

IZAZOVI SEOSKOG TURIZMA U KONTINENTALNOJ HRVATSKOJ

Galović, Mihaela

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic in Pozega / Veleučilište u Požegi**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:112:796617>

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

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



VELEUČILIŠTE U POŽEGI
STUDIA SUPERIORA POSEGANA

Repository / Repozitorij:

[Repository of Polytechnic in Pozega - Polytechnic in Pozega Graduate Thesis Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U POŽEGI



STUDENT: Mihaela Galović JMBAG: 0253051566

NASLOV ZAVRŠNOG RADA:

Izazovi seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj

ZAVRŠNI RAD

Požega, 2022. godine.

VELEUČILIŠTE U POŽEGI
DRUŠTVENI ODJEL
PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ TRGOVINA

NASLOV ZAVRŠNOG RADA :
IZAZOVI SEOSKOG TURIZMA U KONTINENTALNOJ
HRVATSKOJ

ZAVRŠNI RAD

IZ KOLEGIJA OSNOVE GOSPODARSTVA HRVATSKE II.

MENTOR: doc.dr.sc. Anton Devčić, prof.v.š.

STUDENT: Mihaela Galović

JMBAG studenta: 0253051566

Požega, 2022. godine

Sadržaj

1.	UVOD	1
1.1.	Metode istraživanja.....	2
2.	POJAM TURIZMA	3
2.1.	Nastanak i razvoj turizma	4
2.2.	Oblici i funkcije turizma.....	5
3.	SEOSKI TURIZAM.....	7
3.1.	Nastanak seoskog turizma	7
3.2.	Vrste seoskog turizma	7
4.	SEOSKI TURIZAM U EUROPSKOJ UNIJI	11
5.	SEOSKI TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ	14
5.1.	Seoski turizam na obiteljskim gospodarstvima u kontinentalnoj Hrvatskoj	14
5.2.	Obilježja seoskog turizma.....	16
5.3.	Primjer seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj.....	17
5.3.1.	Gospodarstvo Sklepić.....	17
5.3.2.	Seoski turizam Rakić.....	19
6.	OPIS PRIMARNOG ISTRAŽIVANJA I REZULTATI.....	20
6.1.	Opis primarnog istraživanja.....	20
6.2.	Rezultati primarnog istraživanja.....	20
7.	ZAKLJUČAK	24
8.	LITERATURA.....	25
9.	DODACI.....	27
9.1.	Popis slika.....	27
9.2.	Popis grafova	27
9.3.	Popis tablica.....	27

SAŽETAK

U ovom radu pobliže se objašnjava značenje turizma te osnovni pojmovi koji se važni za sam turizam. Spomenuti će se i seoski turizam koji je počeo dobivati na važnosti u drugoj polovici 20. stoljeća koji će se detaljno objasniti. Navesti će se oblici turizma prema Svjetskoj turističkoj organizaciji i ukratko pojasniti svaki od navedenih. Govoriti će se i o društvenim i ekonomskim funkcijama turizma te njihov utjecaj na njegov razvoj i nastanak neke turističke destinacije. Pomoću primarnog istraživanja putem anketiranja koje se odvijalo prije samog početka pisanja završnog rada prikazati će se Rezultati istraživanja o upornosti mladih ljudi sa izazovima seoskog turizma u Republici Hrvatskoj.

Ključne riječi: turizam, turisti, agroturizam, gospodarstvo Sklepić, gospodarstvo Rakić

SUMMARY

In this paper, the meaning of tourism and the basic terms that are important for tourism itself are explained in more detail. Rural tourism, which began to gain importance in the second half of the 20th century, will also be mentioned and will be explained in detail. The forms of tourism according to the World Tourism Organization will be listed and each of them will be briefly explained. The social and economic functions of tourism and their influence on its development and the creation of a tourist destination will also be discussed. The results of the research on the persistence of young people with the challenges of rural tourism in the Republic of Croatia will be presented using primary research through a survey that took place before the very beginning of writing the final paper.

Keywords: tourism, tourists, agritourism, economy Sklepić, economy Rakić

1. UVOD

Turizam je danas jedna od najbrže rastućih komponenata u svjetskoj ekonomiji. Postoji veliki broj različitih grana turizma koje se prilagođavaju tržištu i potrebama potrošača odnosno turista. Jedna od tih grana je i seoski turizam koji je počeo dobivati na važnosti u drugoj polovici 20. stoljeća. Kako su se razvijale potrebe potrošača za odlaskom na odmor na mirnija i spokojnija odredišta tako se počeo razvijati i seoski turizam. Danas je seoski turizam u punom zamahu gotovo u cijeloj Europi, a tako i u Republici Hrvatskoj. Seoski turizam pripada skupini ruralnog turizma te je samim time i uži pojam od njega. Vrsta je turizma koji spaja poljoprivredu i turizam poznatiju pod nazivom agroturizam.

U prvom dijelu rada pojasniti će se metodologija rada te njegov sadržaj i struktura. Nadalje će biti objašnjen sam pojam turizma te njegova najčešća podjela i njegov nastanak i razvoj. Navesti će se oblici turizma prema Svjetskoj turističkoj organizaciji i ukratko pojasniti svaki od navedenih. Pojasniti će se društvene i ekonomske funkcije turizma te njihov utjecaj na njegov razvoj i nastanak neke turističke destinacije. Treće poglavlje rada odnosi se na sam pojam seoskog turizma gdje detaljno biti objašnjen pojam seoskog turizma. Navesti će se sve vrste seoskog turizma te će se svaka vrsta detaljno objasniti. Zatim će se u slijedećem poglavlju predstaviti način funkcioniranja seoskog turizma u Europi, točnije u nekoliko europskih zemalja (Austrija, Velika Britanija, Njemačka, Italija, Slovenija). Statističkim podacima prikazati će se uspješnost seoskog turizma u Europi i broj noćenja tijekom 2021. godine. Peto poglavlje odnosi se na seoski turizam u Republici Hrvatskoj, u ovom poglavlju detaljno će se opisati nastanak i razvoj ove vrste turizma u Republici Hrvatskoj te njegova obilježja. Nadalje će se navesti konkretni primjeri seoskog turizma u RH (Gospodarstvo Sklepić i Seoski turizam Rakić). U posljednjem poglavlju rada napraviti će se istraživanje putem anketiranja na temu rada te će se prikazati rezultati istraživanja o upoznatosti mladih ljudi sa izazovima seoskog turizma u Republici Hrvatskoj.

Na samom kraju rada donijet će se zaključak o temi odnosno koji su to izazovi s kojima se susreće seoski turizam u kontinentalnoj Hrvatskoj te će se iznijeti osobni stav autora rada.

1.1. Metode istraživanja

Kako bi se što kvalitetnije obradila tema rada prilikom njegove izrade korištene su različite metode istraživanja. Kao glavni izvor informacija korištene su knjige, znanstveni radovi te stručni časopisi. Kako bi se došlo do informacija o obiteljskim gospodarstvima koja su spomenuta u radu korištene su njihove službene stranice. Nadalje je korištena metoda ispitivanja u istraživačkom djelu rada, kojom se saznaju stajališta ispitanika o izazovima sa kojima se susreće seoski turizam u kontinentalnoj Hrvatskoj. Osim navedenih metoda, također su korištene i slijedeće metode istraživanja:

- Metoda deskripcije koja se koristila za objašnjavanje, njome se opisuje predmet istraživanja te njegovi procesi.
- Metodom komparacije usporedile su se slične odnosno iste činjenice, pojave i predmeti radi utvrđivanja njihovih razlika i sličnosti
- Metoda sinteze kojom su se manje jednostavnije cjeline spojile u jednu veću složeniju tvorevinu
- Metoda analize suprotna se metodi sinteze te se njome veće cjeline raščlanjuju na manje i jednostavnije cjeline
- Metode indukcije i dedukcije korištene su kako bi se došlo do zaključka samog rada te je pojašnjeno osobno mišljenje o temi rada
- Metodom klasifikacije temeljni pojam rada sustavno i potpuno je podijeljen na zasebne pojmove koje obuhvaća

1.2. Sadržaj i struktura rada

Rad je podijeljen na više cjelina te će u nastavku svaka od njih biti detaljnije objašnjena. U prvom, uvodnom djelu, opisane su metode istraživanja korištene u radu te sam sadržaj i struktura rada. Zatim u drugom poglavlju predstaviti će se općenito pojam turizma, njegov nastanak i razvoj te oblici i funkcije. Treće poglavlje odnosi se na samu srž rada, a to je seoski turizam; opisati će se njegov nastanak i razvoj odnosno saznati će se općenite informacije o vrstama ovog turizma. Nadalje poglavlje seoski turizam u EU dati će uvid u funkcioniranje ovog turizma na području EU, njegove karakteristike, prednosti i nedostatke. Peto poglavlje približit će sliku o seoskom turizmu, njihovo obilježje te će na konkretnim primjerima biti prikazano objašnjeno funkcioniranje ove vrste turizma. Šesto poglavlje odnosi se na ispitivanje građana o izazovima sa kojima se susreće seoski turizam u Republici Hrvatskoj te rezultate provedenog istraživanja. Na samom kraju rada donijeti će se zaključak i osobni stav autora rada.

