

RURALNI TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ – STANJE I PERSPEKTIVE

Pregledni člank

Prof. dr. sc. Duško Stić, email: drdskonzultant@gmail.com

Internacionalni univerzitet Travnik

Marinko Mikić, MA, email: reklame.mikic@gmail.com

Studio Mikić, Zadar

Sažetak: Danas, potrebe modernih turista je jako teško zadovoljiti, stoga turizam se sve više razvija stvarajući nove oblike turizma. Dakle, budući da turisti imaju sve veće zahtjeve vrlo je teško privući turiste unutar već postojeće ponude.

Kao specifičan oblik turizma u posljednje vrijeme posebno se ističe ruralni turizam. Razlog isticanja ovog oblika turizma je zbog velikih promjena u stilu života, starosne dobi populacije, stresnog i ubrzanog života. Dakle, turisti sve više biraju ruralna područja kao turističku destinaciju. Ruralni turizam je spoj poljoprivredne proizvodnje, tradicionalni proizvoda, usluga, gastronomije i turističkih usluga. Republika Hrvatska ima veliki potencijal za razvoj ruralnog turizma obzirom na prirodna bogatstva i raznovrsnost ponude. Postavlja se pitanje zašto Hrvatska ne koristi potencijal ruralnog turizma iako je 93% teritorije RH klasificiran kao ruralni, te se ostvaruje samo 1% prihoda od ruralnog turizma u odnosu na ukupni prihod od turizma. Prema tome cilj našeg rada jeste da damo odgovor na prethodno pitanje te prikazemo stanje i perspektive ruralnog turizma zbog kojeg bi turistička sezona trajala cijelu godinu.

Ključne riječi: turizam, ruralni turizam, potencijal razvoja, stanje i perspektive

RURAL TOURISM IN CROATIA - SITUATION AND PERSPECTIVES

Abstract: Today, the needs of modern tourists are very difficult to meet, so tourism is increasingly developing by creating new forms of tourism. So, since tourists have increasing demands it is very difficult to attract tourists within the already existing offer.

Recently, rural tourism has stood out as a specific form of tourism. The reason for emphasizing this form of tourism is due to major changes in lifestyle, age of the population, stressful and fast-paced life. Thus, tourists are increasingly choosing rural areas as a tourist destination. Rural tourism is a combination of agricultural production, traditional products, services, gastronomy and tourist services. The Republic of Croatia has great potential for the development of rural tourism given the natural resources and diversity of supply. The question is why Croatia does not use the potential of rural tourism, although 93% of the territory of the Republic of Croatia is classified as rural, and only 1% of rural tourism revenues are generated in relation to total tourism revenues. Therefore, the aim of our work is to give an answer to the previous question and show the state and prospects of rural tourism, which would make the tourist season last all year round.

Keywords: tourism, rural tourism, development potential, situation and perspectives

1. Uvod

Kao specifičan oblik turizma u posljednje vrijeme posebno se ističe ruralni turizam. Razlog isticanja ovog oblika turizma je zbog velikih promjena u stilu života, starosne dobi populacije, stresnog i ubrzanog života. Dakle, turisti sve više biraju ruralna područja kao turističku

destinaciju. Ruralni turizam je spoj poljoprivredne proizvodnje, tradicionalni proizvoda, usluga, gastronomije i turističkih usluga. Pogrešno je tumačenje da se ruralni turizam odvija samo na seoskom području s toga prema kriteriju lociranosti smještajnih objekata ruralni turizam možemo definirati u širem poimanju koje podrazumijeva sve oblike turizma koji se događaju na ruralnom prostoru i u užem poimanju koje podrazumijeva sve oblike turizma koji se događaju na ruralnom prostoru, pri čemu dotični turisti, kao konzumenti usluga, borave u smještajnim objektima lociranim na tom prostoru.

Republika Hrvatska ima veliki potencijal za razvoj ruralnog turizma obzirom na prirodna bogatstva i raznovrsnost ponude. Postavlja se pitanje zašto Hrvatska ne koristi potencijal ruralnog turizma iako je 93% teritorije RH klasificiran kao ruralni, te se ostvaruje samo 1% prihoda od ruralnog turizma u odnosu na ukupni prihod turizma. U nastavku rada pokušati ćemo odgovoriti postavljeno pitanje te prikazati stanje i perspektive razvoja ruralnog turizma u RH.

