Razvoj i dverzifikacija proizvoda i usluga u ruralnom turizmu

Brkić, Ana

Master's thesis / Diplomski rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of agriculture / Sveučilište Josip Jurja Strossmayera u Osijeku, Poljoprivredni fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:151:807119

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek

Repository / Repozitorij:

Repository of the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek - Repository of the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA

POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU

Ana Brkić, apsolvent

Diplomski studij smjera Agroekonomika

RAZVOJ I DIVERZIFIKACIJA PROIZVODA I USLUGA U RURALNOM TURIZMU

Diplomski rad

Osijek, 2017

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU

Ana Brkić, apsolvent

Diplomski studij smjera Agroekonomika

RAZVOJ I DIVERZIFIKACIJA PROIZVODA I USLUGA U RURALNOM TURIZMU

Diplomski rad

Povjerenstvo za ocjenu i obranu diplomskog rada:

1. prof.dr.sc.Krunoslav Zmaić, predsjednik
2. izv.prof.dr.sc.Tihana Sudarić, mentor
3. izv.prof.dr.sc.Jadranka Deže, član

Osijek, 2017

SADRŽAJ

1. UVOD 1
2. PREGLED LITERATURE 2
3. MATERIJALI I METODE 5
4. RURALNO PODRUČJE U HRVATSKOJ 6
5. ULOGA I ZNAČAJ RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ 7
5.1 Diverzifikacija 8
6. ANKETA - Razvoj i diverzifikacija proizvoda i usluga u ruralnom turizmu 11
7. PREPORUKE I PRIJEDLOZI DIVERZIFIKACIJE PROIZVODA I USLUGA U RURALNOM TURIZMU 31
8. ZAKLJUČAK 32
9. POPIS LITERATURE 34
10. SAŽETAK 35
11. SUMMARY 36
12. PRILOZI 37
13. POPIS GRAFIKONA 42
TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA 43
BASIC DOCUMENTATION CARD 44

1. UVOD

U Republici Hrvatskoj uloga turizma je jedna od važnijih smjernica već skoro trideset godina. Kada se spomene turizam, prije svega, prvo što pada na pamet je obalno područje koje iz godine u godinu dobiva sve više na važnosti i značaju, što potvrđuju i rezultati postignuti u turističkim aktivnostima.

Ruralni turizam u Hrvatskoj i turizam na seljačkim gospodarstvima je još uvijek u početnoj fazi. Osječko- baranjska županija se nalazi na 4. mjestu u Hrvatskoj po broju gospodarstava koji sadržavaju ponude ruralnog turizma. Ispred se nalaze županije koje su u obalnom području, što je posljedica pretežite usmjerenosti hrvatskog turizma na mediteranske prostore, ali i desetljećima zanemarivanje ruralnog prostora i obiteljskih seljačkih gospodarstava.

Ovim diplomskim radom definiran je pojam ruralnog turizma, pojmovi diverzifikacije te proizvoda i usluga. Također, obrađena je anketa vezana za ruralni turizam, posjećenost i oglašavanje istoga, te diverzificiranost proizvoda i usluga na ruralnom turizmu.

2. PREGLED LITERATURE

Kroz rad se vidi nekoliko definiranja ruralnog područja, ruralnog turizma, diverzifikacije. Lukić u svom djelu: „Turizam na seljačkim gospodarstvima u Hrvatskoj“ navodi kako ruralni prostori svijeta i Hrvatske doživljavaju transformaciju. Regionalne raznolikosti i nejednakosti tog procesa su velike. Trend diverzifikacije gospodarskih djelatnosti u ruralnim prostorima sve je izraženiji i prisutniji i postaje gotovo univerzalan proces. Turizam je jedna od djelatnosti koja može imati značajan utjecaj na ekonomsku, socijalnu, funkcionalnu i fiziognomsku strukturu ruralnog prostora. Uloga turizma kao pokretača i transformatora u obnovi ruralnog prostora dokazana je u brojnim europskim državama. Turizam je i djelatnost koja će imati sve zapaženiju ulogu u stvaranju nacionalnog dohotka u 21. stoljeću.

U definiranju pojma ruralnog turizma Ružić ističe pojam ruralnog prostora, odnosno njegova fizička i socio-kulturna obilježja pa je prema njemu to vrsta turizma razvijena na prostoru izvan gradskih središta za koje je karakteristično obilje prirodnih i društvenih posebnosti, na kojem živi mali broj stanovnika s dominantnim korištenjem zemljišta za poljoprivrednu proizvodnju i na kojem su društvena struktura i običaji dijelom sačuvani. Isti autor dalje navodi o ruralnom turizmu kako je to skupni naziv za različite aktivnosti i oblike turizma koji se razvijaju u ruralnom prostoru. On zadire u dva gospodarska sektora, turizam i poljoprivredu, koji zajedno oblikuju specifičnu turističku ponudu, koja se može ostvariti unutar seljačkog gospodarstva ili u seoskoj sredini. Određen je prirodnim i kulturnim resursima koji se nalaze na ruralnim područjima, a oni predstavljaju dobar temelj za ruralni razvoj. Premda još uvijek u sjeni maritimnog turizma, u posljednje vrijeme ruralnom turizmu počinje se posvećivati sve veća pozornost jer ruralni prostor Hrvatske zauzima oko 90% njezine površine, što je ogromni potencijal za razvoj ruralnog turizma.

To nam potvrđuju i Franić i Grgić u svom djelu: „Agroturizam na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u Hrvatskoj“, te još proširuju i navode kako osim četiri osnovna oblika turizma (agroturizam, ekoturizam, pustolovni turizam i seoski turizam) možemo razlikovati još dvadesetak različitih oblika ruralnog turizma (rezidencijalni turizam, zavičajni turizam, sportsko-rekreacijski turizam, zdravstveni turizam, edukacijski turizam, tranzitni turizam, turizam i kampiranje, lovni i ribolovni turizam, vjerski turizam, vinski i gastronomski turizam i ostali).

Uz Bartolucija u radu se također analizira postojeće stanje ruralnog turizma u Hrvatskoj te se utvrđuju mogućnosti i smjernice njegovog razvoja kroz diverzifikaciju prozvoda . Istraživanje je pokazalo da ruralni turizam u Hrvatskoj zaostaje za kupališno-odmorišnim turizmom primorske Hrvatske, kao i da se nedovoljno koriste brojni i raznoliki prirodni i društveni resursi kojima kontinentalni dio Hrvatske obiluje. Dosadašnji razvoj ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj bio je uglavnom prepušten individualnoj poduzetničkoj inicijativi i oskudnim izvorima financiranja pa se razvila neujednačena turistička ruralna ponuda temeljena na različitim vrstama i specifičnim oblicima turizma.

Rastuća globalizacija tržišta i industrije pred poduzeća stavlja brojne izazove zbog čega su ona primorana pronaći nove strategije uz pomoć kojih će opstati na tržištu. Krajnović, Perkov i Klanac u svome članku također navode, odnosno raspravljaju o razlozima zbog kojih se poduzeća odlučuju za diverzifikaciju te o utjecaju diverzifikacije na performansu poduzeća. Istraživači ulažu značajne napore kako bi se shvatili motivi zbog kojih se neko poduzeće odlučuje za diverzifikaciju te je na temelju toga nastalo mnoštvo teorijskih perspektiva. Diverzifikacija može biti odabrana zbog niza različitih razloga koji su navedeni u radu. Usporedno sa time Sudarić u svojoj disertaciji konstatira kako diverzifikacija gospodarskih aktivnosti u funkciji cjelovitog ruralnog razvitka ima za cilj ne samo povezati ruralni prostor sa urbanim već integrirati ruralni prostor u cjelokupnu nacionalnu ekonomiju, odnosno poticanje gospodarskih aktivnosti u ruralnom prostoru reflektirat će se kroz viši stupanj konkurentnosti ključnih ruralnih sektora kao i stvaranje uvjeta za komatibilniji pristup Europskoj uniji.

Klanac u svome članku ukazuje na problem te nudi i rješenje. Naime, kako su mala i srednja poljoprivredna obiteljska gospodarstva suočena sa problemom nerentabilnosti, u prvom redu zbog nemogućnosti za razvoj komercijalne poljoprivrede, vezane uz specijalizaciju u proizvodnji, a ako i imaju potrebne preduvjete suočena su s velikom konkurencijom na tržištu. Jedno od mogućih rješenja za ovakvu situaciju je svakako diverzifikacija poljoprivredne proizvodnje odnosno proširenje asortimana proizvoda te unošenje promjena u postojećoj proizvodnji na OPG-u. Kako je ruralni prostor sve traženiji kao mjesto za odmor i odmak od svakodnevnog užurbanog načina života, sela prestaju biti samo mjesta poljoprivredne proizvodnje već se pretvaraju u mjesta potrošnje. Ovo opet pruža posebne mogućnosti u stvaranju dodatnog prihoda i dugoročnu sigurnost u poljoprivredi pružanjem turističkih usluga. Naglasak je stavljen na mlađe članove gospodarstva jer je agroturizam specifična

djelatnost koja zahtjeva izravan odnos domaćina s gostom, dosta vremena, spremnost i sposobnost ophođenja s gostima, poznavanje stranih jezika i dr. Uvođenjem agroturizma na gospodarstvo osim povećanja prihoda gospodarstva poljoprivredna proizvodnja se podiže na jednu višu razinu, povećava se proizvodnja tradicijskih proizvoda, uviđa se potreba i opravdanost očuvanja i uređenja starih seoskih kuća i objekata, očuvanja starih zanata te općenito kulture i tradicije dotičnog kraja. Ne smije se zanemariti niti mogućnost uvođenja ostalih nepoljoprivrednih usluga na takva gospodarstva, ovisno o sposobnostima i sklonostima članova domaćinstva.

3. MATERIJALI I METODE

Za izradu diplomskog rada korišteni su podaci i informacije prikupljeni iz stručnih radova i znanstvene literature o navedenoj temi. Za pisanje rada korištene su metode proučavanja znanstvene literature i stručnih radova o zadanoj temi, kreirana je anketa za ciljanu populaciju pomoću koje se želi doći do odgovora na postavljene hipoteze o oglašavanju i raznolikosti proizvoda i usluga na ruralnim turizmima. Pristup anketi bio je putem aplikacije Google Forms gdje je omogućeno kreiranje pitanja koja su potrebna za istraživanje, te brzo i efiksano odgovaranje i obrada rezultata. Pristup anketi je bio kroz URL (eng.Uniform Resource Locator) poveznicu podijeljenu na društveno mreži *Facebook* i slanjem maila. Anketu je ispunilo 145 ispitanika putem facebooka, e-maila i direktnim kontaktom između ispitanika i ispitivača. Anketna pitanja priložena su dalje u diplomskom radu.

Za obradu dobivenih podataka iz ankete korišten je Microsoft Excel, alat Microsof Officea gdje se pomoću grafičkog prikaza mogu vidjeti rezultati dobiveni u ispitivanju.

4. RURALNO PODRUČJE U HRVATSKOJ

Ruralno područje u Hrvatskoj se sastoji od 90% kopnenog dijela Hrvatske, na kojem živi 47% ukupnog stanovništva Hrvatske. Još od sredine 19. stoljeća, seoska su područja bila izložena degradacijskim procesima koji su danas posljedica izumiranja sela kao osnovnog elementa ruralnog područja. Izrazito negativan utjecaj na razvoj hrvatskog sela imali su povijesni procesi industrijalizacije, deruralizacije, deagrarizacije i urbanizacije koji su bili prisutni u svijetu. Sve to dovelo je do nepovoljnog položaja za seljaka. Pojačana industrijalizacija i nezainteresiranost za zemlju dovodi do deruralizacije, odnosno napuštanja sela kao mjesta za stanovanje. Iseljavaju uglavnom mladi i to muškarci. Dodatan zastoj razvoja ruralnih prostora čini velik broj stanovništva koji živi na ruralnom području, ali se ne bavi niti poljoprivrednim, niti nepoljoprivrednim djelatnostima.

Čak 77% ruralnih područja karakterizira nazadovanje u razvitku što pokazuje negativnost demografskih, prostorno-planskih i socio-kulturnih pokazatelja. Procesu izumiranja dodatno potpomaže prometna izoliranost, velika starost stanovništva te uglavnom staračko i žensko stanovništvo. „Samo 11 % ruralnih područja nalazi se u stagnaciji - prosječnom tipu razvoja koji karakterizira niz povoljnih pretpostavki za brže, lakše i racionalnije usmjeravanje procesa i odnosa.„ (Aleksandar Lukić,) Potrebne su konkretne mjere kako bi se djelovalo na razvitak tih područja. Nedostatna infrastruktura, ekonomsko osiromašenje, parcelizacija posjeda nepovoljan su čimbenik za razvoj poljoprivrede Ipak 12% ruralnog područja bilježi razvoj i proširenje i upravo taj dio bi trebao biti glavni pokretač u oživljavanju ruralnog prostora.

„Revitalizacija sela u smislu održivog i cjelovitog razvoja neophodan je proces očuvanja ruralnih prostora kao primarnih proizvodnih područja hrane i ostalih dobara, područja specifičnog antropogenog pejsaža s naglašenim prirodnim, tradicijskim, kulturnim i historijskim elementima, oaze zelenila i ekološke ravnoteže, i na kraju - kao područja mira i odmora od dinamičnog i stresnog gradskog miljea. Turizam u ruralnom prostoru jedan je od čimbenika koji može imati bitnu ulogu u obnovi i održivom razvitku sela.“ (Aleksandar Lukić)

Hrvatska ima sve predispozicije za razvoj ruralnog turizma, te se procjenjuje da bi mogla razviti 15000 turističkih gospodarstava i oko 250 000 kreveta u svim smještajnim kapacitetima ruralnog prostora. Razvoj ovakve vrste turizma u prostorima koji imaju problem pridonio bi velikoj revitalizaciji sela.