2. POJAM TURIZMA

Postoji veliki broj načina na koji bi se pojam turizma mogao definirati. Sama riječ turizam dolazi od engleske riječi *tour* koja znači putovanje. Prema definiciji Svjetske turističke organizacije (UNWTO, 1999) „turizam uključuje sve aktivnosti koje su proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju“. Pojam koji se usko veže uz turizam je turist. Turistom se smatra svaka osoba koja na putovanju izvan svog mjesta boravka provede više od 24 sata, ali i ne dulje od godine dana. Može se reći kako turist označava osnovnu jedinicu za proučavanje turizma. Turizam ima veliku važnost za brojne države svijeta iz razloga što je jedan od najvažnijih grana u gospodarstvu te donosi velike količine sredstava u proračun države. Osim toga doprinosi razvoju gospodarstva te stvara mogućnost stvaranja novih radnih mjesta u uslužnom sektoru kao što su prijevoz i ugostiteljstvo. Uz sve navedeno treba napomenuti i kupovinu koju obavljaju turisti u smislu suvenira, poklona, odjeće, ali i životnih potrepština. Turizam obuhvaća široki aspekt odnosa i pojava koje se pojavljuju za vrijeme turističkog putovanja, pri tome ne zadire samo u ekonomski, nego i u ekološki, socijalni i kulturni aspekt života. Bitno je napomenuti kako se u turistička putovanja mogu upustiti samo osobe koje raspolažu sa slobodnim vremenom koje mogu iskoristiti za odmor izvan prebivališta te osobe sa raspoloživim sredstvima koje mogu iskoristiti za putovanje i boravak u nekoj od turističkih destinacija. Motivi dolaska turista u neku od turističkih destinacija razlikuju se, osim glavnog motiva, odmora i rekreacije, moguće je izdvojiti još nekoliko razloga kao što su kultura, sport, zdravlje, zabava, posao. Kako ljudi imaju brojne i raznovrsne potrebe njihova se očekivanja neprestano mijenjaju te se i motivi dolaska turista mijenjaju iz dana u dan što predstavlja izazov zemljama u kojima je turizam uvelike zastupljen. Najčešća podjela turizma je na:

- *Masovni turizam* koji se odnosi na veliki broj turista, niske cijene i pakete turističkih agencija
- *Održivi turizam* koji se bazira na motive turista te pruža više opcija glede sadržaja i ponašanja turista

Kada se radi o masovnom turizmu često se zanemaruje okoliš i priroda. Neodržive turističke aktivnosti imaju negativan utjecaj na zaštićena područja te se iz tog razloga neki od njih ne mogu više obnoviti. Važno je istaknuti i dobro upravljanje turizmom koje mora podržavati zaštitu okoliša i prirode te ujedno pridonositi održivom razvoju i na taj način pružati mogućnost zarade i bolju kvalitetu života lokalnom stanovništvu.

2.1. Nastanak i razvoj turizma

Sami početci turizma datiraju još iz starog vijeka, riječ je o hodočašćima, sportskim igrama, viteškim turnirima te edukativnim putovanjima bogatog građanstva. Kako su se gradovi razvijali te samim time i promet, pojava željeznica, parobroda, cesta odnosno pojavom prve industrijske revolucije došlo je do povećanja turističkog interesa. Do prve industrijske revolucije putovanja su bila predviđena samo za najbogatije slojeve društva koji su putovali kako bi vidjeli razne građevine, upoznali nove kulture i učili strane jezike. Tada su postojala odmarališta na obalama za bogato i povlašteno građanstvo. Putovanja i znatizelje postaju zastupljenija u razdoblju prve industrijske revolucije kada su vlasnici tvornica i bogati trgovci počeli putovati te se tada u društvu pojavljuje novi srednji sloj građanstva. „U enciklopediji saznajemo kako se 1758. pojavljuje i prvi službeni davatelj turističkih usluga *Cox & Kings*. Jedno od najpoznatijih odmarališta iz toga razdoblja je Nica koja je i danas jedno od najpopularnijih turističkih destinacija ne samo u Europi, nego i u svijetu. U 19. stoljeću pojavljuje se ideja ekskurzije koja je uspješno zaživjela te se nakon toga turizam počinje sve intenzivnije razvijati u koncept kakav danas poznajemo. Postoje tri razdoblja u razvoju turizma, a to su *početno razdoblje* koje se javlja s prvom industrijskom revolucijom. Zatim *razvojno razdoblje* koje se pojavljuje u razdoblju između dva svjetska rata. Na kraju *visoko razdoblje* koje obilježava period nakon Drugog svjetskog rata. Pojavom globalizacije, u vrlo kratkom razdoblju turizam je postao velika grana u gospodarstvu i pokretač razvoja brojnih država. Danas kada su u društvu zastupljene relativno male razlike u slojevima prisutan je sve veći broj turista. Razvoj tehnologije i prijevoznih sredstava uvelike je olakšao pristupačnijim brojne oblike turizma. Tako je zabilježen sve veći broj putovanja zrakoplovom koji se više ne smatra luksuzom jer je dostupan po relativno niskim cijenama (najčešće se radi o niskobudžetnim avio kompanijama), a turistima je važno iskoristiti što više vremena u destinaciji te time dobivaju na uštedi vremena. Najpopularnije destinacije danas su tropski krajevi neovisno radi li se ljetu ili zimi. Također je posljednjih godina zabilježen novi trend u turizmu. Radi se o kratkim posjetama turista koji postaje sve učestaliji pogotovo u Europi. Kako se turisti razlikuju po sredstvima koje posjeduju i ukusima sve veći broj odmarališta i hotela prilagođava se upravo njima“. (Enciklopedija, 2022).

2.2. Oblici i funkcije turizma

Kada se govori o oblicima turizma postoje brojne podjele na različite tipove i vrste. Moguće ih je razvrstati po brojnim kriterijima kao što je trajanje boravka turista, stupnju njihove mobilnosti, dobnoj strukturi, nacionalnoj pripadnosti. Najjednostavnija podjela turizma je na masovni i održivi turizam koji su ranije spomenuti u radu. U nastavku će se pojasniti oblici turizma prema Svjetskoj turističkoj organizaciji (UNWTO). Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji (UNWTO, 1999) postoje slijedeći oblici turizma:

- *Domaći turizam* koji se odnosi na putovanja stanovništva unutar granica vlastite države
- *Receptivni turizam* koji se odnosi na turiste ne-rezidente koji borave u određenoj zemlji
- *Emitivni turizam* odnosi se na turistička putovanja stanovništva neke zemlje u druge zemlje
- *Interni (unutrašnji turizam)* odnosi se na kombinaciju domaćeg i receptivnog turizma
- *Nacionalni turizam* koji se odnosi na putovanja domicilnog stanovništva i u zemlji i inozemstvu
- *Međunarodni turizam* koji je kombinacija receptivnog i emitivnog turizma
- *Intra regionalni turizam* odnosi se na turistička putovanja stanovnika koja je smještena u određenoj regiji u drugu zemlju te iste regije
- *Inter regionalni turizam* je suprotan intra regionalnom turizmu jer se odnosi na turistička putovanja stanovnika neke zemlje koja se nalazi u određenoj regiji u zemlju koja se nalazi izvan te regije

Turizam je moguće razvrstati i prema slijedećim oblicima:

Tablica 1. Oblici turizma

OBLIK TURIZMA	DEFINICIJA
<i>RURALNI TURIZAM</i>	Stvara mogućnosti za razvitak dosad turistički slabo razvijenih regija. Zahtjeva razvoj pješačke infrastrukture, sistema označavanja, odmorišnih punktova, adekvatnog prijevoza
<i>KULTURNI TURIZAM</i>	Kulturna događanja i festivali su popularan oblik kreiranja turističkih atrakcija i privlačenja posjetitelja
<i>TEMATSKI TURIZAM</i>	Postao je jedan od najvažnijih katalizatora razvitka. Temelji se na principu „ZABAVA, UZBUĐENJE, EDUKACIJA“
<i>AVANTURISTIČKI TURIZAM</i>	Danas turisti žele istraživati visine planina, svemira, Antarktiku, dubine mora, „lavljí kavez“
<i>VJERSKI TURIZAM</i>	Prisutan primjerice u Mariji bistrici

Izvor: Izrada autora, 2022.