2. RURALNI TURIZAM

2.1. Pojam i historijski razvoj

Vrsta turizma koja u suštini nije nova pojava je ruralni turizam. Zanimanje za rekreaciju izvan urbanog prostora pojavilo još u 19. stoljeću, kao reakcija na stres i zagađenost sve većeg broja industrijskih gradova. Nove željezničke kompanije tog doba kapitalizirale su veliko zanimanje turista za prijevozom u ruralne prostore. Potpomognuti željezničkim marketingom, prvi ruralni prostori u kojima se razvijao turizam bile su Alpe te američki i kanadski Stjenjak. Kasnije se nastavio razvijati u suvremenijem – turističkom obliku, osobito 70-ih, 80-ih i 90-ih godina prošlog stoljeća. Ruralni turizam druge polovice prošlog stoljeća drukčiji je, posebice glede broja turista i jake penetracije posjetitelja u ruralni prostor. Unutar Europe razvijen je dokument pod nazivom Strategija ruralne Europe koji potencira razvoj ove vrste turizma na području Europe.

Naziv Ruralni turizam u različitim zemljama ima različite nazive tako npr. na francuskom jeziku: *tourisme rural*, talijanskom: *turismo rurale*, španjolskom: *turismo rural*, njemačkom: *Ferien auf dem Land*, slovenski: turizam na podežlju). Budući da u ovdašnjim jezicima ne možemo pronaći riječ koja bi dostatno dobro označavala cjelokupni prostor izvan gradova i urbanih aglomeracija (primjerice, pojam seoski odnosi se samo na uži prostor sela kao naselja), u stručnoj se literaturi za njegovo određenje često koristi sintagma ruralni prostor.

Ruralni turizam je posebna vrstu turizma koja se odvija isključivo u seoskom prostoru. Međutim, takva je definicija prema OECD (1994.) među ostalim, neprihvatljiva i iz sljedećih razloga:

- Urbani ili na hotelijerstvu utemeljen turizam nije ograničen isključivo na urbani, već se širi i u ruralni prostor;
- Ruralni je prostor sam po sebi težak za definiranje, stoga što su veoma različiti i kriteriji koje pojedine države pri tom rabe;
- Svaki turizam koji se odvija u ruralnom prostoru nije striktno ruralni - on može biti urbani po formi, a samo lociran u ruralnom području;
- Promatrano povijesno, turizam se temelji na urbanom konceptu, budući da većina turista živi u urbanim sredinama; te
- Ruralni se prostor danas nalazi u jako složenu procesu transformacija.

Prema kriteriju lociranosti smještajnih objekata ruralni turizam možemo definirati u širem poimanju koje podrazumijeva sve oblike turizma koji se događaju na ruralnom prostoru i u užem poimanju koje podrazumijeva sve oblike turizma koji se događaju na ruralnom prostoru, pri čemu dotični turisti, kao konzumenti usluga, borave u smještajnim objektima lociranim na tom prostoru.

U Europi uglavnom nalazimo četiri vrste smještaja turista u ruralnom prostoru:

- Smještaj u seoskom gospodarstvu;
- Smještaj u ruralnom hotelu;
- Smještaj u ruralnom kampu; te
- Smještaj u ruralnom turističkom naselju.

