

Strategija razvoja seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj

Puklavec, Mladen

Master's thesis / Diplomski rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:909079>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-31**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN



DIPLOMSKI RAD br. 139/PE/2017

STRATEGIJA RAZVOJA SEOSKOG TURIZMA
U KONTINENTALNOJ HRVATSKOJ

Mladen Puklavec

Varaždin, veljača 2017.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
Studij Poslovne ekonomije



DIPLOMSKI RAD br. 139/PE/2017

STRATEGIJA RAZVOJA SEOSKOG TURIZMA
U KONTINENTALNOJ HRVATSKOJ

Student:

Mladen Puklavec, 0101/336D

Mentor:

prof. dr. sc. Tanja Kesić

Varaždin, veljača 2017.

SAŽETAK

Dinamični način života kojega karakterizira utrka s dnevnim obvezama, stres, zagađenje okoliša i utjecaj tehnologije iscrpljuje suvremenog čovjeka što rezultira potrebom za odmorom i opuštanjem u mirnom okruženju ruralnih sredina. U Hrvatskoj se zbog prirodne i kulturne raznolikosti regija sve više razvija poseban oblik turizma pod nazivom seoski turizam. Navedeni oblik turizma karakterističan je za kontinentalnu Hrvatsku i doprinosi gospodarskom razvoju ruralnog područja. Vezan je uz ambijent sela i njegovu užu okolicu te sve vezane aktivnosti (kulturne manifestacije, gastronomiju, folklor i ostalo). Korištenjem bogate raznolikosti prirodnih i kulturno-povijesnih resursa, seoski turizam omogućava kvalitetnije uvjeta života ruralnog stanovništva. Ruralna sredina pruža mirno okruženje, gotovo netaknutu prirodu, upoznavanje seoskih običaja i poslova te izravnu komunikaciju s domaćinima. Seoski turizam je također čimbenik koji omogućava razvoj ekološke i tradicijske proizvodnje, štiti okoliš čuvajući na taj način identitet i običaje hrvatskog sela te doprinosi razvoju ruralnih područja. Razvoj seoskog turizma rezultira oživljavanjem gospodarskih djelatnosti kao što je povećanje pružatelja turističkih usluga u turističkim nerazvijenim područjima, obnova starih tradicijskih zanata i vještina, stvaranje novih kanala prodaje domaćih proizvoda i usluga te očuvanjem baštine kroz obnovu povijesnih graditeljskih objekata u turističke svrhe, poučnih staza, vidikovaca i sl. Zahvaljujući razvoju seoskog turizma kao turizmu okrenutom individualnom gostu, kvaliteta ukupnog turizma Hrvatske se poboljšava.

Ključne riječi: seoski turizam, kontinentalna Hrvatska, ruralno područje, gospodarske djelatnosti, očuvanje baštine

SUMMARY

The dynamic way of life is characterized by a race with the daily responsibilities, stress, environmental pollution and the impact of technology which exhausts modern people and results of the need for rest and relaxation in a quiet environment in rural areas. In Croatia, due to the natural and cultural diversity of the region, special forms of tourism, called agritourism, is developing. These forms of tourism are typical for continental Croatia and contributes to the economic development of rural areas. It is related to the ambience of the village and its immediate surroundings, and all related activities (events, gastronomy, folklore, etc.). Using the rich diversity of natural, historical and cultural resources, rural tourism increases life standard and living conditions of the rural population. The rural environment provides a peaceful environment, almost untouched nature, exploring the rural customs and activities and direct communication with the hosts. Rural tourism is also a factor that allows the development of organic and traditional food production, protects the environment thus preserving the identity and customs of Croatian villages and contributes to the development of rural areas. Development of rural tourism results in the revival of economic activities such as the increase of tourism service providers in the tourism underdeveloped areas, renovation of old traditional crafts and skills, creates new sales channels of domestic products and services and the preservation of heritage through the restoration of historical architectural buildings for tourism purposes, educational trails, gazebo etc. Thanks to the development of rural tourism as tourism facing the individual customer, the quality of the total Croatian tourism is improving.

Key words: *rural tourism, continental Croatia, rural area, economic activity, preservation of heritage*

Prijava diplomskog rada

studenta IV. semestra diplomskog studija
Poslovna ekonomija

IME I PREZIME STUDENTA	Mladen Puklavec	MATIČNI BROJ	0101/336D
NASLOV RADA	STRATEGIJA RAZVOJA SEOSKOG TURIZMA U KONTINENTALNOJ HRVATSKOJ		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	THE STRATEGY OF DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN CONTINENTAL CROATIA		
KOLEGIJ	Strategija marketinga u turizmu		
MENTOR	prof. dr. sc. Tanja Kesić		
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. izv. prof. dr. sc. Goran Kozina, predsjednik 2. izv. prof. dr. sc. Anica Hunjet, član 3. prof. dr. sc. Tanja Kesić, mentorica 4. doc. dr. sc. Tvrtko Jolić		

Zadatak diplomskog rada

BROJ	139/PE/2017
OPIS	

Suvremeno turističko tržište u konstantnoj je potrazi za novim oblicima odmora i bijegom od naporne svakodnevice čija su glavna obilježja užurbanost, stres te stalne obveze. Zbog velike zastupljenosti masovnog ljetnog i nautičkog turizma u ukupnom svjetskom turizmu, dolazi do zasićenja turističke potražnje. Turisti počinju preferirati turistička tržišta koja nude nove destinacije, bijeg od svakodnevnih obveza i tehnologije, povratak drevnim običajima i prirodi te upoznavanje s načinom života njihovih predaka. Kalo idealno rješenje na zahtjeve suvremenih turista javlja se seoski turizam koji nudi niz novih lokacija, aktivnosti vezanih za ambijent sela i njegovu užu okolicu te drugih raznih seoskih običaja i gastronomije. Seoski turizam pridonosi očuvanju kulturno-povijesne baštine i ekološke proizvodnje kao i razvoju gospodarskih aktivnosti u ruralnim sredinama. Razvojem ruralnih sredina se ujedno sprječava iseljavanje i poboljšava se životni standard domicilnog stanovništva.

Cilj rada je istražiti razvojne mogućnosti hrvatskog seoskog turizma i u kojem se smjeru razvija u kontinentalnoj Hrvatskoj te njegov razvoj usporediti s onim u europskim zemljama. U radu će se opisati i ciljno tržište kao i ekološki aspekti razvoja seoskog turizma.

U VARAŽDINU, DANA

10. 01. 2017.



[Handwritten signature]

DIR 01 PE

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Metodologija rada	1
1.3. Sadržaj i struktura rada.....	1
2. NASTANAK I RAZVOJ SEOSKOG TURIZMA.....	3
2.1. Definicija i značajke seoskog turizma.....	3
2.1.1. Koncept seoskog turizma	3
2.1.2. Značajke seoskog turizma	4
2.2. Povijest razvoja seoskog turizma u Europi	5
2.2.1. Temelji razvoja seoskog turizma	6
2.2.2. Interesno područje Europske unije usmjereno na razvoj gospodarstva ruralnih područja i zajednica.....	7
2.3. Povijest razvoja seoskog turizma u Hrvatskoj	8
2.3.1. Prve zakonske regulative za razvoj seoskog turizma u Hrvatskoj	8
2.4. Čimbenici i subjekti razvoja seoskog turizma u Hrvatskoj.....	9
3. STRATEGIJA RAZVOJA SEOSKOG TURIZMA U KONTINENTALNOJ HRVATSKOJ	12
3.1. Razvojne mogućnosti seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj	12
3.1.1. Aktivnosti razvoja seoskog turizma i ponuda turističkih destinacija.....	12
3.1.2. SWOT analiza mogućnosti razvoja seoskog turizma na području kontinentalne Hrvatske	14
3.1.3. Istraživanje o potrebama poduzetnika koji se bave seoskim turizmom	16
3.1.4. Analiza elemenata makrookruženja za razvoj seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj.....	16
3.2. Odabir ciljnog tržišta.....	19
3.2.1. Motivi za posjetu destinacije seoskog turizma.....	19
3.2.2. Segmentacija ciljnog tržišta po dobnim skupinama.....	20

3.3. Vodeće destinacije seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj.....	21
3.4. Usporedba seoskog turizma u Europi i Hrvatskoj.....	23
3.4.1. Usporedba razvoja seoskog turizma Austrije i Hrvatske	23
3.5. Ekološki aspekt seoskog turizma u Hrvatskoj.....	25
3.5.1. Očuvanje društvenih resursa i ekološke ravnoteže	26
3.5.2. Ciljevi održivosti seoskog turizma.....	27
3.6. Predviđanje dugoročnog razvoja i porasta potražnje za destinacijama seoskog turizma	27
3.6.1. Potencijal kontinentalne Hrvatske za razvoj seoskog turizma i moguće zapreke razvoju.....	28
3.6.2. Budućnost razvoja seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj.....	29
4. ISTRAŽIVANJE ČIMBENIKA ZA RAZVOJ STRATEGIJE SEOSKOG TURIZMA U KONTINENTALNOJ HRVATSKOJ	30
4.1. Metodologija istraživanja.....	30
4.2. Analiza slučaja Parka prirode Lonjsko polje.....	30
4.2.1. Prirodne značajke Parka prirode Lonjsko polje	31
4.2.2. Kulturna baština i infrastruktura Parka prirode Lonjsko polje.....	32
4.2.3. Čimbenici razvoja seoskog turizma Parka prirode Lonjsko polje	32
4.3. Rezultati istraživanja	33
4.3.1. Analiza trendova u turizmu s naglaskom na seoski turizam.....	33
4.3.2. Ponuda Parka prirode Lonjsko polje	34
4.3.3. SWOT analiza čimbenika za razvoj seoskog turizma Lonjskog polja.....	36
4.3.4. Ciljno tržište Parka prirode Lonjsko polje	38
4.3.5. Ciljevi održivosti seoskog turizma u parku prirode Lonjsko polje	39
5. ZAKLJUČAK	42
LITERATURA.....	44
POPIS GRAFIKONA	46
POPIS TABLICA.....	47

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Suvremeno turističko tržište u konstantnoj je potrazi za novim oblicima odmora i bijegom od naporne svakodnevice čija su glavna obilježja užurbanost, stres te stalne obveze. Zbog velike zastupljenosti masovnog ljetnog i nautičkog turizma u ukupnom svjetskom turizmu, dolazi do zasićenja turističke potražnje. Turisti počinju preferirati turistička tržišta koja nude nove destinacije, bijeg od svakodnevnih obveza i tehnologije, povratak drevnim običajima i prirodi te upoznavanje s načinom života njihovih predaka. Kao idealno rješenje na zahtjeve suvremenih turista javlja se seoski turizam koji nudi niz novih lokacija, aktivnosti vezanih uz ambijent sela i njegovu užu okolicu te drugih raznih seoskih običaja i gastronomije. Seoski turizam pridonosi očuvanju kulturno-povijesne baštine i ekološke proizvodnje kao i razvoju gospodarskih aktivnosti u ruralnim sredinama. Razvojem ruralnih sredina se ujedno sprječava iseljavanje i poboljšava se životni standard domicilnog stanovništva.

Cilj rada je istražiti razvojne mogućnosti hrvatskog seoskog turizma i u kojem se smjeru on razvija u kontinentalnoj Hrvatskoj te njegov razvoj usporediti s onim u europskim zemljama. U radu će se opisati i ciljno tržište kao i ekološki aspekti razvoja seoskog turizma.

1.2. Metodologija rada

Za potrebe diplomskog rada provedeno je sekundarno istraživanje. Za sekundarno istraživanje je korištena stručna literatura na hrvatskom i engleskom jeziku, odnosno knjige, zbornici radova s konferencija i simpozija, članci u stručnim časopisima, publikacije i statistički prikazi na službenim internetskim stranicama najvećih svjetskih i hrvatskih turističkih zajednica i agencija.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Diplomski rad je podijeljen u pet cjelina. U uvodu je definiran predmet i cilj rada, metodologija rada te sadržaj i struktura rada. Drugo poglavlje se odnosi na definiranje pojma seoskog turizma, povijest razvoja istog u Europi i Hrvatskoj te čimbenike i subjekte razvoja

seoskog turizma u Hrvatskoj. U trećem poglavlju je opisana strategija razvoja seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj kroz razvojne mogućnosti, odabir ciljnog tržišta, usporedbu seoskog turizma u Hrvatskoj s onim u europskim zemljama te ekološki aspekt i predviđanje dugoročnog razvoja i porasta potražnje za destinacijama seoskog turizma. Četvrto poglavlje obuhvaća primarno istraživanje strategije razvoja seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj kroz metodologiju istraživanja, uzorak istraživanja i rezultate istraživanja. Zadnje poglavlje je zaključak cijelog rada te predviđanja dugoročnog razvoja seoskog turizma u svijetu i u Hrvatskoj.

2. NASTANAK I RAZVOJ SEOSKOG TURIZMA

2.1. Definicija i značajke seoskog turizma

Seoski turizam je uži pojam od ruralnog turizma, a istovremeno širi pojam od turizma na farmi (turističkom seoskom obiteljskom gospodarstvu) i vezan je uz ambijent sela i njegovu užu okolicu te sve njegove aktivnosti (poljoprivreda, manifestacije, gastronomija, folklor, etnologija i ostala gospodarska aktivnost) (*Priručnik za bavljenje seoskim turizmom, str. 17*). Ruralni turizam je oblik turizma koji obuhvaća sve turističke usluge, aktivnosti i grane turizma unutar ruralnih područja kao što su zimski, seoski, lovni i ribolovni, kulturni, ekoturizam itd. Ruralni turizam može biti profesionalna djelatnost, a ne nužno samo dopunska djelatnost na vlastitom obiteljskom gospodarstvu kojom se ostvaruje dodatni prihod. Pojam ruralnog područja nije strogo određen definicijom već postoji više kriterija za definiranje istog. Jedan od kriterija je kriterij Europske unije, prema kojem je područje ispod 100 stanovnika/km² definirano kao ruralno područje. Prema navedenom kriteriju, 91.6% područja Hrvatske je naseljeno s manje od 100 stan/km² te time spada u ruralno područje.

2.1.1. Koncept seoskog turizma

Koncept seoskog turizma čine osnovni elementi koji su preduvjet njegovog razvoja na određenom ruralnom području. Ti elementi obuhvaćaju sve karakteristike ruralne zajednice koji ruralno područje čine atraktivnom turističkom destinacijom odlikovanom vrijednostima hrvatskoga sela.

