno ubrajamo kulturne priredbe i aktivnosti koje pridonose očuvanju i stvaranju svijesti o potrebi poznavanja lokalne kulture određenog kraja. Kulturni sadržaji uglavnom ne privlače masovan broj turista, već služe kao nadopuna aktivnosti tijekom boravišnog odmora (Tubić, 2019: 133).

2.2.2.3. Prometna povezanost

Turizam ne može funkcionirati bez složnog djelovanja ranije navedenih činitelja turističke ponude, pa tako i bez dobro razvijene prometne infrastrukture. Pod pojmom prometa u turizmu podrazumijeva se: transport do turističkog odredišta, transport unutar turističke destinacije i

transport pri povratku iz turističke destinacije. Turisti se koriste raznim prijevoznim sredstvima kopnenog, vodenog i zračnog prometa. U posljednjih je nekoliko godina vidljivo povećanje korištenja zračnog prometa uslijed pojeftinjenja avionskih karata i bolje povezanosti između velikih emitivnih središta. Prilikom odabira prijevoznog sredstva turisti pridaju posebnu važnost brzini i sigurnosti putovanja, cijeni putovanja i kvaliteti samoga prijevoza koja podrazumijeva udobnost, raspoloživost i slično (Krašić, Horak, 2009).

2.2.3. Profil ruralnog turista

Prilikom kreiranja ruralne turističke ponude, iznimno je važno identificirati ciljni segment; drugim riječima proučiti karakteristike ruralnih turista kako bi se što bolje oblikovala ponuda u svrhu ispunjenja želja i potreba istih, maksimizacije njihova zadovoljstva te postizanja i održavanja lojalnosti kod posjetitelja. Kako je ruralni turizam sam po sebi kompleksan i teško ga je definirati, razumljivo je da i pojam ruralnoga turista izaziva dileme prilikom njegove identifikacije, a posjetitelji u ruralnom turizmu ne čine jedinstvenu tržišnu skupinu. Ruralni turisti dijele se na: dnevne posjetitelje, obitelji većinom s malom djecom, turiste na kratkim posjetima, ljude s posebnim interesima poput biciklizma, pješaćenja i slično, obrazovne skupine i osobe s posebnim potrebama (Petrić, 2011: 63).

Ruralni turistički prostori imaju vrlo jaku atraktivnost koja se može lako mijenjati s obzirom na želje i potrebe potrošača. Svaki privlačni faktor karakterističan je i poseban za svako pojedino mjesto. U autohtone privlačne (*pull*) faktore ubrajaju se: kulturno-povijesni, geografski, gastronomski, prirodni faktori, kao i komunikacija, ljubaznost i gostoprimstvo lokalnog stanovništva. U poticajne (*push*) faktore ubrajaju se oni koji potiču, „guraju“ posjetitelja na putovanje u određenu destinaciju, a to su: slobodno vrijeme, financijska sredstva, različite potrebe i motivi, želja za učenjem o drugim kulturama itd.

Prema Park i Yoonu (2009: 100) motivi u ruralnom turizmu se mogu klasificirati kao:

fizički (relaksacija, odmor, rekreacija)

kulturni (otkrivanje novih kultura, znamenitosti i sl.)

interpersonalni (socijalizacija i poznavanje novih ljudi) prestiž

(samoaktualizacija)

Iz prakse je vidljivo da su posebno zastupljeni motivi: odmor i bijeg od svakodnevice, bijeg od urbanih sredina, buke i zagađenog zraka, provođenje vremena s obitelji u prirodi te učenje, stjecanje novih znanja i vještina. Autori Park i Yoon bavili su se istraživanjem motivacije ruralnih turista te su nakon provedenih istraživanja uspjeli kreirati sociodemografski profil ruralnog turista u Koreji. Prema njihovim istraživanjima ruralni turist najčešće je osoba srednje životne dobi u prosjeku od 40 do 49 godina, fakultetski obrazovana, iznadprosječnih godišnjih primanja te je više riječ o osobama ženskoga spola. Ruralni turisti vjeruju da ruralna područja obilježava sporiji način života nego u urbanim sredinama, kulturni turisti žele naučiti više o načinu života na selu u prošlosti, kao i u sadašnjosti i samim time žele postati dio lokalne zajednice (Tubić, 2019: 123).

2.3. Oblici ruralnog turizma

Radi povećanih potreba i zahtjeva od strane turističke potražnje, 90-ih godina dvadesetog stoljeća turizam se počinje dijeliti prema oblicima s ciljem prilagođavanja turističke ponude i proizvoda. Podjela turizma je moguća s obzirom na brojne kriterije te se razlikuju vrste i oblici turizma. Kada turizam dijelimo s obzirom na neki statistički kriterij kao na primjer s obzirom na prostor gdje se odvija turizam (planinski, primorski i dr.), s obzirom na stupanj mobilnosti turista (mobilni, stacionarni), s obzirom na godišnje doba (zimski, ljetni) i druge statističke kriterije. Oblik turizma predstavlja turističko putovanje koje je motivirano dominantnim turističkim motivom, s toga razlikujemo lovni i ribolovni turizam, nautički turizam, zdravstveni turizam i druge. Kada se promatra ruralni turizam za njega se kaže da je to vrta turizma s obzirom na prostor gdje se obavlja turistička aktivnost, no budući da je pojam ruralnog turizma vrlo kompleksan, on u sebi sadržava veliki broj pojava oblika turizma, neki od njih su agroturizam, rezidencijalni, edukacijski turizam, zavičaji, avanturistički i brojni drugi (Hrvatska enciklopedije, 2021, url).

2.3.1. Agroturistički oblici ruralnog turizma

Pojam agroturizma odnosi se na oblik turizma koji se odvija na seljačkim gospodarstvima gdje se pružaju određene turističke usluge poput: smještaja, usluga hrane i pića, zabave, rekreacije i sl. Kako bi razvili ovakav oblik turizma, gospodarstva moraju biti registrirana kao obiteljsko

poljoprivredno gospodarstvo, poljoprivredno trgovačko društvo d.o.o. ili d.d.. Termin „seljački turizam“ je u prošlosti izazivao brojna negodovanja jer se smatralo da je takav izraz pogrdan, no ustvari treba naglasiti da je to valjan, izvorni izraz jer dolazi od riječi seljak koji zajedno sa svojim poljoprivrednim gospodarstvom predstavlja osnovu ovog oblika turizma. Kako bi se na seljačkom gospodarstvu mogle pružati određene turističke usluge, vrlo je važno napomenuti da ono mora biti adekvatno organizirano i opremljeno te sadržavati educirano osoblje kako bi usluga bila što potpunija i kvalitetnija. Kvaliteta usluga ovog tipa gospodarstva ovisi o velikom broju čimbenika (npr. klimatski čimbenici, okolišni, rekreacijske i vizualne privlačnosti, čimbenici prometne povezanosti) i općenito cjelokupne opremljenosti seljačkog gospodarstva.

Nadalje, kod seljačkog gospodarstva, nužno je bavljenje poljoprivrednom proizvodnjom, neovisno je li riječ o povrtlarstvu, pčelarstvu, vinogradarstvu ili nečem sličnom budući da turist tijekom boravka na seljačkom gospodarstvu mora imati mogućnost uvida u poljoprivrednu proizvodnju jer upravo navedeno čini razliku između ruralnog turizma i ostalih vrsta turizma. Ako seljačko gospodarstvo raspolaže s domaćim životinjama, sadrži lijepo uređen posjed te gospodarske zgrade za smještaj turista, kvaliteta je veća. Ruralni turisti veći dio svog vremena provode na seljačkim gospodarstvima u socijalizaciji s domaćinom kako bi stekli što bolji doživljaj, a drugi dio vremena najčešće provode obilazeći prirodne i kulturne atrakcije, posjećuju folklorne, vjerske, kulturne i druge manifestacije. Danas sve više raste trend boravka na seljačkim turističkim gospodarstvima pogotovo kod populacije iz urbanih sredina, koji žude za očuvanom, prirodnom okolinom i čistim zrakom. Kada se govori o uslugama koje se pružaju na turističkim seljačkim gospodarstvima moguća je podjela na nekoliko oblika:

oblici seljačkog gospodarstva koji pružaju samo usluge prehrane oblici

seljačkog gospodarstva koji pružaju samo usluge smještaja

oblici seljačkog gospodarstva u kojima se pružaju usluge i smještaja i prehrane.

Nadalje, kada je riječ o objektima u kojima se pružaju usluge turistima riječ je o sljedećim oblicima:

boravak u ruralnoj kući tradicionalne arhitekture

boravak u obiteljskom ruralnom hotelu

boravak u ruralnim sobama i apartmanima tradicionalne/moderne arhitekture.

boravak na poljoprivrednom gospodarstvu s eko ponudom

2.3.2. Ostali oblici ruralnog turizma

Kada je riječ o boravku izvan turističkih seljačkih gospodarstava (bilo da je riječ o smještaju u kampu ili hotelu) sve dok se smještaj nalazi u selu ili seoskoj sredini, govori se o ostalim oblicima turizma kojih je mnogo. Ruralni prostori nude velike prilike za razvoj turizma, a time i velike mogućnosti za razvoj brojnih turističkih aktivnosti. Ružić (2009: 14) je izdvojio neke od najpopularnijih aktivnosti među turistima na ruralnom području, a to su: pješaćenje, jahanje, ribolov, plivanje, tenis i druge brojne aktivnosti. Prema nabrojanim aktivnostima moguće je oblikovati široku i raznovrsnu ponudu kojom će turisti moći odabrati što žele po njihovim preferencijama. Iz navedenoga su se razloga razvili brojni „podoblici“ ruralnog turizma izvan seljačkih gospodarstava, u nastavku bit će izdvojeni neki od njih.