2.2. Oblici ruralnog turizma

Ruralni turizam Kušen tretira kao vrstu kontinentalnog turizma, pri čemu ga klasificira u niz pojava oblika (turizam na seoskom gospodarstvu, rezidencijalni, zavičajni, izletnički, sportsko-rekreacijski, avanturistički, zdravstveni, edukacijski, tranzitni, kamping, kontinentalni, morski, nautički, kulturni, vjerski, lovni, ribolovni, vinski, gastronomski, prirodni bliski, eko-turizam te mješovite vrste turizma). Iako pojedini autori u ruralni turizam svrstavaju veći ili manji broj smještajnih objekata i različit asortiman usluga, ipak, držimo da bi pod ruralnim turizmom valjalo razumijevati sljedeće objekte ruralnog područja s njima pripadajućim asortimanom usluga:

- Agroturistička domaćinstva (seoske obitelji koje se na svom imanju bave poljoprivrednom proizvodnjom autohtonih proizvoda te uz smještaj nude dobro osmišljen asortiman ambijentalne ruralne gastronomije);
- Ruralne kuće za odmor i stancije - vile (seoska domaćinstva s osobito kvalitetnom uslugom smještaja i prehrane, sukladno potražnji na emitivnim turističkim tržištima);
- Ruralne sobe i apartmani za odmor (različite varijacije i inačice ruralnih kuća s posebno uređenim smještajem i kvalitetnom uslugom prehrane);
- Ruralna prenoćišta s doručkom (kvalitetna inačica privatnog ruralnog smještaja s dodatnim uslugama, tzv. Bed and Breakfast);
- Ruralni obiteljski hoteli (seoske obitelji koje investiraju u gradnju zasebnih malih i ambijentalno oblikovanih hotela s gastronomskom ponudom i većim brojem sportsko-rekreacijskih sadržaja);
- Odmorišta na cestama (ugostiteljsko-smještajni objekti na ustaljenim rutama, na vinskim, maslinskim i sličnim cestama s kvalitetnom ponudom lokalno, regionalno ili nacionalno čuvene gastronomije);
- Planinarski domovi (pretežito ih koriste planinari i njihovi gosti – prijatelji, a mogli bi se opremiti i za kontinuirani komercijalni smještaj turista);
- Lovački domovi (pretežito ih koriste lovci i njihovi gosti – prijatelji, a manjim adaptacijama mogli bi se opremiti i za kontinuirani smještaj turista);
- Ribolovni domovi (pretežito ih koriste ribolovci i njihovi gosti – prijatelji, a manjim adaptacijama mogli bi se opremiti i za kontinuirani prijam turista);
- Etno-eko sela (revitalizirana demografski opustjela i arhitektonski devastirana ruralna naselja, sela i zaseoci u svrhu turističke eksploatacije);

- Autohtoni ruralni objekti (revitalizirani napušteni objekti stambene ili gospodarske ruralne arhitekture i kulture, a u svrhu turističke eksploatacije - objekti bratovština, zadružni domovi, staje, pojate, mlinice - vodenice i slično).

2.3. Ruralni turizam u RH – stanje i perspektive

Republika Hrvatska odlikuje prirodnim bogatstvima, ima preko milijun hektara neobradivih površina, te je neophodna revitalizacije sela i poljoprivredne proizvodnje na postojećim lokacijama. Ruralni turizam koji u tome može znatno pomoći, treba biti znatno jače i učinkovitije potican nego je to sada slučaj, kako mjerama turističke tako i poljoprivredne te kulturne politike, a posebno na nerazvijenim prostorima kopna.

Glavna obilježja hrvatskog ruralnog prostora prema Franić, R. (2006) su:

- Zemljište je razmjerno dobre plodnosti i jedno od bolje očuvanih u Europi, a uz kvalitetne vodne resurse, šume i obalni pojas omogućuje razvoj poljoprivrede, ribarstva, šumarstva i svih oblika ruralnog turizma.
- Zanimljiv geografski položaj i tri različita tipa klime (kontinentalna, planinska, mediteranska), rezultirali su raznolikošću biljnog i životinjskog svijeta, ali i različitim uvjetima za život i ostvarivanje dohotka u ruralnim područjima.
- Poljoprivreda, kao glavna ruralna djelatnost, važan je sektor nacionalnog gospodarstva, koji zapošljava oko 7% ukupne radne sile i s oko 10% sudjeluje u formiranju BDP-a i u vanjskoj trgovini.
- Kakvoća resursa i relativna važnost ruralnih područja ne odražava se na njihovu međunarodnu konkurentnost, osobito u poljoprivrednoj proizvodnji, što potvrđuje činjenica da je Hrvatska neto-uvoznik prehrambenih proizvoda, (namirujući polovicu svojih potreba za hranom iz uvoza).