Koncept seoskog turizma obuhvaća pet osnovnih elemenata:

- seoska zajednica,
- kulturno-povijesna baština,
- aktivnosti na ruralnom području,
- način života na ruralnom području i
- seosko okruženje.

Grafikon 1. Koncept seoskog turizma



Izvor: *Rural Tourism in Europe: Experiences, Development and Perspectives*, 2003: 13

2.1.2. Značajke seoskog turizma

Značajke seoskog turizma odražavaju njegov personalizirani pristup prema turistima. Turisti su u izravnom kontaktu s domaćinima i pruža im se usluga prema njihovim željama i potrebama. Domaćini pružaju turistima osjećaj pripadnosti obitelji u mirnom seoskom okruženju. U turističku uslugu je uključeno kušanje domaće pripravljene hrane i pića od namirnica iz domaćeg uzgoja. Turisti imaju priliku upoznati tradicijske i svakodnevne poslove i aktivnosti koje su se odvijale kroz povijest ili se odvijaju još i danas na ruralnom području.

Tablica 1. Značajke seoskog turizma i opisi značajki

Značajke	Opis značajke
Komunikacija s domaćinima	Turisti imaju izravan kontakt s domaćinima i personaliziran pristup prilikom pružanja turističke usluge.
Gostoprimstvo	Iskazivanje poštovanja i pažnje prema turistima kako bi stekli osjećaj pripadnosti obitelji domaćina.
Mirna sredina i odsutnost buke	Gotovo netaknuta priroda i njegovanje ekološke svijesti, upoznavanje s ambijentom sela i njegove okolice.
Domaća gastronomija	Konzumiranje domaćih tradicijskih jela i namirnica iz domaćeg uzgoja.
Ekološka proizvodnja	Očuvanje tradicijske proizvodnje na ruralnom području bez korištenja suvremene tehnologije i potencijalno štetnih aditiva i pesticida.
Upoznavanje seoskih poslova	Upoznavanje s tradicijskim poslovima i aktivnostima koje se odvijaju na ruralnom području i sudjelovanje u istima.

Izvor: autor

Razvoj ruralnog turizma temelji se na održivom razvoju, obnovi postojeće tradicije i baštine koja postaje turistički sadržaj unutar turističke ponude destinacije. Za pružanje turističkih usluga nije potrebna izgradnja novih kapaciteta, nego se obnavljaju i koriste postojeći kapaciteti.

2.2.Povijest razvoja seoskog turizma u Europi

Razvoj seoskog turizma na ruralnim područjima počeo je nakon završetka Drugog svjetskog rata, ali tek se šezdesetih godina 20. stoljeća pojavio u obliku kakav je prepoznatljiv danas. Seoski turizam se najprije počeo razvijati u sjeverozapadnom dijelu Europe te se počinje širiti

na Južnu, Središnju i Istočnu Europu. Europa je vodeće tržište na globalnoj razini s bogatom ponudom kulturno-povijesne baštine zbog svog geografskog položaja i povijesti.

Čimbenici koji su utjecali na tadašnji razvoj seoskog turizma su povećanje slobodnog vremena i povećanje stope mobilnosti stanovništva. Neki od čimbenika koji su utjecali na razvoj seoskog turizma su ubrzana industrijalizacija i urbanizacija zapadnih civilizacija kao i razvoj prometne povezanosti. Poboljšanje životnog standarda stanovništva i povećanje slobodnog vremena, rezultirali su potragom za novim, drugačijim iskustvom i posjećivanjem ruralnih područja.

Sedamdesetih godina prošlog stoljeća došlo je do krize u poljoprivrednoj proizvodnji i procesu ekonomskog restrukturiranja što je ugrozilo ekonomske potencijale na ruralnim područjima. Ekonomsko restrukturiranje uzrokovalo je gubitak ruralnih proizvodnih pogona, a time i radnih mjesta. Kriza poljoprivredne proizvodnje rezultirala je napuštanjem poljoprivrede i smanjenjem broja stanovnika u ruralnim područjima te okretanjem domaćinstava ka drugim izvorima prihoda. Odluke vezane uz razvoj ruralnih zajednica donosile su se u udaljenim gradovima učinivši tradicionalne proizvodne djelatnosti u ruralnim zajednicama manje isplativijima i okretanjem ruralnog stanovništva prema novim netradicionalnim načinima proizvodnje. Zbog navedenih procesa i zbivanja, razvoj turizma nametnuo se kao logičan izbor dodatnog izvora prihoda stanovnicima ruralnih područja, tim više zbog promjene turističke potražnje, koja je išla u prilog orijentaciji ruralnih zajednica ka razvoju turizma.

2.2.1. Temelji razvoja seoskog turizma

U prošlosti o ekonomskoj vitalnosti ruralnih područja bavila se isključivo poljoprivredna politika. Međutim, promjene u ruralnim područjima rezultirale su i promjenama u politici što je dovelo do činjenice da je danas razvoj gospodarstva u ruralnim područjima postao jedan od najznačajnijih prioriteta u politici europskih zemalja. Uz poljoprivrednu proizvodnju i šumarstvo, razvoj seoskog, odnosno ruralnog turizma postaje jedan od značajnih alternativnih izvora za ostvarivanje prihoda. Važno je napomenuti da je, osim Francuske, Velike Britanije, Njemačke, Nizozemske i Švedske koje imaju dugogodišnje iskustvo u području ruralnog razvoja, većina europskih zemalja ruralnom razvoju počela pridavati veću važnost zahvaljujući inicijativama i programima Europske unije.

2.2.2. Interesno područje Europske unije usmjereno na razvoj gospodarstva ruralnih područja i zajednica

Sukladno novoj politici ruralnog razvoja Europske unije, podrška se pruža svim sudionicima koji sudjeluju u razvoju i promociji ruralnog područja, a ne samo farmerima. Ključni dokument Zajedničke poljoprivredne politike Europske unije naziva se *Agende 2000* i donesen je 1999. godine (*Petrić, n/a: 4*). Njime se definiraju interesna područja Europske unije usmjerena na razvoj gospodarstva ruralnih područja i ruralnih zajednica.

Najznačajniji ciljevi *Agende 2000* su:

- jačanje poljoprivrede i šumarstva,
- podizanje konkurentnosti ruralnih područja,
- održavanje i zaštita prirode i ruralnog kulturnog nasljeđa.

Uz mjere razvoja poljoprivrede, definirane su i mjere usmjerene očuvanju ruralnog nasljeđa i razvoja turizma.

Mjere su podijeljene u tri osnovne skupine (*Petrić, n/a: 7*):

- restrukturiranje/konkurentnost,
- upravljanje okolišem/zemljom,
- ruralna ekonomija/ruralne zajednice.

Članice Europske unije donose vlastite Programe ruralnog razvoja i odgovorne su za implementaciju istih. Svaka zemlja članica, sukladno smjernicama Europske unije, odabire i razvija mjere koje najbolje odgovaraju lokalnim okolnostima. U visoko decentraliziranim državama regija dobiva visok stupanj autonomije s obzirom na implementaciju mjera i stratešku orijentaciju (npr. Njemačka), dok su u centraliziranim državama nacionalna ministarstva i dalje glavni koordinatori ruralnog razvoja (npr. Grčka, Francuska...).

U većini europskih zemalja, ruralno stanovništvo sve se više počinje baviti seoskim turizmom kao jednom od strategija održivog razvoja lokalne zajednice. U turističkim destinacijama gdje se turističke djelatnosti ne smatraju tradicionalnima, turizam se razvija na dva načina:

- nastaje kao rezultat poduzetničkih aktivnosti usmjerenih privlačenju turista i
- porastom broja turista u ruralnim područjima, dolazi do porasta potražnje za turističkim uslugama.

2.3. Povijest razvoja seoskog turizma u Hrvatskoj

Hrvatska je još od 19. stoljeća receptivno turističko tržište okrenuto uglavnom maritimnom turizmu. Sve do 90-ih godina prošlog stoljeća, seoski turizam je bio zapostavljen i bio je odredište rekreativaca i domaćih turista. Razvoj turizma na seoskim gospodarstvima se rijetko pojavljivao na turističkom tržištu. Štoviše, za razvoj ruralnih područja se smatralo kako potiče deindustrijalizaciju urbanog područja. Na slab razvoj seoskog gospodarstva utjecali su disperzirani seoski posjedi, okrenutost maritimnom turizmu i masovnosti te nedovoljno razvijena svijest o zaštiti okoliša i zdravom načinu života.

Seoska gospodarstva u blizini turistički atraktivnih lokacija, pružala su usluge prenoćišta što je ovisilo o individualnoj domišljatosti i inicijativi pojedinca i grupe, a ne o nacionalnim programima razvitka sela i ruralnog područja.

Promjenom političkog, društvenog i ekonomskog sustava u Hrvatskoj početkom 90-ih godina počinje razvoj ruralnog turizma, posebno turizma na seoskim gospodarstvima. Razvoj seoskog turizma utječe na preobrazbu ruralnih naselja.

2.3.1. Prve zakonske regulative za razvoj seoskog turizma u Hrvatskoj

Osnivanjem Saveza seljaka Hrvatske 1990. godine, prvi put je seoski turizam istaknut kao ključan element razvoja ruralne sredine. Institut za turizam u Zagrebu prvi razvija stručne programe za istraživanje mogućnosti razvoja seoskog turizma u Hrvatskoj što je pridonijelo stvaranju osnova za zakonske akte koji će omogućiti razvoj turizma u ruralnim područjima. Iako je ruralni turizam bio izvan zakonskih okvira pune četiri godine, stvoren je prijedlog klasifikacije ruralnog turizma u Hrvatskoj, temeljen uglavnom na iskustvima europskih zemalja. Prijedlog je uključivao 19 mogućih vrsta ruralnog turizma među kojima je i turizam na seoskom gospodarstvu. Navedenu klasifikaciju slijedio je kasnije Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti koji je donesen 1995. godine. 1996. godine doneseni su i Zakon o turističkoj

djelatnosti i Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu. Navedeni akti su polazište za cjelokupni razvoj turizma u ruralnom području.

Veliki doprinos razvoju seoskog turizma u Hrvatskoj imalo je Ministarstvo turizma 1994. godine osnivanjem Savjeta za ruralni razvitak kada se počeo razvijati koncept seoskog i ruralnog turizma. Ministarstvo turizma razvilo je program „Razvitak turizma u ruralnom prostoru“ čiji je cilj bio obnova, valorizacija i zaštita hrvatskih potencijala te stvaranje integralnog turističkog proizvoda, ali kao sastavnice ukupnog, održivog razvitka ruralnih područja.

Zbog bogate kulturno-povijesne baštine hrvatskog sela, posljednjih desetak godina jača interes ruralnog stanovništva za pružanjem turističkih usluga kao i interes urbanog stanovništva za boravkom na ruralnom području ponajprije kontinentalne Hrvatske.

2.4. Čimbenici i subjekti razvoja seoskog turizma u Hrvatskoj

Glavni čimbenici koji pogoduju razvoju seoskog turizma su čimbenici potražnje i ponude. Čimbenici potražnje mogu biti objektivni i subjektivni dok čimbenici ponude mogu biti prirodne i društvene privlačnosti te prometna povezanost (*Ružić, n/a: 12*).

Tablica 2. Čimbenici razvoja seoskog turizma

ČIMBENICI POTRAŽNJE		ČIMBENICI PONUDE		
Objektivni	Subjektivni	Prirodne privlačnosti	Društvene privlačnosti	Prometna povezanost
Radna i životna sredina	Ponašanje pojedinca	Klima	Spomenici kulture	Prometna povezanost s mjestom turističkog boravka
Prirodni ambijent		Hidrografski elementi	Seoska kultura	Prometna povezanost u turističkoj destinaciji
Slobodno vrijeme		Reljef	Stanovanje i prehrana	
Slobodna financijska sredstva		Biljni i životinjski svijet	Seoski običaji	
Ostali objektivni čimbenici potražnje		Prirodne rijetkosti	Seoske igre	
		Poljoprivreda	Seosko stvaralaštvo	
		Ekološka poljoprivreda	Poljoprivredni radovi i alati	
			Kulturne ustanove i priredbe	
			Zabavne, sportske i gospodarske priredbe	

Izvor: Ruralni turizam, n/a: 12-16

Pod pojmom objektivnih čimbenika ponude podrazumijeva se bijeg od radne sredine, zagađenog zraka, želja za zdravim prirodnim ambijentom, kvalitetno provedeno i iskorišteno slobodno vrijeme, uštedevina za odmor te popusti i pogodnosti koje država i ugostiteljska poduzeća nude. Subjektivni čimbenik ponude pretežno je ponašanje pojedinca koje utječe na djelovanje objektivnih čimbenika, drugim riječima stil i način života odrediti će kako će pojedinac iskoristiti slobodno vrijeme i novac. Prirodna privlačnost kao čimbenik ponude odnosi se na klimu pogodnu razvoju seoskog turizma, broj sunčanih sati, raspored padalina, hidrografske elemente (jezera, more, tekućice), atraktivnost i oblik reljefa, bogatstvo divljači i domaćih životinja, prirodne endeme, atrakcije materijalnog i nematerijalnog karaktera, obiteljska poljoprivredna gospodarstva te proizvodnju zdrave hrane. Pod društvenim

privlačnostima spadaju pokretni i nepokretni predmeti sačuvani iz prošlosti, narodne nošnje, ples, glazba, stari zanati i običaji, način stanovanja, prehrana stanovnika, seoske igre, povijesne vrijednosti, ukrasi, tradicionalni alati i pojašnjenja o njihovu korištenju, institucije koje organiziraju razne kulturne aktivnosti te karnevali ili priredbe koje privlače turiste. Prometna povezanost, kao jedan od važnijih čimbenika ponude, odnosi se na adekvatne usluge kopnenog, zračnog i vodenog prijevoza do mjesta turističke destinacije te uređena prometna povezanost rekreativno-zabavnog karaktera unutar turističke destinacije.

Subjekti razvoja seoskog turizma su obiteljska gospodarstva turističkog karaktera, udruženja obiteljskih gospodarstava te cijela lokalna zajednica uključujući lokalnu samoupravu, turističke organizacije i agencije kao i razna ministarstva.