5. ULOGA I ZNAČAJ RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Ruralni turizam predstavlja različite tipove turizma koji se razvijaju izvan urbanih i obalnih središta, u slobodnim područjima ili selima. Premda OECD izvješće iz 1994. godine predlaže podjelu ruralnih područja u četiri osnovna oblika (agroturizam, ekoturizam, pustolovni turizam i seoski turizam), možemo razlikovati gotovo dvadeset različitih oblika ruralnog turizma, ovisno o obilježjima pojedinog područja, te kombinaciji atrakcijskih čimbenika koji služe u promoviranju područja.

Osim ovih navedenih oblika, ruralni turizam obuhvaća rezidencijalni turizam (najčešći oblik u hrvatskim uvjetima koji podrazumijeva boravak u vlastitim vikendicama u ruralnom prostoru tijekom vikenda, blagdana i odmora), zavičajni turizam, sportsko-rekreacijski turizam, zdravstveni turizam u ruralnom prostoru (termalno-mineralna vrela, planinski predjeli), edukacijski turizam, tranzitni turizam, kontinentalni nautički turizam i kampiranje, lovni i ribolovni turizam, vjerski turizam, vinski i gastronomski turizam, eko-turizam i prirodi bliski turizam, te mješovite i ostale vrste turizma (Franić, Grgić,2002.)

Oblici turističke aktivnosti su:

• agroturizam, seosko gospodarstvo, farme: turisti promatraju ili sudjeluju u tradicionalnim poljoprivrednim radnjama, bez negativnih učinaka na ekosustav ili na produktivnost seoskog domaćinstva;

• aktivnosti u prirodi (rekreacija i odmor): svrha je uglavnom rekreacija pa praktički nema negativnih ekoloških utjecaja;

• ekoturizam: podrazumijeva vrstu 'odgovornog' turizma koji podržava zaštitu prirodnih resursa, kao i održavanje dostignute razine blagostanja i socijalne vrijednosti lokalne populacije (Anderson 1997);

• ruralno iskustvo (seoski turizam): turisti uranjaju u svakodnevni seoski život, a ruralna naselja profitiraju kroz ekonomske i druge koristi turističkih aktivnosti;

• kulturni turizam: odnosi se na kulturu, povijest, arheologiju i ostale kulturne odrednice predmetnog ruralnog područja;

• ostali kombinirani oblici turizma specijalnih interesa: turistička putovanja u ruralnim predjelima i slično, kao i sve usluge koje nadopunjuju smještaj – razni događaji, festivali, rekreacija na otvorenom, proizvodnja i prodaja lokalnih suvenira i poljoprivrednih proizvoda itd. (Jelinčić, 2007.)

5.1 **Diverzifikacija**

Pojam diverzifikacije potječe od latinske riječi *diversifikacija,* a podrazumjeva upotpunjenje ili proširenje proizvodnog (uslužnog) ili prodajnog programa uključivanjem novih proizvoda ili usluga koje se razlikuju od dosadašnjih. (www.poslovni.hr). U marketinškom smislu ova riječ može podrazumijevati diferencijaciju, odnosno mijenjanje nekog proizvoda koji zadovoljava istu upotrebnu vrijednost. Na mijenjanje proizvoda utječu mnogi čimbenici kao što su tržište, tehnologija, kapital i slično šte se reflektira kroz diverzifikacijau koja je iz tog razloga dinamičan i promjenjiv proces. (T. Sudarić)

Johnson, Scholes i Whittington (2008) navode četiri osnova smjera koja se mogu koristiti za strateški razvoj, a to su: tržišna penetracija na postojećim tržištima, razvoj tržišta koji uključuje izgradnju novih tržišta u inozemstvu ili kroz nove segmente kupaca, razvoj proizvoda koji se odnosi na poboljšanje proizvoda i inovacije te diverzifikacija koja uključuje značajno širenje organizacijskih opsega u smislu tržišta i proizvoda. (https://hrcak.srce.hr/file/170019)

Diverzifikacija je određena primjerenom matricom koja kombinira sadašnje i ove proizvode sa sadašnjim i novim tržištima. Iz ove kombinacije proizlaze 4 moguće orijentacije:

1. tržišna penetracija- poslovna orijentacija gdje se već postojeći proizvod plasira na postojeće tržište
2. razvoj proizvoda- poslovna orijentacija gdje se novi proizvod plasira na postojeće tržište
3. razvoj tržišta- poslovna orijentacija gdje se postojeći proizvod plasira na nova tržišta
4. diverzifikacija- poslovna orijentacija gdje se uvodi novi proizvod koji se plasira na nova tržišta prema nekim autorima (Ansoff, 1965: 108-112)

Diverzifikacija se može promatrati sa šireg i užeg stajališta, te razlikujemo dva oblika:

1. diverzifikacija poljoprivrednih aktivnosti
2. diverzifikcija nepoljoprivrednih aktivnosti

Diverzifikacija se osim u poljoprivredi, javlja i u gospodarstvu. Kada govorimo o diverzifikaciji poljoprivrednih aktivnosti onda tu mislimo na primarnu poljoprivrednu proizvodnju koja je vezana sa resursima- rad, zemlja kapital, dok je diverzifikacija nepoljoprivrednih aktivnosti vezana za uvođenje sekundarnih i tercijarnih aktivnosti gdje se ističu, znanje, informacije, tehnologija, poduzetništvo, marketing i tržište.

Suočeni s teškoćama prilagodbe mnoge su se poljoprivredne obitelji uvelike okrenule nepoljoprivrednom radu kako bi upotpunile svoje dohotke. Gospodarstvo višenamjenskog posla (multiple job holding) ili višestruka djelatnost (pluri- activity) su bolji nazivi za opis raznolikosti rješenja od češće upotrebljavanog naziva mješovito gospodarenje (part- time farming) (Tracy, 2000.)

Drugi naziv za diverzifikaciju aktivnosti na gospodarstvu je multifunkconalnost, višefunkcionalnosti ili pluriactivity (eng.) koja ne ovisi samo o vanjskim čimbenicima koji dolaze iz okruženja nego sama o sebi. Multifunkcionalnu poljoprivredu po Agendi 2000. čine 3 osnovne funkcije: funkcija proizvodnje, funkcija zaštite okoliša i socio-ekonomska funkcija. Upravo te tri funkcije se poistovjećuju sa osnovnim mjerama ruralnog prostora Europske unije:

1. Zaštita prirodnog okoliša i okruženja
2. Razvoj proizvodno. Prehrambenog sektora
3. Diverzifikacija ruralne ekonomije i kvaliteta života

Koncept multifunkcionalnosti predstavlja model ostvarivanja rastuće održivosti osiguravanjem netržišnih javnih dobara u poljoprivredi i ruralnom području. U poljoprivredi koncept multifunkcionalnosti je vezan za tržišnu proizvodnju, diverzifikacijom aktivnosti multifunkcionalnog poljoprivrednog gospodarstva, a u ruralnom području vezan je za obavljanje multifunkcionalnih aktivnosti poljoprivrednih proizvođača i drugih aktera u ruralnoj ekonomiji, neovisno od poljoprivredne proizvodnje (Hagedorn, 2004:29). (https://hrcak.srce.hr/file/170019)

Europska politika je kroz Agendu 2000. postavila ruralni razvitak „drugi stupom“ zajedničke agrarne politike. Kroz taj razvitak podrazumijevala je vezu između poljoprivrede i okruženja i kao takva ima tri glavna cilja koja su: osnažiti poljoprivredni i šumarski sektor koji su glavna uporišta seoskih područja, povećati konkurentnost ruralnih područja tako da se ruralnim zajednicama osigura veća zaposlenost i poboljšati kvalitetu života i zaštiti prirodni okoliš, krajolik i ruralno nasljeđe. (T. Sudarić)

Diverzificirati neko poslovanje kroz dodatnu proizvodnju ili aktivnost ili ne, ovisi isključivo o nosiocima poljoprivrednih gospodarstava, mogućnostima i kapacitetima. Diverzifikacijom bi se trebala povećati ekonomska vitalnost gospodarstva, ali također i smanjiti ovisnost o primarnoj proizvodnji.

Ruralni turizam u Slavoniji, odnosno potreba za boravkom (turista) u nenarušenim socijalnim, prostornim i prirodnim okruženjima postaje temelj i model daljnjeg razvoja ruralnih krajeva kroz diverzifikaciju aktivnosti te očuvanje ambijentalnih vrijednosti i prostornosti, prije svega, tradicijske arhitekture. Ruralni se prostor sve više afirmira kao mjesto autonomne i prepoznatljive turističke ponude, čak i sudionici „reformiranoga masovnog" turizma sve više traže obogaćivanje maritimne ponude turističkim atrakcijama u naseljima na priobalju i u zaleđu obale (unutrašnjosti). Kušen Eduard., (2002.): Klasifikacija turističkih atrakcija. http://hrcak.srce.hr/10801

6. ANKETA - Razvoj i diverzifikacija proizvoda i usluga u ruralnom turizmu

U ovom dijelu diplomskog rada obrađeni su podaci iz ankete koja je provedena među ispitanicima. Anketu je ispunilo 146 osoba.

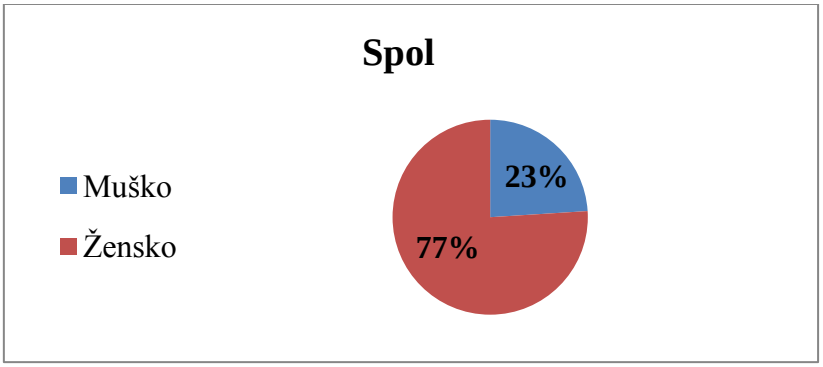
Cilj rada je potvrditi navedene hipoteze koje se odnose na oglašavanje ruralnog turizma, zainteresiranosti za njim, te utvrditi koliko je diverzfikacija proizvoda i usluga u ruralnom turizmu važan čimbenik pri posjeti nekom ruralnom gospodarstvu te na koji način se može privući ljude da posjete neki od ruralnih turizama.

Postavljene hipoteze:

1. Oglašavanje ruralnog turizma nije dovoljno rasprostranjeno i uočljivo
2. Manja zainteresiranost za ruralnim turizmom u odnosu na mediteranski turizam
3. Proizvodi i usluge na ruralnom području nisu dovoljno razvijeni
4. Raznolikost proizvoda i usluga važan je čimbenik za posjet ruralnom području i razvoju ruralnog turizma

Spol

Od 146 ispitanika, anketu je ispunilo 111 ženskih osoba, što u postotcima iznosi 76,6% i 35 muške osobe, 24%.

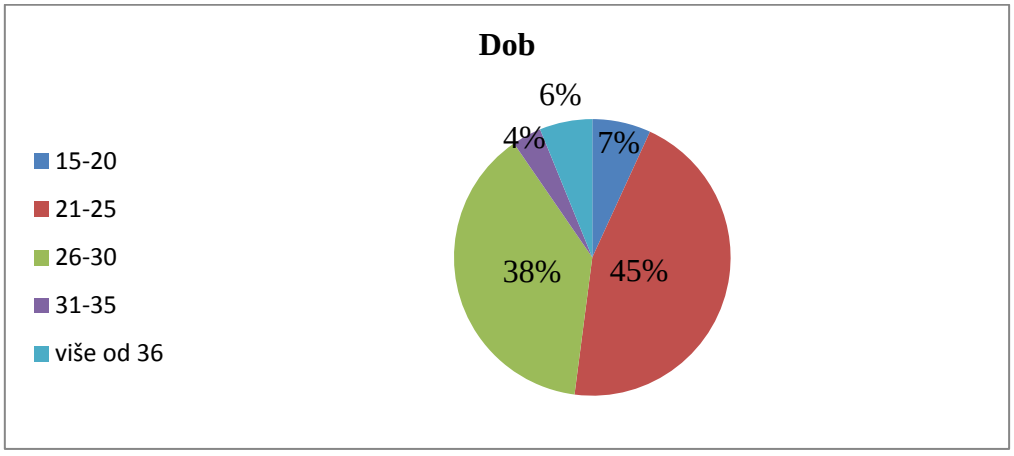


Grafikon 1. Spol

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

Dob

Od 146 ispitanika, u dobi 15-20 bilo je 10 ispitanika, 21-25 godina imalo je 66 ispitanika, 26-30 godina njih 56, 31-35 godina 5 ispitanika i stariji od 36 godina bili su 9 ispitanika.