Nerazvijenost ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj posljedica je niza ograničenja, počevši od zakonske regulative, nedefinirane nadležnosti koja se prožima kroz više ministarstava (poljoprivreda, turizam, ruralni razvoj) do ograničenja na razini lokalnih zajednica, turističkih zajednica, te intrinzičnih čimbenika – onih na razini samog obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva.

Cijeli ruralni prostor ove regije bogat je prirodnim i kulturnim atrakcijama koje još ni izbliza nisu turistički pristupačne, jer je taj prostor neujednačene prometne dostupnosti i nedostatne komunalne opremljenosti. Ovdašnje destinacije imaju stogodišnju tradiciju obilježavanja planinarskih putova, a otvaraju se nove vinske ceste i biciklističke staze, ali nedostatan povezane s ruralnom turističkom ponudom. Izgradnjom kvalitetne prometne infrastrukture otvaraju se novi dijelovi jako atraktivnog ruralnog prostora. Inače, razlozi nerazvijenosti ovdašnjeg ruralnog turizma zacijelo su neupućenost ljudi u njegove mogućnosti i potencijale te slaba obućenost ljudi koji se bave ruralnim turizmom, osobito turizmom na seoskim gospodarstvima. Dakako, na razini lokalne zajednice valja napraviti plan njegova razvoja te financijski, edukacijski i marketinški pomagati pojedine obitelji u osmišljavanju i realizaciji takvih projekata. Primjerice, iako je riječ o relativno zatvorenim udrugama vlasnika i korisnika, planinarski, lovački i ribolovni domovi uz primjerenu adaptaciju i promociju mogu biti okosnica za razvoj ruralnih turističkih odredišta u kojima se nalaze, ako bi se u njima osmislili koncepti razvoja ruralnog turizma i postavio sustav marketinškog menadžmenta koji bi upravljao razvojem takvih turističkih odredišta.

Brojne organizacije provode trening-programe iz ruralnog turizma, primjerice: FAO (Food and Agricultural Organisation) putem svog ureda u Rimu; COFRAT (Comité de formation des ruraux aux activités du tourisme) u francuskoj regiji Loire-Atlantique; OEAR (Osterreichische Arbeitsgemeinschaft für Eingenständige Regionalentwicklung) u Austriji; Odjel ruralnog turizma Sveučilišta u Bristolu (Engleska); Turistički centar Sveučilišta u Minesoti (SAD); te Fakultet za menadžment kroz program Permanentnog obrazovanja, pri Sveučilištu u Kalgariju (Kanada).

Inače, evolucija marketinškog menadžmenta ruralnog turizma ima tri izvora, i to:

- Koncept rekreacijskog menadžmenta (razvijen u SAD-u prije pedesetak godina, kroz upravljanje nacionalnim parkovima);
- Koncept održiva turizma (razvijen u alpskim regijama od strane njemačkih, švicarskih, austrijskih, francuskih i talijanskih znanstvenika, konzervatora i turističkih stručnjaka, a poznat pod nazivima zeleni turizam, odgovorni turizam, postindustrijski turizam, meta-turizam, alternativni turizam i slično); te
- Projektni menadžment ruralnog turizma (nastao u posljednjih 15-tak godina, kao rezultat mnogih razvojnih projekata ruralnog turizma u svijetu).