3. STRATEGIJA RAZVOJA SEOSKOG TURIZMA U KONTINENTALNOJ HRVATSKOJ

3.1. Razvojne mogućnosti seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj

Hrvatska raspolaže nizom važnih preduvjeta za razvoj seoskog turizma kao što su atraktivan i očuvan okoliš, bogata tradicija i gastronomska tradicija. Unatoč tome, seoski turizam se u Hrvatskoj sporo razvija zbog niza prepreka kao što su nerazvijena domaća potražnja, nepoticajno okruženje, zapuštena sela te jaka konkurencija susjednih zemalja (Slovenija, Austrija i Mađarska). Ponuda hrvatskih seoskih gospodarstava se uglavnom temelji na domaćoj tradicijskoj hrani za izletnike, a ponuda smještajnih kapaciteta koji bi mogli zadovoljiti potražnju za višednevnim boravkom je manje prisutna. Kao iznimka izdvaja se Osječko-baranjska županija koja s atraktivnim destinacijama nudi kvalitetan smještaj na seoskim gospodarstvima, domaćinstvima i ruralnim kućama za odmor. Na taj način se uspijeva pozicionirati kao destinacija seoskog turizma.

Eno-gastronomija i vodno bogatstvo te izuzetan ptičji fond su atraktivni atributi koji Hrvatsku pozicioniraju kao novu destinaciju seoskog turizma uz raznolikost i autentičnost prirodne i kulturne baštine. Kako bi se stvorila uređenija, tematizirana i sadržajna ponuda na samim gospodarstvima i razini destinacija, uspostavlja se sustav podrške uz informiranje, edukaciju i udruživanje poduzetnika u seoskom turizmu. Jedna od karakteristika seoskog turizma u Hrvatskoj je što je turistička ponuda dostupna u rasponu od 6 do 12 mjeseci u godini.

3.1.1. Aktivnosti razvoja seoskog turizma i ponuda turističkih destinacija

Aktivnosti koje potiču razvoj seoskog turizma obuhvaćaju (*Glavni plan i strategija razvoja turizma RH, 2012: 58*):

- informiranje potencijalnih i postojećih poduzetnika o uvjetima bavljenja seoskim turizmom (npr. informiranje o zakonskim regulativama, uvjetima financiranja, potrebama gostiju, registraciji itd.),
- kontinuiranu edukaciju poduzetnika u seoskom turizmu,
- poticanje uređenja seoskih gospodarstava poštujući elemente tradicionalnog lokalnog graditeljstva i uređenja okoliša (detaljni planovi uređenja, financijske olakšice),

- grupiranje domaćinstava prema različitim temama, odnosno tematiziranje ponude (obiteljska gospodarstva s organskom proizvodnjom, za jahanje, za bicikliste, s proizvodnjom vina itd.),
- uvođenje sustava certificiranja „zelenog“ poslovanja,
- poticanje razvoja sela kao turističke destinacije te stvaranje što bogatijeg „lokalnog lanca vrijednosti“ usklađenog s potrebama i očekivanjima turista (npr. turističko i prostorno planiranje, projektiranje, apliciranje na fondove Europske unije te sustav financijskih olakšica i/ili poticaja za poduzetnike)
- poticanje razvoja većeg broja etno-sela, posebice revitalizacijom pretežito ili potpuno napuštenih ruralnih sredina, pri čemu je nužno osigurati posjetiteljima domaća doživljajna iskustva (rješavanje vlasništva, prostorno i turističko planiranje, apliciranje na fondove Europske unije te sustav financijskih olakšica i/ili poticaja za poduzetnike),
- osnivanje profesionalne nacionalne udruge seoskog turizma s funkcijama informiranja, istraživanja tržišta, educiranja, povezivanja i članstva u krovnim međunarodnim udrugama).

Postojeću ponudu domaćeg turističkog tržišta moguće je unaprijediti slijedećim aktivnostima (*Glavni plan i strategija razvoja turizma RH, 2012: 58*):

- kreiranje *web* informacijsko-prodajne platforme specijalizirane za seoski turizam (*online booking* i/ili *linkovi* na ponuđače, društvene mreže, aplikacije za mobilne uređaje, *B2B* sadržaje),
- izrada *web* vodiča o ponudi seoskog turizma u Hrvatskoj za specijalizirane posrednike,
- izrada *web newsletter-a* o ponudi seoskog turizma u Hrvatskoj za specijalizirane posrednike,
- poticanje razvoja specijaliziranih turističkih agencija za seoski turizam s ponudom složenih programa u kojima se kombinira više aktivnosti u skladu s potrebama i interesima različitih ciljnih segmenata (obilasci vinarija, pregledavanje kulturnih i prirodnih znamenitosti, biciklističke ture itd.),
- umrežavanje lokalnih i regionalnih turističkih agencija te partnerstva s globalnim i specijaliziranim distributerima,
- učlanjivanje u renomirane međunarodne marketinške alijanse,
- osmišljavanje i uspostavljanje programa vjernosti,

- organiziranje studijskih putovanja za specijalizirane posrednike,
- sudjelovanje na specijaliziranim sajmovima i manifestacijama.

3.1.2. SWOT analiza mogućnosti razvoja seoskog turizma na području kontinentalne Hrvatske

SWOT analiza je metoda prepoznavanja i utvrđivanja ključnih čimbenika razvojnih potencijala i ograničenja te osnova za stvaranje vizije i definiranje smjernica turističkog razvoja kontinentalne Hrvatske. Tablica SWOT analize prikazuje razvojni i polazišni potencijal za razvoj seoskog turizma na području kontinentalne Hrvatske kroz prepoznate snage i mogućnosti koje se trebaju u budućnosti očuvati i dalje unaprjeđivati, pri čemu će realizacija potencijala prvenstveno ovisiti o sposobnosti uklanjanja utvrđenih vlastitih slabosti i vanjskih ograničenja.

Tablica 3. SWOT analiza razvojnih mogućnosti seoskog turizma kontinentalne Hrvatske

STRENGTHS → SNAGE	WEAKNESSES → SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • povoljan geostrateški položaj u odnosu na emitivna tržišta • dostupnosti i dobra prometna povezanost • brojne povijesne, prirodne i kulturne atrakcije • postojanje geotermalnog potencijala • dobra očuvanost ruralnog područja, močvarnih staništa i rijeka • postojanje obrazovnih institucija koje nude programe edukacije za zanimanja iz sektora turizma • postojanje tradicije u poljoprivredi, vinarstvu, poduzetništvu i obrtu • iskustvo u pripremi provedbe turističkih i ostalih projekata financiranih iz EU fondova • autentičnost tradicionalne gastronomije, manifestacija i nematerijalne kulturne baštine • postojanje aktivnih mjera poticanja razvoja 	<ul style="list-style-type: none"> • nedovoljno valorizirana turistička atrakcijska osnova • slabo razvijeni turistički posrednici • nepostojanje koncepta sustavnog ulaganja u integriranu marketinšku komunikaciju • nedostadni smještajni kapaciteti za veće grupe posjetitelja • kvaliteta i kvantiteta prateće infrastrukture (slab pristup internetu i mobilnim mrežama) • nedovoljna profesionalnost i nerazvijeni kapaciteti pružatelja usluga u seoskom turizmu • nezadovoljavajuća struktura (jednodnevne posjete bez noćenja) • ograničeni izvori financiranja za investicije • manjak ponude kvalitetnih sadržaja specifičnih oblika turizma
OPPORTUNITIES → PRILIKE	THREATS → PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • razvoj specifičnih oblika turizma (specijalizacija turističke ponude prema ciljnim segmentima) • korištenje izvora financiranja iz EU fondova • razvoj prometne infrastrukture (izgradnja autocesta, modernizacija željezničke pruge i uređenje plovnih putova) • web stranice i alati podrške za unapređenje turističke ponude i marketinga • integracija različitih oblika turističke ponude u jedinstveni turistički proizvod (<i>brandiranje</i>) • povezivanje sudionika i poticanje suradnje s drugim regijama • poticanje edukacija kadrova u turizmu s ciljem podizanja kvalitete ljudskih resursa 	<ul style="list-style-type: none"> • ekonomska kriza (smanjenje investicija i slaba kupovna moć stanovništva) • porast konkurencije u seoskom turizmu • slika Hrvatske kao isključivo maritimnog receptivnog tržišta • nedefiniran sustav destinacijskog menadžmenta na nacionalnoj razini • utjecaj turističkih i gospodarskih aktivnosti na ruralno okruženje • negativan utjecaj pravno – legislativnog okvira • depopulacija ruralnih područja i nemobilnost radne snage • vidljivi tragovi ratnih zbivanja (minirana područja, ruševine itd.)

Izvor: Strategija razvoja turizma Sisačko-moslavačke županije za razdoblje 2014-2020, 2013:28

3.1.3. Istraživanje o potrebama poduzetnika koji se bave seoskim turizmom

U radu *"Izazovi razvoja ruralnog turizma: Dosadašnja praksa u Europi i reperkusije na Hrvatsku, dr.sc. Lidija Petrić"* navedeno je jedno od rijetkih istraživanja koje je u Hrvatskoj provedeno o ruralnom turizmu. Navedeno istraživanje otkriva zanimljive potrebe poduzetnika, odnosno vlasnika seoskih gospodarstava koji su sudjelovali u istome. Naglasak je bio na sljedećim potrebama:

- povoljnije kreditne linije (91,11% ispitanika);
- veća pomoć od strane lokalne uprave, turističkih zajednica i znanstveno-obrazovnih institucija na području edukacije, promocije i obogaćivanja ponude (80% ispitanika);
- veće državne subvencije, posebno za farmere koji se bave proizvodnjom ekološki zdrave i čiste hrane (33,33% ispitanika);
- veći angažman domaćih turističkih agencija u promociji seoskog turizma (13,33% ispitanika);
- transparentni zakoni i olakšana procedura pri početku poslovanja (8,89%);
- lokalne vlasti trebale bi davati više podrške turističkom razvoju kroz kampanje uljepšavanja okoliša te održavanja infrastrukture.

Navedeni rezultati pokazatelj su da se vlasnici seoskih gospodarstava uvelike oslanjaju na vanjske izvore pomoći, krenuvši od početka poslovanja pa do ostalih aktivnosti. Također, rezultati ankete ukazuju na činjenicu da se razvoj turizma u lokalnoj zajednici još uvijek ne smatra zajedničkim poslom cijele zajednice, drugim riječima potreba suradnje u razvoju seoskog turizma još uvijek nije u potpunosti shvaćena niti prihvaćena.

3.1.4. Analiza elemenata makrookruženja za razvoj seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj

Za menadžment turističke destinacije seoskog turizma vrlo je važna situacijska analiza, tj. analiza makrookruženja kako bismo došli do saznanja o internim prednostima i nedostacima. S obzirom da je turističko tržište dosta turbulentno, menadžment turističke destinacije treba formulirati misiju, ciljeve, strategiju i ukupnu organizaciju turističke destinacije.

Kako se u turističkom okruženju odvijaju stalne promjene za menadžment turističke destinacije najvažnije su promjene koje se zbivaju u ekonomskom, političkom, sociokulturnom, tehnološkom i ekonomskom okruženju. Menadžment mora biti u korak s vremenom, odnosno uočavati, razumjeti i prihvaćati promjene kao temelj budućih aktivnosti.

3.1.4.1. Ekonomsko okruženje

Ekonomsko okruženje ima najveću važnost za menadžment turističke destinacije. Promjene u ovom okruženju stimuliraju i destimuliraju turistička putovanja, jer putovanja predstavljaju temelj potražnje i potrošnje turističkog proizvoda. Ekonomska snaga emitivnog turističkog tržišta osigurava dohodak seoskim gospodarstvima koja se bave seoskim turizmom, ali i povećanje slobodnog vremena posjetitelja te ih to čini temeljnim faktorima o kojima ovisi turistička destinacija. Pored ova dva faktora veliku važnost ima i stopa inflacije, odnosno valuta. Ako je valuta zemlje iz koje dolaze turisti jača od valute Hrvatske to može stimulirati putovanja u Hrvatsku kao receptivnu zemlju, jer njihov novac vrijedi više. S druge strane inflacija u Hrvatskoj kao ekonomska pojava može destimulativno djelovati na turiste iz emitivnih zemalja jer bi to značilo povećanje cijena usluga.

3.1.4.2. Socio-kulturno okruženje

Ekonomski razvoj ima snažan utjecaj na socio-kulturnu strukturu ruralnih zajednica što se najviše uočava kroz promjene u demografskoj slici. Ruralnu zajednicu Hrvatske karakterizira depopulacija i starenje stanovništva što rezultira napuštanjem ruralnih zajednica i izumiranjem hrvatskih sela. S druge strane moderni turisti iz urbanih područja zbog psihofizičke opterećenosti uzrokovane radom i rutine u obavljanju posla počinju sve više koristiti usluge seoskog turizma kako bi zadovoljili želju za odmorom, rekreacijom i boravkom u prirodi te upoznavanjem tradicije hrvatskih sela. Navedeno su prilike koju turističke destinacije moraju uočiti i iskoristiti kako bi stimulirali potrebu za putovanjem.

Visoka razina obrazovanja potencijalnih turista predstavlja značajan čimbenik turističke potražnje jer predstavlja spremnost na nova i individualna istraživanja kulture, seoskih običaja, gastronomije, enologije i ruralnih aktivnosti, odnosno vrijednosti turističke destinacije.

3.1.4.3. Političko okruženje

Političko okruženje također predstavlja značajan element za analizu makrookruženja jer se događaju brojne promjene. Radi se o utjecaju državnih i drugih organizacija te institucija koje koordiniraju i usklađuju razvoj seoskog turizma (Ministarstvo turizma, Hrvatska turistička zajednica, programi Europske unije...). Dugo vremena se smatralo da turizam ima utjecaj samo na platnu bilancu i bruto nacionalni dohodak, zapošljavanje i razvoj drugih privrednih grana koje neposredno potpomažu razvoju seoskog turizma (poljoprivreda, promet). Iako je seoski turizam u određenim ruralnim zajednicama glavni izvor prihoda obiteljskih gospodarstava te time doprinosi zapošljavanju ruralnog stanovništva, sve više se daje naglasak na održivi razvoj radi očuvanja zaštite i unaprjeđenja prirodnih i kulturnih resursa.