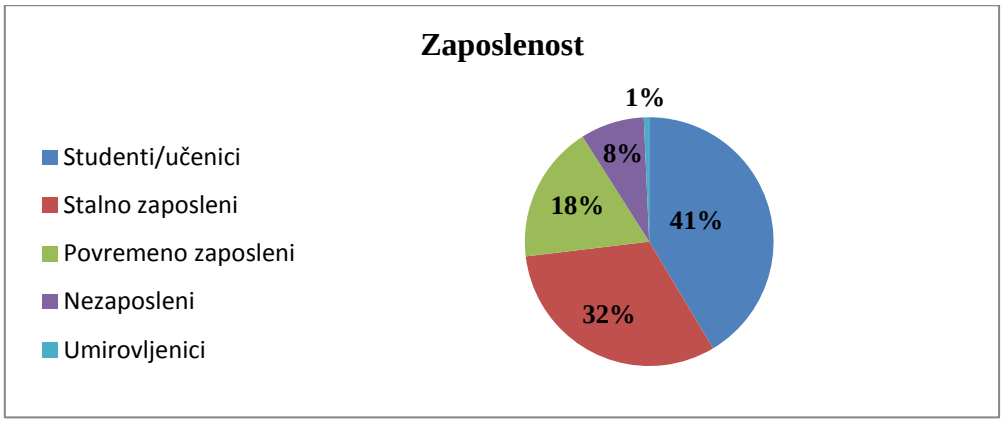


Grafikon 2. Dob ispitanika

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

Zanimanje

Najveći broj ispitanika bili su studenti/učenici, njih 60 ili 41,4%, zaposlenih u stalnom radnom odnosu bilo je 46 ili 31,7%, zaposlenih u povremenom radnom odnosu 27 ili 18,5%, nezaposlenih 12 ili 8,3%, te jedan umirovljenik, 0,7%.

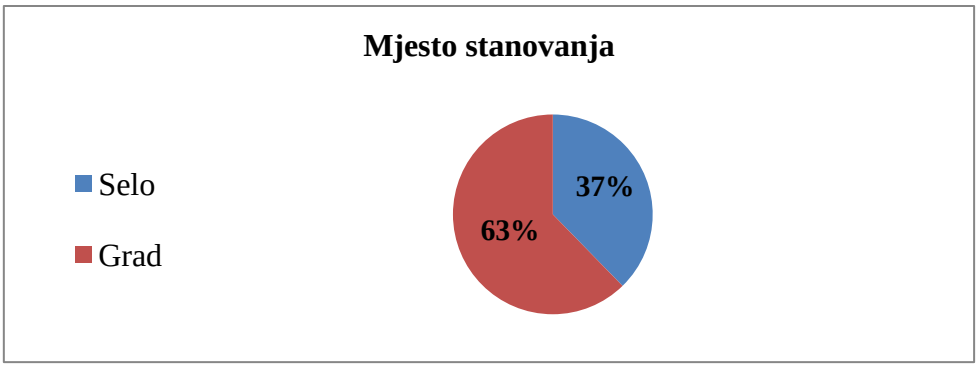


Grafikon 3. Zaposlenost

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

Živite li na selu ili u gradu?

Od ukupnog broja ispitanika njih 91 ili 62,8% živi u gradu, dok ostatak, 55 ispitanika ili njih 37,7% živi na selu.

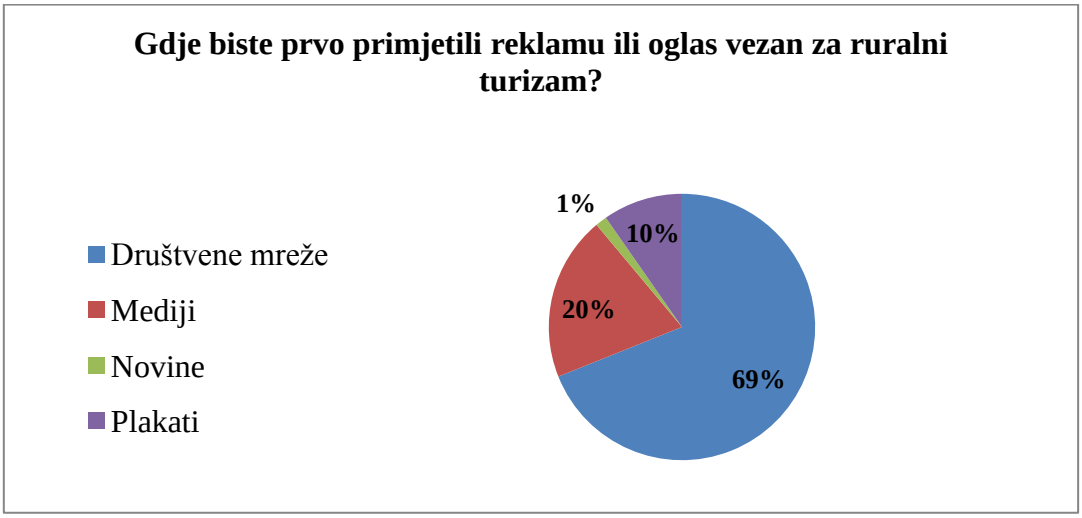


Grafikon 4. Mjesto stanovanja

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

Gdje biste prvo primjetili reklamu ili oglas vezan za ruralni turizam?

Na pitanje o oglašavanju turizma, najveći broj ispitanika se izjasnio kako bi reklamu ili oglas za ruralni turizam prvo vidjeli putem društvenih mreža, njih 101, odnosno 69,2%. Sljedeće najprimjećenije mjesto za oglas su mediji koje je označilo 29 osoba ili 20%, na plakatima bi oglas primjetilo njih 14 ili 9,7%, dok je najmanji broj onih koji bi u novinama prvo zamijetili oglas ili reklamu za ruralni turizam, njih 2 ili 1,4%.

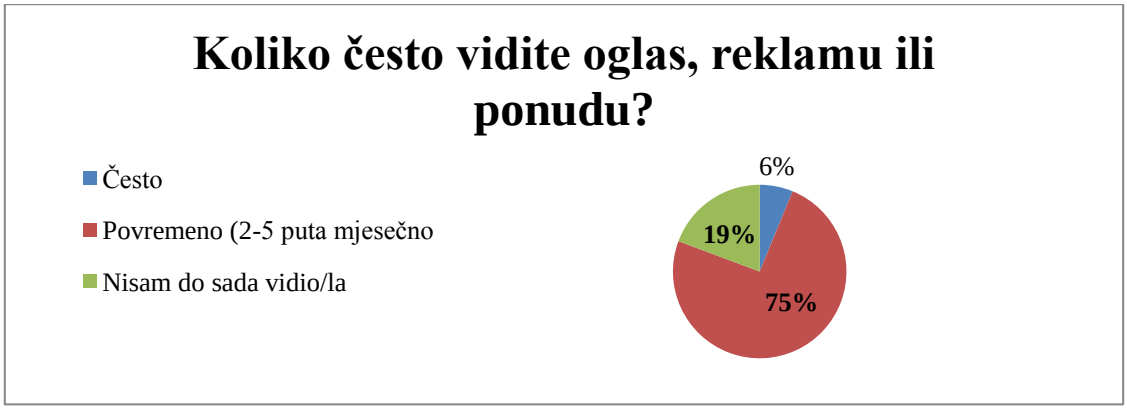


Grafikon 5. Oglašavanje ruralnog turizma

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

Koliko često vidite oglas, reklamu ili ponudu za sadržaj na ruralnom području?

Iz navedenog pitanja vidljivo je da najveći broj ispitanika oglas ili reklamu vidi povremeno (2-5 puta mjesečno), njih 109 ili 74,7%, reklamu do sada nije vidjelo njih 28 ili 19,3%, dok ju često vidi 9 ispitanika ili 6,2%.



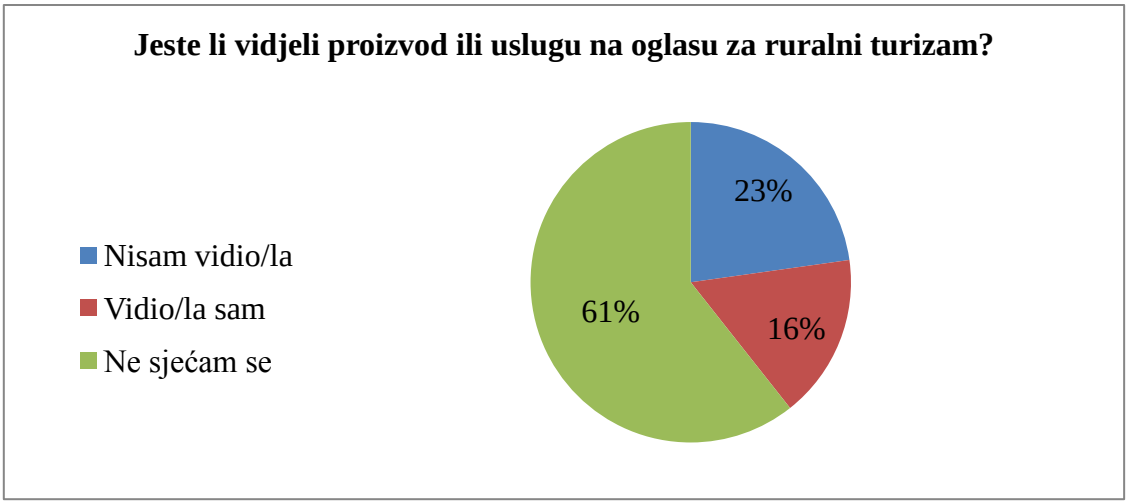
Grafikon 6. Koliko često vidite oglas reklamu ili ponudu za sadržaj na ruralnom području?

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

Ukoliko ste vidjeli oglas, jeste li, između ostaloga, vidjeli proizvod ili uslugu kao ponudu u njemu?

Proizvod ili uslugu kao ponudu u oglasu na ruralnom turizmu vidjelo je njih 24, 16,6% što je ustvari najmanji broj ispitanika. Nije vidjelo njih 33 ili 22,8%, dok se najveći dio ispitanika, njih 89 ili 61%, ne sjeća jesu li vidjeli proizvod ili uslugu kao ponudu u oglasu.

Ispitanici koji su vidjeli proizvod ili uslugu kao oglas naveli su da je to bila gastronomija (kulen, pršut, sir, vina, restorani, domaća kuhinja i sl.), smještaj, etno sela, elitni turizma (vila sa bazenom), jahanje konja te promatranje ptica. Rezultati ankete Petrića (Atraktivnost ruralnog turizma Slavonije i Baranje. 2014.) imaju otprilike jednake rezultate. Rezultati ukazuju da ispitanici imaju znanja o ponudi ruralnog turizma i većina ispitanika je posjetila barem jedan od ponuđenih oblika ruralnog turizma , no da bi taj postotak bio veći i da bi ispitanici u većoj mjeri posjećivali takva mjesta svakako treba poraditi na informiranju i promoviranju ruralnog turizma.

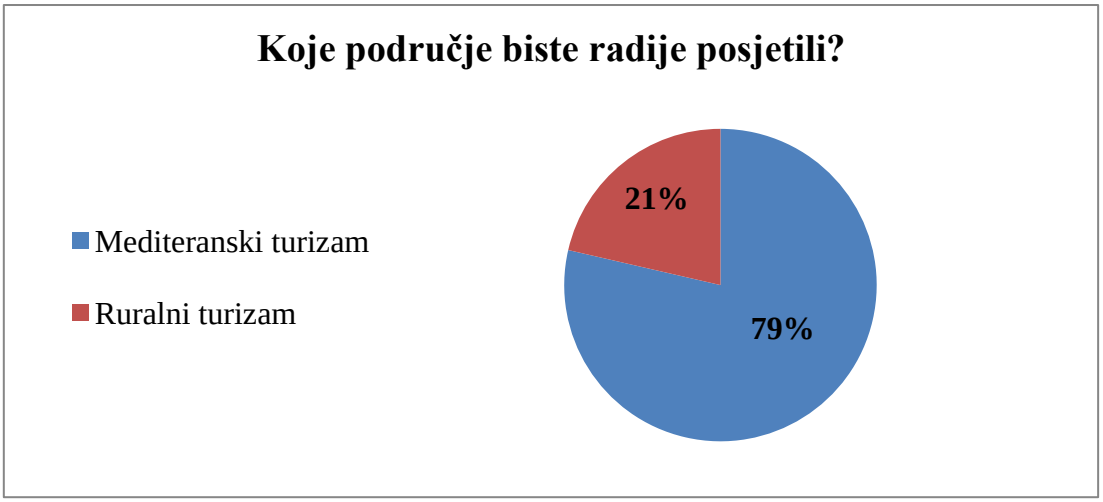


Grafikon 7. Jeste li vidjeli proizvod ili uslugu na oglasu za ruralni turizam?

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

Koje područje biste radije posjetili?

Kako je i pretpostavljeno u hipotezi, najveći broj ispitnika i dalje radije posjećuje mediteranski turizam, njih 115 ili 78,8, dok manji dio posjećuje ruralni turizam njih 31 ili 21,4%.

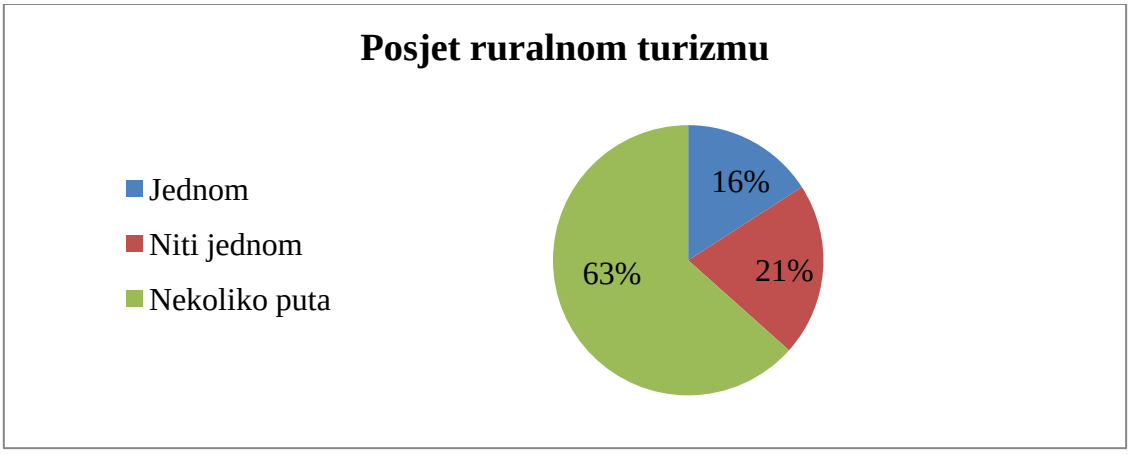


Grafikon 8. Koje područje biste radije posjetili?