Kako turizam donosi velike koristi gospodarstvu neke zemlje te doprinosi razvoju ekonomije tako su s vremenom razvijene i funkcije turizma. Temeljne funkcije turizma dijele na *ekonomske i društvene* funkcije. Društvene funkcije odnose na osobni razvoj u smislu novih saznanja koje turisti kao osobe upoznaju, njihovim doživljajima i aktivnostima koje iskuse tijekom svog putovanja. Povezuju se uz izvorne motive kretanja te nemaju gospodarski cilj. S druge strane ekonomske funkcije su usmjerene na ostvarivanje gospodarskih ciljeva na razini poduzeća i organizacija i na samom kraju prosperiteta same države. Značajke ove funkcije su kreiranje novih industrija i aktivnosti, rast urbanizacije, ubrzan razvoj nacionalnih ekonomija te utjecaj na zapošljivost radne snage. Kada se govori o ekonomskoj funkciji uz nju se vežu i slijedeći pojmovi:

- *Turističko tržište* koje funkcionira na temelju ponude i potražnje na određenom prostoru i u određenom vremenu, a razlikuju se po resursima na kojima temelje turističku ponudu
- *Turistička potražnja* određena je količinom roba i usluga koju su turisti spremni kupiti u određenom vremenu i u određenim okolnostima. Karakteristike potražnje su dislociranost turističke ponude, elastičnost, heterogenost, sezonski karakteri i dinamičnost
- *Turistička ponuda* odnosi se na ponudu roba i usluga koje se nude turistima, a kojima oni zadovoljavaju svoje turističke potrebe. Obuhvaća sve društvene i gospodarske sudionike zemlje koji na direktan ili indirektan način utječu na širenje ukupne ponude te samim time povećavaju turističku potrošnju.
- *Turistička potrošnja* se odnosi na svaku potrošnju pojedinca u mjestu stalnog boravka za potrebe turističkog putovanja te vrijeme putovanja u turističko odredište; kao i sva potrošnja koja se odnosi na kupnju roba i usluga za vrijeme boravka u turističkoj destinaciji. (Eurostat, 2022)

3. SEOSKI TURIZAM

3.1. Nastanak seoskog turizma

Seoski turizam se nalazi u skupini ruralnog turizma te je samim time i uži pojam od ruralnog turizma. Može se reći kako je i posebna kategorija koja povezuje turizam i poljoprivredu poznatiju kao agroturizam. Seoski turizam je povezan sa ambijentom sela i aktivnostima koje se pružaju kao što su folklor, gastronomija i poljoprivreda. U današnjem svijetu u kojemu ne nedostaje stresa, nedostatka vremena i strke, seoski turizam pruža sjajnu priliku za bijeg od svakodnevnice i pruža mogućnost ugodnog odmora. U Republici Hrvatskoj seoski turizam počinje se razvijati nakon Domovinskog rata. Poticanjem razvoja kontinentalnog turizma, ruralnog prostora te obnovom sela nakon rata. Kao jedne od važnijih inicijativa za razvoj ove vrste turizma pojavile su se 2003. godine kada je održan Prvi europski kongres o ruralnom turizmu, kao i radionica održana 2004. godine kojoj je tema bila razvoj proizvoda ruralnog turizma. Prema mišljenju autora „Svjetska turistička organizacija (UNWTO) smatra da postoji veliko potencijalno tržište ruralnog turizma. Ipak je vrlo malo istraživanja provedeno kojima bi se utvrdila veličina tog tržišta, a djelomično su tome uzrok upravo teškoće vezane uz zadovoljavajuće definiranje ruralnog turizma.“ (Tomljenović 2006:171). Sa sigurnošću se može reći kako Hrvatska ima veliki potencijal u razvoju seoskog turizma kojega posljednjih godina počinje uspješno iskorištavati. Uz pravilno korištenje prirodnih resursa velika je vjerojatnost kako bi u budućnosti ova vrsta turizma mogla imati veliki utjecaj na cjelokupni turizam Republike Hrvatske. Samo bavljenje seoskim turizmom nije jednostavno, prije početka konkretnog poslovnog pothvata važno je jasno i precizno osmisliti ideju te realno sagledati moguće njezine ishode. Model seoskog turizma uključuje pet temeljnih elemenata: način života na ruralnom području, djelatnosti na ruralnom području, seoska zajednica, seosko okruženje te kulturno povijesna baština. Osnovni koncept seoskog turizma temelji se na održivom razvoju i obnavljanju postojeće kulturne tradicije i baštine.

3.2. Vrste seoskog turizma

Kontinentalna Hrvatska obogaćena je brojnim zelenim ravnicama, poljima, brežuljcima i mnogobrojnim utverdama koje potječu iz srednjeg vijeka te renesansnim dvorcima koji skupa stvaraju savršenu podlogu za razvoj seoskog turizma. Iz svih spomenutih obilježja kontinentalne Hrvatske razvile su se i slijedeće vrste seoskog turizma:

Tablica 2. Prikazuje najzastpljenije vrste seoskog turizma te će se u nastavku detaljnije pojasniti svaka pojedina vrsta.

TSOG ili agroturizam	Ruralni kamp
Kušaonica	Etnosela
Izletište	Etnozbirke
Ruralna kuća za odmor	Seoske manifestacije
Ruralni B&B (noćenje s doručkom)	Folklor
Ruralni obiteljski objekt	

Izvor: Izrada autora, 2022.

Turističko seljačko obiteljsko gospodarstvo (TSOG) poznatije kao *agroturizam* jedan je od najznačajnijih oblika seoskog turizma. Moguće ga je definirati kao turističku aktivnost koja je organizirana od strane OPG-a (obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva). Predstavlja turističke usluge koje se pružaju na TSOG-u te one dopunjuju temeljnu poljoprivrednu djelatnost i stvaraju dodatni izvor prihoda osnovnoj poljoprivrednoj proizvodnji. Kako bi gospodarstvo započelo sa bavljenjem agroturizma potrebno je napraviti procjenu. Ona se odnosi na područje u kojemu je gospodarstvo smješteno odnosno privlačnost samog gospodarstva i naravno osobinama članova obitelji. Kada se govori o članovima obitelji konkretno se misli na njihov broj, starost i volju da se ljubazno ophode prema turistima, Nadalje je od velike važnosti čista priroda (voda i zrak), zdrava klima i životopisni pejzaži. Uvjet je također blizina rijeka i jezera te različiti oblici rekreacije i zabave. Domaćini turistima nude boravak na vlastitoj farmi i omogućuju im sudjelovanje u poslovima kao što su: briga o životinjama, sadnja i berba hrane koja je specifična za područje u kojem turisti borave. Prema svim ovim kriterijima agroturizmom se povezuju poljoprivredne i turističke aktivnosti na gospodarstvu te se TSOG kao takvim smatra „agroturističkim“ gospodarstvom.

Kušaonica kao segment seoskog turizma je turistička ponuda koja se organizira na gospodarstvima kojima je poljoprivredna proizvodnja temeljna djelatnost. Važno je da gospodarstvo bude orijentirano proizvodnji jednog ili više proizvoda karakterističnih za područje u kojemu je gospodarstvo smješteno. Najčešće se radi o slijedećim proizvodima: ulje, med, rakija, voće, sir te suhomesnati proizvodi. Uz direktnu prodaju na mjestu proizvodnje, kao turistička ponuda nudi se usluga kušanja proizvoda te moguća prezentacija istih u organiziranom prostoru, naravno uz naplatu.

Izletištem se smatra ugostiteljski objekt na OPG-u u kojemu se gostima pripremaju i uslužuju topla i hladna jela pića te napici. Neovisno o ugostiteljskim uslugama izletište može ponuditi svojim gostima dodatne usluge kao što su usluge smještaja, rekreativne aktivnosti. Ukoliko su

u ponudi usluge smještaja one se ne bi smjele pružati u objektu koje je registrirano kao izletišta. Tada je OPG dužan registrirati ruralnu kuću, apartman ili kamp kao dodatnu uslugu koju nudi. *Ruralna kuća za odmor* jedna je od dopunskih vrsta smještaja na OPG-ovima. Prvi uvjet je biti OPG te imati tradicijsku kuću te uvijete koje Ministarstvo turizma i sporta svojim Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti i Pravilnikom o pružanju usluga na OPG-ovima propisuje. Ruralnu kuću za odmor moguće je registrirati i kategorizirati isključivo u objektima na OPG-u, kategorizaciju obavlja upravno tijelo županije. Prije kretanja izgradnje, rekonstrukcije ili adaptacije zgrade koja želi postati seoska kuća za odmor potrebno je u lokalnom uredu za gospodarstvo provjeriti koji su važeći tehnički uvjeti kako bi se to ostvarilo. Za razliku od ostalih turističkih objekata koji se kategoriziraju zvjezdicama, objekti seoskog turizma kategoriziraju se sa tri, dva, ili jednim suncem.

Ruralni B&B (noćenje s doručkom) odnosi se na gospodarstvo koje uz temeljnu uslugu smještaja obvezno nudi i uslugu doručka svojim gostima. Važno je napomenuti kako vlasnik gospodarstva ne mora nužno biti profesionalni poljoprivredni proizvođač, ali u ponudi doručka mora imati barem jedan proizvod iz vlastite proizvodnje, budući da je gospodarstvo smješteno u ruralnom području te stoga postoji takva mogućnost.