Političko okruženje je važno u pogledu fluktuacije turista. U Hrvatskoj ne postoje značajnije prepreke prilikom propuštanja turista, jer ne postoji velika opasnost od terorizma te procedure graničnih prijelaza nisu stroge. Iz navedenog je očito da je sigurnost jedan od bitnih čimbenika turističke potražnje Hrvatske.

3.1.4.4. Tehnološko okruženje

Tehnološko okruženje je vrlo dinamično i gotovo na svakodnevnoj razini se događaju promjene. Navedene promjene imaju snažan utjecaj na turizam općenito, jer se očekuje povećan stupanj automatizacije turističke djelatnosti i povećanje broja potencijalnih turista koji će koristiti tehnologiju vizualne komunikacije. Na seoski turizam tehnološko okruženje ne bi trebalo imati značajan utjecaj, jer je najvažnija karakteristika turističke usluge seoskog turizma upravo izostanak suvremene tehnologije i vraćanje starim tradicijskim običajima. Tehnologija ima utjecaj na seoski turizam prilikom promoviranja turističke destinacije i rezervacijskih sustava smještajnih kapaciteta što doprinosi kvaliteti turističke ponude.

3.1.4.5. Ekološko okruženje

Sve veći značaj se pridaje održivom turizmu u koji spadaju seoski turizam, eko-turizam, planinarski turizam, agro-turizam itd. Navedeni oblici čuvaju i unaprjeđuju prirodne i

društvene resurse, karakterizira ih briga za očuvanjem okoliša, kulturno-povijesnog nasljeđa i ostalih antropogenih čimbenika. Zaštita i očuvanje prostora, kao i njegovo poboljšanje, postaju značajna osnova turističke politike u razvoju turističke destinacije. Poduzimaju se aktivnosti kako bi se spriječile određene prijetnje uništavanja prirodnog okoliša. Temeljni cilj mora biti pronalaženje ravnoteže između ekonomskih i ekoloških ciljeva razvoja i uspostavljanje harmonije između želja, interesa i potreba turista s okruženjem i infrastrukturom destinacije. Vrijednosti destinacije kao što su flora, fauna, izvorna kultura, gastronomija, kulturno-povijesno nasljeđe moraju trajati više generacija.

3.2. Odabir ciljnog tržišta

Današnji suvremeni turisti, turisti treće generacije, su zahtjevni i putuju zbog konkretnih motiva, a ne samo radi potrebe za putovanjem ili želje za posjetom određene destinacije. Oni imaju želju doživjeti iskustvo novih i različitih mjesta, imati individualnu i personaliziranu uslugu te otkriti autentičnu ponudu destinacije koju posjećuju. Suvremeni turisti time iskazuju želju za sudjelovanjem u jedinstvenoj kulturi ruralne zajednice.

Tržišni segmenti mogu se pronaći među svim dobnim skupinama, geografskim lokacijama, razinama primanja, profesionalnim orijentacijama i vremenu putovanja u godini. Komunikacija prema tržišnim segmentima je personalizirana i ima segmentirani pristup što rezultira učinkovitim plasiranjem poruka i promotivnih aktivnosti diferenciranim interesnim grupama.

3.2.1. Motivi za posjetu destinacije seoskog turizma

Motivi za putovanje uključuju interes za upoznavanje ruralnog načina života i tradicije (npr. arhitektura, događanja, gastronomija i enologija), potrebu za provođenjem slobodnog vremena u mirnijem i prirodnom okruženju, ali i mogućnost zabave, jeftinijeg odmora. Starije generacije motivira nostalgija za mladosti vezanoj za ruralna područja, tradicijsku gastronomsku ponudu i događajima koji su dio kulturno-povijesne baštine. Za upoznavanje starih tradicijskih običaja i predmeta, izložene su raznovrsne etno zbirke prikupljane i stotinama godina. Za obitelji s djecom i mlađe, važna je edukativna komponenta putovanja koju karakterizira upoznavanje djece s različitim vrstama domaćeg biljnog i životinjskog

svijeta. Djeca uče o procesima obrade zemlje, uzgoja stoke i proizvodnji autentičnih prehrambenih proizvoda. Iskazuju potrebu za autentičnim krajolicima. Turističke destinacije seoskog turizma također privlače mnoge turiste namjernike koji se bave rekreacijom u prirodi i žele upoznati krajolik određenog područja. Seoski turizam nudi i zdravstvenu komponentu kao što su čisti zrak, nezagađene tekućice i ekološki proizvedeni prehrambeni proizvodi. Sezona putovanja traje cijelu godinu, dok obitelji s djecom i mlađi putuju uglavnom za vrijeme praznika, a stariji u proljeće i/ili jesen kada je promet manje intenzivan. Boravci traju uglavnom kraće, u prosjeku 3 dana.

3.2.2. Segmentacija ciljnog tržišta po dobnim skupinama

Ciljno tržište seoskog turizma kontinentalne Hrvatske može se svrstati u osam grupa:

- Mladi (18 do 24 godine): tržišni segment s društvenim i/ili kulturološkim različitostima te sklonostima različitim načinima putovanja. Putuju tijekom praznika u trajanju od nekoliko dana do nekoliko mjeseci, a odabiru jeftiniji prijevoz i smještaj. Skloni su pustolovinama i aktivnostima u čistoj prirodi te lokalnoj kulturi, a informiraju se u najvećoj mjeri preko Interneta.
- Parovi s dvostrukim primanjima, bez djece: karakterizira ih činjenica da imaju novca te da su vremenski ograničeni. Područje interesa su im kratki odmori i oblici i sadržaji putovanja kojima se nagrađuju. Informiraju se u najvećoj mjeri preko Interneta, časopisa i po preporuci prijatelja. Za razliku od tržišnog segmenta mladih, oni nisu cjenovno osjetljivi.
- Obitelji: uključuje obitelji s mlađom djecom (djeca do 7 godina) i obitelji sa starijom djecom (od 8 do 14 godina). Za obitelji s mlađom djecom karakteristično je da su orijentirani interesima djece i udovoljavanju njihovih potreba. Obitelji sa starijom djecom traže sadržaje koji mogu zadovoljiti potrebe svih članova. Navedeni segment pretežno putuje tijekom školskih praznika, a informiraju se uglavnom usmenom predajom. Segment koji obuhvaća obitelj je cjenovno osjetljiv.
- Radno aktivni ljudi čija su djeca napustila roditeljski dom i žive samostalno (od 50 do 65 godina): karakterizira ih činjenica da putuju tijekom cijele godine, često spajaju posao s odmorom i sklonost holističkom pristupu života (zdrava hrana, *wellness*, revitalizacija). Nisu cjenovno osjetljivi, na putovanjima se nagrađuju, temeljito se

pripremaju za putovanje, a informiraju se preko preporuka, Interneta i specijalizirane literature o putovanjima.

- Umirovljenici bez većih zdravstvenih problema (+65 godina): riječ je o skupini koja još uvijek aktivno putuje, a zanima ih obilazak glavnih atrakcija. Cijene udobnost smještaja, a za starije među njima bitna je dostupnost medicinske skrbi. Cjenovno su osjetljivi i putuju pretežito u proljeće i jesen. Najviše uvažavaju preporuke kao izvor informacija.
- Specijalizirani organizatori poslovnih putovanja: radi se o specijaliziranim posrednicima za poslovna putovanja koja se uglavnom odvijaju tijekom proljeća i jeseni. Odabiru prepoznatljive i atraktivne destinacije te višu kvalitetu usluga.

Radno aktivni ljudi čija su djeca napustila roditeljski dom i umirovljenici bez većih zdravstvenih problema su najvažniji ciljni tržišni segment seoskog turizma. Parovi s dvostrukim primanjima bez djece i obitelji su sekundarno ciljno tržište dok su mladi tek tercijarni ciljni segment. Specijalizirani organizatori poslovnih putovanja su najmanje relevantni za seoski turizam. Potražnju za seoskim turizmom najviše generira domicilno stanovništvo iz urbanih područja.

3.3. Vodeće destinacije seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj

Na Danima hrvatskog turizma, odlukom stručne komisije Ministarstva turizma, Hrvatske turističke zajednice i Hrvatske gospodarske komore, baranjsko mjesto Karanac je proglašeno najuspješnijom destinacijom ruralnog, a time i seoskog turizma u Hrvatskoj 2015. godine.

Osječko-baranjska županija nudi krajolike bogate autentičnostima i istinskim vrijednostima tradicije hrvatskog sela. Zbog očuvanosti prirodnih, kulturnih i ekoloških resursa, Osječko-baranjska županija ima veliki potencijal za razvoj različitih oblika kontinentalnog turizma, među njima i seoskog. Nalazi se u Panonskoj nizini koja obuhvaća dio Podunavlja i Podravine te je zbog toga poznata po izvrsnoj prometnoj povezanosti što je jedna od osnova za razvoj turizma.

Domicilno stanovništvo Karanca i tradicija seoskog područja, privlači sve više posjetitelja. U Karancu kao etno-selu, živi nešto više od tisuću stanovnika, a gotovo svako obiteljsko gospodarstvo je na neki način vezano uz seoski turizam. Pošto trećinu područja zauzimaju

šume i vinogradi, domicilno stanovništvo doprinosi turističkom proizvodu ponudom vina koje ima dugogodišnju tradiciju.

Drugo mjesto kao najatraktivnije destinacije seoskog turizma pripalo je Konavlima u Dubrovačko-neretvanskoj županiji, dok je treće mjesto pripalo Gupčevom kraju u Krapinsko-zagorskoj županiji. Vidljivo je Baranja ponudom u seoskom turizmu prestigla i južnu Dalmaciju i Hrvatsko zagorje.

Gupčev kraj obuhvaća područje općine Gornja Stubica u Hrvatskom zagorju, odnosno u Krapinsko-zagorskoj županiji. Krapinsko-zagorska županija površinom spada u red manjih županija te je uz Međimursku i Varaždinsku županiju najgušće naseljeno područje Hrvatske. Na području Krapinsko-zagorske županije prevladavaju naselja ruralnog obilježja. Kulturno nasljeđe feudalizma na ovom području označava sklad arhitekture, mnoštva *burgova* i dvoraca s idiličnošću prirode. Uz to područje su vezane legende koje daju određenu mističnost području.

Gupčev kraj, konkretno, je mjesto poznato po legendama vezanima uz Matiju Gupca i Seljačku bunu 1573. godine. Najvažnije atrakcije su Gupčeva lipa koja je stara više od 400 godina. U centru općine se nalazi spomen park Rudolfu Perešinu, poznatom hrvatskom pilotu. U blizini se nalazi i plemićki dvorac obitelji Oršić iz 18. stoljeća. Za ovo područje su karakteristične autentične drvene kuće (hiže). Stubičkom dolinom dominira i monumentalni spomenik seljačkoj buni i Matiji Gupcu rađen u bronci i zelenom kamenu s Medvednice.

Ovaj kraj uglavnom posjećuju planinari i putnici namjernici iz Hrvatske i ostalih zemalja. Kraj pruža osjećaj ugodnosti i gostoljubivosti uz prirodne ljepote. Područjem dominira dvadesetak mlinova i potoci. To je prekrasna oaza sačuvane prirode, zelenila, čistog zraka, blagih i zdravlju ljekovitih voda.

Uz Osječko-baranjsku i Krapinsko-zagorsku županiju, važna područja kontinentalne Hrvatske koja su osnova za razvoj seoskog turizma su Bjelovarsko-bilogorska, Koprivničko-križevačka, Međimurska i Varaždinska županija. Razvoj seoskog turizma na navedenim područjima dovodi do revitalizacije ruralnih područja. Kako bi se nastavio daljnji uspjeh seoskog turizma, važno je identificirati materijalnu i nematerijalnu kulturnu baštinu, krajolik i prirodne atrakcije te autohtone proizvode i slično. Potrebno je poticati poduzetništvo kod pojedinaca te pružati potporu prilikom pružanja turističke usluge.

3.4. Usporedba seoskog turizma u Europi i Hrvatskoj

Investicije u djelatnosti u ruralnim područjima, isključujući poljoprivredu, smatraju se odlučujućim faktorom za sprječavanje depopulacije, za povećanje zaposlenosti i učenje novih vještina. Seoski turizam je vrlo značajan za vrednovanje i očuvanje lokalne baštine, kulture i prirodnih znamenitosti. Zbog toga je sve veća potpora europskih institucija i dodjele sredstava seoskom turizmu i razvoju nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima. Sufinancira se turizam, ali i prateće djelatnosti kao što su:

- prerada proizvoda,
- tradicijski obrti i izrada suvenira,
- ulaganja u obnovljive izvore energije,
- različite vrste usluga u ruralnim područjima, poljoprivredi, šumarstvu (IT tehnologija, radionice za popravak strojeva, sportsko-rekreativni centri i sl.).

Zemlje Europe koje imaju najrazvijeniji oblik seoskog turizma su: Francuska, Njemačka, Austrija i Velika Britanija. Koristeći potpore Europske unije prilikom razvoja ruralnih područja, značajno su napredovale Rumunjska, Bugarska i Latvija.