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

U posjeti ruralnom turizmu bili ste...?

Kad je riječ o posjećenosti ruralnom turizmu većina ispitanika je bila nekoliko puta, njih 93 ili 63,7%, jednom je posjetilo njih 23 ili 15,9%, dok niti jednom nisu bili njih 30 ili 20,7%.

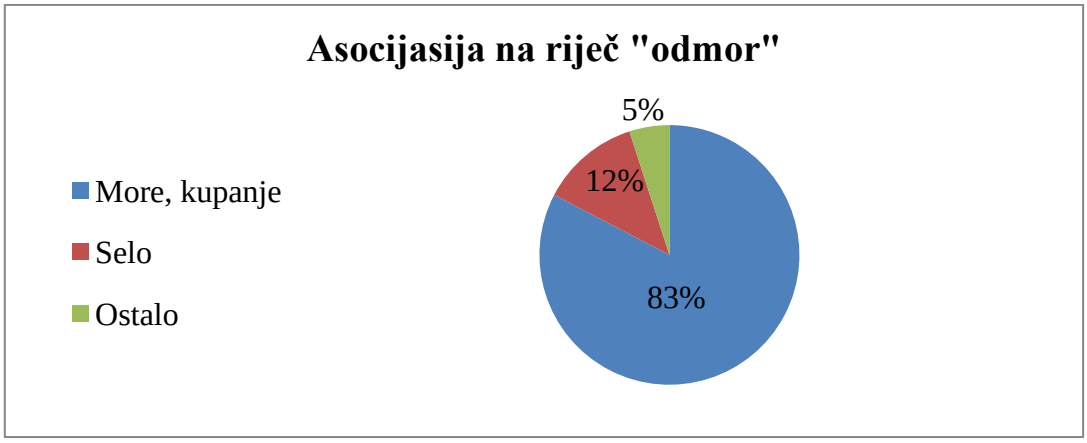


Grafikon 9. Posjet ruralnom turizmu

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

Kad čujete riječ „odmor“ prva asocijacija je:

Sukladno očekivanjima kako zbog postavljene hipoteze, tako i zbog ranijeg pitanja o posjećenosti mediteranskog turizma, najveći broj ispitanika za odmor podrazumijeva more, sunce, kupanje njih čak 120 ili 82,8%, manji broj podrazumijeva pod riječi „odmor“ selo, hranu i uslugu vezanu za seoski turizam, 19 ispitanika ili njih 12,4%. Ispitanicima je bilo ponuđeno da navedu nešto treće što ih asocira na odmor, a među odgovorima našlo se planinarenje, boravak u šumi, spavanje, trošenje novca te ispijanje alkoholnih pića

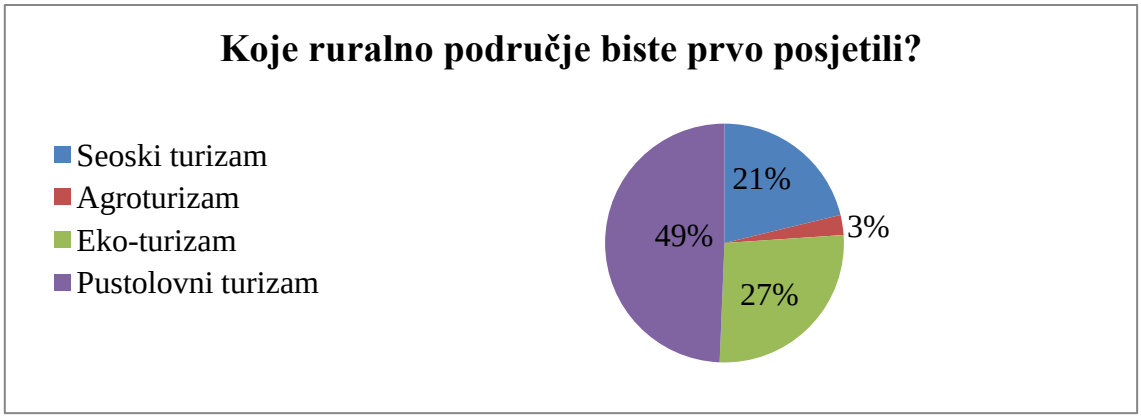


Grafikon 10. Asocijacija na riječ odmor

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

Koje ruralno područje biste prvo posjetili?

Ruralni turizam dijelimo na četiri grane. Najveći broj ispitanika posjetio bi pustolovni turizam (planinarenje, biciklizam, rafting, terensko jahanje i sl.), njih 72 ili 49,3%. Na drugom mjestu po najčešćem broju odgovora je eko-turizam (boravak u nenarušenoj i očuvanoj prirodi), 39 ispitanika ili 26,7%. Seoski turizam (boravak u svrhu odmora) prvo bi posjetio 31 ispitanik ili 21,2%, dok bi najmanji dio ispitanika posjetio agroturizam te aktivno sudjelovao u poljoprivrednim poslovima, njih 4 ili 2,7%. U anketi Petrića ispitanici su u najvećo mjeri odgovorili kako bi posjetili sportsko – rekreacijski turizam (pustolovni), zatim sljede ispitanici koji su se odlučili za kulturni turizam, zatim slijedi zdravstveni turizam, ekoturizam, najmanje agroturizam. Možemo zaključiti kako su ispitanici u obje ankete jednakoj vrsti turizma priklonili najviše interesa.

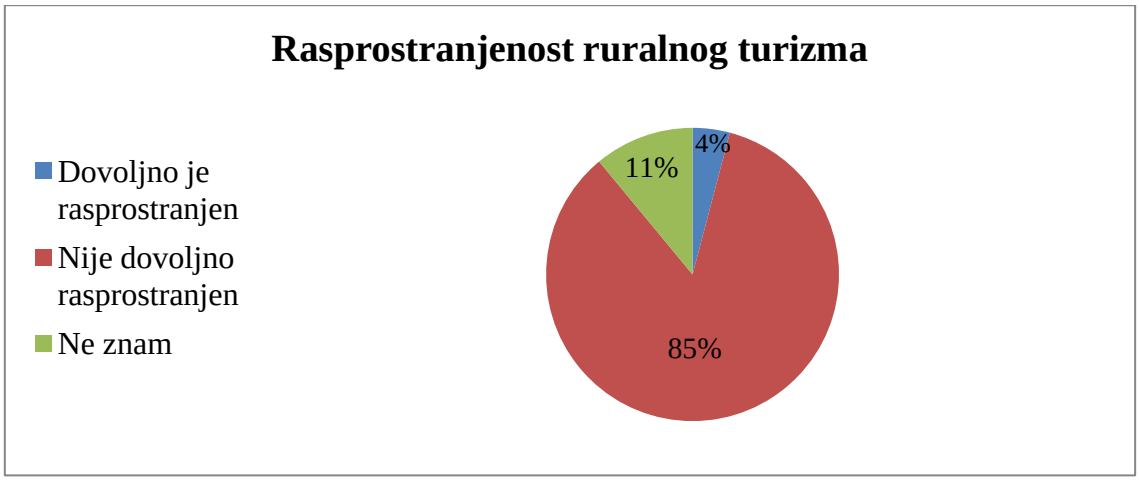


Grafikon 11. Koje ruralno područje biste prvo posjetili?

Izvor Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

Smatrate li da je ruralni turizam u Slavoniji dovoljno rasprostranjen?

Kada je riječ o rasprostranjenosti ruralnog turizma najveći broj ispitanika smatra da nije dovoljno rasprostranjen, njih 124 ili 84,9%. Suprotno ovome, 16 ispitanika ili njih 11% ne zna je li dovoljno rasprostranjen, dok ostatak ispitanika, njih 6 ili 4,1% smatra da je dovoljno rasprostranjen.



Grafikon 12. Rasprostranjenost ruralnog turizma

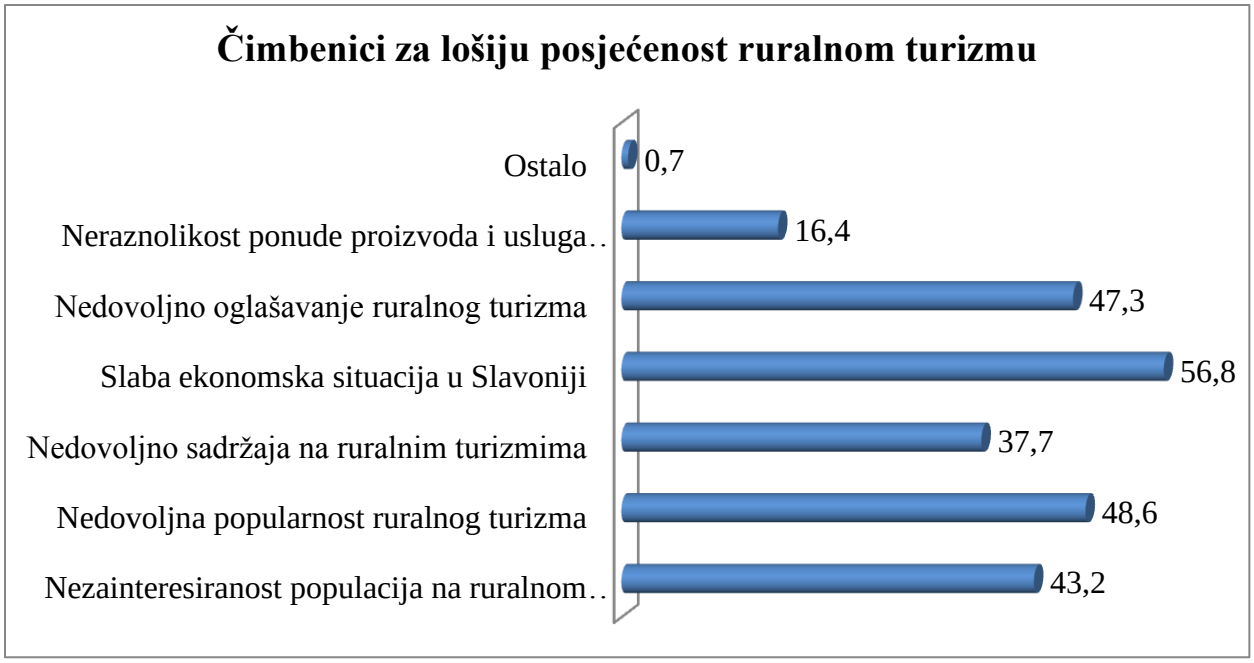
Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

Koje od navedenog smatrate glavnim čimbenikom za lošiju posjećenost ruralnom turizmu?

Ispitanicima je ponuđeno nekoliko čimbenika koji mogu biti razlog za lošiju posjećenost ruralnom turizmu. U najvećem broju, 83 ispitanika ili njih 56,8%, smatra da je slaba ekonomska situacija u Slavoniji razlog za lošiju posjećenost. 71 ispitanik ili 48,6% smatra da je nedovoljna popularnost ruralnog turizma krivac za lošiju posjećenost, dok 9 ispitanika ili 47,3% smatra da je nedovoljno oglašavanje glavni čimbenik za lošiju posjećenost. Od ostalih čimbenika, 63 ispitanika ili 43,2%, smatra da je nezainteresiranost populacije za ruralnim turizmom glavni krivac, 55 ispitanika ili 37,7% smatra da je nedovoljno sadržaja na ruralnim turizmima čimbenik za lošiju posjećenost, te 24 ili 16,4% ispitanika smatra da je neraznolikost ponude proizvoda i usluga na ruralnom turizmu glavni čimbenik za lošiju posjećenost. Ispitanicima je također bilo ponuđeno da sami navedu zašto ruralni turizam ima lošiju posjećenost, tu je naveden jedan odgovor u kojem stoji: „Ne stvara se poticaj ni od države, ni od društva, predugi proces s papirima i dozvolama- birokracija.“

Najveći problem u razvoju ruralnog turizma ispitanici u anketi Petrića vide u neodgovarajućoj informiranosti i promotivnim aktivnostima, jer gledajući po prethodnim rezultatima ispitanici su u obje ankete izjavili kako nisu u dovoljnoj mjeri upoznati s turističkom ponudom.

Iza toga, slijedi neodgovarajuća zakonska regulativa, koju ispitanici također smatraju jednim od glavnih problema. Financijski poticaji i organizacija, te ne postojanje kontrole poslovanja i siva ekonomija također su ocjenjeni kao nerazvijeni, ali ipak ih ne smatraju glavnim problemima u razvoju ruralnog turizma. Najmanji problem prema ispitanicima su poduzetnička znanja i vještine, te ponuda ruralnog turizma, gdje su ipak ocjenjeni kao dobro razvijeni, odnosno najrazvijeniji među ponuđenim opcijama.