Ruralni obiteljski hotel Baćac R. (2011: 41, url) tvrdi kako „Ruralni obiteljski hotel predstavlja gospodarstvo s većim brojem kreveta. Organizirano je u tradicionalnim objektima (autentična arhitektura) s atraktivnim prirodnim okruženjem (selo ili manje mjesto), koji po svojoj veličini i gabaritima mogu imati veći broj soba (cca. 10-15, odnosno ne manje od 5 soba). Takvi objekti ne mogu se dograđivati i nadograđivati već trebaju zadržati izvornu prostornu strukturu i oblik. Objekt za ruralni obiteljski hotel može biti i nanovo izgrađen objekt, ali pod uvjetom da su se kod izgradnje i opremanja poštivali svi elementi tradicijske gradnje (veličina, materijali, uređenje itd.). Domaćinstvo ima i recepciju kao i restoran te dodatne sadržaje ako ih je moguće organizirati (wellness, bazen, itd.). Vlasnik gospodarstva ne bavi se profesionalno poljoprivredom, mada je poželjno da se na gospodarstvu, ako je moguće, proizvodi i neki od proizvoda ili se vlasnik gospodarstva, zajedno sa svojom obitelji profesionalno bavi poljoprivredom, ali raspolaže s većim kapacitetom smještaja koji je organiziran kao obiteljski hotel (iskustva Austrije i Italije). Ruralni obiteljski hoteli mogu biti i tematski kao npr. ribolovni ako se nalazi uz rijeke ili jezera (primjer Engleska); vinski ako se nalazi u vinorodnom kraju, itd.“

Ruralni kamp je otvoreno područje na kojemu se pružaju usluge smještaja, točnije uređeni prostor za šatore, kampere, karavane ili tende koji se nalazi u seoskom ili prirodnom okruženju. Njegova privlačnost zasniva se na tome da se nalazi uvučen u ruralni prostor, izvan gradske

sredine te nudi prirodnu atraktivnost. Važno je prilikom organizacije kampa osigurati dostupnost vozilima te brinuti o nenarušavanju okoliša te kod njegovog uređivanja koristiti tradicijske elemente područja u kojem se nalazi. Smještajne jedinice u ruralnom kampu su slijedeće: kamp parcela koja je dodatno ograđena i uređena unutar kampa te kamp mjesto koje nije ograđeno, nego samo označeno. Kamp parcela najčešće je ograđena zelenom žicom ili ukrasnim grmljem.

Etnoselo se prema mišljenju autora Čiča Z. i Mlinar A. (2010: 119, url) „riječ je o oblikovanju tradicijskih okučnica (manje ili više uspješno) preseljenjem zgrada na neizgrađenim parcelama ili o revitalizaciji već postojećih, ali napuštenih i zapuštenih dijelova naselja. Pritom se uz predočavanje tradicijske arhitekture izlažu i predmeti tradicijske kulture iz svakodnevnog života i načina privređivanja. I tu je, kao i u spominjanim primjerima, riječ o tome da je trend etno-sela posljedica i indikator drugog trenda - ubrzanog gubitka tradicijske arhitekture te zamiranja života u tim stambenim i gospodarskim objektima. Istodobno je to i način za iznalaženje novih oblika privređivanja turističkom ponudom vlastite kulturne baštine kao turističkog proizvoda.

Etnozbirke odnosno etnografske zbirke se referiraju na primjere kulturne baštine koja je stvorena na nekom području te su izravna posljedica mudrosti i znanja kojima su raspolagali ljudi toga vremena. Etnografske zbirke sadrže predmete koji su se upotrebljavali u seoskim domaćinstvima u svakodnevnom životu. To su većinom predmeti iz kojih se mogu izčitati jedan dio tradicije određenog područja te pojedine gospodarske, ekonomske, kulturne i društvene odnose u kojima se nalaze detalji prošlosti.

Seoske manifestacije su događaji koji se odražavaju kontinuirano jednom godišnje te imaju veliku ulogu u promociji mjesta. Također ima veliki značaj za lokalnu zajednicu jer okuplja veliki broj OPG-ova na jednom mjestu. Kako bi postale dio turističke ponude bitno je da privuku veliki broj sudionika i gledatelja koji nisu dio lokalne zajednice koja organizira samu manifestaciju.

Folklor se može opisat kao set tradicionalnih izričaja kulture jednog naroda. Uz folklor vežu se i narodne nošnje te odražavaju kulturne i društvene posebitosti pojedinih područja i samim time privlače brojne turiste koji su zainteresirani za ovu vrstu umjetnosti.

4. SEOSKI TURIZAM U EUROPSKOJ UNIJI

Seoski turizam kao dio ruralnog turizma počinje zauzimati svoje mjesto u turizmu nakon Drugog svjetskog rata, a njegov nagli razvoj kako u Europi tako i u SAD-u započinje sredinom šezdesetih godina 20. stoljeća. Glavni temelj razvoja bilo je povećanje slobodnog vremena te rast stope individualne motorizacije što je omogućilo ljudima znatno lakšu mobilnost. Ovaj oblik turizma do 1960-ih nije podlijegao zakonima ponude i potražnje niti je bilo utjecaja od strane državnih vlasti, a razlog je bio taj što zemljišta u ruralnim područjima nisu bila oblikovana izvan okvira šumarstva, poljoprivrede i vodoprivrede. S vremenom te većim financijskim sredstvima koja su namijenjena slobodnom vremenu turizam u ruralnim krajevima počinje dobivati sve veće ekonomsko značenje jer dolazi do sve većeg provođenja vremena u ruralnim područjima u svrhu rekreacije i odmora. Samim time dolazi do iskorištavanja zemljišta za svrhe seoskog turizma. Također su provedena istraživanja pokazala kako je veća sklonost obrazovanih ljudi da provode odmor u ruralnim krajevima te je zabilježen veći broj muškaraca za razliku od žena koji žele provesti odmor u ruralnom području. Turizam u ruralnim krajevima Europske Unije iznimno je važan čimbenik ukupne turističke ponude, ali i razvoja ruralnih područja. U „Ujedinjenoj Europi“ punoj regionalnih raznolikosti, ruralni prostori bili su prvenstveno gledani kroz poljoprivredu i programe zaštite kulturne baštine. Tek se 80-ih godina pojavljuju aktivnosti koje se vežu uz planiranje razvoja ruralnih područja. Prvobitni ciljevi odnosili su se na osiguranje egzistencijalnih uvjeta stanovništva novim smjernicama razvoja poljoprivrede, zaštite okoliša te rješavanje socijalnih problema u ruralnom prostoru. Najbolji primjer seoskog turizma u EU je *Austrija*. Današnja sela u Austriji imaju razvijenu prometnu i komunalnu infrastrukturu, kvalitetnu opskrbu te dovoljne prihode kako bi živjeli „urbani život u ruralnoj sredini“. Međutim na samim počecima seoskog turizma situacija nije bila takva. Početkom 50-ih godina kada započinje razvoj ove vrste turizma to je bio izoliran prostor koji je zimi bio gotovo odsječen od ostatka svijeta. Poljoprivredna proizvodnja nije se mogla mjeriti sa industrijskom poljoprivredom drugih zemalja te se kao posljedica javlja depopulacija alpskog prostora koji počinje poprimati karakteristike zaostajanja u razvoju. Nakon brojnih analiza te u okviru nacionalnih strategija za razvitak depopulacijskih područja dolazi do razvoja ruralnog prostora Alpa te se počinje revitalizirati razvijanjem i ostalih nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnom prostoru. Nadalje se može vidjeti i na primjeru Velike Britanije, točnije Škotske primjer revitalizacije ruralnih krajeva. Početkom 70-ih godina kao generator zaposlenosti i stvaranja prihoda naglašavan je ruralni turizam te su postavljeni ciljevi kojima se željelo privući više stranih turista, razviti usluge smještaja i prehrane i razvoj

infrastrukture. Desetak godina kasnije provedeno je istraživanje kako turizam utječe na socio-ekonomsku strukturu ruralnog područja Škotske te se došlo do zaključka da turizam u ruralnim područjima generira dodatni prihod za OPG-ove u ljetnim mjesecima, a na nekim područjima i tijekom cijele godine. Kao mjera za daljnji razvoj predloženo je dodatno poboljšanje usluga, povećanje dostupnosti informacija o ruralnom turizmu te diverzificiranje ponude smještaja. Postoje brojne razlike između zemalja EU koje ukazuju na karakteristike i trendove razumijevanje seoskog turizma. Tako primjerice *Sloveniju* karakteriziraju mala i rascjepkana poljoprivredna gospodarstva. Racionalna i komercijalno zanimljiva bila je specijalizacija seoskog turizma na nekoliko kategorija (prilagođeno obitelji, djeci, itd.) među njima su i snažno tržišno orijentirana ekološka gospodarstva koja ostvaruju prihod od aktivnosti turizma na imanjima. Budući da seoski turizam mora biti zakonski registriran kao dopunska djelatnost na imanjima postoje i podaci o njegovom razvoju kroz godine. Primjerice: u posljednjem desetljeću veći naglasak stavljen je na 'tvrda' infrastrukturna ulaganja u seoski turizam (novi apartmani, oprema soba, uređenje interijera, itd.). Kada se gleda posljednjih pet godina došlo je do prelaska na više financijski skromna 'meka' turistička infrastrukturna ulaganja seoskog turizma (većinom ne-gastronomске usluge: posjet farmi, demonstracija rada na farmi, iznajmljivanje sportske opreme, jahanje, itd.). *Italija* s druge strane svoj seoski turizam temelji na spontanom obliku gostoprimstva koji se zatim razvio kao usko povezana i komplementarna djelatnost s poljoprivredom kao glavnom djelatnošću. Ponuda agroturizma daje snažnu sliku identiteta i kontinuiranu referencu na teritorijalne značajke Italije s ponudom suvremenih usluga koje često podsjećaju na tipične urbane kulturne vrijednosti kao što su: udobnost, opuštanje, zabava, privatnost što je zapravo i jedna od karakteristika Talijana. Važno je napomenuti kako koegzistiraju dvije vrste agroturizma: (pravi) agroturizam i komercijalni agroturizam. Najnoviji nacionalni zakon stimulira komercijalni agroturizam, dok povezanost s poljoprivredom postaje sve slabija. U *Njemačkoj* agroturizam ima malo drugačiju ulogu. Služi kao ključni element u razvojnim funkcijama rezervata biosfere. Pravila za bavljenje agroturizmom uvelike se razlikuju te postoje brojni strukturni zahtjevi za razvoj farmi. Važno je napomenuti kako je broj farmi uvelike opao, a samim time i razvoj agroturizma stagnira te se veliki dio poljoprivrednika prebacio na uzgoj konja koji postaje sve atraktivniji kao grana poljoprivrede. Osim navedenih zemalja bitno je spomenuti i Francusku, Irsku i Hrvatsku kao zemlje EU koje imaju razvijen agroturizam kao vrstu seoskog turizma.