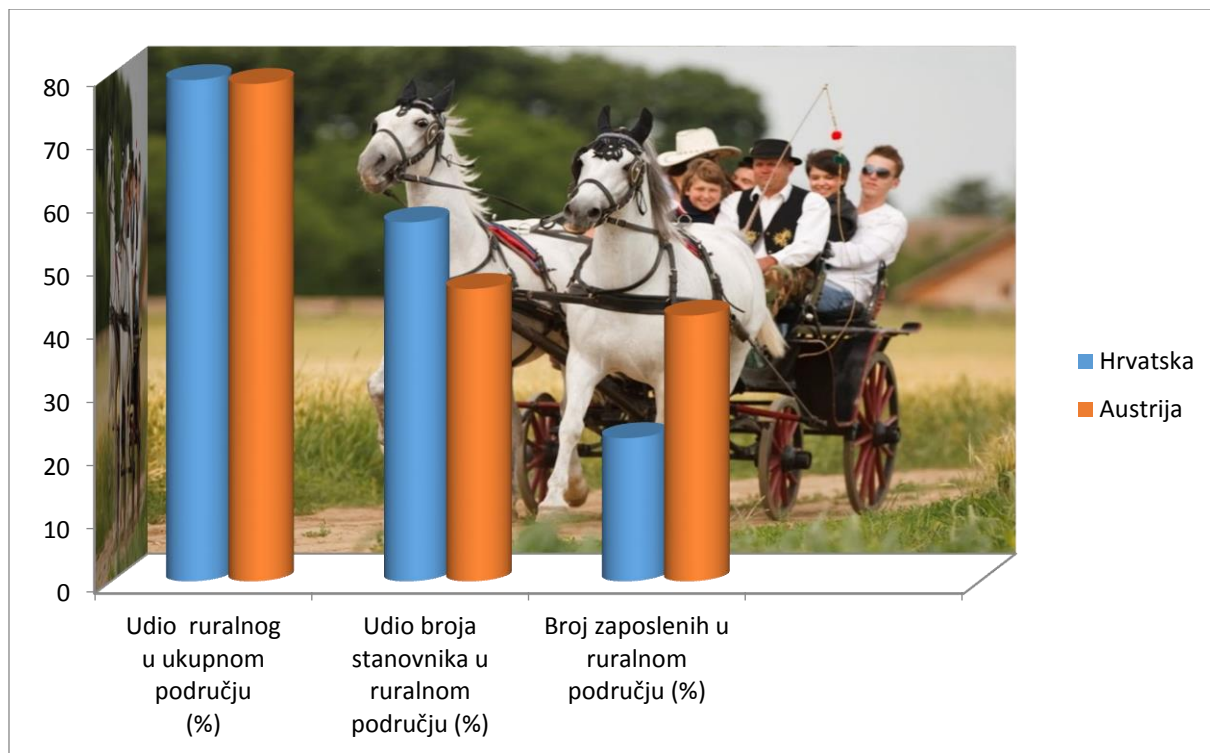
3.4.1. Usporedba razvoja seoskog turizma Austrije i Hrvatske

Za potrebe rada, potencijal Hrvatske je uspoređen s Austrijom, koja je Hrvatskoj geografski najbliža zemlja s visoko razvijenim oblikom seoskog turizma. Prema podacima iz 2008. godine, Austrija je pretežno ruralna zemlja s 78,5% ruralnog područja, 20,2% mješovitog i 1,3% urbanog područja. Ruralna područja u Hrvatskoj zauzimaju 79,1% teritorija, 19,8% područja je klasificirano kao mješovito, dok samo 1,1% pripada urbanom području. Kao što je vidljivo iz prethodno navedenih podataka, Hrvatska je po segmentaciji područja vrlo slična Austriji i po tome ima veliki potencijal za razvojem seoskog turizma, prateći primjer Austrije. U usporedbi podatka Hrvatske s prosjekom Europske unije, 51,3% područja Europske unije je ruralno. U ruralnim područjima Hrvatske živi 56,7% stanovništva, dok u Europskoj uniji taj prosjek iznosi tek 22,3%.

U ruralnim područjima Austrije živi oko 10% stanovništva manje, odnosno 46,2%, ali su gotovo svi zaposleni (42%). U usporedbi s Austrijom, Hrvatska nudi potpuno drugačiju sliku.

Prema statistikama Eurostata iz 2012. godine, u ruralnim područjima živi 56,7% stanovnika, od toga je samo 22,7% je zaposleno. Od toga najviše zaposlenih je u poljoprivredi 12,4%, a u turizmu 5,7%. Navedeni podaci su prikazani u grafikonu 2..

Grafikon 2. Stanje u ruralnim područjima- usporedba Hrvatske i Austrije



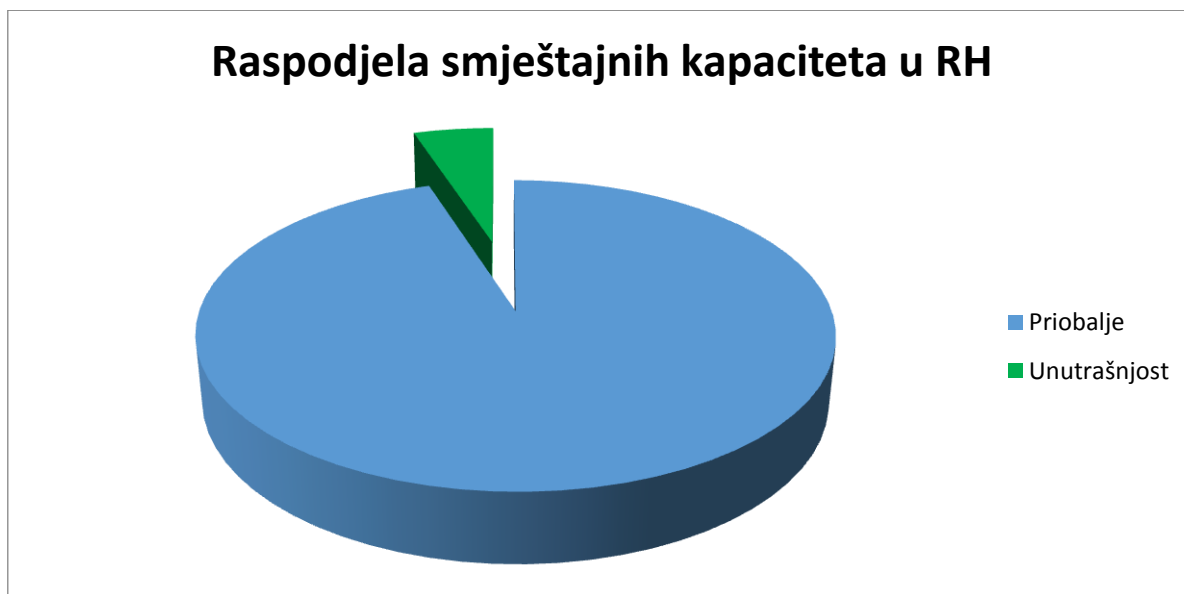
Izvor: Eurostat (2012-2014)

Austrija proživljava jednake posljedice globalizacije kao i Hrvatska što je rezultiralo masovnim zatvaranjem farmi, ali Austrijanci su efikasno primijenili novi model razvoja ruralnih područja. U razdoblju od 2009. do 2015. godine, Austrija bilježi rast od 5,9 milijuna noćenja od čega čak 90% u planinskim noćenjima. Taj uspjeh austrijski seoski turizam može zahvaliti projektu pod nazivom „Austrian Farm Holidays“. „Austrian Farm Holidays“ nastao je iz sličnog projekta iz 1991. godine, dok se u Hrvatskoj takvi projekti tek sada počinju razvijati i formirati. Aktivnosti navedenog projekta obuhvaćaju istraživanje tržišta, edukaciju, upravljanje kvalitetom i poslovni razvoj.

Prema Programu ruralnog razvoja Republike Hrvatske 2014.-2020., odobreno 26. svibnja 2015. godine, čitava Hrvatska je ruralno područje osim područja gradova Zagreba, Rijeke,

Splita i Osijeka. Prema istraživanjima razlog nerazvijenosti seoskog turizma u Hrvatskoj ponajviše je orijentacija na maritimni turizam i nedovoljna afirmacija domaće gastronomije i vinarstva. Sljedeći grafikon (Grafikon 3.) prikazuje raspored smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj.

Grafikon 3. Raspodjela smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj



Izvor: Eurostata (2014)

3.5. Ekološki aspekt seoskog turizma u Hrvatskoj

Uzevši u obzir ekološke karakteristike Hrvatske vidljivo je da razvoj seoskog turizma može biti jedan od ključnih elemenata ekološkog razvoja Hrvatske u budućnosti. Seoska područja u Hrvatskoj su u odnosu na ostale društvene segmente kroz proteklih 50 godina proživjela najšokantnije i najdrastičnije promjene. Nastale promjene se odnose na sve elemente seoskog života: od načina i kvalitete življenja, arhitekture i gradnje, kvalitete okoline, do načina rada i potrošnje. Nasilna depopulacija sela, karakteristična za poslijeratno razdoblje, rezultirala je promjenama na tradicionalnim načine poljoprivredne proizvodnje što se negativno odrazilo na kvalitetu življenja, ruralne ekosisteme i ruralni razvoj. Depopulacija sela dovela je do iseljavanja radno sposobnog stanovništva, naročito odlazi mlada radna snaga, što rezultira otežanim tradicionalnim načinom proizvodnje i obrađivanjem plodnih poljoprivrednih

površina koje ostaju neobrađene. Istovremeno ubrzano pada vrijednost zemlje, a selo se doslovno zapostavlja i prepušta samo sebi.

Zbog navedene problematike, uz nastavljeno starenje stanovništva ruralnog područja, obilježava se i prodor novih tehnologija te načina poljodjelstva i stočarstva (traktori, umjetna gnojiva, pesticidi i herbicidi). U tradicionalnu seosku sredinu ulaze nove tehnologije, nove vrste i načini gradnje, upotrebljavaju se novi i strani materijali. Primjerice, seoske kuće u Posavini u prošlosti su građene od drva, jer je bio lokalni materijal, a zbog močvarnih uvjeta i vlage bio je i ekološki najpodobniji. Time se, uz čuvanje okoline, zdravlja i dostignute kvalitete življenja maksimalno čuvala prirodna okolina i koristio se lokalno raspoloživ materijal. Postojala je prepoznatljiva seoska arhitektura, pojedinih područja i podneblja.

3.5.1. Očuvanje društvenih resursa i ekološke ravnoteže

Seoski turizam potiče očuvanje kulturno-povijesne baštine i tradicionalne ekološke načine poljoprivredne proizvodnje. Ekološki aspekt seoskog turizma ogleda se još i u očuvanju prirode i eko-sustava uz što manje korištenje novih tehnologija te što manju uporabu kemijskih sredstava štetnih za okoliš. Potiče se ekološka proizvodnja odnosno upravljanje poljoprivrednim gospodarstvom i proizvodnja hrane koja uključuje najbolje prakse zaštite okoliša, visoku razinu bioraznolikosti, očuvanje prirodnih resursa i primjenu visokih standarda za dobrobit životinja.

Ekološkom poljoprivredom smanjuje se ljudski utjecaj na okoliš osiguravanjem što prirodnijeg funkcioniranja poljoprivrednog sustava. Ekološke poljoprivrednike povezuje briga za lokalnu floru i faunu zbog čega odgovorno koriste energetske i prirodne resurse nastojeći održati ekološku ravnotežu. Također nastoje poboljšati plodnost tla i održati kvalitetu vode. Konačni učinak je da turisti u ruralnom području mogu biti sigurni da konzumiraju svježe i izvorne prehrambene proizvode. Ekološka proizvodnja pruža turistima mogućnost izravne kupnje tradicionalno i ekoloških proizvedenih prehrambenih proizvoda na seoskim obiteljskim gospodarstvima.

3.5.2. Ciljevi održivosti seoskog turizma

Ruralno područje je vrlo krhko te lako doživljava prirodne i kulturološke štete ili druge ne povoljne promjene koje može izazvati razvoj turizma. Turisti u ruralnom prostoru traže visoku kvalitetu i netaknut krajolik, mir, tišinu, kao i posebnu ljubaznost i kontakt s domaćinima koje može pružiti samo seoski turizam. Ukoliko se naruši ili ošteti postojeći red prirodnih i kulturoloških bogatstava, time se uništava ruralnost, kao osnovna komponenta turističke privlačnosti ruralnog prostora. Kao ciljeve održivosti seoskog turizma treba postaviti:

- očuvanje lokalne kulture i identiteta lokalne zajednice,
- očuvanje krajolika,
- očuvanje i održivi razvoj ruralne ekonomije,
- održivi razvoj turizma na dugoročnom planu,
- jasno razumijevanje činjenice da je isključiva vezanost uz turizam štetna i ne donosi željene rezultate, pa treba balansirati između razvoja seoskog turizma i drugih djelatnosti u ruralnom prostoru.

3.6. Predviđanje dugoročnog razvoja i porasta potražnje za destinacijama seoskog turizma

Stalan porast interesa lokalnih subjekata za razvoj seoskog turizma raste od trenutka kada je seoski turizam postao jedan od prioriteta razvojne strategije ruralne zajednice. Isti subjekti postaju svjesni mogućnosti što seoski turizam donosi. Problem nastaje kod precjenjivanja mogućnosti što dovodi do regresije, stagnacije, gubitka profitabilnosti lokalnog turizma kao i njegove autentičnosti. Da bi se izbjegli slični problemi potrebno je povećati broj prikladnih institucija na lokalnoj razini te povisiti stupanj stručnosti i upravljačkih vještina na individualnoj i javnoj razini, što predstavlja nužan uvjet kvalitetne turističke usluge.

Ruralna područja kontinentalne Hrvatske dobro su prometno povezana sa ostalim regijama Hrvatske kao i s emitivnim turističkim tržištima susjednih zemalja. Prirodne atrakcije, na koje

je najteže utjecati, su dobro razvijene. Najviše mjesta za razvoj imaju društveni čimbenici i ponude u seoskom turizmu koju je potrebno razvijati u cilju podizanja kvalitete i kvantitete turističkih usluga. Za svaku destinaciju seoskog turizma je potrebno izvršiti detaljnu analizu stanja te predložiti konkretne mjere za razvoj seoskog turizma kako bi dugoročno došlo do ukupnog održivog razvoja. Nakon toga potrebno je kontinuirano raditi analize utjecaja implementacije novih mjera i konstantno unaprjeđivati cijeli proces.

3.6.1. Potencijal kontinentalne Hrvatske za razvoj seoskog turizma i moguće zapreke razvoju

Hrvatska ima veliki potencijal za razvoj seoskog turizma. Treba iskoristiti povoljan geostrateški položaj u odnosu na emitivna tržišta te dostupnost i dobru prometnu povezanost. Također treba ulagati u očuvanje brojnih povijesnih, prirodnih i kulturnih atrakcija. Postojanje geotermalnog potencijala bi također trebalo iskoristiti za razvoj seoskog turizma kao i dobru očuvanost ruralnog područja, močvarnih staništa i rijeka. Brojne obrazovne institucije nude programe edukacije stanovništvu ruralnog područja za zanimanja iz sektora turizma te potiču tradicionalne aktivnosti u poljoprivredi, vinarstvu, poduzetništvu i obrtu. Kako bi se razvio turizam u ruralnom području, potrebno je iskoristiti financiranje EU fondova i aktivne mjere poticanja.

Za dugoročni razvoj seoskog turizma potrebno je bolje valorizirati turističku atrakcijsku osnovu, razvijati turističko posredovanje, ulagati u koncept integrirane marketinške komunikacije. Smještajne kapacitete je potrebno adaptirati za veće grupe posjetitelja i poboljšati kvalitetu i kvantitetu prateće infrastrukture (poboljšati pristup Internetu i mobilnim mrežama). Potrebno je poticati višednevne posjete s noćenjem i povećati ponudu kvalitetnih sadržaja specifičnih oblika turizma.