Ruralni turizam iziskuje relativno malo novog kapitala, ali zato njegov uspješan razvoj više ovisi o novim znanjima i vještinama, kao što su: menadžment, marketing, ugostiteljstvo, interpretacija naslijeđa, vođenje, promocija festivala i događaja, strateško planiranje ruralnog turizma i slično. Stoga, javni sektor i turistički djelatnici na svim razinama, kod ruralnog stanovništva moraju razvijati svijest o prednostima ruralnog turizma, osmišljavati poticajne mjere, organizirati sustavne i kontinuirane kampanje popularizacije ruralnog turizma koji će potaknuti pojedinačne interese potencijalnih poduzetnika i slično. Naime, za taj vid turizma ne postoje institucije koje sustavno osmišljavaju i promiču njegov intenzivniji i kvalitetniji razvoj, jer se on uglavnom oslanja na pojedinačne inicijative, dakle, inicijative poduzetnika koji će samostalno obavljati tu djelatnost. Često se raspravlja o načinima korištenja slobodnog vremena prigodom tipično ruralnog odmora. Naime, ruralni se turizam ne može opisati samo odrednicama intenziteta, lokacije, menadžerskog stila, integriranosti sa zajednicom i slično koje imaju značajnu ulogu u njegovu definiranju, pa nalazimo više širih pristupa u sklopu kojih se pokušavaju klasificirati te aktivnosti, odnosno načini na koje se može koristiti vrijeme prigodom odmora koji je u svojoj osnovi tipično ruralan, koji može biti isključivo ruralan ili ruralno-urbani (na hotelijerstvu utemeljen) te tipično i isključivo urbani.

Na kvalitetu turističkog doživljaja u ruralnom prostoru osobito utječu dodatni sadržaji, primjerice, domaće životinje, kućni ljubimci, rad na imanju, dokoličarska edukacija – različite škole, bazeni za kupanje, sportski tereni, iznajmljivanje bicikla, iznajmljivanje konja i slično, a turistička su odredišta još zanimljivija ako u njihovoj blizini postoje spomenici kulture, spomenici prirode, morska obala, rijeke i jezera, muzeji i galerije, različite manifestacije, etnografski sadržaji, prirodna lječilišta, turističke ceste, putovi i staze, sportsko-rekreacijski tereni i slični sadržaji. Također, osobito je bitna prometna povezanost (povezanost ruralnog turističkog odredišta s regionalnim i međunarodnim prometnim sustavima i prometna povezanost unutar ruralnog odredišta), lociranost objekta društvenog standarda (ugostiteljski objekti, trgovački sadržaji, ambulanta, banka, pošta i slično) te dobra sigurnosna i politička situacija u receptivnoj zemlji. Svi kapaciteti ruralnog turizma zapravo mogu poslovati cijelu godinu, a u strukturi smještajne ponude prevladavaju manji objekti s najviše desetak postelja. Cijene usluga nisu sastavni dio internetskih ili posebno tiskanih promidžbenih materijala pojedinačnih domaćinstava. Uglavnom ne postoje sezonske oscilacije cijena, što se može

protumačiti kontinentalnim razmještajem kapaciteta. Veliku ulogu u informiranju gostiju ima internet, bez obzira je li riječ o web-stranicama putničkih agencija ili nekim drugim oglašivačima. Međutim, temeljni je nedostatak takvog oglašavanja to što nema jedinstvena pristupa u prezentaciji ponude. Za razliku od konkurencijskih zemalja, ovdašnje destinacije nemaju osmišljenu nacionalnu marketinšku strategiju ruralnog turizma. Seoska turistička gospodarstva najčešće se promiču vlastitim materijalima, uz pomoć mjesnih turističkih zajednica, preko agencija, interneta, usmene predaje i suradnje s parkovima prirode.

Pozitivni efekti razvoja ruralnog turizma:

- Razvoj ruralnih područja
- Povećanje zaposlenosti
- Poticanje razvoja seljačkih domaćinstava
- Očuvanje prirodne i kulturne baštine
- Očuvanje lokalnih tradicija i manufaktura
- Unaprjeđenje zaštite prirode
- Pобољшanje položaja žena u lokalnoj zajednici
- Nove ideje i inicijative u razvoju

Negativni efekti razvoja ruralnog turizma:

- prijetnja onečišćenja okoliša
- socijalne i kulturalne prijetnje
- problemi stanovanja
- pridošli poduzetnici
- zagušenja prometa i problemi planiranja
- lokalna kontrola, sudjelovanje i partnerstvo s javnošću.