Povezanost turizma i sporta seže još u najraniju povijest (od prije olimpijskih igara), stoga ne iznenađuje da je sport dugi niz godina jedan od glavnih motiva kada je riječ o putovanju u određenu destinaciju. Iz toga je razloga jedan od oblika ruralnog turizma sportsko-rekreacijski turizam koji podrazumijeva boravak i odmor s pretežito sportskim aktivnostima u prirodi, poput: vožnje biciklom, šetanja, trčanja, jahanja, plivanja, veslanja, igre loptom te aktivnosti koje podrazumijevaju posebno izgrađena i opremljena igrališta poput: streličarstva, odbojke, nogometa, košarke i slično. Najvažniji cilj ovoga oblika ruralnog turizma jest aktivan, sadržajan i zdrav boravak u prirodi (Demonja, Ružić, 2019: 30).

Također, važan oblik turizma predstavlja zdravstveni turizam koji ima velike mogućnosti za razvitak u sklopu ruralnog turizma. Poznato je da na ruralnim prostorima postoje brojni izvori termalne vode, ljevakovita blata i druge slične pojave koje blagotvorno djeluju na očuvanje i poboljšanje zdravlja. U ovom obliku turizma potrebne su usluge smještaja i prehrane kao i obavezan medicinski nadzor. Zdravstveni turizam nije namijenjen samo liječenju određenih bolesti, već i njihovom sprječavanju, kao i poboljšanju kvalitete života i podizanju životnog standarda.

Kulturni turizam usko je povezan s ruralnim turizmom te predstavlja putovanje motivirano obilaskom kulturnih atrakcija izvan stalnog mjesta boravka. Kako ruralni prostori obiluju kulturnim naslijeđem i prirodnim atrakcijama, ne iznenađuje nas njihovo preklapanje u više sfera.

Lovni i ribolovni turizam, također su karakteristični za ruralna područja pogoduju im hidrografski, klimatski i geografski uvjeti za provođenje ovakvih aktivnosti. Karakteristično za

ribolovce jest da traže i uživaju u ribolovu koji se odvija u čistim, nezagađenim vodama, stoga je vrlo bitan preduvjet za razvoj ribolovnog turizma na ruralnog području očuvanje kvalitete vode i zaštita od onečišćenja. Poznato je da se na ruralnim prostorima, zbog kvalitetne poljoprivredne proizvodnje i stočarstva oduvijek uživalo u dobroj hrani, te je upravo iz tog razloga ruralno područje idealno za ponudu gastronomskog turizma. Gastronomska je ponuda karakteristična za određen kraj, ali i raznovrsna. U sklopu ovog oblika turizma moguće je oblikovati gastroputovanja, koja mogu biti jednodnevna ili višednevna.

Prema Wagner (1995: 89) „ekoturizam predstavlja vrstu putovanja kojemu je cilj zaštita svijeta prirode i podržavanje dobrobiti kulture koja taj svijet nastanjuje.“ Ovaj citati upućuje na to da se ekoturizam može razviti samo u zaštićenim predjelima ili onima na koje ljudska sila nije dospjela. Kako bi se ekoturizam odvijao na ruralnom prostoru, potrebno je voditi brigu o načinu opskrbe hranom i vodom, kao i o pomnom odabranom tipu smještajnog kapaciteta. Budući da je ekoturizam usmjeren na očuvanje prirodnih i kulturnih vrijednosti, potrebno je educirati organizatore, turiste i subjekte koji pružaju turističke usluge.

Edukacijski turizam blisko je povezan s ruralnim turizmom. Naime, on se temelji na upoznavanju turista sa specifičnostima ruralnog prostora i stjecanju znanja, vještina i iskustava u prirodnom okruženju. Sudionici u ovom obliku turizma mogu biti skupine učenika u organiziranoj vrsti putovanja koja pretežito ima izletnički karakter. Kamping turizam također je oblik ruralnog turizma u kojem su turisti smješteni u kolektivnoj vrsti smještaja u prirodnom okruženju, odnosno u kampu. Budući da ruralni prostor obiluje prirodnim i kulturnim atrakcijama, shvatljivo je da kampisti biraju upravo ta područja za provođenje odmora (Demonja, Ružić, 2019: 28-35).

3. RURALNI TURIZAM U EUROPI I HRVATSKOJ

Prije tridesetak godina cijeli je svijet, a samim tim i Europu, zahvatio proces ekonomske rekonstrukcije i krize poljoprivredne proizvodnje koji je iznimno negativno utjecao na poljoprivrednike i općenito ruralne zajednice (Pivčević, 2005). Ruralne su se zajednice suočile s velikim gubitcima i zatvoreno je mnoštvo poljoprivrednih pogona što je rezultiralo gubitkom radnih mjesta. Nadalje, poljoprivredna kriza uzrokovala je smanjenje broja poljoprivrednih proizvođača i samim tim dovela do rekonstrukcije vlasničkog poretka u gospodarstvima. Kao posljedica krize, poljoprivrednici su bili prisiljeni pronaći dodatni izvor zarade. Ekonomska rekonstrukcija i poljoprivredna kriza oslabila je razvojni potencijal tih prostora (Petrić, 2006).

Poznata je činjenica da ruralna područja obuhvaćaju čak 51.4% ukupnog teritorija Europske unije te da oko 23% stanovništva Europske unije živi na ruralnom području. Upravo iz tog razloga bilo je nužno pokrenuti akcije, posložiti prioritete i vratiti kvalitetu života na ruralnim područjima na nekadašnju razinu. Prema Strategiji ruralnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje od 2008. do 2013. godine (2008:9) politika ruralnog razvoja se usmjeravala na tri cilja: povećanje konkurentnosti šumarstva i poljoprivrede, povećanje kvalitete okoliša i krajolika te podizanje kvalitete života na ruralnim prostorima, kao i na potporu u diverzifikaciji ruralnog gospodarstva. Nadalje, treba napomenuti da je potreban konstantan rad s ciljem razvoja ruralnih područja jer se ona susreću s raznim izazovima i prilikama. S obzirom na navedeno, Europska je komisija definirala tri cilja na koje se svaka zemlja članica treba usmjeriti (European Commission, 2011: 6), a to su: povećanje konkurentnosti poljoprivrede, upravljanje resursima na održiv način i u skladu sa klimatskim uvjetima te prostorno uravnoteženje razvoja ovih područja.

Prema Pamukoviću, Radeljaku i Dorbiću (2016: 53) zaključuje se kako Europska unija nema direktnu kontrolu i utjecaj na politiku zemalja članica, no svakako ima utjecaj na cjelokupan turizam te se samim razvojem specifičnih oblika turizma aktivno pridonosi razvoju i revitalizaciji ruralnih područja. Smatra se kako veliki dio europskih zemalja pridaje sve veću pozornost razvoju ove vrste turizma, a posebice razvoju agroturizma, odnosno razvoju turizma na seljačkim gospodarstvima (Gopal, Varma, Rashmi, 2008). Udio agroturizma u ruralnom turizmu iznosi otprilike između 15 i 20% što ukazuje na to da u Europi trenutno ima oko 100.000 smještajnih objekata, što godišnje može prihodovati čak 12 milijardi eura (Baćac, 2011: 175). Prema Baćacu (2017) zamjećujemo kako najrazvijeniju ponudu ruralnog turizma ima Austrija s udjelom od 8%, potom Francuska s udjelom od 6% i naposljetku Italije s 0,3%.

Statistički podaci ukazuju na to da Hrvatska ima vrlo slab udio u ukupnoj ponudi ruralnog turizma Europe s tek 0,1%.

3.1. Ruralni turizam u Austriji

Austrija, kao i mnoge druge zemlje je tijekom godina vodila bitku vezanu uz depopulaciju ruralnog područja uslijed ekonomske rekonstrukcije i krize poljoprivredne proizvodnje. Austrijska je vlada nastojala umanjiti negativne posljedice te vratiti život u ruralna područja na razinu na kojoj je nekoć bio, stoga je uvodila i nudila mnoštvo državnih poticaja i olakšice stanovništvu na tom području, posebice za planinska područja koja su sama po sebi izolirana (Grgić, Zrakić i Gudelj-Velaga, 2015: 66). Početci agroturizma u Austriji sežu u šezdesete godine prošloga stoljeća. Zbog krize poljoprivredne proizvodnje tamošnjem je stanovništvu bio nužan pronalazak drugog izvora prihoda. Temelj razvoja agroturizma u Austriji predstavlja njezina duga povijest i bogata tradicija te time promiče originalnost, ulaže u infrastrukturu kao i u agroturizam (Ciolac i sur., 2015). Prema Embacheru (2011) 2011. godine Austrija je imala ponudu od čak 15.500 turističkih seljačkih gospodarstva s kapacitetom od 170.000 kreveta, a najrazvijenija ponuda bila je na području Tirola i Salzburga. Kod ovakvog oblika turizma nije jako izražena sezonalnost jer je njen krajolik lijepo posjetiti za vrijeme bilo kojeg godišnjeg doba. Valja naglasiti da je najvažnije emitivno tržište Austrije Njemačka zbog blizine turističkih odredišta, a prosječan boravak ljeti iznosi šest dana, a zimi pet dana (Jelinčić, 2007).