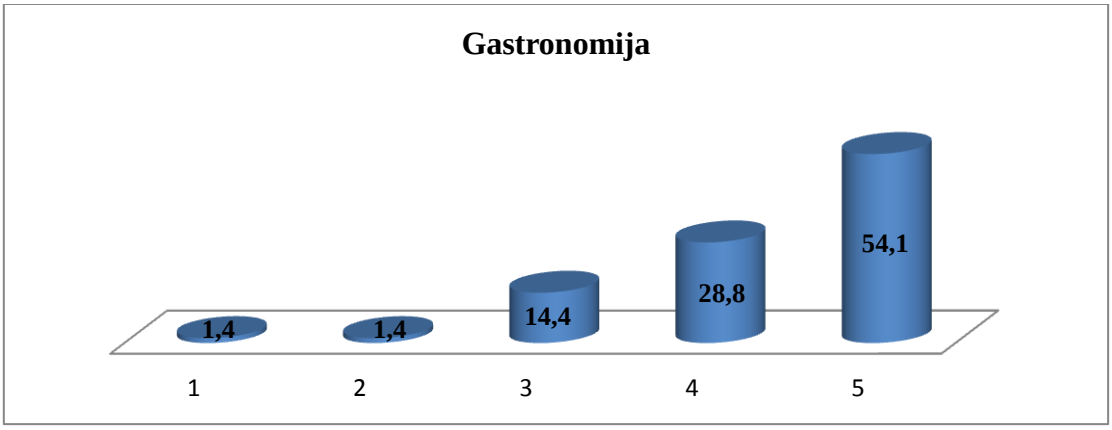
Grafikon 13. Čimbenici za lošiju posjećenost ruralnom turizmu

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

Ocjenite koliko bi vas određeni pojam privukao posjeti ruralnom turizmu?

Navedeno je nekoliko pojmova koji mogu utjecati na posjećenost turizmu. Ispitanicima je rečeno da kroz ocjene od 1-5 ocijene koliko bi ih određeni pojam privukao posjeti. Rezultati su niže u vidu grafikona.

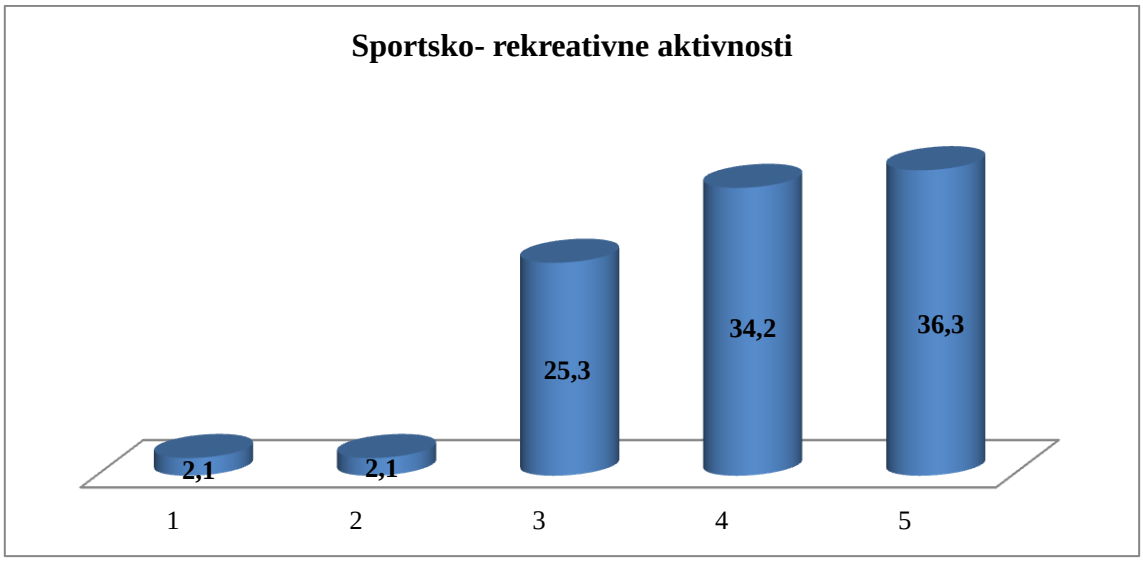
Ponuda hrane i pića (gastronomija)



Grafikon 14. Gastronomija

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

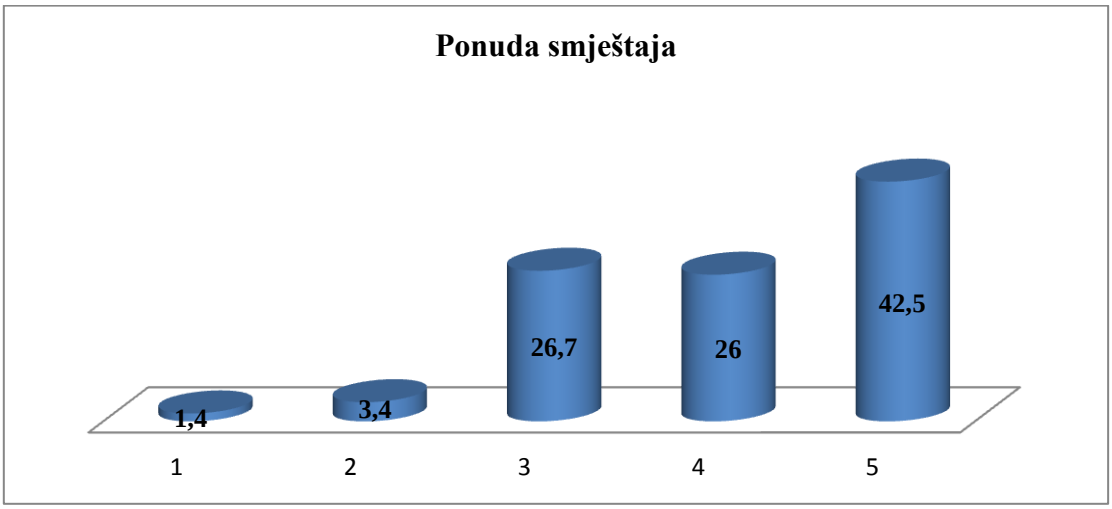
Sportsko rekreativne aktivnosti



Grafikon 15. Sportsko rekreativne aktivnosti

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

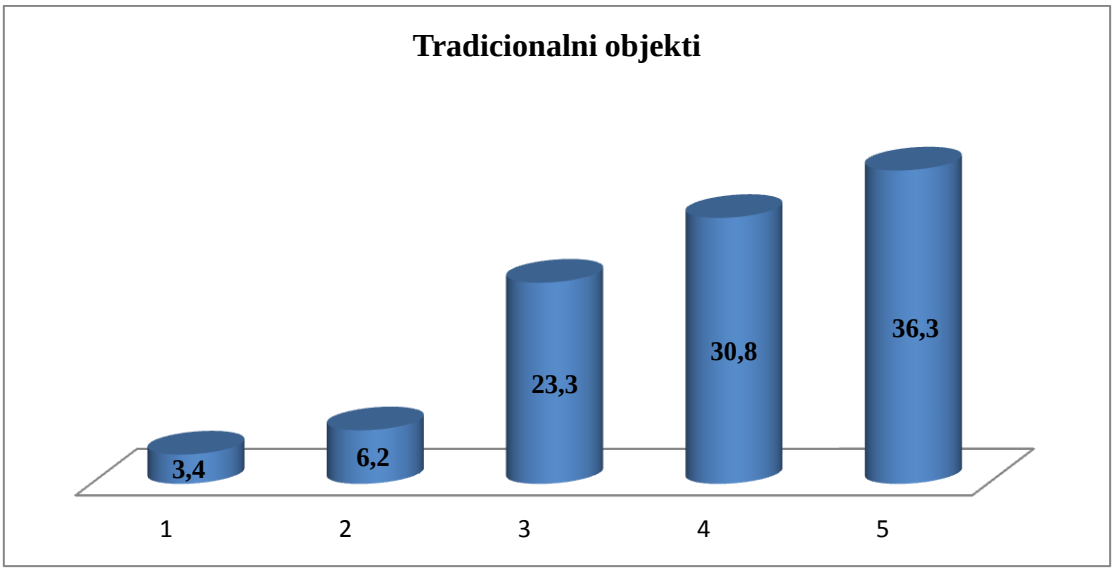
Ponuda smještaja



Grafikon 16. Ponuda smještaja

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

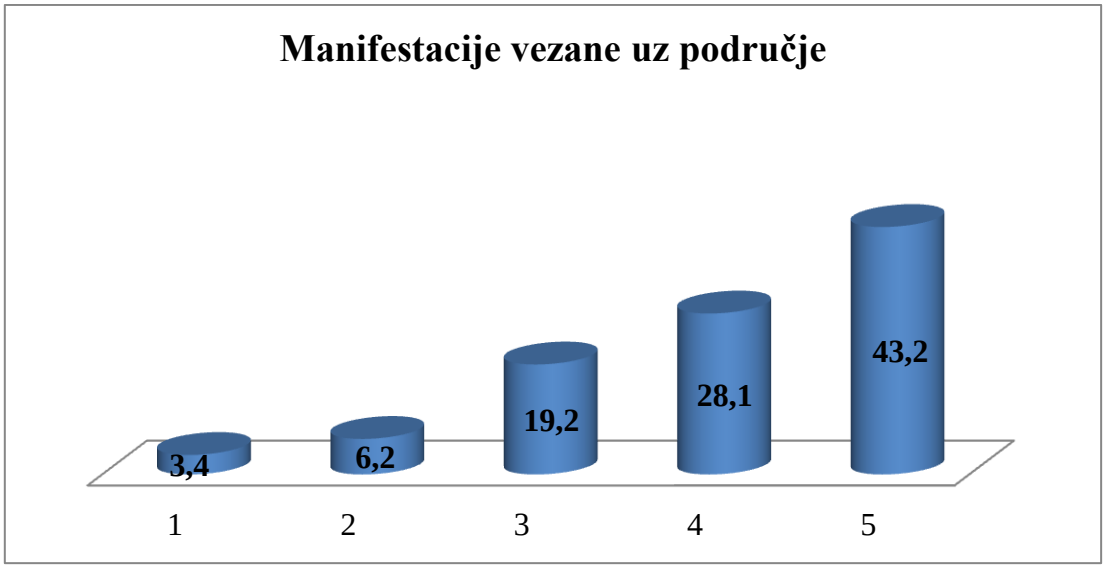
Tradicionalni objekti



Grafikon 17. Tradicionalni objekti

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

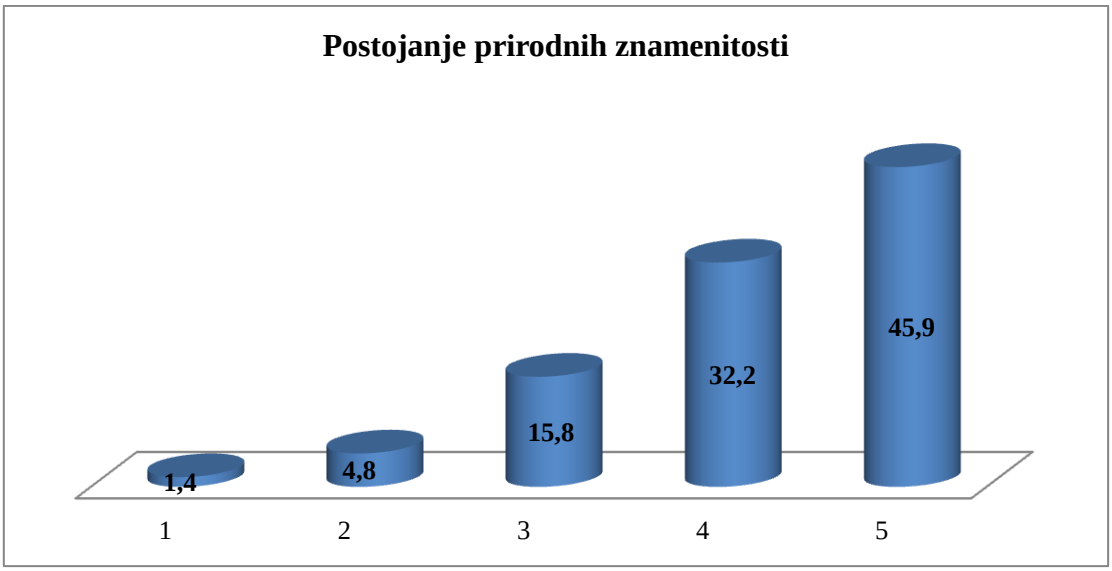
Manifestacije vezane uz područje



Grafikon 18. Manifestacije vezane uz područje

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

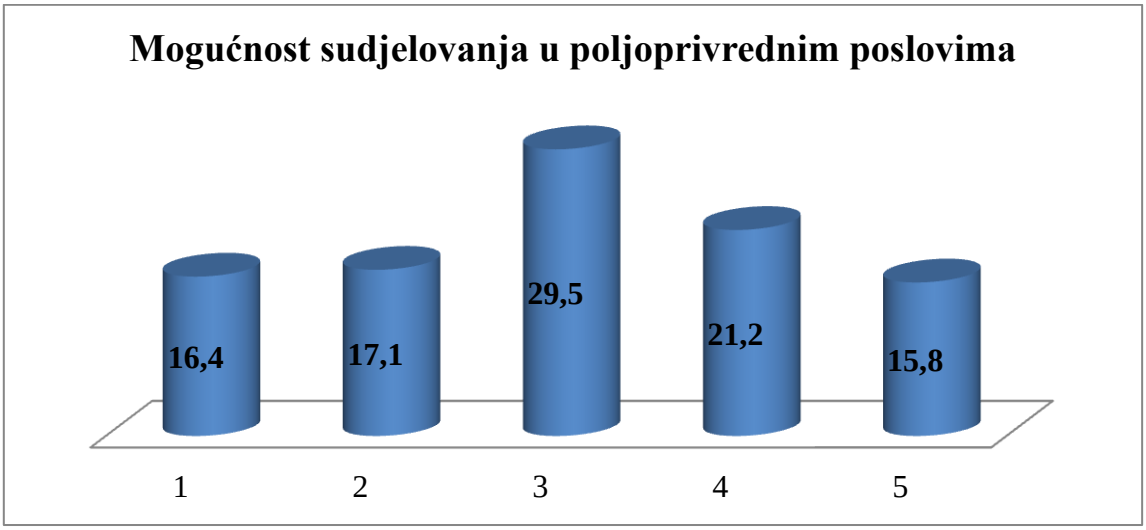
Postojanje prirodnih znamenitosti



Grafikon 19. Postojanje prirodnih znamenitosti

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

Mogućnost sudjelovanja u poljoprivrednim poslovima (berba grožđa, pečenje rakije, proizvodnja vina, branje određene kulture i sl.)