Za daljnji razvoj seoskog turizma trebalo bi specijalizirati turističku ponudu prema tržišnim segmentima, unaprijediti prometnu infrastrukturu (modernizacija željezničke pruge i uređenje plovnih puteva) kao i web stranice i alate podrške za unapređenje turističke ponude i marketinga.

Zapreka razvoju seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj može biti ekonomska kriza što bi rezultiralo smanjenjem investicija i slabom kupovnom moći stanovništva. Trebalo bi

promijeniti sliku Hrvatske kao isključivo maritimnog receptivnog tržišta. Također bi trebalo smanjiti utjecaj turističkih i gospodarskih aktivnosti na ruralno okruženje te poduzeti mjere za smanjenje učinka depopulacije ruralnih područja i poticati mobilnost radne snage.

3.6.2. Budućnost razvoja seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj

Prema demografskim značajkama, sve više prevladavaju gosti srednje životne dobi, koji dolaze u krugu obitelji, dok se udio turista mlađe dobi smanjuje. Smanjuje se udio segmenta sa srednjoškolskim obrazovanjem, a raste udio turista s višim i visokim obrazovanjem koje privlači ljepota krajolika i ekološka očuvanost kao elemenata ponude u kojima kontinentalna Hrvatska ima prednost u odnosu na konkurente. Elementi turističke ponude kontinentalne Hrvatske u ruralnim područjima su visoko atraktivni, a konkurencija je srednja.

Nastavak rasta potražnje za seoskim turizmom očekuje se i u budućnosti, trend je podržan sve izraženijim potrebama turista za aktivnim edukativnim te ekološki odgovornim odmorom. U skladu s vrijednostima i interesima turista očekuje se daljnja diverzifikacija proizvoda koji će ujedno povezivati seoski turizam s gastronomijom, kulturom ili nekom drugom društvenom korisnom aktivnošću. Rast seoskog turizma ističe veliki značaj ovog proizvoda za budući rast ukupnog turističkog sektora.

Rast nišnih proizvoda uz trend daljnje diverzifikacije potražnje podržat će rast manjih, specijaliziranih ponuđača usluga. S obzirom na sve veću osviještenost stanovništva za zaštitom okoliša i rastuću orijentaciju prema zdravom životu, očekuje se da će seoski turizam biti jedan od motiva putovanja u budućnosti. Ekološka odgovornost destinacija i ponuđača usluga pozitivno će utjecati na odluku o odabiru turističkih destinacija seoskog turizma.

Hrvatska je pozicionirana kao nova destinacija seoskog turizma. Uz isticanje pejzažnih raznolikosti te kvalitete i autentičnosti sadržaja turističko-ugostiteljske ponude, sustav doživljaja temelji se posebno na ponudi nekoliko međunarodno prepoznatljivih očuvanih tradicijskih ruralnih zajednica. Dodatni elementi diferencijacije proizvoda odnose se na lokalnu gastronomiju, enologiju, očuvanost životinjskog svijeta te bogatstvo voda. Uspostavljajući sustave podrške, uključujući informacije, edukaciju i udruživanje malih

poduzetnika, djeluje se na stvaranje uređenije, tematizirane i sadržajne ponude na pojedinačnim seoskim gospodarstvima, ali i na razini destinacija. Sustavnim mjerama potrebno je poticati obnovu napuštenih sela, stavljajući ih u funkciju turističke ponude.

4. ISTRAŽIVANJE ČIMBENIKA ZA RAZVOJ STRATEGIJE SEOSKOG TURIZMA U KONTINENTALNOJ HRVATSKOJ

4.1. Metodologija istraživanja

Istraživanje čimbenika za razvoj strategije seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj provedeno je na primjeru parka prirode Lonjsko polje. Cilj istraživanja je prikazati kako određeni čimbenici utječu na razvoj seoskog turizma na navedenom području te utjecaj čimbenika na društvene i prirodne resurse. U istraživanju će se prikazati i utjecaj razvoja seoskog turizma na domicilno stanovništvo i obiteljska gospodarstva koja su prisutna u selima unutar područja Lonjskog polja.

Instrument istraživanja je proučavanje službenih internetskih stranica i prikupljanje relevantnih podataka za rad. Prikupljeni podaci se odnose na park prirode Lonjsko polje koje predstavlja cjelinu unutar koje se nalaze tradicionalna autentična sela. Lonjsko polje uz vlastitu ponudu turističkih usluga promovira i turističke usluge lokalnih obiteljskih gospodarstava. Lonjsko polje predstavlja primjer zajednice obiteljskih gospodarstava koja koriste zajedničke prirodne resurse s ciljem razvoja Lonjskog polja kao turističke destinacije, a istovremeno predstavljaju međusobnu konkurenciju prilikom ponude turističke usluge.

4.2. Analiza slučaja Parka prirode Lonjsko polje

U svrhu istraživanja, provedena je analiza Parka prirode Lonjsko polje, koje je ogledni primjer planiranja zaštite prirode u ruralnim područjima, ne samo Hrvatske, nego i zemalja srednje i istočne Europe. Lonjsko polje je prepoznato kao jedno od najpotencijalnijih područja seoskog turizma u Hrvatskoj. Osim što je primjer zaštite prirode u ruralnim područjima, Lonjsko polje poboljšava cjelokupnu ekološku sliku Hrvatske. Domicilno stanovništvo

Lonjskog polja sve je svjesnije da aktivno sudjeluje u očuvanju njegovog jedinstvenog krajolika. Osim usredotočenosti na očuvanje identiteta kulturne i prirodne baštine srednje Posavine, kao i na održavanje ekoloških procesa ključnih za funkcioniranje parka, sada se sve više usmjerava prema razvoju turizma.

U početku turizam za Lonjsko polje je kao gospodarska grana bio nerazvijen, bez turističkih kapaciteta i vizije domicilnog stanovništva za njegov razvoj. Temelj razvoja seoskog turizma je razumna upotreba prostora, prirodnih i društvenih resursa domicilnog stanovništva. Međusobna suradnja domicilnog stanovništva predstavlja snažan alat koji doprinosi postizanju ciljeva turizma, jer ih povezuju zajednički interesi kao što su:

- brendiranje,
- jačanje lokalnog ponosa,
- zapošljavanje,
- poboljšavanje infrastrukture i lokalno povezivanje područja,
- jačanje poduzetništva i partnerstva među zaštićenim područjima

4.2.1. Prirodne značajke Parka prirode Lonjsko polje

Lonjsko polje se nalazi u južnom dijelu sjeverozapadne Hrvatske i graniči s Bosnom i Hercegovinom. Jedno je od najvećih zaštićenih poplavnih područja dunavskog slijeva s ukupnom površinom od 50 650 ha koje je 1990. godine proglašeno parkom prirode. Nalazi se 75 kilometara jugoistočno od Zagreba. Izrazito je nizinski kraj, nadmorske visine od 90 do 100 metara. Ulaskom Hrvatske u Europsku uniju Lonjsko polje postalo je dijelom europske mreže NATURA 2000 kao važno područje za divlje svojte i stanišne tipove te dio važnog međunarodnog područja za ptice. Zbog iznimnih prirodnih i kulturnih vrijednosti, Lonjsko polje je 2005. godine uvršteno na pristupnu listu UNESCO-ove Liste svjetske baštine u mješovitoj kategoriji.

U parku se nalazi 14 naselja: Osekovo, Stružec, Čigoč, Kratečko, Mužilovčica, Suvoj, Lonja, Trebež, Puska, Krapje, Drenov Bok, Jasenovac, Košutarica i Mlaka. Uz navedena naselja, na području Lonjskog polja, nalaze se još dva ornitološka rezervata – Krapje Đol (prvi ornitološki rezervat u Hrvatskoj) i Rakita. Važno je napomenuti da je zbog velikog broja gnijezda na krovovima drvenih posavskih kuća selo Čigoč proglašeno prvim *Europskim selom*

roda. Selo Krapje dobilo je status *Sela graditeljske baštine* zbog velikog broja očuvanih objekata, tradicijske drvene arhitekture te linijske prostorne organizacije sela.

4.2.2. Kulturna baština i infrastruktura Parka prirode Lonjsko polje

Tradicijski sustav ruralnih naselja s pripadajućom arhitektonskom baštinom i kulturnim krajolikom čini kulturnu baštinu Lonjskog polja. Kulturni krajolik i identitet povezan je s prilagodbom lokalnog stanovništva u uvjetima života i rada na poplavnom području. Gospodarski razvoj mala seoska naselja zasnivaju na osnovnim tradicijskim djelatnostima, poljoprivredi i šumarstvu. Suživot ljudi i prirode ogleda se u tradicijskoj gradnji od prirodnog materijala (hrastovina) izvedene kao umijeće lokalnih graditelja te je na najbolji mogući način uklopljena u prirodni okoliš.

Park prirode Lonjsko polje povezan je županijskom cestom od Siska do Jasenovca (istok-zapad) te cestom Sisak-Popovača i Krapje-Subocka (sjever-jug). Također, Lonjsko polje ima dobru željezničku prometnu povezanost, povezuje Sisak i Novsku te prolazi kroz Jasenovac. Riječni promet odvija se po Savi i dug je 117 kilometara te je uključen u europsku mrežu plovnih putova Dunavskog koridora 7. Trgovine mješovitom robom nalaze se u samo osam naselja, dok najposjećenije naselje, selo Čigoč, nema niti jednu trgovinu mješovitom robom. Dom zdravlja se nalazi jedino u Jasenovcu, a stanovništvo se za zdravstvene potrebe upućuje u okolna gradska središta.

4.2.3. Čimbenici razvoja seoskog turizma Parka prirode Lonjsko polje

Prema preporukama Europske komisije, pet čimbenika čine temelj razvoja seoskog turizma na području Lonjskog polja:

- turistički djelatnici moraju se više usmjeriti na želje posjetitelja,
- promocija treba ojačati konkurentnost i ojačati tržište,
- moderna prometna i turistička infrastruktura treba povećati uspješnost turističkih destinacija,
- razviti društvene resurse,
- poticati i osigurati održivost razvoja.

Usmjerenost na želje posjetitelja i održivost razvoja su dva međusobno povezana aspekta sa stajališta tržišta. Jedna od glavnih potreba zahtjevnih turističkih tržišta jest doživjeti netaknutu prirodu. Doživljaj prirode, autentičnost i identitet Lonjskog polja su osnovni motivi za putovanje. Autentičnost se može doživjeti kroz seosku kulturu i tradiciju u prirodnom okruženju.

4.3. Rezultati istraživanja

Tijekom provedenog istraživanja opisana je analiza trendova u turizmu Lonjskog polja, s naglaskom na seoski turizam gdje su opisani trendovi koji su dobar preduvjet za razvoj Lonjskog polja kao turističke destinacije, a ujedno i zaštite tog područja. Navedena je raznolikost prirodne i društvene baštine koja čini temelj turističke ponude te definira smjer razvoja i tržišnog pozicioniranja Lonjskog polja. Provedena je SWOT analiza čimbenika za razvoj seoskog turizma koja pomaže pri poticaju održivosti razvoja seoskog turizma. Opisani su tržišni segmenti kroz starosnu dob i broj noćenja. Također su opisani ciljevi održivosti seoskog turizma.

4.3.1. Analiza trendova u turizmu s naglaskom na seoski turizam

U istraživanju su analizirani trendovi u turizmu na globalnoj razini kojima se stvaraju preduvjeti za razvoj i održivost seoskog turizma na području Lonjskog polja. Nastoji se osigurati da Lonjsko polje postane konkurentna turistička destinacija koja privlači turiste te da ponuda turističkih usluga i proizvoda osigura održivost destinacije u dužem vremenskom razdoblju. Sljedeći trendovi u turizmu čine preduvjete za razvoj seoskog turizma u Lonjskom polju (*Javna ustanova Park prirode Lonjsko polje, 2014: 20*):

- Unatoč recesiji u Europi, bilježi se porast broja posjeta u istočnoeuropskim destinacijama,
- Raste potražnja za novim oblicima netradicionalnog turizma, jer se podiže prosječna razina obrazovanja turista što je rezultiralo povećanom potražnjom za turističkim destinacijama s naglaskom na kulturi, prirodi i povijesti,

- Europsko stanovništvo je sve starije te se povećava potražnja za destinacijama koje nude kvalitetu, udobnost, sigurnost i kratak odmor u inozemstvu izvan sezone,
- Kontinentalna Hrvatska ima priliku postati konkurentno obrazovno i ekološko odredište u Europi, jer je fokus na novim oblicima turizma sve veći,
- Metode privlačenja turista su promijenjene, jer se sve više koriste internetske rezervacije, društvene mreže i internetske tražilice,
- Europska komisija smatra da Europa mora ostati u vrhu svjetskih turističkih destinacija kako bi se osigurao dugoročni održivi gospodarski rast.