Zbog efikasnosti, inovativnosti i boljih financijskih sredstava, turistička seljačka gospodarstva Austrije su se udružila pod nazivom *Urlaub am Bauernhof* što u prijevodu na hrvatski znači *Odmor na seoskom imanju* (Ministarstvo turizma RH, 2015: 27). Udruženje dobiva snažnu potporu od austrijskog Ministarstva poljoprivrede i gospodarstva te prikuplja još dodatna financijska sredstva putem godišnjih članarina koje variraju s obzirom na regiju, očekivanu razinu usluga i broj kreveta. Nadalje, austrijska vlada potiče razvoj ruralnog turizma putem kredita s iznimno niskom kamatnom stopom s ciljem postizanja što većeg broja subjekata turističke ponude (Ružić, 2009: 145). Spomenuto je udruženje razvilo poseban princip kategorizacije smještajnih objekata po pitanju minimalnih uvjetima koji se odnose na značajke i kvalitetu smještajnog objekta, odnosno domaćinstva, kvalitetu interijera te raznolikost popratnih usluga. Isto tako, udruženje koristi poseban sustav ocjenjivanja izražen u cvjetovima margarete koje označavaju kvalitetu smještajnog objekta pri čemu pet cvjetova predstavlja najveću kvalitetu, a dva cvijeta najnižu kvalitetu. Cijena se formira s obzirom na kvalitetu. Kako

bi Austrija zadržala kvalitetu pri vrhu, važno je naglasiti da se svake dvije godine provodi kontrola objekata uključenih u udruženje.

Prikaz 4. Zaštitni znak Urlaub am Bauernhof



Izvor: Službena stranica Urlaub am Bauernhof, <https://www.urlaubambauernhof.at/de> (zadnji pristup: 17.9.2021.)

3.2. Ruralni turizam u Švicarskoj

Švicarska je veoma razvijena zemlja i ujedno jedna od najuspješnijih sila na svijetu. Uključena je u gotovo sve industrijske grane, a time i u turizam. Ona već desetljećima ima uspješno razvijen turizam, a posebice zimsko-planinski turizam zbog njenih geografskih i klimatskih obilježja. Stanovnici planinskih regija Švicarske uspješno održavaju ravnotežu između turizma i poljoprivrede. Naime, stanovnici sela tijekom zime djeluju u turizmu na skijalištima, bave se iznajmljivanjem soba ili apartmana te drugim djelatnostima koje su povezane s turizmom. Međutim, prije desetak godina prepolovila se površina poljoprivrednog zemljišta zbog masovne izgradnje hotela i ostale turističke izgradnje. Iz navedenog je razloga osnovano udruženje seljaka koji nude agroturističke usluge kako bi stvorili dodatan izvor prihoda, koji je posljedica smanjenja mogućnosti poljoprivredne proizvodnje. Udruženje je stvorilo centralnu recepciju, zajedno izdaju kataloge te su razvili centralni kompjuterski sustav koji vodi računa o rezervacijama. Kao i u Austriji, ovo udruženje također provodi kontrole kako bi zadržali kvalitetu usluga. Cijene usluga na turističkim seljačkim gospodarstvima kreću se oko 18 švicarski franaka za noć za jednu osobu što približno iznosi oko 130 kuna. Gostima su dostupne brojne aktivnosti poput biciklizma, pješačenja, planinarenja, ali i brojne mogućnosti sudjelovanja u jednodnevnom programu seljačke obitelji kako bi gosti doživjeli što bolje iskustvo i pobliže upoznali način života na selu (Ružić, 2009: 148).

Nadalje, važno je istaknuti da Švicarska ima odličnu promociju turizma na seljačkim gospodarstvima s posebnim naglaskom na miru i tišini, budući da su njihov ciljni segment

pretežito stanovnici iz urbanih sredina koji odabiru svoje destinacije s ciljem uživanja u miru i tišini, daleko od buke i zagađenog zraka. Kada je riječ o promociji malog mjesta, dobar je primjer švicarski Tschlin u švicarskoj pokrajini Graubunden za koje se vjeruje da je najtiše mjesto u Švicarskoj. Marketinški stručnjaci osmislili su promotivni video kako bi to i dokazali, u kojem su stanovnici mjesta tvrdili da je u selu toliko tiho da svaki građanin čuje kada zvonji javna telefonska govornica. Video je ukazivao na to da ukoliko netko nazove govornicu, netko od građana će se javiti i s njim popričati, ukoliko se nitko ne javi, pozivatelj dobiva besplatni vikend u Tschlinu. Kampanja je bila iznimno uspješna jer je bila promovirana putem online medija, privukla je ogromnu pozornost, a tijekom prvih šest dana kampanje bilo je upućeno 30.000 poziva (skoro 4.000 uspješnih), a od tolikog broja poziva samo na 68 poziva nije bilo odgovoreno te su uistinu dobili nagradno putovanje. Iz ove se priče može zaključiti da uz prirodne i kulturne ljepote, turističku infrastrukturu i drugo potrebno za ruralni turizam, iznimnu važnost predstavlja i promocija te vrste turizma, a posebice treba isticati autentičnost, originalnost i tradiciju jer upravo je to ono što privlači posjetitelje u ovakve krajeve (Rihelj, 2019).

3.3. Ruralni turizam u Sloveniji

Ruralni turizam u Sloveniji počeo se razvijati prije pedesetak godina. U početku je razvoj bio veoma spor, ali uslijed poljoprivredne i ekonomske krize razvitak je počeo sve brže napredovati, kao i primjerice danas kada zbog pandemije nastoje zadržati svoje stanovništvo unutar granica kako bi ostvarivali turističku potrošnju u vlastitoj zemlji. U Sloveniji ima preko četiri tisuće registriranih kreveta na seljačkim gospodarstvima koji se dijele u nekoliko skupina. U Sloveniji se nudi smještaj u sobama ili apartmanima na agroturističkim gospodarstvima, izletnička domaćinstva nude usluge hrane i pića, potom točionice vina gdje posjetitelji mogu probati autohtona vina s tih prostora kao i hranu koja je karakteristična za određeno turističko mjesto, a nudi se i prostor za kampiranje. Slovenija nudi idealne uvjete za sport i rekreaciju, kao i brojne aktivnosti poput: jahanja, leta zmajem, golfa, kupanja u rijekama, spuštanja kajakom po brzacima i brojne ostale.

Zaključujemo da Slovenija ima savršenu ponudu za one avanturističkog duha, no isto tako i aranžmane odmora za obitelji s djecom (Ružić, 2009: 146). Kao što je već ranije spomenuto, uslijed krize izazvane pandemijom, mnoge su države poduzimale određene korake i akcije kako bi revitalizirali gospodarstvo. Slovenija je bila usmjerena na zadržavanje stanovništva unutar

granica, stoga je potpuno promijenila svoju turističku kampanju. Mrežna stranica turističke zajednice Slovenije kvalitetno je napravljena, jednostavna je za korištenje te sadrži mnoštvo korisnih informacija. Podijeli su destinacije po motivima dolaska tako da svatko može pronaći informacije vezano za ono što ga zanima. Nadalje, razvijena je vrlo dobra ponuda za planinare, ekoturizam i ciklo turizam koji u posljednjih nekoliko godina postaje sve popularniji (Rihelj, 2020). Kada je riječ o količini ponude ruralnog turizma u Sloveniji postoji preko 850 registriranih seljačkih domaćinstava, 37% površine Slovenije je pod zaštitom NATURA 2000, a velik dio stanovništva na selu se bavi pčelarstvom, voćarstvom i drugim poljoprivrednim kulturama. Za one malo aktivnije postoji čak 7.000 kilometara uređenih planinarskih staza.

Prikaz 5. Ponuda ruralnog turizma u Sloveniji



Izvor: Službena stranica turističke organizacije Slovenije, I Feel Slovenia, <https://www.slovenia.info/en> (zadnji pristup: 17.9.2021.)