2.4. Izvori finansiranja ruralnog turizma u RH

Ruralni turizam je moguće finansirati iz europskih izvora preko Ministarstva poljoprivrede, turizma te gospodarstva, poduzetništva i obrta. Većina javnih poziva je otvorenog tipa, za sva područja, ali daje prednost projektima s nerazvijenih područja dodjelom većeg broja bodova temeljem indeksa razvijenosti. Izuzetak su pozivi iz Mjera ruralnoga razvoja koje su namijenjene ulaganjima u naseljima s manje od 5000 stanovnika. Obiteljskim gospodarstvima omogućuje se poboljšanje ponude na njihovim gospodarstvima, jačanje konkurentnosti i osiguranje kontinuiteta i kvalitete usluge.

Osim javnih poziva iz mjera ruralnoga razvoja na nacionalnoj razini, lokalne akcijske grupe su, temeljem svojih strateških dokumenata, dobile sredstva za financiranje projekta na svojem području. Operativni program konkurentnost i kohezija predviđa ulaganja u devet specifičnih ciljeva od kojih se 3 odnose na turizam. Unutar tih ciljeva, raspisuju se i raspisivat će se javni pozivi za financiranje projekata poduzetnika, ali nisu posebno prilagođeni poduzetnicima iz ruralnih područja. Prilikom bodovanja projekata, više bodova se dodjeljuje poduzetnicima iz nerazvijenih područja te onima čiji će projekti jamčiti veći rast prihoda, prihoda od izvoza te rast broja zaposlenih. S obzirom da se u turizmu javlja i problem kvalitetne i stručne radne snage, a posebice u ruralnim područjima, operativni program „Učinkoviti ljudski potencijali“ predviđa mogućnosti obrazovanja ljudskih kapaciteta te prekvalifikacije. Poduzetnici mogu u partnerstvu s obrazovnim ustanovama za odrasle te sa školama sudjelovati u stvaranju

kurikuluma za obrazovanje ljudskih kapaciteta po realnim potrebama kako navodi Maravić (2018.).

2.5. Primjeri ruralog turizma u pojedinim europskim zemljama

Da bismo mogli uvidjeti značaj ruralnog turizma te poziciju RH među pojedinim europskim zemljama dali smo prikaz Kapaciteta i cijena ruralnog turizma u europskim zemljama.

Slika 4. Kapaciteti i cijene ruralnog turizma u europskim zemljama

ZEMLJA	1*	2*	3*	4*
Francuska	60,0	540,0	12,0	6.480,0
Njemačka	30,0	270,0	12,0	3.240,0
Velika Britanija	25,0	225,0	22,0	4.950,0
Austrija	18,0	162,0	14,0	2.268,0
Italija	15,0	135,0	18,0	2.430,0
Skandinavske zemlje	9,0	81,0	25,0	2.025,0
Španjolska	5,5	49,5	20,0	990,0
Poljska	5,0	45,0	10,0	450,0
Irska	4,5	40,5	22,0	891,0
Švicarska	3,0	27,0	18,0	486,0
Baltičke zemlje	2,0	18,0	15,0	270,0
Srednjoeuropske zemlje	5,0	45,0	12,0	540,0
Portugal	2,5	22,5	20,0	450,0
Rumunjska i Bugarska	3,5	31,5	10,0	315,0
Ostale europske zemlje	2,0	18,0	16,0	288,0
UKUPNO	190,0	1.710,0	15,2	26.073,0

1* = Broj seoskih gospodarstava (u tisućama)

2* = Kapacitet – broj postelja (u tisućama)

3* = Prosječna dnevna cijena po postelji (u eurima)

4* = Prosječni dnevni prihod po gospodarstvu (u tisućama eura)

Izvor: Stić, D.: *Marketing u turizmu*, Travnik, IUT, 2018., str. 79.