Slika 1. broj noćenja turista na području Europske unije u 2021. (Izvor: www.ec.europa.eu, 2021.)

Slika 1. prikazuje broj noćenja u turista na području Europske unije iz 2021. godine. Iz slike se također može vidjeti koje članice Europske unije prednjače kako u turizmu općenito tako i u seoskom turizmu. Naime Španjolska bilježi daleko najveći broj noćenja (Kanari 96 milijuna noćenja), na drugom mjestu je Hrvatska odnosno Jadranska Hrvatska koja bilježi preko 86 milijuna noćenja u 2021. godini od toga je oko 4 milijuna noćenja bilo na TSOG. Nadalje Francuska koja se nalazi na 3. mjestu bilježi preko 84 milijuna noćenja. Grafikon 1. prikazuje Europske strukturne i investicijske fondove 2014. – 2020.; prema mišljenju autora „Ulaskom u punopravni članstvo Europske unije, Republika Hrvatska postala je korisnici sredstava iz europskih fondova. U financijskom razdoblju 2014. – 2020. RH je iz Europskih strukturnih i investicijskih (ESI) fondova na raspolaganju ukupno 10, 676 milijardi eura. Od tog iznosa 8,379 milijardi eura predviđeno je za ciljeve kohezijske politike, 2,026 milijarde eura za poljoprivredu i ruralni razvoj te 253 milijuna eura za razvoj ribarstva.“ (Devčić, Šostar 2015: 166)

Graf 1. Europski strukturni i investicijski fondovi 2014. - 2020.



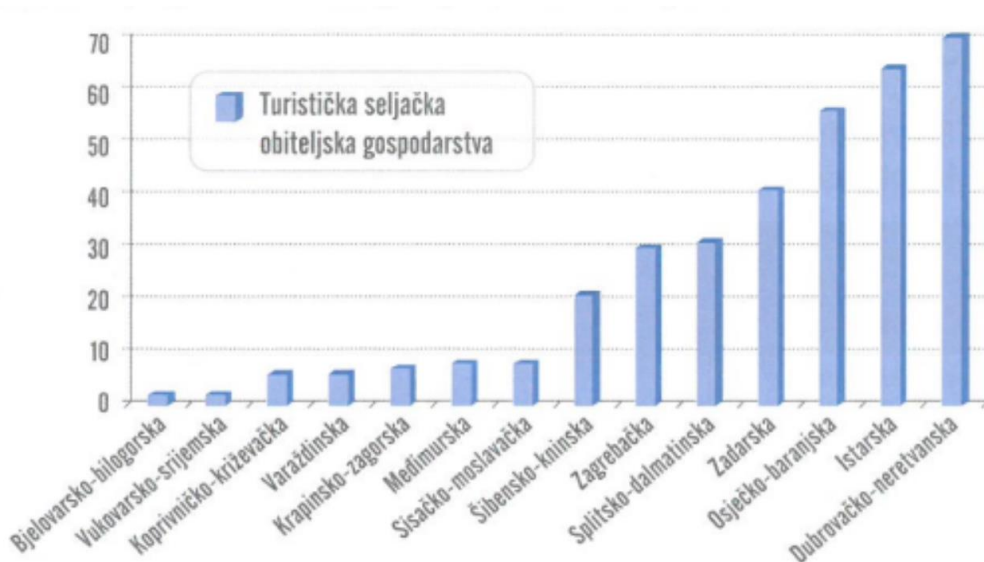
Izvor: HGK – Sektor za turizam, Zagreb, 2007.

5. SEOSKI TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ

5.1. Seoski turizam na obiteljskim gospodarstvima u kontinentalnoj Hrvatskoj

Može se reći kako je danas seoski turizam na obiteljskim gospodarstvima u kontinentalnoj dosegao prilično visoku razinu u Hrvatskoj. Iako se to nije moglo reći prije nekoliko godina; posljedica je to usmjerenosti hrvatskog turizma na razvoj primorskih i dalmatinskih krajeva koji je zapravo najveći izvor prihoda od turizma u Hrvatskoj. Može se reći kako danas ruralni prostor Hrvatske počinje doživljavati transformaciju te trend divrezifikacije gospodarskih djelatnosti u ruralnim krajevima postaje sve više izraženiji te ima značajan utjecaj na socijalnu, ekonomsku, društvenu i funkcionalnu strukturu ruralnog područja. Ruralni turizam se do 1990-ih godina vrlo rijetko pojavljivao u turističkoj ponudi Hrvatske. Može se reći kako uopće nije bio planiran; usitnjeni i disperzni posjedi, okrenutost na turizam u primorju i dalmaciji te nedovoljno razvijena svijest o vrijednosti okoliša samo su neki od čimbenika nerazvijenosti u to vrijeme. Obiteljska gospodarstva su u to vrijeme pružala usluge prenoćišta, ali u slučajevima ako su se nalazila u blizini većih turističkih središta. Seoski turizam kao oblik ruralnog turizma dobiva na važnosti te počinje bilježiti sve veći broj zainteresiranih stranih turista. Daleko od užurbanog načina života te svakodnevne verve turistima se pruža mogućnost uživanja u miru u zelenili. Nude im se razne aktivnosti od toga kako se nekada živjelo na hrvatskim selima do uživanja u domaćim proizvodima. Gospodarstva ispunjavaju očekivanja i mladih i starih, a sadržaj se nudi tijekom svih godišnjih doba. Većina imanja uređena je u tradicionalnom stilu i upotpunjena starim adaptiranim namještajem kako bi doživljaji posjetitelja bili što potpuniji. Danas se u kontinentalnoj Hrvatskoj bilježi sve veći broj obiteljskih gospodarstava koje se bave seoskim turizmom, ponajviše zbog pomoći iz fondova EU koji uvelike pomažu poljoprivrednicima kako bi uspjeli u svojoj viziji. Prema mišljenju autora Lukić (2002) „Turizam na obiteljskom gospodarstvu oblik je turizma na koji se najčešće pomisli pri razmišljanju o ruralnom turizmu. Turizam na obiteljskom gospodarstvu samo je dopunska djelatnost. Upravo ovaj element definicije određuje smisao ove vrste turizma. Turizam na seljačkom gospodarstvu pruža dodatni, dopunski izvor prihoda gospodarstvu koje primarni izvor prihoda stječe iz poljoprivredne djelatnosti. Time se osigurava preživljavanje turista i kao primarnog proizvođača hrane - njegove izvorne funkcije. Štoviše, usluga prehrane, jela i pića za goste na turističkom seljačkom gospodarstvu trebala bi biti sastavljena iz namirnica pretežito vlastite proizvodnje. Članovi domaćinstava koje pruža turističku uslugu moraju imati prebivalište na selu.

Kako Hrvatsku karakteriziraju raznolika prirodna obilježja, mogu se razlikovati slijedeće ruralni cijeline: Srijem, Baranja i Slavonija, Podravina, Međimurje, Hrvatsko zagorje i Primorje, Moslavina, Pokuplje i Posavina, Žumberak i Gorski kotar, Kordun i Lika, Hrvatsko primorje i Istra, Dalmacija. Prema dostupnim statističkim podacima o seoskom turizmu u Republici Hrvatskoj moguće je zaključiti kako je Istra koja ima razvijen priobalni turizam te jaku ruralnu ponudu. 2008. godine brojila 64 domaćinstva s 1430 ležaja. Iste godine u Istri je ostvareno 76.578 noćenja što je 17% više nego 2005 godine. 2011. godine najveći broj seoskih domaćinstava bilježi Dubrovačko – neretvanska županija i to čak 77 domaćinstava te dodatnih 30 domaćinstava koja su pokazala interes za bavljenjem sa istim. Prema novijim podacima agroturizam najrazvijeniji je u Istri, Karlovcu, Lici, Slavoniji te središnjoj Hrvatskoj.



Slika 1. Broj registriranih TSOG, po županijama, u 2007. (Izvor: HGK – Sektor za turizam, Zagreb, 2007.)