3.4. Ruralni turizam u Hrvatskoj

Kao što je već u početcima rada naglašeno, određivanje ruralne sredine je zahtjevno jer svaka zemlja ima određenu slobodu na svoj način definirati ruralno područje. Hrvatska u tom slučaju određuje ruralni prostor prema teritorijalnoj podjeli, stoga se male administrativne jedinice (sela) smatraju ruralnim prostorom. Prema strategiji ruralnog razvoja RH 44.4% stanovništva Hrvatske se smatra ruralnim (1,971.005), a 55.6% urbanim stanovništvom. Međutim, kako bi se pravilno provodila politika ruralnog razvoja u obzir se uzima još jedan kriterij koji podrazumijeva gustoću stanovništva, odnosno broj stanovnika na kilometru kvadratnom. Kada je u pitanju Hrvatska, ruralnim područjem se smatraju ona mjesta na kojima gustoća naseljenosti ne iznosi više od 150 stanovnika na kilometru kvadratnom. Strategija razvoja hrvatskog turizma prije desetak godina prepoznala je potencijal razvoja ovih područja te u

skladu s tim (uzimajući u obzir različitosti svake regije) u Hrvatskoj se razlikuje sedam ruralnih regija, a to su:

Slavonija, Srijem i Baranja

Hrvatsko Zagorje, Prigorje, Međimurje i Podravina

Posavina, Pokuplje i Moslavina

Gorski kotar i Žumberak Lika i

Kordun

Istra i Hrvatsko primorje

Dalmacija (Strategija razvoja hrvatskog turizma, 2003: 13)

Od 1995. godine Republika Hrvatska počinje intenzivnije utjecati na razvoj ruralnog turizma na gore navedenim područjima, a ponajviše prikupljanjem informacija i educiranjem zaduženih osoba čime se stvaraju uvjeti za razvoj spomenute vrste turizma. Među začetnike ruralnog turizma Republike Hrvatske ubrajamo Istru koja je do danas postigla značajne rezultate. Mnogi su napori bili usmjereni na pronalazak vlasnika poljoprivrednih gospodarstava te poticanje istih na uključivanje u ovakvu vrstu turizma. Hrvatska ima idealne uvjete za razvoj ruralnog turizma po pitanju prirodne i kulturne resursne osnove, ne samo u dijelu primorja, već i u davno zaboravljenom kontinentalnom dijelu zemlje.

Cjelokupan razvoj ruralnog turizma može se podijeliti u dvije važne faze. Prva je faza započela već spomenute 1995. godine i trajala do početka 2000-ih, kada je od strane hrvatske Vlade donesen Nacionalni program pod nazivom „Razvoj malog i srednjeg poduzetništva u turizmu s naglaskom na održivi razvoj turizma u ruralnom prostoru“ (Cetinski et al, 1998). Nakon prve (inicijativne) faze, slijedilo je nekoliko godina stagnacije zbog nedostatka potpore od strane ministarstva. U drugoj fazi događaju se vidljivi pomaci, a ona počinje od početka 2004. godine kada Vlada Republike Hrvatske počinje pridavati veću pažnju razvoju ove vrste turizma i samim time daje veće poticaje kako bi se vlasnici prikladnih gospodarstava uključili u tokove turizma.

Kada je riječ o zastupljenosti ruralnog turizma u Hrvatskoj, najzastupljeniji turistički proizvod čine turistička seljačka gospodarstva čiji broj u proteklom desetljeću raste iz godine u godinu.

Naime, godine 1998. u Republici Hrvatskoj bilo je registrirano samo 32 turistička seljačka gospodarstva, a do 2007. godine taj je broj premašio 300 registriranih objekata. Međutim, unatoč tako intenzivnom razvoju zamjećujemo neravnomjernost u pojedinim dijelovima Hrvatske jer u nekim županijama ima mnoštvo turističkih seljačkih gospodarstava, dok u ostalim županijama samo nekolicina.

Kao što je gore navedeno, Hrvatska ima idealnu resursnu osnovu za razvoj ruralnog turizma, bilo da je riječ o prirodnoj ili kulturnoj resursnoj osnovi. Naime, Hrvatska raspolaže s osam nacionalnih parkova i čak dvanaest parkova prirode koji imaju iznimnu atraktivnost. Prekrasna priroda i neistraženi dijelovi Hrvatske postaju sve zanimljiviji posjetiteljima, koji imaju priliku kušati mnoštvo delicija poput fiš-paprikaša, domaćih štrukli ili kulena koji su sastavni dio tradicije i naslijeđa diljem Hrvatske. Nadalje, ljubitelji vina imaju na raspolaganju probati više od 130 autohtonih vinskih sorti jer tradicija vinarstva u Hrvatskoj seže još u rimsko doba, a posjetiteljima se pruža mogućnost degustacije rakija i likera koje su napravljene od plodova iz lokalnih voćnjaka. Isto tako, nude se razne mogućnosti aktivnog odmora, poput raftinga, vožnje u kanuu, jahanja i slično, kao i mnoštvo smještajnih mogućnosti, bilo da posjetitelji teže luksuznijem doživljaju ili pak robinzonskoj vrsti smještaja, gdje će se osjećati kao da su povezani s prirodom. Kao što je već navedeno, Hrvatska je podijeljena u sedam ruralnih regija te će se u narednom dijelu pobliže upoznati ponuda svake regije.

Istra, kao najveća turistička regija Hrvatske, posjetiteljima nudi brojne mogućnosti i aktivnosti prilikom posjeta, bilo da se posjet odvija na obalnom ili kontinentalnom dijelu Istre. Posjetitelji Istre imaju mogućnost kušanja brojnih gastronomskih delicija poput: tartufa, tjestenine, šparoga, dobrog vina i maslinovog ulja. Zbog njenog slikovitog krajolika, turisti će zasigurno uživati u obilasku srednjovjekovnih gradića, utvrda i crkvice, a gostima se također nudi prilika da iz prve ruke upoznaju kako se pribavljaju tartufi. Za one aktivnog duha nudi se mogućnost obilaska biciklom ili čak planinarenje na Učkoj ili Čićariji. Domaćini turističkih poljoprivrednih gospodarstava turiste uključuju u brojne aktivnosti poput branja maslina ili grožđa. Najpoznatija turistička seljačka gospodarstva u Istri su Familija Ferlin i turističko seljačko gospodarstvo obitelji Matošević. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Familije Ferlin nalazi se nedaleko od Žminja, a okruženo je prekrasnom netaknutom prirodom. Obitelj se bavi poljoprivredom preko 150 godina te su prepoznali potencijal u turizmu i razvili zavidnu ponudu. Posjetiteljima se nude brojne turističke aktivnosti poput biciklizma, branja gljiva i drugih ponuda, domaćice nude mogućnost kulinarskih tečajeva u pripremi autohtonih istarskih

specijaliteta, prezentacije starih običaja, a turisti se mogu uključiti u poljoprivredne aktivnosti i slično (Službena stranica Hrvatske turističke zajednice, 13.09.2021, url).

Slavonija obuhvaća područje Baranje i Srijema, a karakteriziraju je duga sela (šorovi) te brojni voćnjaci, pašnjaci i mnoštvo domaćih životinja. Posjetitelji u Slavoniji imaju mogućnost dobro jesti i piti, te u ponudi nalazimo brojne tradicijske delicije poput čobanca, fiša od smuđa ili štuke te šarana na rašljama. Slavonci se već desetljećima bave uzgojem domaćih životinja te iz njih dobivaju brojne prehrambene proizvode poput kulena, kulenove seke, čvaraka, kobasice, a navedene se namirnice pripremaju na tradicionalan način, slično kako se pripremala i prijašnjih generacija. Kao i u hrani, Slavonija ima veliku tradiciju proizvodnje pića. Naime, u Slavoniji se proizvedu najveće količine vina u Hrvatskoj, a posebice su poznati iločki podrumi gdje posjetitelji mogu kušati iločki traminac ili pak graševinu. Slavonci još i danas njeguju običaj pečenja rakije. U Slavoniji se nude brojne aktivnosti pa ljubitelji prirode mogu posjetiti park prirode Kopački rit koji se nalazi nedaleko od središta Slavonije (Osijeka) park ujedno predstavlja najveći ornitološki rezervat u Europi. Slavonija je isprepletana mrežom biciklističkih staza koje vode kroz šume, sela, vinograde te prolaze pokraj brojnih jezera. Posjetitelji željni planinarenja ili penjanja, mogu se okušati u tome u parku prirode Papuk. Jedni od najznačajnijih turističkih seljačkih gospodarstava su Dravska 'iža,, seosko gospodarstvo Salaš te seljačko domaćinstvo Bakine čarolije.

Područje središnje Hrvatske obuhvaća Hrvatsko zagorje, Međimurje, Podravinu, Posavinu, Pokuplje i Moslavinu, drugim riječima područje središnje Hrvatske najveća je regija koja nudi raznoliku ponudu. Kao i u prethodno predstavljanim regijama, i u ovoj se nude razni autohtoni specijaliteti poput domaćeg sira i vrhnja te brojne vrste kobasica. Zbog prisutnosti raznih vrsta gljiva na ovim prostorima, posjetitelji mogu probati juhe i rižota od raznih vrsta, poput: vrganja, lisičarki, trubača, sunčanica i drugih vrsta. Nezaobilazno jelo za posjetitelje je domaća patka ili guska s mlincima, fileki, te razni gulaši i jela od divljači. Nadalje, područje središnje Hrvatske poznato je po tradicionalnim slasticama poput gibanice, zagorskih štrukli, knedli, buhtli, krafni i drugih ukusnih delicija. Područje središnje Hrvatske je iznimno lijepo, stoga ne čudi da na ovom području postoje tri parka prirode (Lonjsko polje, Žumberak-Samoborsko gorje te Medvednica). Brojne biciklističke staze stoje na raspolaganju aktivnim turistima. Govoreći s kulturnog aspekta, navedeno je područje je bogato starim utverdama i dvorcima među kojima se ističe dvorac Trakošćan, a na ovom se području nalazi Krapina koja je poznata kao domovina pračovjeka, na lokalitetu Hušnjakovo pronađeni su ostatci neandertalskog čovjeka što predstavlja veliku atrakciju za buduće posjetitelje. Na području središnje Hrvatske djeluje

mnoštvo turističkih seljačkih gospodarstava, a najpoznatiji među njima su: Eko etno turizam Antolić, ruralna kuća za odmor Green silence, seosko gospodarstvo Rakić i mnogi drugi.