4.3.2. Ponuda Parka prirode Lonjsko polje

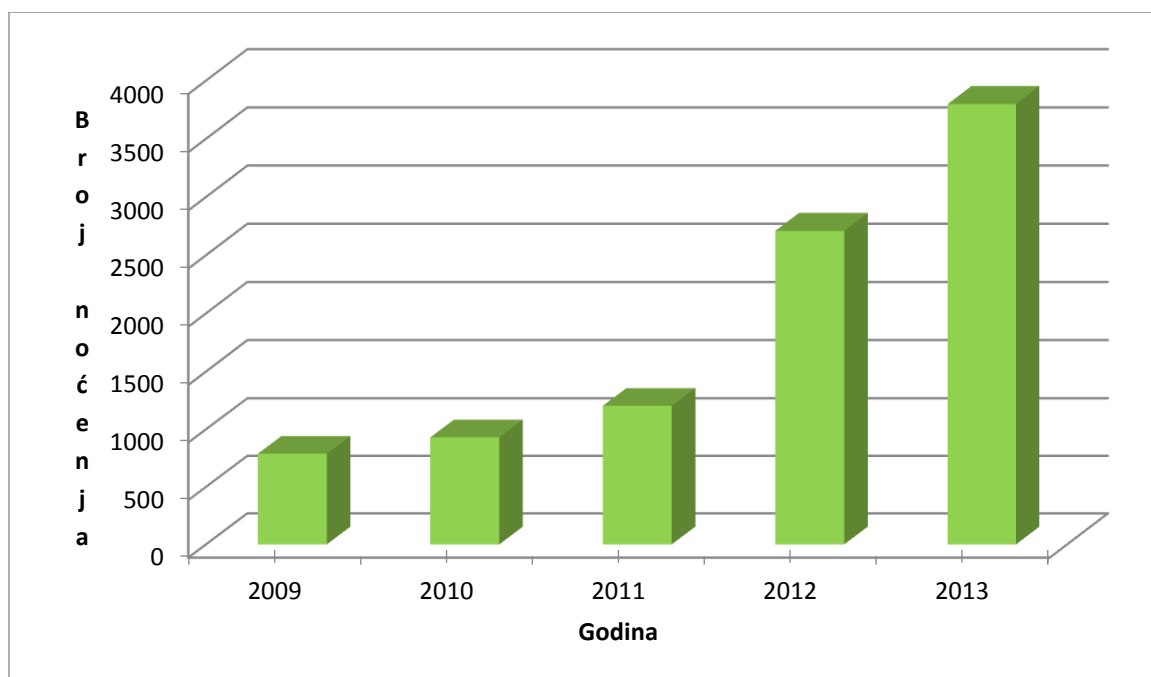
Najveće vrijednosti Lonjskog polja su velika prirodna bogatstva i bogata tradicija kao i slikoviti prirodni krajolici, ugrožene biljne i životinjske vrste te slikovita i bogata kulturna baština. Na temelju navedenih vrijednosti Lonjsko polje oblikuje svoju turističku ponudu koja se ogleda u aktivnom odmoru u prirodi, raznolikosti prirodne i društvene baštine u odnosu na urbanu sredinu te doživljaju i iskustvu. Temeljni smjer razvijanja i tržišnog pozicioniranja Lonjskog polja kao turističke destinacije je:

- Upotreba tradicionalnih drvenih kuća za smještaj, gastronomsku ponudu, pružanje turističkih usluga i info centre,
- Prijevoz sredstvima koja nemaju štetan utjecaj na okoliš,
- Organizirani sustav vođenja posjetitelja,
- Gradnja poučnih staza i promatračnica,
- Uprizorenje povijesnih događaja,
- Izrada edukativnih programa.

Najposjećenije mjesto je Čigoč s edukativnim programom *Bijela roda u Čigoču*, koje ga čini najpopularnijim programom u ponudi turističke destinacije. Drugo po posjećenosti je selo Mužilovčica s temom poplava, dok je selo Krapje s edukativnim programom *Krapje – selo graditeljske baštine* i ornitološki rezervat Krapje Đol na trećem mjestu posjećenosti. U dio turističke ponude Lonjskog polja još se ubrajaju etno zbirke, manifestacije, smještajni kapaciteti i gastronomska ponuda u organizaciji domicilnog stanovništva ili lokalne samouprave.

Smještajni kapaciteti su kao i gastronomska ponuda privatna inicijativa domicilnog stanovništva, a nalaze se na seoskim imanjima u drvenim tradicijskim kućama koje su restaurirane i turistima pružaju doživljaj seoskog života. Problem tradicijskih kuća je što je njihov smještajni kapacitet nedostatan za veće grupe ljudi. Povećanjem smještajnog kapaciteta, rasteretile bi se prometnice. Gastronomska ponuda vezana je uz poljoprivredu, odnosno tradicijsku proizvodnju organiziranu na seoskim gospodarstvima. Najčešće se radi o malom opsegu proizvodnje, proizvodima namijenjenima najčešće za osobne potrebe ili za posebne prigode. Ponuda prehrambenih proizvoda vrlo je ograničena. Povećanjem vrijednosti tradicijskih proizvoda, oni mogu postati važan izvor dohotka i zaposlenosti. Kako bi se povećala tržišna vrijednost prehrambenih proizvoda tradicijske poljoprivrede potrebno je povećati proizvodnju i marketinški ih pripremiti za tržište. Grafikon 4. prikazuje broj noćenja po godinama u smještajnim kapacitetima unutar područja Lonjskog polja. Rezultati pokazuju trend porasta uporabe smještajnih kapaciteta. Najveći broj noćenja bio je 2013. godine i iznosio je 3798 noćenja. U 2009. godini zabilježen je najmanji broj noćenja, a iznosio je 787 noćenja.

Grafikon 4. Broj noćenja u smještajnim kapacitetima Lonjskog polja



Izvor: Strategija razvoja održivog turizma Parka prirode Lonjsko polje (2014:40)

4.3.3. SWOT analiza čimbenika za razvoj seoskog turizma Lonjskog polja

SWOT analizom, odnosno analizom snaga, slabosti, prilika i prijetnji prepoznati su i utvrđeni čimbenici bitni za razvoj strategije seoskog turizma u Lonjskom polju. Analiza predstavlja osnovu za definiranje ciljeva te prikazuje razvojni i polazišni potencijal navedene strategije. Uklanjanjem vlastitih slabosti, sprječavanjem prijetnji, iskorištavanjem pruženih prilika te isticanjem prednosti potiče se održivi razvoj seoskog turizma.

Tablica 4. SWOT analiza čimbenika za razvoj seoskog turizma Lonjskog polja

STRENGTHS→ SNAGE	WEAKNESSES→SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Zaštićeno područje • Jedinstveni krajolik (nizinske poplavne šume, vlažni travnjaci) • Prirodno stanište međunarodne važnosti za ptice • Područje na pristupnoj listi UNESCO-ove Liste svjetske baštine • Očuvana kulturna baština • Tradicijska arhitektura • Naseljeno područje koje upotrebljava tradicionalnu kulturu i znanje, • Očuvanost tradicionalne poljoprivrede • Proizvodnja tradicijskih proizvoda • Tradicionalna gastronomska ponuda • Povezivanje poljoprivredne proizvodnje i turizma (seoski turizam) • Razvijena turistička infrastruktura (pješačke i biciklističke staze, jahanje i vožnja na splavi) • Prisutnost povijesnih lokaliteta • Održavanje tradicionalnih manifestacija • Povoljan prometni položaj • Blizina glavnog grada • Ljubaznost domicilnog stanovništva • Donošenje strateškog dokumenta odnosno regionalnog Masterplana za turizam 	<ul style="list-style-type: none"> • Problem s organiziranim voznim redom javnog prijevoza koji povezuje okolna mjesta zbog loše organizacije • Oštećene javne prometnice • Nedostatak tradicionalnih poljoprivrednih proizvoda • Tradicijski proizvodi nisu brendirani • Mali smještajni kapaciteti • Zabranjen ribolov • Nedovoljna profesionalnost pružatelja usluga • Nedostatak turističke infrastrukture (odmorišta, parkirališta, trgovine, benzinske stanice) • Nedovoljna promidžba • Usmjerenost na jednodnevne posjete • Minska područja • Slab pristup internetu i mobilnim mrežama
OPPORTUNITIES→ PRILIKE	THREATS→ PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • Rast broja stranih turista • Rast zanimanja za seoski turizam • Veća zastupljenost kratkih putovanja • Ulaskom Hrvatske u Europsku uniju raste zanimanje Europljana • Mogućnost financiranja iz fondova Europske unije • Povećano zanimanje za aktivnim odmorom • Uključivanjem i sudjelovanjem posjetitelji doživljavaju kulturu područja • Razvoj sadržaja aktivnosti za djecu • Izgradnja eko-kampova • Kvalitetna gastronomska ponuda domaćih proizvoda • Mirna sredina • Autentičnost područja 	<ul style="list-style-type: none"> • Izgradnjom plovnog puta za veće brodove uništava se autentičnost • Nemogućnost ponude ribe kao autohtonog tradicijskog proizvoda • Neuređenost sela • Masovni turizam • Porast konkurencije u oblicima turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj • Pozicioniranje Hrvatske kao destinacije maritimnog turizma • Pad broj domicilnog stanovništva uzrokuje pad ekonomije • Konkurencija drugih tržišta • Potreba za korištenjem osobnog prijevoznog sredstva

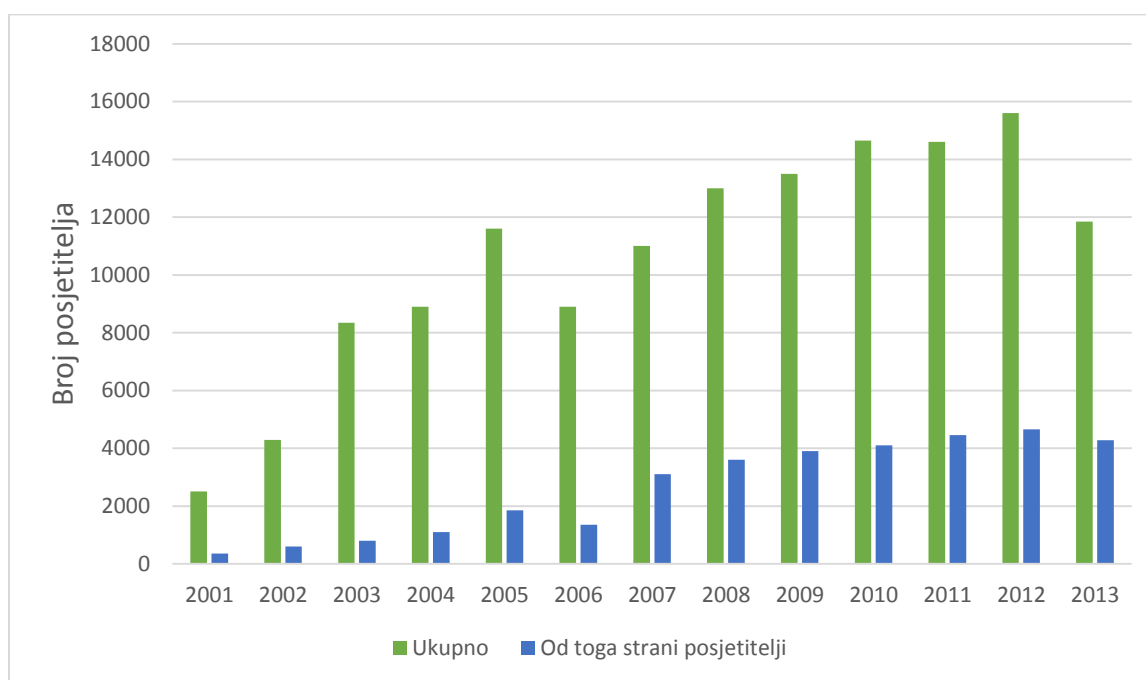
Izvor: Strategija razvoja održivog turizma Parka prirode Lonjsko polje (2014:35)

4.3.4. Ciljno tržište Parka prirode Lonjsko polje

Najzastupljeniji tržišni segment su školska djeca, studenti i stručne grupe, a ostatak tržišta čine individualni posjetitelji, obitelji s djecom, promatrači ptica, umirovljenici i organizirane grupe. Gotovo su 2/3 posjetitelja školska djeca koja dolaze u sklopu nastave ili jednodnevnih školskih izleta. Cilj domicilnog stanovništva i općenito gospodarstva na tom području, teži se povećanju broja posjetitelja koji će ostati više dana.

Na grafikonu 5. je prikazan broj posjetitelja u razdoblju od 2001. do 2013. godine s usporedbom ukupnog broja posjetitelja sa stranim posjetiteljima. U grafikonu se prikazuje postepeni rast ukupnog broja posjetitelja Lonjskog polja kojeg prati i rast stranih posjetitelja. Trend rasta prekinut je 2013. godine kada je došlo do smanjenja ukupnog broja posjetitelja što se može povezati s ekonomskom krizom u zemlji koja je uzrokovala slabljenje interesa domaćih posjetitelja. Broj stranih posjetitelja pao je u 2013. godini za 7.96%.

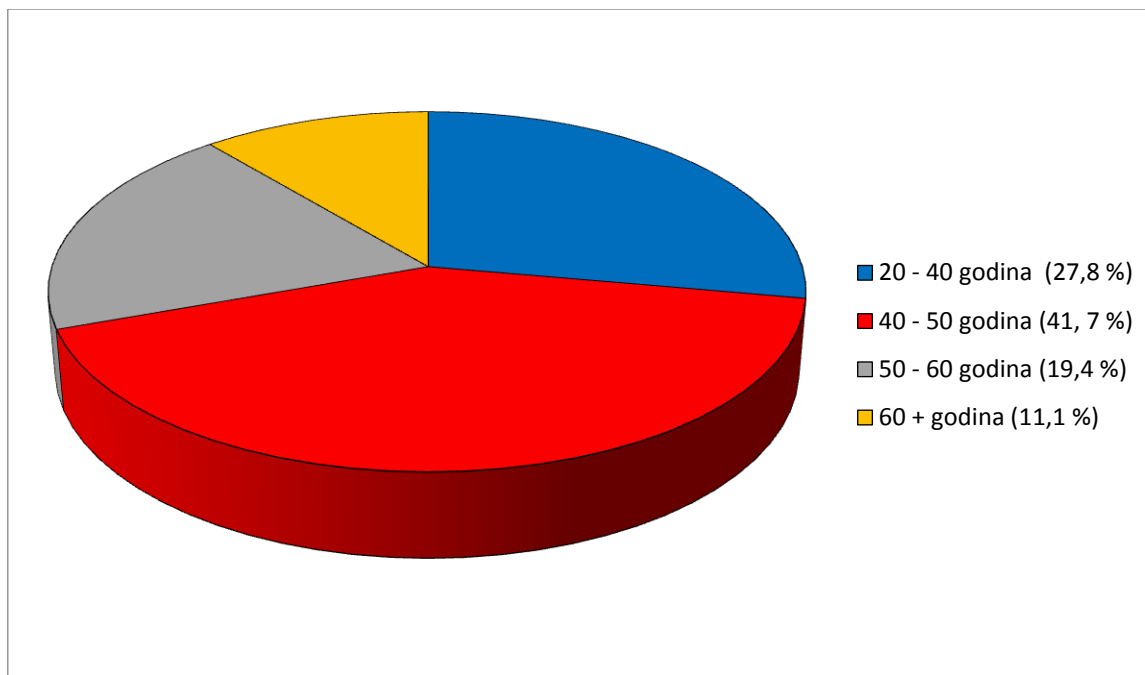
Grafikon 5. Broj evidentiranih posjetitelja Lonjskog polja



Izvor: Strategija razvoja održivog turizma Parka prirode Lonjsko polje (2014:37)

Na grafikonu 6. prikazana je starosna struktura posjetitelja Lonjskog polja u 2014. godini. Iz rezultata je vidljivo da većinu tržišta čini segment starosne dobi od 40 do 50 godina, dok posjetitelji stariji od 60 godina čine najmanji segment.