Prema *Slici 1.* Vidljivo je kako je u 2007. godini najveći broj registriranih TSOG u Dubrovačko – neretvanskoj županiji dok je najmanji broj zabilježen u Bjelovarsko – bilogorskoj županiji. Prema mišljenju ovih autora “Uloga Hrvatske gospodarske komore – Sektora za turizam kroz djelovanje Zajednice turističkih seljačkih obiteljskih gospodarstava, osnovane pri HGK 1995. Godine, a od svibnja 2008. godine restrukturirane u Zajednicu ruralnog turizma Hrvatske pri HGK, značajna je u dijelu praćenja razvoja i problematike seoskih gospodarstava, analiza postojećeg stanja seoskog i ruralnog turizma u Hrvatskoj, te zastupanju zajedničkih interesa članica, pravnih osoba – tvrtki i obrta, i fizičkih osobe prema resornim ministarstvima” (Demonja, Ružić 2010: 52)

5.2. Obilježja seoskog turizma

Obilježja seoskog turizma možemo podijeliti na četiri čimbenika

1. Turistički proizvod
2. Cijena turističkog proizvoda
3. Kanali distribucije
4. Promocija turističkog proizvoda

Turističkim proizvodom smatraju se dobra i usluge koji su na raspolaganju turistima kako bi potrebe turista bile zadovoljene na najbolji mogući način. Iako se turistički proizvod može lako razviti nije jednostavan za ostvarivanje uspjeha s obzirom na rad i trud koji u njega moraju biti uloženi. Kako bi turistički proizvod bio uspješan važno je da posjeduje sljedeće komponente:

- *Iskustvena* – aktivnosti, festivali, zabava, kupnja, sigurnost
- *Emotivna* – povijest, kultura, ljudi, gostoljubivost
- *Fizička* - prirodni resursi, infrastruktura, restorani, trgovine

Cijena turističkog proizvoda je zapravo instrument za postizanje cilja određenog turističkog proizvoda te je također instrument upravljanja potražnjom u kratkom roku, ali u taktičkom smislu. Zadatak cijene je: održavati ciljeve turističke destinacije, priopćavati odabranu poziciju i imidž proizvoda kao ciljanog tržišta.

Kanali distribucije uvelike ovise o financijskim resursima proizvođača turističkog proizvoda. Kanali distribucije su najčešće *web stranice* putem kojim se mogu obavljati rezervacije te različite „booking“ stranice. Najpoznatiji primjeri su: Trivago, Tripadvisor i Booking.com. Kanali distribucije mogu također biti i *offline*; to su primjerice rezervacije na licu mjesta u objektu ili turističke agencije.

Promocija turističkog proizvoda prema mišljenju autora Pančić Kombol (2016, URL) „Promocija je jedan od elemenata marketinga, a čini je promotivna mješavina koju se provodi usklađenim djelovanjem funkcija promocije: oglašavanje, unapređenje prodaje, osobna prodaja i odnosi s javnošću, s publicitetom, u svrhu utjecanja na ciljno tržište, informiranja tržišta o elementima proizvoda i poticanja na kupnju te zbog stvaranja imidža proizvoda ili odredišta o čemu ovisi opseg prodaje na kraće i dulje razdoblje. Ta ciljna tržišta čine razni segmenti primatelja promotivnih poruka: turisti koji su već bili korisnici, mogući korisnici te svi koji utječu na oblikovanje javnog mišljenja (novinari, turistički pisci, prodavači na malo, turistički uredi i zajednice, poslovna udruženja i dr.).“

5.3. Primjer seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj

5.3.1. Gospodarstvo Sklepić

Kao jedno od uspješnijih primjera seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj može se izdvojiti gospodarstvo Sklepić koje je smješteno u mjestu Karanac na području Baranje. Kanarac je zapravo etno selo koje je zaslužno za razvoj turizma na ovom području, a upravo to potvrđuje zadovoljstvo i redoviti povratak posjetitelja. Obiteljsko gospodarstvo Sklepić prvo je autohtono seljačko gospodarstvo u Baranji koje nudi savršeni seoski doživljaj svima koji se žele maknuti iz gradske vereve i osjetili mirnoću i ljepotu sela. Prije desetak godina Denis Sklepić zajedno sa svojom suprugom Gordanom otvorio je prvo turističko seljačko gospodarstvo na tome području, Uz velike napore i kontinuirani rad te uz pomoć ostalih članova obitelji ovaj bračni par uspio je stvoriti obiteljsko gospodarstvo koje je poznato i izvan granica Republike Hrvatske. Počeci ovog gospodarstva sežu još iz početka ovog tisućljeća kada su sasvim slučajno ponudili smještaj posjetiteljima iz Zagreba te im uz to ponudili i tradicionalni doručak i ugodno druženje. Nakon toga su posjetitelji podijelili svoja iskustva sa svojim poznanicima te se reklama o gospodarstvu Sklepić brzo proširila od usta do usta.



Slika 2. Dvorište Gospodarstva Sklepić (Izvor: <https://www.sklepic.hr/>, 2017)

Panonska kuća iz 1910. godine jedan je od objekta koji se nalazi na gospodarstvu. Ona nudi usluge noćenja, a sastoji se od sedam dvokrevetnih soba. Drugi objekt koji ovo gospodarstvo ima u ponudi je soba u kojoj gospodin Sklepić nudi svojim posjetiteljima izlaganje etno zbirke

koja se sastoji od gotovo 200 predmeta. U ponudi su također još i niz starinskih ugođaja iz proteklih vremena kada nisu bile razvijene ceste kakve poznajemo danas, a za prijevoz su se koristili fijakeri te kada su baranjska prostranstva ukrašavali tzv. salaši. Sobe su na imanju uređene u starinskom stilu te svaka od njih ima vlastiti ulaz i kupaonicu.



Slika 3. Dvokrevetna soba (Izvor: <https://www.skleplic.hr/a>, 2017)

Kada se radi o gastronomskoj ponudi, velika je ponuda ribljih jela i specijaliteta; paprikaši, perkelti, dimljena riba i pohana riba. U ponudi su također i mesna jela, a posebice divljači koja se pripremaju na roštilju na drveni ugalj, pod pekom ili na ražnju. Naravno u ponudi su neizostavni čobanac, fiš paprikaš i gulaši. Generalno, ugostiteljska ponuda bazirana je na lokanim specijalitetima te tradicijskom načinu pripreme slavonsko-baranjskih jela, naravno uz kušanje vina i prirodnih sokova koje domaćini sami izrađuju.



Slika 4, Prostorija za ručak (Izvor: <https://www.skleplic.hr/>, 2017)

5.3.2. Seoski turizam Rakić

Prema Seoski turizam Rakić (2016, URL) “Seoski turizam Rakić nalazi se u malom selu Čabraji u okolici Križevaca. Daleko od svakodnevne vreve, u miru zelenila, koja čekaju svoje goste. Na ovom pitoresknom imanju prisjetit ćete se kako se nekad živjelo na selu i uživalo u domaćim proizvodima. Imanje Rakić ispunjava očekivanja mlađih i starijih, kroz sva godišnja doba uz okruženje žitnim poljima te autentičan doživljaj svojim starinskim ugođajem i ponudom. Imanje je uređeno u tradicionalnom stilu starih seljačkih domaćinstava gdje su u izgradnji koristili staru ciglu, uz stari namještaj i različite predmete iz starine koji se nalaze u apartmanima.” U ponudi seoskog turizma nalazi se restoran, terasa, pogled na vlastit vrt te su u sklopu objekta dostupni besplatni WiFi i privatno parkiralište. Svakog jutra u objektu Seoski turizam Rakić poslužuju se vegetarijanski i kontinentalni doručak, na raspolaganju također stoji dječje igralište te je moguće uživati u pješačenju.



Slika 5. Seoski turizam Rakić (Izvor: <https://seoskiturizamrakić.hr/#>, 2016)

Seoski turizam Rakić započinje sa svojim radom prije dvadesetak godina kada uz bavljenje poljoprivredom i geodezijom odlučuje poduzeti veći poslovni pothvat i kupiti zemljišta za izgradnju seoskog turizma. Iskoristili su poticaje i počeli sa gradnjom kućica. Iako početak nije bio ni malo lak, ubrzo je sve sjelo na svoje mjesto te su uz pomoć šire i uže obitelji uspjeli posvetiti popratnim objektima i restoranu te je danas sve rezultat predivno iskorištene prirode u koju je spretno uklopljen hedonistički objekt.