Područje Dalmacije već desetljećima privlači brojne turiste zbog atraktivnosti mora te svoje prirodne i kulturne baštine. Osim mora, veliki potencijal za razvoj postoji i u unutrašnjosti ove regije gdje se također mogu isprobati autohtona jela i posjetiti brojne atraktivne lokacije. Što se tiče gastronomije, nezaobilazno je probati paški sir, pršut, pašku janjetinu na području Zadra, a ako posjetitelji dođu u ruralni dio oko Dubrovnika nužno je probati školjke kao što su kamenice i dagnje. Na području Zadra turisti mogu posjetiti nacionalni park Paklenica, kanjon rijeke Zrmanje, park prirode Vransko jezero i mnoge druge prirodne atrakcije. Na ruralnom području oko Dubrovnika djeluje veliki broj turističkih seljačkih gospodarstava, a najpoznatiji su: turističko seljačko gospodarstvo Laptalo, turističko seljačko gospodarstvo Braeonović i mnoga druga (Službena stranica Hrvatske turističke zajednice, 13.09.2021).

4. RURALNI TURIZAM NA PODRUČJU VUKOVARSKO-SRIJEMSKE ŽUPANIJE

Vukovarsko-srijemska županija smještena je na samom istoku Republike Hrvatske. Velika prostranstva, ravnice i bujne šume hrasta samo su neke od brojnih karakteristika ovog kraja Hrvatske. Bogata povijest, tradicija i stari običaji čuvaju se još i danas. Mnogo je atraktivnih čimbenika ovog kraja koji postavljaju iznimno povoljne temelje za razvoj ruralnog turizma. U narednom poglavlju iznesene su opće informacije o Vukovarsko-srijemskoj županiji s posebnim naglaskom na njenom bogatom prirodnom i kulturnom ostavštinom. Potom su predstavljene pretpostavke za razvoj ove vrste turizma, kao i mogućnosti i ograničenja istoga. Naposljetku, izneseni su pozitivni, ali i negativni učinci koje ruralni turizam može imati na već spomenutu županiju.

4.1. Opći podaci o Vukovarsko-srijemskoj županiji

Vukovarsko-srijemska županija ima iznimno povoljan geografski položaj; smjestila se na krajnjem sjeveroistočnom dijelu Republike Hrvatske i proteže se na 2.448 kilometara kvadratnih, u međuriječju između Dunava i Save te je tako dio povijesne pokrajine istočne Slavonije i zapadnog Srijema. Ovaj dio Hrvatske relativno je nizinskog karaktera, najviši vrh nalazi se kod Iloka, pod nazivom Čukala, a nalazi se na 294 metra nadmorske visine, dok je najniža točka je u dijelu kod Posavine sa 79 metara nadmorske visine. Ovo područje Slavonije, bogato ravnicama, često je u prošlosti bilo predmet raznih sukoba i seoba naroda, upravo zbog njenog idealnog geografskog položaja, klimatskih uvjeta i vrlo važnog prometnog položaja zbog čega je bila idealno područje za naseljavanje još od davnina. Na ovom području isprepleteni su mnogu važni riječni i kopneni putevi te se križaju mnogi važni međunarodni pravci. Na kontinuitet i kvalitetu življenja utjecala je povoljan prometni položaj, blizina rijeka te bogatstvo hrastovih šuma koje je ujedno utjecalo na iznimnu plodnost zemlje, stoga ne čudi da Hrvati na ovom prostoru već tisuću godina grade svoj život i bogate običaje. (Službena stranica Vukovarsko-srijemske županije, 13.09.2021)

Klima Vukovarsko-srijemske županije je umjereno kontinentalna što znači da su ljeta vruća i suha, a zime su hladne i u prošlosti bogate snijegom, dok danas zbog globalne promjene klime, to jest zbog globalnog zatopljenja snijega nema kao prije. Ovaj je prostor iznimno povoljan za bavljenje poljodjelstvom jer najviše kiše padne u proljeće i kraj ljeta kada je to najpotrebnije i

naravno vrlo plodne crnice. Na području županije prevladavaju šume, oranice i vinogradi, čak 150.000 hektara oranica proteže se duž ove županije. Većina poljoprivrednika na ovom prostoru bavi se uzgojem pšenice, šećerne repe, kukuruza i duhana te iz tog razloga na ovom području postoje veliki prerađivački kapaciteti poput silosa, hladnjača, skladišta i tvornica.

Nadalje, važno je napomenuti da veliko bogatstvo čine i šume hrasta, posebice karakterističnog hrasta lužnjaka, a na ovom se prostoru nalaze i dva zaštićena područja u tzv. spačvanskom šumskom bazenu, a to su Lože kod Županje i Radiševo blizu naselja Vrbanja. Kao što je već ranije rečeno, navedeno je područje bilo iznimno povoljno za naseljavanje u prošlosti, a posebice prije Domovinskog rata kada je na ovom području živjelo preko 231.000 stanovnika. Međutim, zbog veoma jake agresije na ovaj dio Hrvatske za vrijeme rata, mnogo je ljudi prognano ili otišlo s ovog područja, a većina se do danas nije vratila, stoga prema zadnjem popisu stanovništva iz 2011. godine, ova županija broji nešto više od 180.000 stanovnika. Županija broji 84 naseljena mjesta, od čega pet gradova: Vukovar, Vinkovci, Županja, Ilok i Otok te 26 općina (Službena stranica Vukovarsko-Srijemske županije, 13.09.2021) .

4.2. Obilježja turizma na području Vukovarsko-srijemske županije

Prema podacima eVisitora iz 2018. godine na cjelokupnom je području Vukovarsko-srijemske županije ostvareno oko 82,6 tisuća dolazaka i 141.6 tisuća noćenja turista, u odnosu na podatke iz 2016. godine, zabilježeno je povećanje broja dolazaka sa stopom od 8.6% što iznosi približno 12.000 dolazaka više nego u 2016. godini. Potrebno je istaknuti kako se veći dio turističkih kretanja odvija u središnjem gradu Vukovaru i najvećem gradu županije – Vinkovcima. Osim dva navedena grada, značajnu ulogu u turizmu i turističkim kretanjima imaju gradovi Županja i Ilok, a u posljednjih je nekoliko godina zabilježeno povećanje turističkog prometa u općini Nijemci. Kada je riječ o strukturi posjetitelja, bitno je naglasiti da veliki dio turističkog prometa dolazi od strane domaćih turista, odnosno domaći gosti imaju udio od čak 83% ukupnog turističkog prometa ove županije. Iako su zabilježena kretanja stranih gostiju, njihov udio nije toliko značajan te iznosi 17% svih turističkih dolazaka. Vrlo je bitno naglasiti da broj inozemnih gostiju raste iz godine u godinu što predstavlja pozitivan trend na području ove županije koji svakako treba dalje razvijati (Marketinški plan turizma Vukovarsko-srijemske županije, 2019).

Prikaz 6. Broj dolazaka stranih i domaćih posjetitelja na području Vukovarsko-srijemske županije u razdoblju od 2016. do 2018.

| Vukovarsko-srijemska županija | 2016. | | 2017. | | 2018. | |
|-------------------------------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|
| | Broj | % | Broj | % | Broj | % |
| Ukupno | 69.974 | 100,0 | 90.111 | 100,0 | 82.590 | 100,0 |
| Domaći gosti | 52.939 | 75,7 | 69.652 | 77,3 | 68.565 | 83,0 |
| Strani gosti | 17.035 | 24,3 | 20.459 | 22,7 | 14.025 | 17,0 |

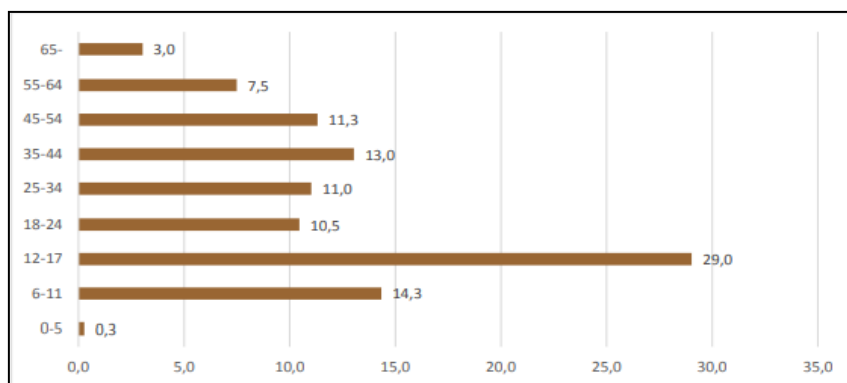
Izvor: Institut za turizam, prema eVisitoru (13.9.2021.)