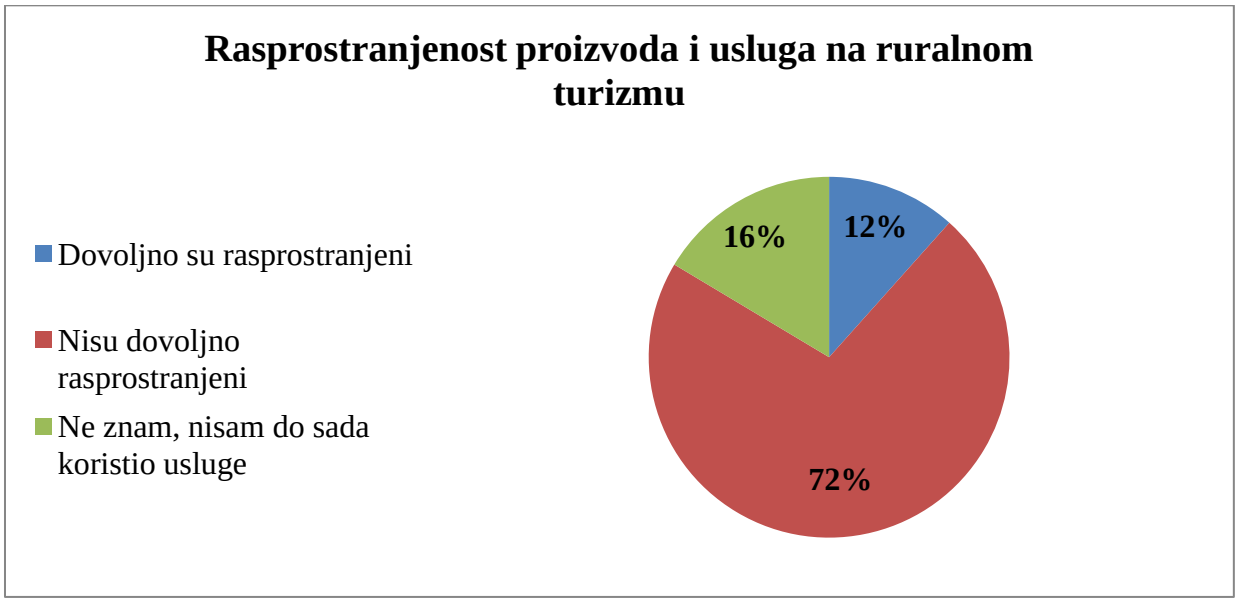


Grafikon 20. Mogućnost sudjelovanja u poljoprivrednim poslovima

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

Smatrate li da su proizvodi i usluge dovoljno razvijeni u ruralnom turizmu?

Kada je u pitanju razvijenost proizvoda i usluga na ruralnom turizmu, najveći broj ispitanika smatra da nisu dovoljno razvijeni njih 105 ili 71,9%. Njih 24 ili 16,4% do sada nije koristilo usluge u ruralnom turizmu, te se izjasnilo da ne zna dovoljno o razvijenosti, a 17 ispitanika ili njih 11,6% smatra da su proizvodi i usluge dovoljno rasprostranjeni.

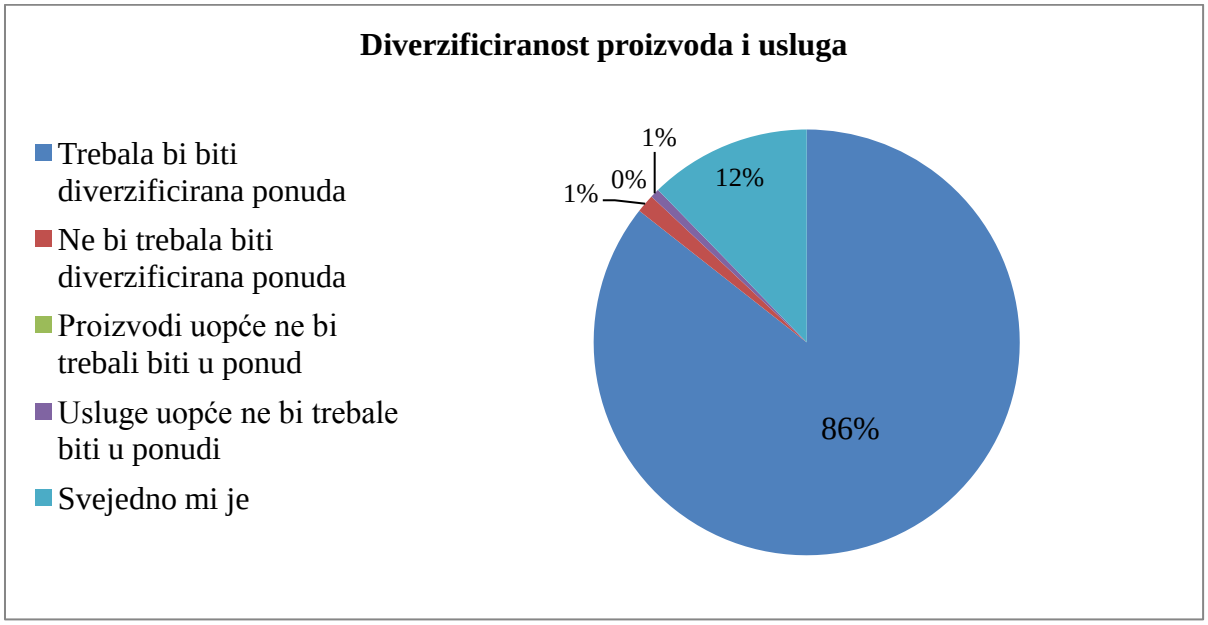


Grafikon 21. Rasprostranjenost proizvod i usluga na ruralnom turizmu

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

Smatrate li da bi u ruralnom turizmu trebala biti diverzificirana (raznolika) ponuda prozvoda i usluga?

Postavljena hipoteza o raznolikosti proizvoda i usluga potvrđena je. Najveći broj ispitanika smatra kako bi ponuda na ruralnom turizmu trebala biti diverzificirana njih 125 ili 85,6%. Da ponuda ne bi trebala biti diverzificirana smatraju 2 ispitanika ili 1,4%. Ponuđeni su odgovori da proizvod ne bi trebao biti u ponudi, međutim niti jedan ispitanik tako ne smatra, dok samo 1 smatra da usluge ne bi trebale biti u ponudi. Ostatku ispitanika, njima 18 ili 12,3% svejedno je je li ponuda raznolika ili ne.

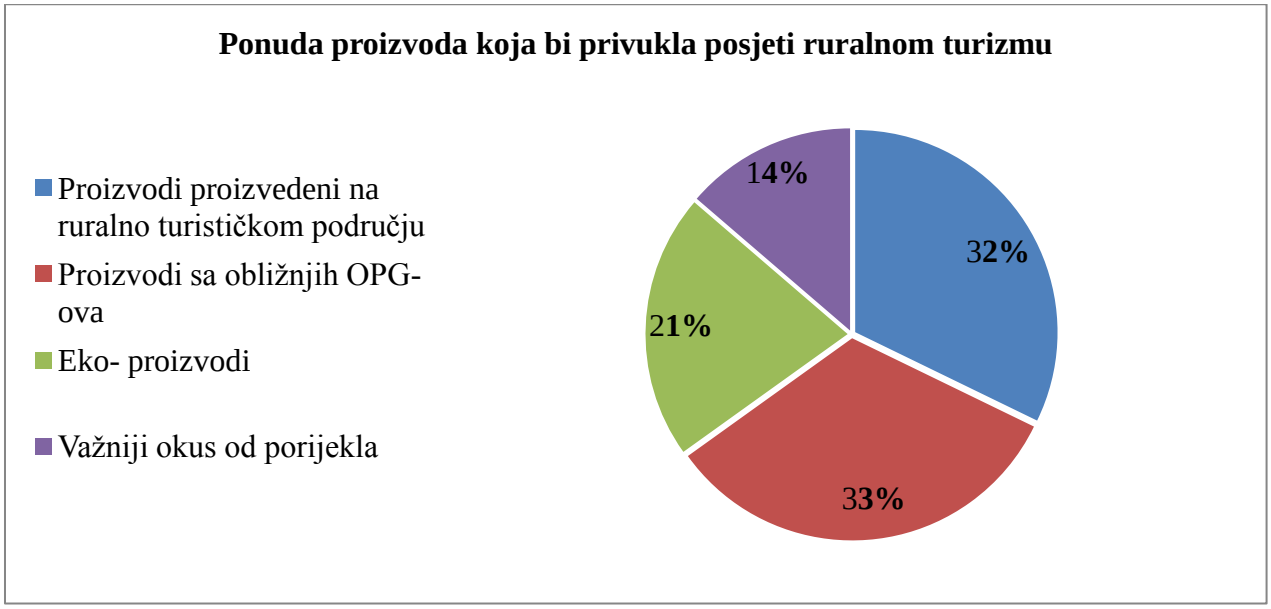


Grafikon 22. Diverzificiranost proizvoda i usluga

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

Koja ponuda proizvoda bi vas najviše privukla posjeti ruralnom turizmu?

Kada govorimo o ponudi proizvoda, najprivlačniji su proizvodi sa obližnjih OPG-ova za koje bi se odlučilo 48 ispitanika, odnosno njih 32,9%, za proizvode proizvedene na ruralno-turističkom području odlučilo bi se njih 47 ili 32,2%, za eko- proizvode njih 31 ili 21,2%, dok za 20 ispitanika ili 13,7% nije bitno porijeklo, već okus proizvoda.

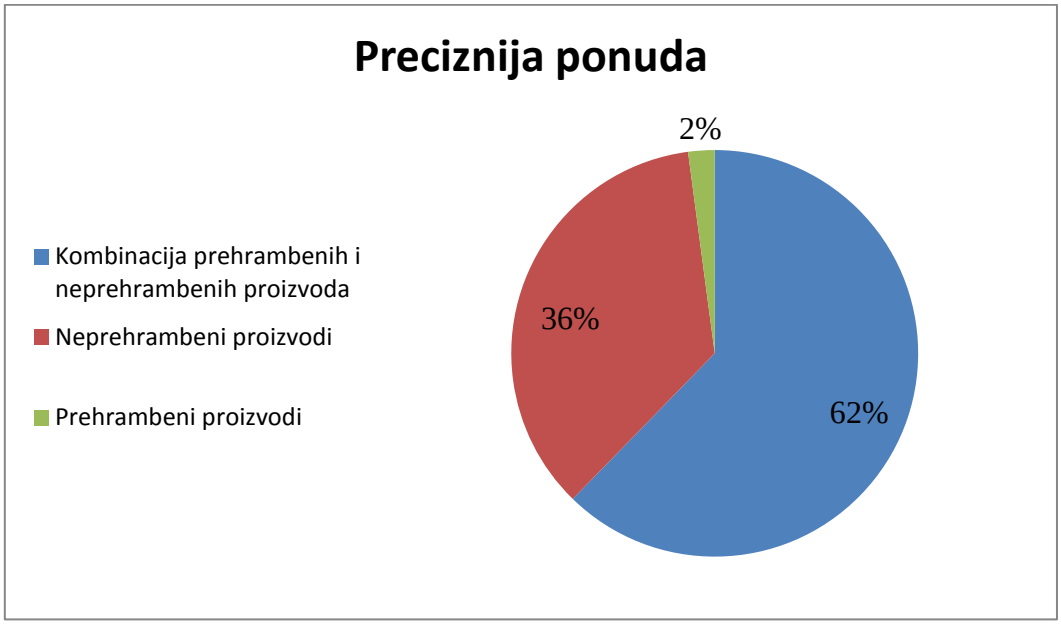


Grafikon 23. Ponuda proizvoda koja bi privukla posjeti ruralnom turizmu

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

Preciznije, to je ponuda...?

Kombinacija prehrambenih i neprehrambenih proizvoda i usluga najpoželjnija je za privlačenje ispitanika određenom gospodarstvu, za to bi se odlučio 91 ispitanik ili 62,3%. Za samo prehrambene proizvode (kulen,slanina, rakija, med) odlučilo bi se 52 ispitanika ili 35,6%, dok za samo neprehrambene proizvode (rukotvorine, stari namještaj) 3 ispitanika ili njih 2,1%.