6. OPIS PRIMARNOG ISTRAŽIVANJA I REZULTATI

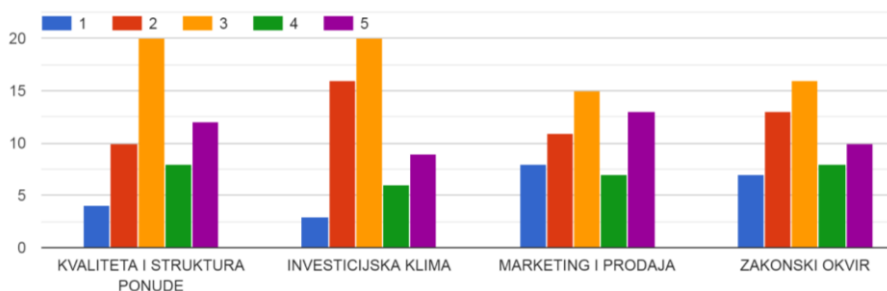
6.1. Opis primarnog istraživanja

Za potrebe ovog završnog rada provedeno je primarno istraživanje, tehnikom online upitnika uz pomoć Facebook platforme. Ispitanici su morali odgovoriti na pitanja o seoskom turizmu te izazovima s kojima se susreće ova vrsta turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj. Također je stavljen naglasak na mišljenje i stavove ispitanika koji će pomoći u donošenju objektivnog zaključka cjelokupnog rada. U istraživanja je sudjelovalo 54 ispitanika od kojih je 72,2% ženskog spola, a 27,8% muškog spola. Dobna starost ispitanika je sljedeća: 20,4% do 20 godina, 61,1% (21 - 30), 16,7% (31 - 40) te 1,8% više od 40 godina. Najveći dio ispitanika (46,3%) ima status zaposlene osobe, nadalje 27,8% su student, zatim 14,8% čine učenici, te 10,2% čine nezaposleni i ostali.

6.2. Rezultati primarnog istraživanja

U istraživanju ispitala se upoznatost ispitanika sa seoskim turizmom kao vrstom turizma; 85,2% ispitanika je upoznato sa ovom vrstom turizma dok njih 14,8% nije upoznato ili nije čulo za ovu vrstu turizma. Zanimljiv je podatak kako najviše ispitanika poznaje seoski turizam; njih 46, samo jedan ispitanik ne poznaje ovu vrstu turizma te je njih 7 čulo za seoski turizam. Zanimljivo je kako je 33 ispitanika upoznato sa pomorskim turizmom, njih 16 je čulo za ovu vrstu turizma, a njih 5 nije upoznato sa pomorskim turizmom. Razlog se krije u tome što su ispitanici koji su sudjelovali u istraživanju većinom iz ruralnog dijela Hrvatske te im je bliži seoski turizam kao vrsta turizma, nego pomorski turizam. 90,7% ispitanika smatra kako se seoski turizam susreće sa velikim izazovima u Republici Hrvatskoj, dok njih 9,3% smatra kako to nije slučaj.

Graf 2. Važnost izazova seoskog turizma

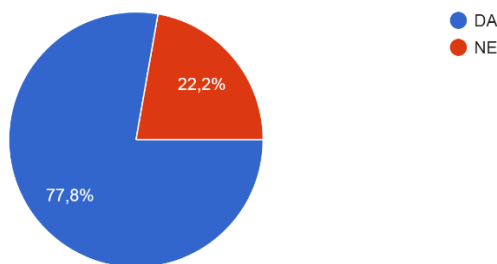


Izvor: Izrada autora, 2022.

Grafikon 2. prikazuje važnost izazova seoskog turizma prema ispitanicima. Kada se govori o *kvaliteti i strukturi* 12 ispitanika smatra kako je upravo ovaj čimbenik važan u razvoju seoskog turizma u Republici Hrvatskoj dok 4 ispitanika smatra kako ovaj čimbenik uopće nije važan u razvoju seoskog turizma. Nadalje 9 ispitanika smatra kako je *investicijska klima* važna u razvoju seoskog turizma, dok njih 3 ne smatra investicijsku klimu važnom čimbenikom. 13 ispitanika smatra važnim *marketing i prodaju*, dok njih 8 ne smatra važnim ovaj čimbenik. Kada se govori o *zakonskom okviru* kao čimbeniku 10 ispitanika smatra kako je on važan u razvoju, dok 7 ispitanika ne smatra važnim ovaj čimbenik.

Graf 3. Značaj seoskog turizma ulaskom Hrvatske u Europsku uniju

SMATRATE LI DA JE SEOSKI TURIZAM DOBIO NA ZNAČAJU ULASKOM HRVATSKE U EUROPSKU UNIJU?
54 odgovora

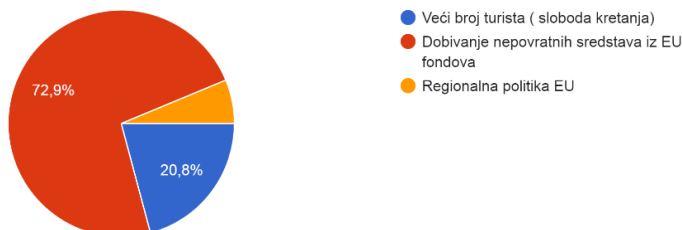


Izvor: Izrada autora, 2022.

Grafikon 3. Prikazuje stajalište ispitanika o značaju seoskog turizma ulaskom Hrvatske u Europsku uniju. Čak 77,8% ispitanika smatra kako je seoski turizam dobio na značaju, dok njih 22,2% smatra kako to nije slučaj.

Graf 4. Utjecaj Europske unije na povećanje seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj

AKO STE PROŠLO PITANJE ODGOVORILI POTVRDNO, IZ KOJEG RAZLOGA PO VAŠEM MIŠLJENJU JE EU UTJECALA NA POVEĆANJE SEOSKOG TURIZMA U KONTINENTALNOJ HRVATSKOJ?
48 odgovora



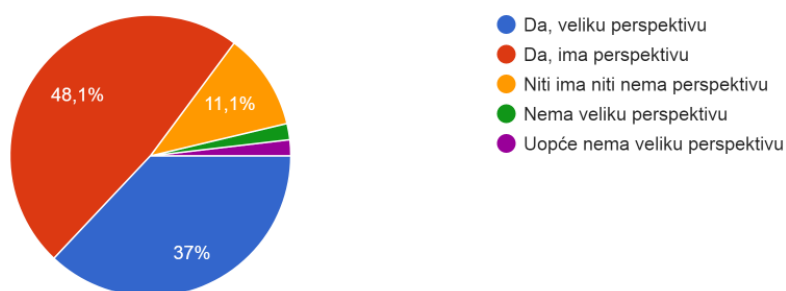
Izvor: Izrada autora, 2022.

Grafikon 4. Prikazuje stajališta ispitanika o tome iz kojeg je razloga ulazak Hrvatske u Europsku uniju doveo do povećanja seoskog turizma. 72,9% ispitanika smatra kako je razlog povećanja dobivanje nepovratnih sredstava iz EU fondova njih 20,8% smatra kako je razlog povećan broj turista odnosno ukidanje granica, njih 6,3% smatra kako je razlog Regionalna politika Europske unije.

Graf 5. Perspektiva seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj

SMATRATE LI DA SEOSKI TURIZAM IMA PERSPEKTIVU U KONTINENTALNOJ HRVATSKOJ?

54 odgovora



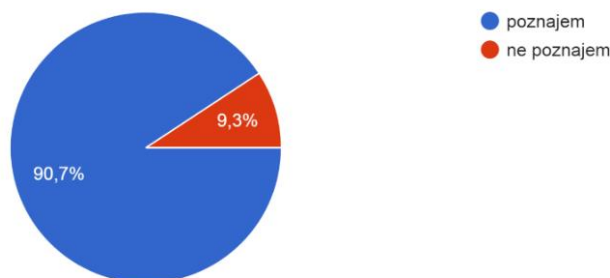
Izvor: Izrada autora, 2022.

Grafikon 5. Prikazuje mišljenje ispitanika o perspektivi seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj. Zanimljivo je kako 37% ispitanika smatra kako seoski turizam ima veliku perspektivu u kontinentalnoj Hrvatskoj, a njih 48,1% smatra kako ima perspektivu, njih 11,1% smatra kako niti ima niti nema perspektivu, dok 3,8% smatra kako seoski turizam uopće nema perspektivu u kontinentalnoj Hrvatskoj.

Grafikon 6. Primjer seoskog turizma u blizini

POZNAJETE LI BAREM JEDAN PRIMJER SEOSKOG TURIZMA U VAŠOJ BLIZINI

54 odgovora

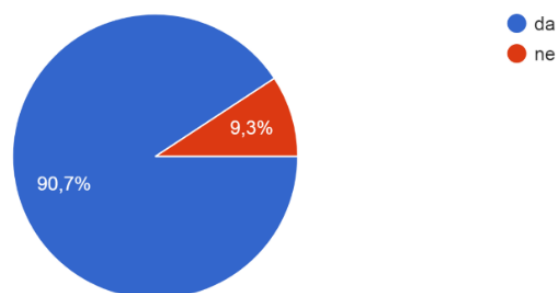


Izvor: Izrada autora, 2022.

Grafikon 6. Prikazuje poznaju li ispitanici barem jedan primjer seoskog turizma u njihovoj blizini. 90,7% ispitanika kaže kako poznaje barem jedan primjer seoskog turizma dok njih 9,3% smatra da ne poznaje niti jedan primjer seoskog turizma.

Grafikon 7. Izazova s kojima se susreće turizam u RH

SMATRATE LI DA SE SEOSKI TURIZAM SUSREĆE S VELIKIM IZAZOVIMA U REPUBLICI HRVATSKOJ?
54 odgovora



Izvor: Izrada autora, 2022.

Grafikon 7. Prikazuje da li se seoski turizam susreće s velikim izazovima u RH. 90,7% ispitanika smatra da se turizam susreće s velikim izazovima dok njih 9,3% smatra da se turizam ne susreće s velikim izazovima.