Grafikon 6. Starosna struktura posjetitelja Lonjskog polja



Izvor: Strategija razvoja održivog turizma Parka prirode Lonjsko polje (2014:38)

4.3.5. Ciljevi održivosti seoskog turizma u parku prirode Lonjsko polje

Ruralno područje, kao temeljnu komponentu turističke privlačnosti sela Lonjskog polja, potrebno je zaštititi od prirodnih i kulturoloških promjena koje može izazvati sam razvoj turizma.

Kao ciljeve održivosti seoskog turizma u Lonjskom polju treba postaviti:

- Povratak stanovništva u gotovo napuštena sela zbog očuvanja kulturnog krajobraza,
- Stvaranje ponude koja gostima omogućuje doživljaj jedinstvenog krajobraza i života na selu,
- Očuvanje autohtonog biljnog i životinjskog svijeta,

- Očuvanje autentičnih drvenih kuća kroz korištenje u svrhu seoskog turizma,
- Iznajmljivanje praznih stambenih prostora zbog ostvarenja većih prihoda stanovništva, a dugoročno i regije,
- Aktiviranje seoskog života, odnosno osiguravanje perspektivnih radnih mjesta u okvirima seoskog turizma,
- Uključivanje domicilnog stanovništva u zajedničke projekte koji istima poboljšavaju egzistencijalnu strukturu,
- Prepoznavanje, korištenje, njega i zaštita kulturnih i prirodnih potencijala,
- Edukaciju seoskog stanovništva, budući da stanovništvo ima vrlo malo iskustva o seoskom turizmu,
- Prilagodba smještajnih kapaciteta u privatnim vlasništvima za veće grupe posjetitelja,
- Grupirati smještajne kapacitete zbog prihvat većeg broja posjetitelja,
- Razviti prometnu povezanost organiziranjem javnog prijevoza i ulaganjem u obnovu prometnica,
- Osigurati dostupnost zaštićenog područja alternativnim prijevoznim sredstvima (npr. biciklizam),
- Podizanje ekološke svijesti,
- Obilježavanjem omogućiti lakše snalaženje i kvalitetniju uporabu poučnih staza,
- Osigurati kontinuirano informiranje javnosti kroz medije,
- Redovito provođenje anketa u cilju poboljšanja ponude.

Za postizanje navedenih ciljeva potrebno je identificirati svako selo i njegovu ulogu u seoskom turizmu Lonjskog polja kroz održavanje raznih manifestacija. Treba naglasiti specifičnosti svakog pojedinog sela i pobrinuti se da to posjetitelji dožive. Na taj način se stvara posebna ponuda pri čemu stanovnici pokazuju posjetiteljima kako su ljudi stoljećima živjeli u skladu s prirodom.

Stanovništvo u turizmu prepoznaje veliki potencijal za ostvarivanje prihoda, a preduvjet je obnova autentičnih kuća i povećanje smještajnih kapaciteta. Navedenim mjerama bi se povećao broj noćenja i time smanjilo opterećenje na prometnice koje su u lošem stanju. Važno je napomenuti da je gostoprimstvo i ljubaznost obitelji domaćina dio turističke ponude.

Unutar područja Lonjskog polja ponuda se može poboljšati prilagođavanjem različitim interesima posjetitelja. Prilagodba ponude različitim interesima obuhvaća se povezivanjem i širenjem biciklističkih staza, gradnjom poučnih staza i uvođenjem raznih edukativnih programa. Izradom informacijskih centara, sustava putova i skrovišta za promatranje moguće je gostima pružiti uvid u životinjski svijet bez kontakta sa životinjama čime bi se spriječilo narušavanje prirodne ravnoteže. Za Lonjsko polje kao poseban prirodni i kulturni krajolik, UNESCO nudi regionalan model planiranja: rezervat biosfere koji je međunarodno priznat. To znači da se dobivaju smjernice za organizaciju i prostorno planiranje područja. Navedeni rezervati za razliku od parka prirode nisu zaštićena područja u klasičnom smislu nego objedinjuju zaštitu s istraživanjem i regionalnim razvitkom.

5. ZAKLJUČAK

Seoski turizam je postao jedan od najperspektivnijih i najatraktivnijih oblika turizma u ovom stoljeću. Počeo se razvijati u sjeverozapadnoj Europi i dalje se širi na Južnu, Središnju i Istočnu Europu. Razvio se kao rezultata porasta standarda, odnosno dohotka stanovništva, povećanja stupnja mobilizacije i slobodnog vremena. Interes za razvoj seoskog turizma u većini europskih zemalja porastao je zahvaljujući inicijativama i programima Europske unije.

Početak razvoja seoskog turizma u Hrvatskoj mogu se smatrati 90-e godine prošlog stoljeća, a najrazvijeniji je na području središnje Istre, Osječko-baranjske i Krapinsko-zagorske županije.

Značajke hrvatskih tradicijskih sela u kontinentalnoj Hrvatskoj čine osnovne vrijednosti koje su ujedno i dio turističke ponude. U značajke se ubraja bogatstvo biološke raznolikosti, kulturno-povijesne baštine i očuvanost ruralnog područja kao i močvarnih staništa i rijeka. Turisti se u obiteljima domaćina osjećaju kao dio te obitelji i edukativnim programom ih upoznaju s tradicionalnim aktivnostima hrvatskog sela i načinu poljoprivredne proizvodnje.

Jedna od turističkih destinacija seoskog turizma s najvećim potencijalom za razvoj je Park prirode Lonjsko polje. Lonjsko polje predstavlja primjer zajednice obiteljskih gospodarstva koja koriste zajedničke prirodne resurse s ciljem razvoja Lonjskog polja kao turističke destinacije, a istovremeno predstavljaju međusobnu konkurenciju prilikom ponude turističke usluge. Temelj razvoja seoskog turizma Lonjskog polja je razumna uporaba prostora, prirodnih i društvenih resursa domicilnog stanovništva.

Doživljaj prirode, autentičnosti i identitet Lonjskog polja, osnovni su motivi za putovanje, odnosno posjet Lonjskom polju. Autentičnost se može doživjeti kroz seosku kulturu i tradiciju u prirodnom okruženju. U zadnjih sedam godina bilježi se trend rasta broja noćenja, ali istovremeno je zabilježen pad broja posjetitelja.

Za daljnji razvoj seoskog turizma potrebno je poduzeti niz mjera kao što su identifikacija pojedinačnih sela unutar Lonjskog polja, povećanje smještajnih kapaciteta i obnova autentičnih drvenih kuća, prilagodba ponude različitim interesima posjetitelja, promatranje životinjskog svijeta bez narušavanja prirodne ravnoteže te bolja prometna povezanost javnog prijevoza i veća upotreba alternativnih načina prijevoza.

Otkada je seoski turizam postao jedan od prioriteta razvojne strategije ruralne zajednice, bilježi se stalan porast interesa lokalnih subjekata za razvoj seoskog turizma. Kontinentalna Hrvatska ima veliki potencijal za razvoj seoskog turizma zbog geostrateškog položaja u odnosu na emitivna tržišta, dobre prometne povezanosti, očuvanih brojnih povijesnih, prirodnih i kulturnih atrakcija kao i očuvanosti ruralnog područja. Boljom valorizacijom turističke atrakcijske osnove, ulaganjem u koncept integrirane marketinške komunikacije i razvijanjem turističkog posredovanja podržava se dugoročni razvoj seoskog turizma u Hrvatskoj. Promjenom turističke slike Hrvatske kao isključivo maritimnog receptivnog tržišta, znatno bi se unaprijedio razvoj seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj.

Varaždin, 23.02.2017.

LITERATURA

1. Agroklub [online]. Dostupno na: <http://www.agroklub.com/seoski-turizam/karanac-najbolja-destinacija-ruralnog-turizma-rh/21215/> [20. veljače 2016.]
2. Andrić B. (n/a) *Čimbenici marketinškog okruženja u turizmu. Praktični menadžment, Vol.II, br. 2, str. 41 – 50.*
3. Baćac R. (2011) *Priručnik za bavljenje seoskim turizmom: Korak po korak od ideje do uspješnog poslovanja.* Zagreb: Ministarstvo turizma, str. 1 – 189.
4. Bartoluci M. (n/a) *Poduzetništvo u turizmu.* Hrvatska. Zagreb: Ekonomski fakultet Zagreb, str. 1 – 64.
5. Bećagol I. (2014) *Mogućnosti razvoja eko i seoskog turizma u Crnoj Gori.* Specijalistički rad. Crna Gora. Tivat: Fakultet za mediteranske poslovne studije Tivat, str. 4 – 57.
6. Bolfek B., Jakičić D., Lončarić B. (2013) *Mogućnosti razvoja turizma na ruralnom području Brodsko-posavske županije.* Hrvatska. Slavonski Brod, str. 73 - 87.
7. Čiček J. (1990) *Ekološki aspekti ruralnog razvoja u Hrvatskoj.* Zagreb, Ministarstvo građevinarstva, stambenih i komunalnih poslova i zaštite čovjekove okoline Republike Hrvatske, str. 255 – 261.
8. Ćustić H. (2011) *Održivi razvoj turizma u Hrvatskoj.* Hrvatska, str. 1 – 12.
9. Demonja D. (2014) *The Overview and Analysis of the State of Rural Tourism in Croatia.* Hrvatska: Institut za Razvoj i Međunarodne odnose, str. 69 – 90.
10. Držaić E. (2013) *Razvoj ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji kroz projekt INVEST-PRO.* Završni rad. Hrvatska. Križevci: Visoko gospodarsko učilište u Križevcima, str. 1 – 49.
11. Gupčev kraj [online]. Dostupno na: <http://www.gupcev-kraj.hr/> [20. veljače 2016.]
12. Javna ustanova Park prirode Lonjsko polje, (2014) *Strategija razvoja održivog turizma Parka prirode Lonjsko polje.* Hrvatska
13. Krajnovič A., Čičin-Šain D., Predovan M. (2011) *Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma – problem i smjernice.* Hrvatska. Zadar: Sveučilište u Zadru, str. 30 – 45.
14. Lonjsko polje [online]. Dostupno na: <http://www.pp-lonjsko-polje.hr/new/hrvatski/index.html> [20. veljače 2016.]
15. Obajdin I. (2014) *Ruralni turizam.* Slunj, str. 1 – 26.

16. Petrić L. (n/a) *Izazovi razvoja ruralnog turizma: Dosadašnja praksa u Europi i reperkusije na Hrvatsku*. Split: Ekonomski fakultet, str. 1 – 33.
17. Rajko M. (2013) *Institucionalni model razvoja ruralnog turizma na primjeru Središnje Istre*. Hrvatska. Zadar: Sveučilište u Zadru, str. 50 – 62.
18. Rakitovac Afrić K. (2011) *Smjernice razvoja kulturnog turizma ruralnog prostora Istre*. Hrvatska. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile, str. 1 – 40.
19. Ružić E. (n/a) *Ruralni turizam*. Hrvatska. Pula, str. 1 – 28.
20. Ružić P. et al. (2014) *Program razvoja ruralnog turizma na području grada Malog Lošinja*. Poreč: Institut za poljoprivredu Poreč, str. 1 – 98.
21. Schneider-Jacoby M. (2003) *Prostorni koncept za turistički razvoj područja Lonjsko polje/Posavina: Regionalni Masterplan za turizam*. Njemačka. Köln: Deutsche Investitions und Entwicklungsgesellschaft, str. 1 – 83.
22. Svržnjak K. et al. (2014) *Mogućnosti razvoja ekoturizma u Koprivničko-križevačkoj županiji*. Hrvatska. Križevci, str. 3 – 48.
23. Šimkova E. (2007) *Strategic approaches to rural tourism and sustainable development of rural areas*. Češka: University of Hradec Kralove, str. 263 – 270.
24. Telišman-Košuta N. et al. (2012) *Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske*. Hrvatska. Zagreb: Ministarstvo turizma, str. 4 – 96.
25. Tomčić Z. et al. (2015) *Strategija razvoja turizma Vukovarsko-srijemske županije*. Hrvatska. Vukovarsko-srijemska županija, str. 1 – 141.
26. Trgovčević P. (2014) *Strategija razvoja turizma Sisačko-moslavačke županije za razdoblje 2014.-2020.*. Hrvatska. Sisačko-moslavačka županija, str. 1 – 82.
27. Udovč A., Perpar A. (2007) *Role of rural tourism for development of rural areas*. University of Ljubljana, Slovenija, str. 223 – 227.
28. Zajednica iznajmljivača [online]. Dostupno na: <http://www.apartmanija.hr/zajednica/aktualno/ruralni-turizam> [25. veljače 2016.]

POPIS GRAFIKONA

	STR.
Grafikon 1. Koncept seoskog turizma.....	4
Grafikon 2. Stanje u ruralnim područjima- usporedba Hrvatske i Austrije	24
Grafikon 3. Raspodjela smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj.....	25
Grafikon 4. Broj noćenja u smještajnim kapacitetima Lonjskog polja	35
Grafikon 5. Broj evidentiranih posjetitelja Lonjskog polja.....	38
Grafikon 6. Starosna struktura posjetitelja Lonjskog polja.....	39

POPIS TABLICA

	STR.
Tablica 1. Značajke seoskog turizma i opisi značajki	5
Tablica 2. Čimbenici razvoja seoskog turizma	10
Tablica 3. SWOT analiza razvojnih mogućnosti seoskog turizma kontinentalne Hrvatske	15
Tablica 4. SWOT analiza čimbenika za razvoj seoskog turizma Lonjskog polja.....	37




IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, **Mladen Puklavec** pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor diplomskog rada pod naslovom "**Strategija razvoja seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj**", te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.


Student:
Mladen Puklavec


(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, **Mladen Puklavec** neopozivo izjavljujem da sam suglasan s javnom objavom diplomskog rada pod naslovom "**Strategija razvoja seoskog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj**", čiji sam autor.

Student:
Mladen Puklavec


(vlastoručni potpis)