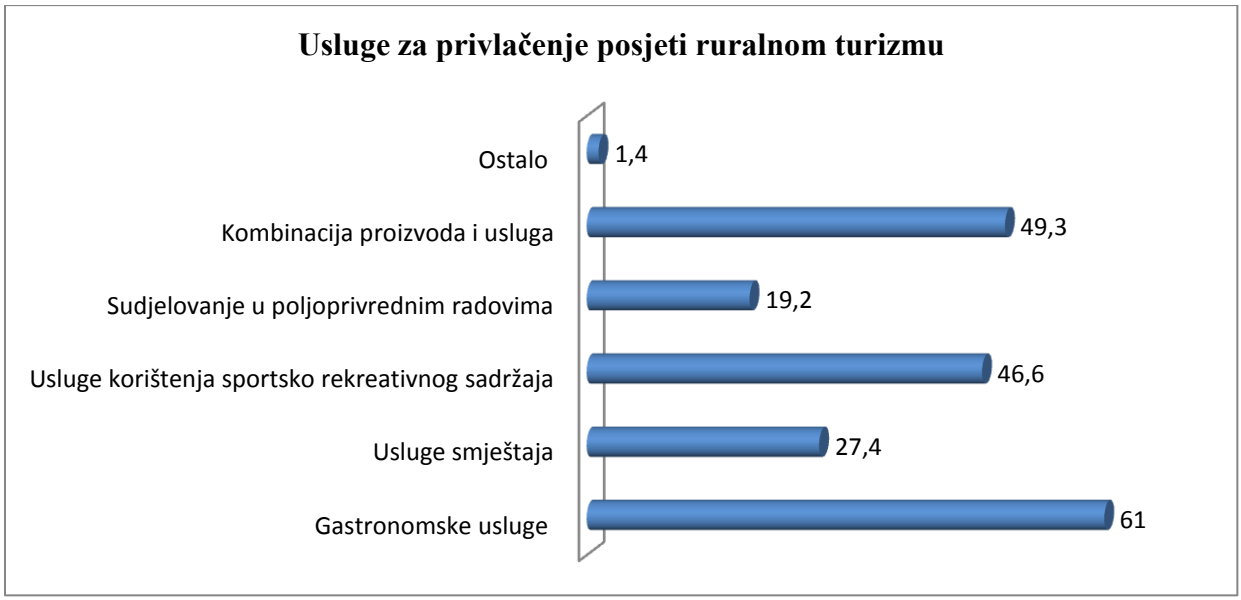
Grafikon 24. Preciznija ponuda

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

Koje usluge bi vas najviše privukle posjeti ruralnom turizmu?

Kada je riječ o uslugama, najprivlačnije su gastronomske usluge za što bi se odlučilo 89 ispitanika ili njih 61%, za kombinaciju proizvoda i usluga odlučilo bi se 72 ispitanika ili njih 49,3%, te za usluge korištenja sportsko- rekreativnog sadržaja 68 ispitanika ili 46,6%. U manjoj mjeri spadaju usluge smještaja koje bi privukle 40 ispitanika ili njih 27,4%, sudjelovanje u poljoprivrednim radovima- 28 ispitanika ili njih 19,2%, dok je pod ostalim odgovorima navedeno: blizina neke prirodne ljepote i ponuda veganske gastronomske usluge. Slični su i rezultati u Petrićevoj anketi, naime, rezultati pokazuju da je najbolje ocijenjena gastronomska ponuda, sportsko-rekreativne aktivnosti, ukupno gledajući, dobile su dobru ocjenu, jer je skoro polovica ispitanika (47%) ocijenila ponudu vrlo dobrom. Problem nastaje kada vidimo loše rezultate u ocjenjivanju avanturističke ponude u ruralnom turizma u

Slavoniji, koji nikako nisu zadovoljavajući, jer je gotovo polovica ispitanika odgovorila da je postojeća ponuda loša.



Grafikon 25. Usluge za privlačenje posjeti ruralnom turizmu

Izvor: Vlastita anketa provedena u svrhu pisanja diplomskog rada

Koji proizvod ili usluga, specifična za Osječko- baranjsku županiju bi vas najviše potaknula posjeti ruralnom turizmu?

Posljednje pitanje u anketnom obrascu bilo je da ispitanici sami navedu proizvod ili uslugu koja je specifična za Osječko- baranjsku županiju, a koja bi ih potaknula da posjete ruralno područje. Sukladno očekivanjima, u najvećem dijelu bio je naveden kulen, kao i sama hrana općenito. Šarani, fišijade, suhomesnati proizvodi, čvarci, organizirane tamburaške večeri uz hranu, sir, kobasice te domaće mlijeko i vina samo su neki od gastronomije koja bi privukla posjetitelje. Znamenitosti i tradicija, rukotvorine, sportske manifestacije, jahanje, biciklizam, pecanje, turistički obilazak s vodičima, dobar ruralni smještaj, stari tradicionalni običaji, kupališta (bazeni uz vodene aktivnosti), te aktivno sudjelovanje u poljoprivrednim poslovima još su neki od odgovora koje su ispitanici naveli. Iako je u najvećem broju navedena hrana i to životinjskog porijekla, jedan ispitanik/ca smatra kako nije primjereno da tijela životinja budu gastronomija, te da bi se trebala napraviti eko- farma na kojoj će se životinje udomljavati, a u ponudi će biti isključivo veganska hrana. Ukupno gledajući rezultate procjene turističke ponude ruralnog turizma ne možemo biti zadovoljni s obzirom na mogućnosti i potencijale

koje imamo za razvoj ruralnog turizma. Interes ispitanika postoji za ruralnim turizmom, ali ukoliko ponuda nije zadovoljavajuća, što su sami ispitanici pokazali svojim odgovorima, ruralni turizam se neće niti razvijati i neće konkurirati prevladavajućem morskom turizmu.

Provedenim istraživanjem u 2014. godini na uzorku od 77 ispitanika autori Bartoluci, Kesar i Hendija analizirali su trenutno dostignuti stupanj razvoja ponuđenih 12 vrsta i oblika turizma (odnosno urbani i ruralni kao vrste turizma i kongresni, kulturni, manifestacijski, zdravstveni, gastronomski i enofilski, sportsko-rekreacijski i pustolovni, lovno-ribolovni, vjerski, ekološki i memorijalni kao specifične oblike turizma) na području kontinentalne Hrvatske. Ukupna prosječna razvijenost tih specifičnih oblika turizma dobila je nisku prosječnu ocjenu 2,7. Pri tome je najbolje ocijenjen manifestacijski turizam (3,2), a slijede ga gastronomski i enofilski (3,0) te kulturni (2,9) i ekoturizam (2,8). Premda su ovi specifični oblici turizma dobili najviše ocjene, valja upozoriti na to da su njihove prosječne ocjene relativno niske, odnosno da su tek nešto više od prosjeka.

Možemo zaključiti kako su okosnice razvoja ruralnog turizma prirodne ljepote i okoliš, bogata kulturna baština, razvijena poljoprivreda, različiti avanturistički, sportski i drugi sadržaji, što predstavlja podlogu za kreiranje turističkih proizvoda.

7. PREPORUKE I PRIJEDLOZI DIVERZIFIKACIJE PROIZVODA I USLUGA U RURALNOM TURIZMU

Posljednjih desetak godina Ministarstvo turizma Republike Hrvatske je različitim oblicima i sredstvima poticaja nešto intenzivnije poticalo razvoj ruralnog turizma. Rezultat toga su novi smještajni kapaciteti, vinski podrumi, kušaonice i drugi atraktivni sadržaji na području Slavonije i Baranje. Međutim, njihov glavni nedostatak je da su tržišno nepovezani i nisu konkurentni na europskom turističkom tržištu. Stoga je nužno razvijati one oblike turizma koji najmanje degradiraju okoliš i kulturno povijesnu baštinu, a mogu biti ekonomski održivi. U Slavoniji to mogu biti: seoski turizam, kulturni, vjerski, sportsko-rekreacijski, zdravstveni, ekoturizam, manifestacijski, gastronomski i enofilski, lovno-ribolovni, memorijalni uz urbani i poslovni u većim naseljima i županijskim središtima u ruralnom prostoru. (http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf)

Naime, područje Slavonije i Baranje uz agroturizam i ekoturizam u mogućnosti je ponuditi raznovrsne sportsko-rekreativne aktivnosti, kao što je cikloturizam koji bilježi značajan rast u Europi. Iako Slavonija i Baranja relativno dobro raspolaže lokalnim i županijskim biciklističkim stazama, od kojih su neke dio međunarodnih biciklističkih ruta, proizvod još uvijek nije adekvatno valoriziran ni komercijaliziran. Ovaj vid turizma je i okolišno odgovoran, te je moguća daljnja diverzifikacija proizvoda, koja povezuje cikloturizam sa gastronomijom, agroturizmom, kulturom ili nekom drugom društveno korisnom aktivnošću. Zabilježen je trend rasta ne samo cikloturizma, odnosno pustolovno sportskog turizma već je zabilježena značajnija potražnja i u domeni adrenalinskih sportova što potvrđuju i provedene empirijske analize te je evidentna nedostatna ponuda ovih aktivnosti. (http://sa.agr.hr/pdf/2015/sa2015_p0213.pdf)

8. ZAKLJUČAK

Ruralni turizam u Slavoniji slabo je rasprostranjen. Na temelju ankete jasno je vidljivo da ljudi slabo posjećuju ruralna područja, te da se odmorom još uvijek najvećim dijelom smatra boravak na moru. Sve je to posljedica velike orijentiranosti države na mediteranski turizam koji traje već godinama. Iako Hrvatska ima velike mogućnosti za razvoj ruralnog turizma, velik kapacitet za smještaj turista na ruralnim područjima te brojne prirodna okruženja koja se mogu urediti za turizam, posjećenost je i dalje na minimalnoj razini kako zbog ekonomske situacije tako i zbog nedovoljne popularnosti turizma te slabije oglašenosti već postojećih ruralnih turističkih područja.

Mogućnost otvaranja i širenja poslovanja poljoprivrednih gospodarstava dostupna je i kroz fondove Europske unije koji su Hrvatskoj na raspolaganju. Kroz njih Europska unija podrazumijeva razvitak poljoprivrednog i šumskog sektora, povećanje konkurentnosti kako bi se povećala i sama zaposlenost, samim time popravila i kvaliteta život stanovnika, te zaštita prirodnih područja i ruralnih nasljeđa kojih Hrvatska ima mnogo.

Već postojeća ruralna područja veću posjećenost mogu dobiti boljim oglašavanjem. Društvene mreže u današnje vrijeme veoma su popularne i sve veći broj ljudi se pridružuje nekoj od njih. Najveći broj ispitanika oglas bi vidio na društvenim mrežama, te se time treba voditi kad se oglašava ruralno turističko područje. Osim društvenih mreža postoje i razne stranice za putovanja i izlete na kojima se mogu objaviti oglasi te same ponude koje su dio ponude na seoskim turizmima. Posjećenost se može povećati i kroz posebne ponude koje sadrže razgledavanje prirode u sklopu ruralnog turizma s hranom i smještajem. Kako je ranije rečeno i dalje najveći broj ispitanika odmorom smatra more, no šume, boravak u prirodi, sportsko rekreativne aktivnosti te velik izbor gastronomije koja je specifična za Slavoniju bili bi poticaj za posjet ruralnom turizmu.

Kada je riječ o sadržaju koji se nudi na ruralnom turizmu, najtraženija je kombinacija proizvoda i usluga, za koju većina ispitanika smatra da nije dovoljna. Diverzifikacijom proizvoda i usluga ruralna turistička područja mogu samo povećati broj turista. Osim gastronomije, može se ponuditi smještaj ili sudjelovanje u poljoprivrednim radovima. Sportsko rekreativne aktivnosti u kombinaciji sa smještajem ili hranom, također spadaju u sam vrh koji bi privukao turiste posjeti ruralnom području. Kako takvih kombinacija nema puno, ulaganje u njih sigurno bi se pokazalo kao profitabilno.

Ekonomska situacija u Slavoniji zaista je na niskoj razini. Sve veći broj ljudi odlazi u druge države kako bi se zaposlili. Članstvom u Europskoj uniji imamo mogućnost povući sredstva za samozapošljavanje, a kako Hrvatska ima velike mogućnosti za razvoj ruralnog turizma maksimalno bi se trebali orijentirati na ta sredstva. Uz povećano oglašavanje i veću raznolikost proizvoda i usluga ruralni turizam u Slavoniji može se podići na veću razinu te ostvarivati zavidne rezultate kako pri posjećenosti tako i pri zapošljavanju ljudi te poboljšanju kvalitete života.

9. POPIS LITERATURE

Knjige

- Ansoff, H.I. (1965.): Corporate Strategy, McGraw- Hill Book Company, New York
- Franić, Ramona, Grgić Zoran, (2002.): Agroturizam na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u Hrvatskoj–Pretpostavke i izgledi
- Lukić, Aleksandar, (2002.): Turizam na seljačkim gospodarstvima u Hrvatskoj
- Petrić, Boris (2014.): Atraktivnost ruralnog turizma Slavonije i Baranje
- Sudarić, Tihana, (2009.): Diverzifikacija gospodarskih aktivnosti u funkciji cjelovitog ruralnog razvoja Republike Hrvatske, Osijek
- Tracy, M. (2000.): Hrana i poljoprivreda u tržišnom gospodrstvu; uvod u teoriju, praksu i politiku/ prevoditelj: Tito Žimbrek, Mate, Zagreb

Znanstveni članci

- Klanac, Josipa i dr. Primjena AHP i PROMETHEE metode na problem diverzifikacije. Oeconomica Jadertina 2/2013. https://hrcak.srce.hr/file/170019 (01.06.2016.)
- Kušen, Eduard. Klasifikacija turističkih atrakcija. 2002. http://hrcak.srce.hr/10801 (01.06.2016.)
- Mato Bartoluci. Zvjezdana Hendija. Mateja Petračić. Mogućnosti održivog razvoja ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj. https://hrcak.srce.hr/154684 (01.06.2016.)
- Tihana Sudarić. Krunoslav Zmaić. Boris Petrić. Atraktivnost i konkurentost ruralnog prostora Slavonije i Baranje. http://sa.agr.hr/pdf/2015/sa2015_p0213.pdf (05.07.2016)
- Ružić, Pavlo. Ruralni turizam (drugo prošireno izdanje). Sociologija i prostor, 48 (2010) 186 (1): 142–143. https://hrcak.srce.hr/55437 (05.07.2016.)
- Bartoluci, Mato. Mogućnosti održivog razvoja ruralnog turizma u kontinentalnoj hrvatskoj. Acta turistica, Vol.27 No.2 Prosinac 2015. https://hrcak.srce.hr/154684 (05.07.2016)

Web stranice

- http://www.poslovni.hr/leksikon/diversifikacija-283 (27.05.2016.)
- Prijedlog strategije razvoja ruralnog turizma Republike Hrvatske do 2020.godine. http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf (15.06.2016.)