7. ZAKLJUČAK

Prijašnjih godina selo i ruralni turizam nisu bili toliko privlačni za odmor i ugodan život. U današnje vrijeme odlazak na selo smatra bijegom od stvarnosti odnosno bijeg iz gradskih gužvi i buke. Iz tog razloga seoski turizam se počinje razvijati sve više i dobiva sve veći značaj u turizmu. Turizam općenito je sam po sebi grana koja pridonosi velikim djelom razvoju gospodarstva te pridonosi državnom proračunu.

Danas postoje broji oblici i vrste seoskog turizma koji se prilagođavaju potrebama potrošača i nije moguće odrediti njihov točan broj jer se tržište mijenja iz dana u dan, a tako i potrebe potrošača. Kako bi se uopće započelo sa turizmom na nekom području potrebno je imati turističko tržište, turističku ponudu, turističku potražnju i turističku potrošnju. Hrvatska je zadovoljila sve te kriterije glede seoskog turizma i danas se može pohvaliti velikim brojem različitih oblika seoskog turizma. Kada se govori o seoskom turizmu u kontinentalnoj Hrvatskoj postojao je veliki broj izazova koji su „kočili“ razvoj ove grane turizma; usmjerenost razvoja turizma u primorskim i dalmatinskim krajevima te Domovinski rat samo su neki od njih. Seoski turizam u kontinentalnoj Hrvatskoj se počinje razvijati većim djelom zbog pomoći Europske unije; turistima kako stranim tako i domaćim nudi se uvid u prošlost odnosno kako se živjelo na selu uz to nude im se domaći proizvodi. Važno je napomenuti kako privlači i mlade i stare turiste, a najbolji primjer je Gospodarstvo Sklepić koje djeluje dugi niz godina u ovoj grani turizma. Istraživanje provedeno u radu prikazuje koliko su mladi upoznati sa izazovima s kojim se susreće seoski turizam u kontinentalnoj Hrvatskoj. Rezultati pokazuju kako je većina njih upoznata s ovom vrstom turizma, ali i da se seoski turizam susreće sa velikim izazovima u kontinentalnoj Hrvatskoj. Velika većina smatra kako su kvaliteta i vrsta ponude najvažniji izazov u razvoju te se treba bazirati upravo na ovaj čimbenik u razvoju seoskog turizma. S druge strane velika većina njih smatra kako se ulaskom u Europsku uniju seoski turizam počeo intenzivnije razvijati.

Mišljenja sam kako se seoski turizam susreće sa velikim brojem izazova u kontinentalnoj Hrvatskoj, ali isto tako smatram da njegov razvoj ide u pozitivnom smjeru. Možda je bitan čimbenik u razvoju promocija seoskog turizma koja nije toliko izražena kao kod primorskog turizma. Smatram kako bi se trebao postaviti balans između turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj i turizma u primorskoj Hrvatskoj kako bi oba djela Hrvatske imala jednake mogućnosti razvoja, a samim time bi se omogućio i bolji i zadovoljniji život stanovnicima Hrvatske.

8. LITERATURA

Knjige:

1. Demonja D. i Ružić P. (2010.) *Ruralni turizam u Hrvatskoj*. Zagreb: Meridijani
2. Devčić A. i Šostar M. (2015.) *Regionalni razvoj i fondovi Europske unije: Prilike i izazovi*. Požega: Veleučilište u Požegi
3. Tomljenović, R. (2006.) *Hrvatski turizam: plavo bijelo zeleno*. Zagreb: Institut za turizam.

Internetski izvori:

1. Baćac R. (2011.) *Priručnik za bavljenje seoskim turizmom*. Zagreb: Ministarstvo turizma RH URL: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/Prirucnik_Seoski_turizam.pdf [Pristup 02. 05. 2022.]
2. Cimerfraj (2021.) URL: <https://www.cimerfraj.hr/seoski-turizam> [Pristup 02. 05. 2022.]
3. Croatialink (2015.) URL: https://croatialink.com/wiki/turizam:_definicija,_nastanak,_razvoj_i_podjela [Pristup 28. 04. 2022.]
4. Čiča Z. i Mlinar A. (2010.) *Etno – sela između očuvanja identiteta i poduzetničkog trenda*, <https://hrcak.srce.hr/file/94706> [Pristup 13. 05. 2022.]
5. Enciklopedija (2022.) URL: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=62763> [Pristup 30. 04. 2022.]
6. Eurostat (2022.) URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:RYB-Infographics-CH10A_RYB2021.jpg [Pristup 08. 06. 2022.]
7. Geografija.hr (2005.) URL: <https://geografija.hr/na-selo-na-selo-razvoj-ruralnog-turizma-u-europi/> [Pristup 20. 02. 2022.]
8. Lukić A. (2002.) Turizam na seljačkom gospodarstvima u Hrvatskoj URL: <https://journals.uni-lj.si/Dela/article/view/1343> [Pristup 23. 05. 2022.]
9. Potočnik – Slavič I. i Schmitz S. (2013.) Farm Tourism across Europe URL: <https://sciendo.com/downloadpdf/journals/euco/5/4/article-p265.pdf> [Pristup 18. 05. 2022.]

10. Rural koncept (2019.) URL: <http://www.rural-koncept.hr/hr/destinacije/kontinentalna-hrvatska/> [Pristup 09. 05. 2022.]
11. Seoski turizam Rakić (2016.) URL: <https://seoskiturizamrakić.hr/#> [Pristup 24. 05. 2022.]
12. Sklepić autohtono seljačko – obiteljsko turističko gospodarstvo (2017.) URL: <https://www.sklepicić.hr/> [Pristup 24. 05. 2022.]
13. Smart Travel (2014.) URL: <https://smart-travel.hr/agroturizam-povratak-prirodi/> [Pristup 09. 05. 2022.]
14. Turistplus.hr (2016.) URL: <https://turistplus.hr/> [Pristup 20. 05. 2022.]

9. DODACI

9.1. Popis slika

Slika 1. broj noćenja turista na području Europske unije u 2021	13
Slika 2. Broj registriranih TSOG, po županijama, u 2007. (Izvor: HGK – Sektor za turizam, Zagreb, 2007.)	15
Slika 3. Dvorište Gospodarstva Sklepić (Izvor: https://www.skleplic.hr/ , 2017)	17
Slika 4. Dvokrevetna soba (Izvor: https://www.skleplic.hr/a , 2017)	18
Slika 5, Prostorija za ručak (Izvor: https://www.skleplic.hr/ , 2017)	18
Slika 6. Seoski turizam Rakić (Izvor: https://seoskiturizamrakić.hr/# , 2016)	19

9.2. Popis grafova

Graf 1. Europski strukturni i investicijski fondovi 2014. - 2020.	13
Graf 2. Važnost izazova seoskog turizma	20
Graf 3. Značaj seoskog turizma ulaskom Hrvatske u Europsku uniju	21
Graf 4. Utjecaj Europske unije na povećanje seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj	21
Graf 5. Perspektiva seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj	22

9.3. Popis tablica

Tablica 1. Oblici turizma.....	5
Tablica 2. Prikazuje najzastupljenije vrste seoskog turizma te će se u nastavku detaljnije pojasniti svaka pojedina vrsta.....	8

PRILOZI

Anketni upitnik

Prilog 1.

Spol *

M

Ž

Status ispitanika *

Student

Zaposlen

Nezaposlen

Učenik

Dobna starost ispitanika *

do 20 godina

21 - 30

31 - 40

više od 40 godina

Izvor: Izrada autora, 2022.

Prilog 2.

Koje vrste turizma u Republici Hrvatskoj poznajete? *

	Poznajem	Čuo/čula sam za tu vrstu	Ne poznajem uopće
Sportski turizam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gradski turizam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planinski turizam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pomorski turizam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seoski turizam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Jeste li upoznati sa seoskim turizmom u Republici Hrvatskoj? *

- Da
 Ne

Izvor: Izrada autora, 2022.

Prilog 3.

Poznajte li barem jedan primjer seoskog turizma u vašoj blizini? *

- Poznajem
 Ne poznajem

Smatrate li da se seoski turizam susreće s velikim izazovima u Republici Hrvatskoj?

- Da
 Ne

Izvor: Izrada autora, 2022.

Prilog 4.

U kolikoj mjeri smatrate slijedeće izazove seoskog turizma važnima? *

	1	2	3	4	5
Kvaliteta i struktura ponude	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investicijska klima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marketing i prodaja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zakonski okvir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Smatrate li da je seoski turizam dobio na značaju ulaskom Hrvatske u Europsku uniju?

- Da
 Ne

Izvor: Izrada autora, 2022.

Prilog 5.

Ako ste na prošlo pitanje odgovorili potvrdno, iz kojeg razloga po vašem mišljenju * je EU utjecala na povećanje seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj

- Veći broj turista (sloboda kretanja)
 Dobivanje nepovratnih sredstava iz EU fondova
 Regionalna politika EU

Izvor: Izrada autora, 2022.

IZJAVA O AUTORSTVU RADA

Ja, **Mihaela Galović**, pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor završnog/diplomskog rada pod naslovom **Izazovi seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj** te da u navedenom radu nisu na nedozvoljen način korišteni dijelovi tuđih radova.

U Požegi, 06.09.2022

Mihaela Galović