Na osnovu predhodne slike možemo vidjeti koje su europske zemlje vodeće po kapacitetima ruralnog turizma tako je broj 1. Francuska (540.000), 2. Njemačka (270.000), 3. Velika Britanija (225.000), 4. Austrija (162.000), 5. Italija (135.000) itd. Primjerice, Hrvatska, bez Istarske županije, u tim relacijama raspolaže s beznačajno malim kapacitetima u odnosu na svoju veličinu i objektivne mogućnosti. Kada je riječ o tradiciji i veličini ponude, Austrija i Italija spadaju u europsku elitu, dok se Mađarska i Slovenija nalaze na marginama, pa ćemo u nastavku kratko opisati njihova iskustva

Austrija: Razvoj austrijskog ruralnog turizma karakteriziraju osmišljene državne akcije kojima se pomoću turizma pokušava poboljšati gospodarske, socio-kulturne i prostorne uvjete života ruralnog prostora obilježena depopulacijskim procesima. On je u izravnoj funkciji održiva razvoja ruralnog prostora, s tim da se težište s poljoprivrede prenosi na turizam. Udruženje za odmor na seoskom gospodarstvu zaslužno je za međunarodnu promociju ruralnog turizma. Na lokalnoj razini razvoj ruralnog turizma nose tamošnja udruženja koja tiskaju i distribuiraju propagandne materijale, a obilno se koristi internet. Pokrajine Tirol i Salzburg čuvane su po dugoj tradiciji ruralnog turizma. Veliku ulogu igra i zajednička strategija razvoja ove vrste

turizma svih pokrajina. Pod pokroviteljstvom jedinstvene organizacije, formiran je prepoznatljiv zaštitni znak, određena je kategorizacija kapaciteta prema 10 kriterija, a smještajni su kapaciteti kategorizirani u 4 kategorije koje su označene brojem cvjetova.

Italija: Italija ima velik i jako heterogen ruralni turistički prostor, pa i među pojedinim regijama postoje velike razlike. Veliki vodič s preko 1.700 objekata talijanskog agroturizma govori o veličini talijanske ponude, ali ne omogućava usporedbu različitih vrsta, značajki i cijena ove vrste turističke ponude (naime, cijena smještaja s doručkom po osobi kreće se od 10 do 46 eura). Znatan se dio ponude odnosi na noćenja bez doručka, s različitim povlasticama za mlađe osobe. Usporedbe konkurentnosti valja temeljiti na sličnosti susjednih regija (postoji zajednička publikacija Furlanije – Julijske Krajine, Pokrajine Koruške i Republike Slovenije). U dijelu koji prezentira ponudu Furlanije, smještajne su jedinice podijeljene u četiri kategorije označene odgovarajućim brojem cvjetova. Cijene usluga ruralnog turizma samo djelomično prate razlike u kategorijama i razlikuju se prema broju drugih značajki.

Mađarska: Mađarska ima organiziranu i razvijenu ruralnu ponudu sa 720 objekata i provedenom kategorizacijom prema kvaliteti usluga, što se označava brojem cvjetova. Na nacionalnoj razini djeluje Mađarski savez ruralnog i agroturizma koji je zadužen za promociju i plasman. Orseg je najrazvijenija regija ruralnog turizma, jer se tamo nalaze iznimno atraktivna naselja i brojni povijesni spomenici. Detaljno opisana ponuda (s cijenama) za 264 objekata iz pet ruralnih regija predočena je u posebnom vodiču (najviše je zastupljena Južna Transdanubia), pri čem nema većih odstupanja po pojedinim kategorijama objekata. Prosječna dnevna cijena smještaja po osobi kreće se od 6 do 20 eura.

Slovenija: Slovenija ima 30-godišnju tradiciju turističkih seoskih gospodarstava (kmetija). Razvoj je započeo uz podršku nadležnog ministarstva (poljoprivreda i uređenje ruralnog prostora), a poticaji sadrže beskamatne kredite ili nepovratna sredstva te besplatne stručne i upravne pomoći. U novije vrijeme, razvoj ruralnog turizma integriran je u projekt Cjeloviti razvoj ruralnog prostora i obnove sela koji pretpostavlja racionalno oblikovanje ruralne turističke ponude. Najnovija je ponuda klasificirana u četiri kategorije (označene brojem jabuka ili brojem zvjezdica). Združenje turističnih kmetij Slovenije 2004. godine okupljalo je 270 turističkih i izletničkih seoskih gospodarstava te 190 vinotočja. Planira se prosječna popunjenost i do 70 dana godišnje, a prema katalogu iz 2004. godine koji uključuje ponudu 166 domaćinstava prosječni je raspon cijena noćenja u dvokrevetnoj sobi s doručkom za jednu osobu od 12 do 24 eura (pretežu cijene između 17 i 20 eura).