Nadalje, što se tiče karakteristika turističkih kretanja na području županije, valja istaknuti da se većina turističkih noćenja ostvaruje u hotelima ili hostelima, pri čemu treba napomenuti da se udio hotelskog smještaja u turističkim noćenjima smanjuje iz godine u godinu, dok trend hostelskog smještaja bilježi znatan rast. Navedene se promjene događaju uslijed promjene strukture turističke potražnje te glavninu turističke potražnje čine učenici i mladi. Rast bilježe i turistička obiteljska domaćinstva unatoč relativno malom broju istih. Naime, malen broj obiteljskih seoskih domaćinstava posljedica je složenih propisi i nepovoljnog poreznog tretmana subjekata turističke ponude. Kao što je navedeno, većina turističkih dolazaka ostvarena je od strane domaćih gostiju, a kada je riječ o inozemnim turistima, najveći broj turista dolazi iz Njemačke, Bosne i Hercegovine, Slovenije te Srbije. Zabilježen je nešto manji broj dolazaka gostiju iz Italije, Mađarske, Austrije, Švicarske i drugih zemalja.

Turističku potražnju Vukovarsko-srijemske županije čine različite dobne skupine, no primjećuje se veća zastupljenost dobne skupine od 12 do 17 godina što je posljedica obveznih organiziranih školskih dolazaka u Vukovar radi što boljeg upoznavanja s događajima koji su se zbivali na ovim prostorima za vrijeme Domovinskog rata. Vrlo važna i zanimljiva karakteristika turizma jest ta da je na ovom području sezonalnost manje izražena nego u primorskim destinacijama. Kada je riječ o duljini turističkog boravka, prosječno zadržavanje turista iznosi

1.7 dana, što ukazuje na to da se na ovim prostorima više odvija vikend turizam, a vrlo je zastupljen i izletnički turizam, kojega je teško procijeniti zbog manjka statističkih podataka. (Marketinški plan turizma Vukovarsko-srijemske županije, 2019.)

Prikaz 7. Struktura turističke potražnje s obzirom na dobnu skupinu



Izvor: Institut za turizam, prema eVisitoru (13.9.2021.)

Prema podacima dostupnim na eVisitoru vidljivo je kako Vukovarsko-srijemska županija raspolaže sa 108 smještajnih objekata, točnije 920 smještajnih jedinica ili 2.244 postelje. Najveći dio smještajnih kapaciteta raspoređen je po već spomenutim većim gradovima županije – Vukovaru i Vinkovcima. U proteklih je nekoliko godina zabilježen porast smještajnih objekata, ponajviše jer je uprava županije počela ulagati određene napore u izgradnju smještajnih objekata kako bi mogli privući i smjestiti što veći broj posjetitelja. Iako se u posljednjih nekoliko godina radi na povećanju i općenito poboljšanju smještajnih kapaciteta, valja istaknuti kako još nije dosegnuta zavidna razina te da prevladava velik broj nekategoriziranih smještajnih objekata s lošom kvalitetom. S obzirom na bogatu resursno atrakcijsku osnovu, može se reći da potencijal ove županije nije ni približno iskorišten te se u budućnosti planiraju poduzimati dodatne akcije i naponi kako bi se adekvatno razvio turizam na ovom području (Strategija razvoja turizma Vukovarsko-Srijemske županije od 2015. do 2020., 2015).

4.3. Resursna atrakcijska osnova Vukovarsko-srijemske županije

Kao što je već ranije spomenuto, Vukovarsko-srijemska županija je smještena na krajnjem sjeveroistoku zemlje, leži između Save i Dunava. Zbog svojih odličnih geografskih i klimatskih obilježja, oduvijek je bila pogodna za naseljavanje što dokazuje činjenica da Hrvati žive na ovom području već tisuću godina, a prije njih su živjeli i drugi narodi. Županija obiluje atrakcijama poput arheološkog nalazišta Vučedol, brojnim kulturnim manifestacijama kao što

su Vinkovačke jeseni što uvelike pogoduje razvoju turizma. U nastavku teksta analizirane su sve atrakcije ovog područja.

4.3.1. Prirodne atrakcije

Kada je riječ o prirodnim atrakcijama posebnu važnost ima rijeka Dunav kao jedna od najvažnijih svjetskih rijeka poznata i kao rijeka koja protječe kroz najviše država te je na njoj ujedno i najrazvijeniji turizam na riječkim kruzerima. S obzirom na važnost rijeke Dunava, definitivno jedan od vrlo važnih čimbenika je taj što se u Vukovaru nalazi velika turistička luka te duga i lijepa šetnica uz Dunav popraćena s nizom atrakcija. Prirodna atrakcija Vukovara koju valja naglasiti je Vukovarska Ada – pješčani otok koji je pod zaštitom kao poseban rezervat šumske vegetacije. Ada je iznimno popularna kod lokalnog stanovništva, budući da za vrijeme ljetnih dana ondje pronalaze svoje osvježenje. Među prirodne atrakcije Vukovara potrebno je ubrojiti i park šumu Adicu koja je udaljena od centra grada približno dva kilometra te brojni Vukovarci ondje odlaze bilo da žele mir i tišinu ili traže mjesto za vježbanje i rekreaciju. U parku šumi Adica napravljene su brojne trekking staze te drvene sprave za vježbanje kako bi se što bolje uklopile u okolinu. Uz navedeno, potrebno je spomenuti i Gorjanovićev praporni profil u Vukovaru koji prikazuje zapis klimatskih promjena s kraja pleistocena, odnosno pronađeni nalazi su stari oko sto tisuća godina te su iznimno važni (Službena stranica Turističke zajednice grada Vukovara, 13.09.2021., url).

Ilok je također sam po sebi atrakcija, a riječ je o slikovitom gradiću koji se nalazi na povišenom području. Kroz njega protječe rijeka Dunav, a nedaleko od njega nalazi se malo selo Šarengrad koji je svojom ljepotom inspirirao poznatu glazbenicu Josipu Lisac na snimanje pjesme „Gdje Dunav ljubi nebo“. Vrlo je važna prirodna atrakcija grada park pokraj starog grada koji bi zbog svoje atraktivnosti zasigurno privlačio velik broj posjetitelja.

Vinkovci su šarmantan gradić na istoku Slavonije koji ima veliki povijesni značaj kao najstarije kontinuirano naseljeno područje u Europi. Arheološkim je istraživanjima potvrđeno da se život na ovom području odvijao još prije 8.000 godina, što ga čini iznimno interesantnim za istraživanje. Od prirodnih atrakcija u gradu izdvaja se park šuma Kunjevci kod Vinkovaca, koja već godinama privlači turiste lovce zbog svoje atraktivnosti i divljači koju sadržava, poput: divlje svinje, jelena lopatara, srne i mnoge drugih (Službena stranica Turističke zajednice grada Vinkovaca, 13.09.2021.).

Vrlo bitna prirodna atrakcija, koja se nalazi nedaleko od grada Otoka, značajni je krajobraz Virovi. Nedavno je prepoznat potencijal ovog lokaliteta te je iz tog razloga uz potporu sredstava iz Europske unije otvoren biološko edukacijski centar pod imenom Otočki virovi – vrata spačvanskog bazena. Relativno močvarno područje koje karakterizira bogati ekosustav u kojem su dom pronašle brojne vrste kukaca, ptica i malih životinja. U ovom centru nude se brojne aktivnosti posjetiteljima poput biciklizma, kanuinga, vožnje čamcem na solarni pogon, a velika kongresna dvorana omogućuje razne aktivnosti poput team-buildinga (Službena stranica Otočki virovi, 13.09.2021, url).

Od ostalih prirodnih atrakcija valja izdvojiti još i Bošnjačke virove, pejzažni park kod dvorca u Nuštru, park Lenije u Vinkovcima, park Zvirinac kod Vinkovaca i mnoge druge atrakcije koje postavljaju temelje za razvoj bilo koje vrste turizma, a posebice ruralnog turizma zbog mnoštva prirodnih ljepota.

Prikaz 8. Biološko-edukacijski centar Otočki Virovi- Vrata spačvanskog bazena



Izvor: Službena stranica Otočki virovi, dostupno na: <https://virovi.hr/hr/fotogalerija#&gid=1&pid=4> (16.09.2021.)

4.3.2. Antropogene atrakcije

Među antropogenim atrakcijama bitno je istaknuti Arheološki park Vučedol zajedno s Muzejom Vučedolske kulture koji se nalazi u Vukovaru i predstavlja centar kulturne baštine cjelokupne županije. Na području grada Vukovara nalaze se tzv. ratni spomenici, a najbitniji među njima je zasigurno Spomen područje Ovčara kao i Memorijalno groblje posvećeno žrtvama Domovinskog rata te stalna muzejska postava pod nazivom Mjesto sjećanja koje se nalazi u vukovarskoj bolnici. Nedavno je završena restauracija i rekonstrukcija vukovarskog vodotornja, koji otkako je otvoren, privlači velik broj posjetitelja.