10. SAŽETAK

U ovom diplomskom radu definiran je pojam ruralnog turizma, njegovi problemi te mogućnost razvoja turizma. Definirana je diverzifikacija kao općeniti pojam, te proizvod i usluga kroz pojam diverzifikacije poljoprivrednih i diverzifikacije nepoljoprivrednih aktivnosti. Provedena je anketa kroz koju su se navedene hipoteze potvrdile. Ruralni turizam u Slavoniji nedovoljno je rasprostranjen i slabo oglašavan. Veća je zainteresiranost za mediteranskim turizmom. Kao glavne čimbenike za slabu posjećenost ruralnom turizmu ispitanici su pak naveli slabu ekonomsku situaciju i nedovoljnu popularnost ruralnog turizma što je i posljedica orijentiranosti države uglavnom na mediteranski turizam. Proizvodi i usluge u ruralnom turizmu nisu dovoljno razvijeni i raznolikost proizvoda i usluga je važan čimbenik kod posjete turizmu. Ruralni turizam je poveznica čovjeka i prirode, a raznolikost koja mu se nudi na tom turizmu važan je čimbenik pri posjećenosti.

Ključne riječi: ruralni turizam, proizvodi, usluge, diverzifikacija,

11. SUMMARY

In this work I define the rural tourism, his problems and the possibilities of development tourism. It is defined the diversification, product and services through the term of diversification of agricultural and diversification od non-agricultural activities. Also is conducted a questionnaire where the hypothesis are confirmed. Rural tourism in Slavonija is not sufficiently widespread and it's not enought advertised. Bigger interest is for the Mediterranean tourism. The respondents said that the bad economic situation and insufficiently popularity of rural tourism is a main factor for the low visit. Orientation of country on mediterranean tourism is also a effect of low visitation. Product and services in rural tourism are not enought developed and the diversification of product and services is important factor for the visit rural tourism. Rural tourism is the link of the man and nature, and the multiformity which is offered on it is very important factor for the visit.

Key words: rural tourism, product, services, diversification

12. PRILOZI

Anketni obrazac:

Razvoj i diverzifikacija proizvoda i usluga u ruralnom turizmu

Postavljene hipoteze:

1. Oglašavanje ruralnog turizma nije dovoljno raspostranjeno i uočljivo
2. Manja zainteresiranost za ruralnim turizmom u odnosu na mediteranski turizam
3. Proizvodi i usluge na ruralnom području nisu dovoljno razvijeni
4. Raznolikost proizvoda i usluga važan je čimbenik za posjet ruralnom području i razvoju ruralnog turizma

1. Spol

- M
- Ž

2. Dob

- 15-20
- 21-25
- 26-30
- 31-35
- Više od 36

3. Koje je vaše zanimanje:

- Student/ učenik
- Zaposlen (povremeno)
- Zaposlen (u stalnom radnom odnosu)
- Nezaposlen
- Umirovljenik

4. Živite li na selu ili u gradu?

- selo
- grad

5. **Gdje biste prvo primjetili reklamu ili oglas vezan za ruralni turizam?**
    - Na društvenim mrežama
    - U medijima
    - U novinama
    - Na plakatima

6. **Koliko često vidite oglas, reklamu ili ponudu za sadržaj na ruralnom području?**
    - Često
    - Povremeno (2-5 puta mjesečno)
    - Nisam do sada vidio/la

7. **Ukoliko ste vidjeli oglas, jeste li, između ostaloga, vidjeli proizvod ili uslugu kao ponudu u njemu?**
    - Vidio/la sam
    - Nisam vidio/la
    - Ne sjećam se

Ako je ogovor DA, koji je proizvod/usluga bio u oglasu/reklami _____

8. **Koje područje biste radije posjetili?**
    - Ruralni turizam
    - Mediteranski turizam

9. **U posjeti ruralnom turizmu bili ste...?**
    - jednom
    - nekoliko puta
    - niti jednom

10. **Kad čujete riječ „odmor“ prva asocijacija je:**
    - More, kupanje
    - Selo, hrana, usluge vezana za seosko područje
    - Nešto drugo _____

11. Koje ruralno područje biste prvo posjetili?

- Seoski turizam- boravak u svrhu odmora
- Agroturizam- boravak na selu uz aktivno djelovanje u poljoprivrednim poslovima
- Ekoturizam- boravak u nenarušenoj i očuvanoj prirodi
- Pustolovni turizam- planinarenje, biciklizam, rafting, terensko jahanje i sl.

12. Smatrate li da je ruralni turizam u Osječko- Baranjskoj županiji dovoljno rasprostranjen?

- Dovoljno je rasprostranjen
- Nije dovoljno rasprostranjen
- Ne znam

13. Koje od navedenog smatrate glavnim čimbenikom za lošiju posjećenost ruralnom turizmu?

- Nezainteresiranost populacije za ruralnim turizmom
- Nedovoljna popularnost ruralnog turizma
- Nedovoljno sadržaja na ruralnim turizmima
- Slaba ekonomska situacija u Slavoniji
- Nedovoljno oglašavanje ruralnog turizma
- Neraznolikost ponude proizvoda i usluga na ruralnom području
- Nešto drugo: _____

14. Od 1-5 ocijenite koliko bi vas određeni pojam privukao posjeti ruralnom turizm. (1 najmanja vrijednost, 5 najveća)

- ponuda hrane i pića (gastronomija)
- sportsko- rekreativne aktivnosti
- ponuda smještaja
- tradicionalni objekti
- manifestacije vezane uz područje
- postojanje prirodnih znamenitosti
- mogućnost sudjelovanja u poljoprivrednim poslovima (berba grožđa, pečenje rakije, proizvodnja vina, branje određene kulture i sl.

15. Smatrate li da su proizvodi i usluge dovoljno razvijeni u ruralnom turizmu?

- Dovoljno su razvijeni
- Nisu dovoljno razvijeni
- Ne znam, nisam do sada koristio/la usluge u ruralnom turizmu

16. Smatrate li da bi u ruralnom turizmu trebala biti diverzificirana (raznolika) ponuda prozvoda i usluga?

- Trebala bi biti diverzificirana ponuda proizvoda
- Ne bi trebala biti diverzificirana ponuda proizvoda
- Proizvodi uopće ne trebaju biti u ponudi
- Usluge uopće ne trebaju biti u ponudi
- Svejedno mi je

17. Koja ponuda proizvoda bi vas najviše privukla posjeti ruralnom turizmu?

- Proizvodi proizvedeni na ruralno- turističkom području
- Proizvodi sa obližnjih OPG-ova
- Eko-proizvodi
- Važniji mi je okus proizvoda od njegovog porijekla

18. Preciznije, to bi bila ponuda:

- Prehrambenih proizvoda (kulen, slanina, rakila, med)
- Neprehrambenih proizvoda (rukotvorine, stari namještaj)
- Kombinacija prehrambenih i neprehrambenih proizvoda
- Nešto drugo: _____

19. Koje usluge bi vas najviše privukle posjeti ruralnom turizmu?

- Gastronomske usluge
- Usluge smještaja
- Usluge korištenja sportsko- rekreativnog sadržaja
- Sudjelovanje u poljoprivrednim radovima (″pečenje″ rakije, jahanje i sl.)
- Kombinacija proizvoda i usluga
- Nešto drugo: _____

20. Koji proizvod ili usluga, specifična za Osječko- baranjsku županiju bi vas najviše potaknula posjeti ruralnom turizmu?

13. POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Spol 12
Grafikon 2. Dob ispitanika 12
Grafikon 3. Zaposlenost 13
Grafikon 4. Mjesto stanovanja 13
Grafikon 5. Oglašavanje ruralnog turizma 14
Grafikon 6. Koliko često vidite oglas reklamu ili ponudu za sadržaj na ruralnom području? 15
Grafikon 7. Jeste li vidjeli proizvod ili uslugu na oglasu za ruralni turizam? 16
Grafikon 8. Koje područje biste radije posjetili? 16
Grafikon 9. Posjet ruralnom turizmu 17
Grafikon 10. Asocijacija na riječ odmor 18
Grafikon 11. Koje ruralno područje biste prvo posjetili? 19
Grafikon 12. Rasprostranjenost ruralnog turizma 19
Grafikon 13. Čimbenici za lošiju posjećenost ruralnom turizmu 21
Grafikon 14. Gastronomija 21
Grafikon 15. Sportsko rekreativne aktivnosti 22
Grafikon 16. Ponuda smještaja 22
Grafikon 17. Tradicionalni objekti 23
Grafikon 18. Manifestacije vezane uz područje 23
Grafikon 19. Postojanje prirodnih znamenitosti 24
Grafikon 20. Mogućnost sudjelovanja u poljoprivrednim poslovima 24
Grafikon 21. Rasprostranjenost proizvod i usluga na ruralnom turizmu 25
Grafikon 22. Diverzificiranost proizvoda i usluga 26
Grafikon 23. Ponuda proizvoda koja bi privukla posjeti ruralnom turizmu 27
Grafikon 24. Preciznija ponuda 28
Grafikon 25. Usluge za privlačenje posjeti ruralnom turizmu 29

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera **Diplomski rad**

Poljoprivredni fakultet u Osijeku

Sveučilišni diplomski smjer, studij Agroekonomika

Razvoj i dverzifikacija proizvoda i usluga u ruralnom turizmu

Ana Brkić

U ovom diplomskom radu definiran je pojam ruralnog turizma, njegovi problemi te mogućnost razvoja turizma. Definirana je diverzifikacija kao općeniti pojam, te proizvod i usluga kroz pojam diverzifikacije poljoprivrednih i diverzifikacije nepoljoprivrednih aktivnosti. Provedena je anketa kroz koju su se navedene hipoteze potvrdile. Ruralni turizam u Slavoniji nedovoljno je rasprostranjen i slabo oglašavan. Veća je zainteresiranost za mediteranskim turizmom. Kao glavne čimbenike za slabu posjećenost ruralnom turizmu ispitanici su pak naveli slabu ekonomsku situaciju i nedovoljnu popularnost ruralnog turizma što je i posljedica orijentiranosti države uglavnom na mediteranski turizam. Proizvodi i usluge u ruralnom turizmu nisu dovoljno razvijeni i raznolikost proizvoda i usluga je važan čimbenik kod posjete turizmu. Ruralni turizam je poveznica čovjeka i prirode, a raznolikost koja mu se nudi na tom turizmu važan je čimbenik pri posjećenosti.

RAD JE IZRAĐEN PRI: Poljoprivredni fakultet u Osijeku

Mentor: izv.prof.dr.sc Tihana Sudarić

Broj stranica: 47

Broj grafikona: 25

Broj priloga: 1

Jezik izvornika: hrvatski

Ključne riječi: ruralni turizam, proizvod, usluga, diverzifikacija

Povjerenstvo za ocjenu i obranu diplomskog rada

1. prof.dr.sc.Krunoslav Zmaić, predsjednik
2. izv.doc.dr.sc.Tihana Sudarić, mentor
3. izv.prof.dr.sc.Jadranka Deže, član

Rad je pohranjen u: Knjižnica Poljoprivrednog fakulteta u Osijeku, Sveučilište u Osijeku, Kralja Petra Svačića 1d

BASIC DOCUMENTATION CARD

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek **Graduate thesis**

Faculty of Agriculture in Osijek

University Graduate Studies, Agroeconomics

The development and diversification of products and services in rural tourism

Ana Brkić

In this work I define the rural tourism, his problems and the possibilities of development tourism. It is defined the diversification, product and services through the term of diversification of agricultural and diversification od non-agricultural activities. Also is conducted a questionnaire where the hypothesis are confirmed. Rural tourism in Slavonija is not sufficiently widespread and it's not enought advertised. Bigger interest is for the Mediterranean tourism. The respondents said that the bad economic situation and insufficiently popularity of rural tourism is a main factor for the low visit. Orientation of country on mediterranean tourism is also a effect of low visitation. Product and services in rural tourism are not enought developed and the diversification of product and services is important factor for the visit rural tourism. Rural tourism is the link of the man and nature, and the multiformity which is offered on it is very important factor for the visit.

Thesis performed at: Faculty of Agriculture in Osijek

Mentor: izv.prof.dr.sc. Tihana Sudarić

Number of pages: 47

Number of charts: 25

Number of apendices: 1

Original in: Croatian

Key words: rural tourism, product, services, diversification

Thesis defended on date:

Reviewers:

1. prof.dr.sc.Krunoslav Zmaić, predsjednik
2. izv.doc.dr.sc.Tihana Sudarić, mentor
3. izv.prof.dr.sc.Jadranka Deže, član

Thesis deposited at: Library, Faculty of Agriculture in Osijek, Josip Juraj Strossmayer, University of Osijek, Kralja Petra Svačića 1d