Dakle, europske zemlje različito tretiraju ruralni turizam i pridaju mu različito društveno i gospodarsko značenje. Neke više naglašavaju njegovu društvenu ulogu (primjerice, zaustavljanje ruralnog egzodusa, očuvanje povijesnog i kulturnog nasljeđa ruralnih prostora, poboljšanje društvenog života ruralnog stanovništva, poboljšanje socijalnog statusa žena u ruralnim prostorima, održavanje kontakta s poviješću i tradicijom te stvaranje određene privrženosti ruralnim kućama i prostorima), dok druge više naglašavaju njegovu gospodarsku ulogu (primjerice, alternativna gospodarska aktivnost, potpora poljodjelskoj proizvodnji, osiguranje dodatnog prihoda, diversifikacija turističke ponude, turistička valorizacija kulturno-povijesnog nasljeđa, poboljšanje životnog standarda ruralnih žitelja i slično). Turizam na seoskim gospodarstvima u ovoj regiji instrument je diversifikacije ponude, očuvanja gospodarstava i revitalizacije ruralnog prostora, što se poklapa s koncepcijama nama referentnih zemalja (Austrija, Italija i Slovenija), ali i ostalih zemalja kod kojih se ova vrsta turizma nalazi na visokom stupnju razvoja (Francuska, Engleska i druge). Ovisno o koncepciji turizma na seoskim gospodarstvima, neke zemlje vrše različite intervencije kao instrumente ostvarivanja

konceptijskih ciljeva (najčešće je to donošenje normativnih akata, definiranje tarifnog sustava, davanje javnih pomoći i fiskalna politika).

3. ZAKLJUČAK

Ruralni turizam kao specifični oblik turizma ima perspektivu te bi omogućio da turistička sezona traje cijelu godinu. Da bi se u RH ruralni turizam dalje razvijao preporučujemo sljedeće:

- uskladiti postojeće zakonske i podzakonske propise s potrebama razvoja ruralnog turizma što zahtijeva njihove promjene
- potrebno je stvaranje pretpostavki za edukaciju kadrova (prekvalifikacija i dodatno školovanje) kao i edukaciju o stvaranju turističkih proizvoda i njihove promocije.
- Izrada konkretnih razvojnih planova ruralnog turizma te definiranje razlika i potencijala pojedinih jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave.
- pojednostavljivanje registracije.
- poticanje i osmišljavanje sustava edukacije o mogućnostima korištenja sredstava iz europskih fondova
- Poticanje i unapređivanje međunarodne suradnje u stvaranju prekograničnih projekata ruralnoga turizma koji, osim na području Dunava, nisu dovoljno razvijeni.

Kao što možemo zaljučiti na osnovu predhodno navedenog jeste da je potrebno uložiti dodatne napore i raditi na promovisanju ruralnog turizma čime bi se ostvarili pozitivni efekti od ruralnog turizma.

4. LITERATURA

- [1] Cetinski, V. i Kušen, E. i Katica, D.: Mjesto i uloga ruralnog turizma u strategiji razvoja hrvatskog turizma, Zbornik radova Turizam na seljačkim gospodarstvima, Hrvatski farmer, Zagreb, 1995.
- [2] Franić, R. : Politika ruralnog razvitka – nova prilika za Hrvatsku. Agronomski glasnik, 2006.
- [3] Kušen, E.: Održivi razvitak kontinentalnog turizma, Zbornik radova znanstvenog skupa Prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb. 1994.
- [4] Kušen, E.: Turizam na seljačkim gospodarstvima. Turizam, br. 7-8. 1995.
- [5] Odbor za turizam Hrvatskog Sabora: Mogućnosti razvoja ruralnog turizma u RH, 2014.
- [6] Stić, D.: Marketing u turizmu, Travnik, IUT, 2018.
- [7] Tourism strategies and rural development, OECD working papers, No. 31. 1994.