Što se tiče antropogenih atrakcija na području Vinkovaca, treba istaknuti arheološko- etnografski park Sopot u kojem se nalazi šest kućica koje potječu iz vremena sopotske kulture. Park se nalazi nedaleko od Vinkovaca, a povezan je prekrasnom šetnicom uz rijeku Bosut koja je duga oko pet kilometara. Nadalje, u Vinkovcima se također može posjetiti rodna kuća poznatog hrvatskog književnika Josipa Kozarca koja se nalazi na Krnjašu, najstarijem dijelu grada. Ostale antropogene atrakcije koje valja spomenuti su rokovačke zidine, dvorac Khuen Belassi u Nuštru, crkva sv. Ilije u Vinkovcima, Suvara-mlin na konjski pogon u Otoku i mnogi drugi (Marketinški plan turizma Vukovarsko-srijemske županije, 2019).

4.3.3. Manifestacijske/društvene atrakcije

Kada je riječ o manifestacijama na području Vukovarsko-srijemske županije, nezaobilazno je spomenuti Vinkovačke jeseni kao najveću i najvažniju folklornu manifestaciju u ovom dijelu Europe. Vinkovačke su jeseni folklorna manifestacija koja se održava sredinom mjeseca rujna već više od pola stoljeća, a ujedno predstavlja i čuva narodne običaja svih dijelova Hrvatske, a posebice Slavonije. Svake godine ugosti mnogo kulturnih i društvenih organizacija iz cijele zemlje, a glavni joj je cilj upoznavanje i očuvanje tradicije ovih prostora. Druge poznate folklorne manifestacije na ovom području su: Šokačko sijelo koje se održava u Županji, Iločka berba grožđa, manifestacija Konja bijelaca u Babinoj gredi i mnoge druge. Velik broj ovog tipa manifestacija ukazuje na to da Vukovarsko-srijemska županija ima funkciju njegovanja izvorne narodne kulture Republike Hrvatske. Također, važna manifestacija međunarodnog značaja je Dan sjećanja na žrtvu Vukovara koja privlači velik broj posjetitelja iz godine u godinu. Ostali važni društveni događaji su zasigurno Vukovar film festival kao jedan od najvažnijih u Hrvatskoj, Dunav art festival, Rimski dani u Vinkovcima te mnogi drugi.

Također, brojne atrakcije još uvijek nemaju poseban nacionalni ili međunarodni značaj, ali bi zasigurno obogatile boravak posjetitelja. Treba istaknuti kupalište na jezeru Banja u Vinkovcima gdje lokalno stanovništvo provodi vruće ljetne dane uz dodatne sadržaje, poput: kafića, terena za odbojku na pijesku i prostora predviđenog za vaterpolo. Posjetitelji bi mogli kvalitetno provesti vrijeme u adrenalinskom parku u Cerni, nedaleko od Vinkovaca, a u Rokovcima postoji mogućnost da se posjetitelji okušaju u paintball-u i naravno na području cijele županije, na desetak lokacija dostupna je aktivnost jahanja i škole jahanja (Marketinški plan turizma Vukovarsko-srijemske županije, 2019).

Prikaz 9. Svečani mimohod Vinkovačkih jeseni



Izvor: Službena stranica Samo pozitivno, dostupno na: <https://www.samopozitivno.com/i-ove-godine-na-manifestaciju-vinkovacke-jeseni-putujte-vlakom-40-jeftinije/> (16.09.2021.)

4.4. Mogućnosti i ograničenja razvoja ruralnog turizma na području Vukovarsko-srijemske županije

U narednom dijelu teksta analizirane su mogućnosti i ograničenja razvoja već spomenute vrste turizma na istočnom dijelu Hrvatske, točnije na području Vukovarsko-srijemske županije. Kako bi se razvijao turizam na ovom području, potrebno je razumjeti koje su sve prilike koje treba iskoristiti, ali i prijetnje na koje bi trebalo obratiti pažnju. Kada je riječ o mogućnostima razvoja ruralnog turizma na ovom području svakako treba spomenuti povoljne klimatske uvjete. Kao što je već rečeno, na području županije vlada umjereno kontinentalna klima koja omogućuje posjetiteljima ugodan boravak tijekom cijele godine. Svako godišnje doba na ovom području je ugodno za boravak, a u radu je spomenuto da u slučaju ruralnog turizma nije izražena sezonalnost, već je važno osigurati posjetiteljima prikladne aktivnosti tijekom cijele godine.

Rijeka Dunav koja protječe kroz Vukovar te izgrađena i uređena turistička luka svakako predstavljaju veliku mogućnost budući da Dunavom prolaze brojni riječni kruzeri koji mogu dovesti veliki broj posjetitelja. Također, grad Vinkovci su u prošlosti, ali i danas bili jedno od najvažnijih željezničkih čvorišta u Europi, što znači da je na ovom prostoru iznimno dobra povezanost i s istočnim, ali i zapadnim dijelom Europe.

U prethodnom poglavlju bili su predstavljeni atraktivni činitelji kojih je na ovom prostoru iznimno puno. Zaključujemo kako sve jedinice lokalne samouprave imaju određene temelje za razvoj turizma, što definitivno predstavlja olakšicu razvoja. Bogata vegetacija i fauna stvaraju preduvjete i temelje za razvoj lovnog turizma koji ima iznimno pozitivne učinke na lokalnu zajednicu zbog visoke turističke potrošnje koju ostvaruju subjekti lovnog turizma. Prateći nove trendove turizma, uviđa se da sve veći broj turista, a posebice oni iz urbanih sredina, sve više biraju destinacije u ruralnim područjima ponajviše radi potrebe da odmor provedu u prirodi, miru i tišini te steknu nova iskustva o tome prijašnjem načinu života. Zbog bogate narodne tradicije, običaja, kao i obilja kulturne ostavštine, Vukovarsko-srijemska županija predstavlja idealnu destinaciju za kulturne turiste i sve one koji žele steći nova znanja i upoznati kulturu određenoga kraja.

Kada je riječ o ograničenjima u razvoju ruralnog turizma u ovom prostoru, svakako treba spomenuti lošu promociju ruralnog turizma koja se pretežito oslanja na pojedine inicijative koje imaju vrlo slab doseg. Iako turističke zajednice ovom području pokušavaju promovirati turizam, naponi jednostavno nisu dovoljni, a efekti još uvijek nisu zadovoljavajući. Nadalje, jedno od vrlo bitnih ograničenja su institucionalne potpore i vrlo složeni i nejasni propisi, točnije zakoni. Ukoliko se želi razvijati turizam na ovom području, institucije bi trebale olakšati poduzetnicima i mladim ljudima ulazak na tržište turizma, umjesto suprotno. Također, poželjne su veće potpore s obzirom na to da je za osnivanje obiteljsko turističkog potrebno ispuniti niz normi i pravila koje u svakom smislu otežavaju i poskupljuju ulazak na turističko tržište.

Veoma važna stavka u razvoju ruralnog turizma jest dostupnost stručnih kadrova. Još uvijek je mali broj stručnih osoba zaduženih za razvoj ove vrste turizma, iako su one nužne kako bi turistička ponuda na ovim područjima bila što kompletnija i kvalitetnija. Iako postoje brojne manifestacije na ovom području, potrebno ih je još više razvijati i usavršavati. Destinacija mora imati mnoštvo aktivnosti na raspolaganju kako bi privukla posjetitelje i kako bi oni mogli provesti aktivan i dinamičan odmor na ruralnom prostoru (Strategija razvoja turizma Vukovarsko-srijemske županije od 2015. do 2020.).

Može se zaključiti da Vukovarsko-srijemska županija ima obilje resursa za razvoj ruralnog turizma, no potrebno ih je dodatno razvijati i usavršavati s ciljem postizanja što veće konkurentnosti na tržištu. Na području postoji turistička ponuda, no nju treba unaprijediti i poduzimati potrebne akcije kako bi se gore navedena ograničenja umanjila.

ZAKLJUČAK

Zaključujemo da je turizam iznimno dinamičan proces, koji se svakodnevno razvija te je konstantno pod utjecajem eksternih čimbenika kojima se mora prilagođavati i razvijati u skladu s njima. Zbog loših učinaka masovnog turizma te drugih demografskih, socioloških i tehnoloških promjena, u posljednjih je nekoliko godina došlo pojave specifičnih oblika turizma. Potražnja je postala heterogena, sofisticiranija i selektivnija te je iz tog razloga ponuda bila primorana osmisliti nešto novo kako bi upotpunila zadovoljstvo posjetitelja u određenim destinacijama. Kao odgovor na sve te globalne promjene, došlo je do pojave ruralnog turizma.

U ranijim poglavljima bilo je vidljivo da je ruralni turizam predmet rasprave brojnih stručnjaka zbog problematike njegova definiranja, a naposljetku je zaključeno da je ruralni turizam vrsta turizma koja obuhvaća brojne aktivnosti i oblike turizma, a odvija se na ruralnom području. Poseban predmet ovog rada bio je razvoj turizma na području Vukovarsko-srijemske županije. Čitatelji ovoga rada imali su priliku vidjeti obilje atrakcijskih činitelja koji se nalaze na ovim područjima. Iz toga se može zaključiti da Vukovarsko-srijemska županija definitivno ima obilje mogućnosti za razvoj ruralnog turizma, samo je potrebno uposliti određen broj kvalitetnih i educiranih ljudi kako bi se mogla oblikovati kompletna turistička ponuda. Nadalje, izvršna tijela bi trebala poraditi na brojnim propisima i regulativama koje trenutno subjektima otežavaju ulazak na turističko tržište. Razvoj ruralnog turizma na području županije imao bi iznimno pozitivne učinke na cjelokupnu lokalnu zajednicu. Poznato je da turizam ima multiplikativnu funkciju koja bi pozitivno utjecala na cjelokupno gospodarstvo ovoga područja. Kao što je ranije rečeno, zbog posljedica Domovinskog rata, mnoštvo stanovnika na ovom području je iselilo, a način života kakav je bio na ovim prostorima se nije vratio na tu visoku razinu. Brojni pojedinci se iseljavaju u potrazi za boljim životom pa bi razvoj ove vrste turizma definitivno olakšao način života i poboljšao životni standard ljudi na ovim prostorima.

5. SAŽETAK

Globalizacija i promjena u životnom stilu uvelike su utjecali na tokove turističkog tržišta, dogodile su se promjene u turističkoj potražnji te je iz tog razloga turistička ponuda također bila primorana uvesti određene promjene. Uslijed promjena na turističkom tržištu došlo je do pojave specifičnih oblika turizma, samim tim i do pojave ruralnog turizma. Ruralni turizam u Europi već nekoliko godina bilježi ubrzan rast i razvoj, posebice u Švicarskoj i Austriji, u Hrvatskoj je njegov razvoj još uvijek u ranoj fazi. Vukovarsko-srijemska županija obiluje prirodnim i kulturnim resursima koje stvaraju temelje za razvoj ove vrste turizma, ponuda nažalost nije oblikovana u skladu s tim te govorimo o nezadovoljavajućoj kvaliteti ponude. No, uz educirani i sposoban kadar ponuda na području Vukovarsko-srijemske županije zasigurno bi procvjetala. Brojne prirodne i kulturne atrakcije uvelike olakšavaju razvoj ove vrste turizma, a u svrhu daljnjeg i kvalitetnijeg razvoja potrebno je eliminirati postojeća ograničenja poput složenih i nejasnih zakona i propisa, potrebno je raditi na snažnoj promociji ruralnog turizma županije, budući da turizam ima pozitivan utjecaj na razvoj cjelokupne gospodarske strukture lokalne zajednice. Ukoliko se gledaju suvremeni trendovi koji teže aktivnom i zdravom odmoru, u ruralnim destinacijama gdje je vrlo važan čimbenik odsustvo buke i bogata priroda, može se reći da će potražnja za ruralnim turizmom samo još više rasti, kako u svijetu i u Europi, tako i u Hrvatskoj, odnosno na području Vukovarsko-srijemske županije.

Ključne riječi: ruralni turizam, suvremeni turistički trendovi, specifični oblici turizma, Vukovarsko-srijemska županija

6. SUMMARY

Development of rural tourism in Vukovar-Srijem County

Globalization and lifestyle changes have greatly affected the flows of the tourism market, there have been changes in tourism demand and for this reason the tourist offer has also been forced to introduce certain changes. Due to changes in the tourism market, specific forms of tourism have emerged, and thus rural tourism. Rural tourism in Europe has been recording rapid growth and development for several years, especially in Switzerland and Austria, in Croatia its development is still at an early stage. Vukovar-Srijem County is rich in natural and cultural resources that create the foundations for the development of this type of tourism, the offer is unfortunately not designed accordingly and we are talking about the unsatisfactory quality of the offer. However, it can be said that, if educated and capable staff is obtained, the offer in the area of Vukovar-Srijem County would flourish. Numerous natural and cultural attractions greatly facilitate the development of this type of tourism, and for the purpose of further and better development it is necessary to eliminate existing restrictions such as complex and unclear laws and regulations, it is necessary to work on strong promotion of rural tourism in the county because of its positive influence on the economic structure. If we look at modern trends that strive for active and healthy holidays, in rural destinations where the absence of noise and rich nature is a very important factor, we can say that the demand for rural tourism will only grow, both in the world and in Europe and in Croatia.

Key words: ruraln tourism, specific forms of tourism, trends in tourism, Vukovar-Srijem county

LITERATURA

1. Baćac, R. (2011): Priručnik za bavljenje seoskim turizmom- korak po korak od ideje do uspješnog poslovanja. Zagreb: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske
2. Bartoluci, M., Hendija, Z., Petračić, M. (2015): Possibilities of sustainable development of rural tourism in Continental Croatia. Acta turistic, Vol. 27., No. 2
3. Cetinski, V., Katica, D., (1998): Turizam i održivi razvitak hrvatskog ruralnog područja, Zbornik radova. Varaždin: Turistička zajednica grada Varaždina
4. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O., i sur (2011): Turizam- Ekonomske osnove i organizacijski sustavi. Zagreb: Školska knjiga
5. Demonja, D., Ružić, P., (2010): Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima. Zagreb: Meridijani
6. DZS (2011): Model diferencijacije urbanih, ruralnih i prijelaznih naselja u Republici Hrvatskoj. Zagreb: DZS
7. Embacher, H. (2011), Marketing for farm holidays in Austria, Beograd,
8. European Commission (2000): Towards quality rural tourism: Integrated quality management of rural destinations. Luxembourg: European Commission
9. Grgić, I., Zrakić, M., Gzdelj-Velaga, A. (2015): Agritourismus in Croatia and some EU countries. Agronomski glasnik, Vol.73.
10. Jelinčić, D. A. (2007): Agroturizam u europskom kontekstu. Studia ethnologica Croatica
11. Kušen, E., (2002): Turistička atrakcijska osnova. Zagreb: Institut za turizam
12. Krasić, D., Horak, S., (2009): Konkurentnost turističke destinacije. Zagreb
13. Page, J. S., Connell, J., (2006): A modern synthesis. London: Thomson Learning
14. Petrić, L., (2011): Upravljanje turističkom destinacijom: načela i praksa. Split: Ekonomski fakultet u Splitu
15. Park, D. B., Yoon, Y.S. (2009): Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study, Tourism management
16. Pivčević, S., (2005): COntstraints and opportunities of agrotourism development in the Republic of Croatia with the special stress on Sinj region. Sixth International Conference on „Enterprise in Transition“. Split: Ekonomski fakultet
17. Pamuković, A., Radeljak, M., Dorbić, B., (2016): Experience and practice of agrotourism development in Europe and its impact on Croatia. Agronomski glasnik, Vol.1

18. Ružić, P., (2009): Ruralni turizam. Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč
19. Tubić, D., (2015): Model razvoja ruralnog turizma Kontinentalne Hrvatske. Doktorska disertacija. Osijek: Ekonomski fakultet Sveučilišta J.J. Strossmayera u Osijeku
20. Vukonić, B. (2010): Turizam: budućnost mnogih iluzija. Zagreb: Visoka poslovna škola Utilus i Plejada
21. Vukonić, B., Čavlek, N., (2002): Rječnik turizma. Zagreb: Masmedia
22. Wagner, J. A., (1995): Studies of individualism- colectivism
23. Eurogites (2005: Product definition for „Rural accommodation“, dostupno na: <http://www.eurogites.org/documents/> (07.09.2021.)
24. Hrvatska enciklopedija (2021):Turizam, dostupno na: <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763> (10.09.2021.)
25. Strategija ruralnog razvoja Republike Hrvatske 2008-2013., Ministarstvo poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja, 2008., dostupno na: http://www.azrri.hr/fileadmin/dokumenti-download/STRATEGIJA_RR_2008-2013.pdf (10.09.2021.)
26. Ministarstvo turizma RH (2015): Akcijski plan razvoja turizma ruralnih područja RH, Institut za turizam
27. Turistički news portal, Rihelj (2019): dostupno na: <https://hrturizam.hr/kako-u-svicarskoj-promoviraju-ruralni-turizam/> (10.09.2021)
28. Službena stranica Vukovarsko-srijemske županije, dostupno na: <http://www.vusz.hr/> (13.09.2021)
29. Službena stranica Turističke zajednice grada Vukovara, dostupno na: <https://turizamvukovar.hr/> (13.09.2021)
30. Službena stranica Turističke zajednice grada Vinkovaca, dostupno na: <http://www.tz-vinkovci.hr/> (13.09.2021)
31. Službena stranica Otočkih virova, dostupno na: <https://virovi.hr/hr> (13.09.2021)
32. Marketinški plan turizma Vukovarsko-srijemske županije 2019-2025. (2019): Institut za turizam, dostupno na: https://www.visitvukovar-srijem.com/files/file/pdf/zakoni-i-propisi/MPT-Vukovarsko_srijemska.pdf (13.09.2021)
33. Strategija razvoja turizma Vukovarsko-srijemske županije 2015-2020. (2015): dostupno na: https://www.vusz.hr/Cms_Data/Contents/VSZ/Folders/dokumenti/upravni9/~contents/

[CTQ225E257AASBFT/strategija-razvoja-turizma-vukovarsko---srijemske--upanije-od-2015.---2020..pdf](#) (13.09.2021)