

Ruralni turizam

Bilmajer, Staša

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:145:850641>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-24**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Stručni studij smjera Računovodstvo

Staša Bilmajer
Ruralni turizam

Završni rad

Osijek, 2021

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Stručni studij smjera Računovodstvo

Staša Bilmajer

Ruralni turizam

Završni rad

Kolegij: Ekonomika poljoprivrede

JMBAG: 0010227780

e-mail: bilmajer.88@gmail.com

Mentor: prof.dr.sc. Zdravko Tolušić

Osijek, 2021

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics in Osijek
Professional Study accounting

Staša Bilmajer
Rural tourism

Final paper

Osijek, 2021

**IZJAVA
O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI,
PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA,
SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA
I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA**

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je _____ završni rad _____ (navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska.
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Staša Bilmajer

JMBAG: 0010227780

OIB: 69746612215

e-mail za kontakt: bilmajer.88@gmail.com

Naziv studija: Stručni studij smjer računovodstvo

Naslov rada: Ruralni turizam

Mentor/mentorica rada: prof.dr.sc. Zdravko Tolušić

U Osijeku, 01.07.2021. godine

Potpis



SAŽETAK

U završnom radu pod temom „Ruralni turizam“ obradit će se tema ruralnog turizma. Kroz drugu cjelinu završnog rada, definirat će se pojam turizma, te navesti podjela turizma na morski, gorski i ruralni. Nakon toga slijedi povijesni razvoj turizma gdje će detaljnije biti objašnjeno povijesni razvoj turizma od početka do danas, te će biti navedene 4 faze razvoja turizma. Kroz cjelinu 4, završnog rada, govoriti će se o odrednicama ruralnog turizma, glavnim značajkama ruralnog turizma te njegovim obilježjima. U podnaslovu „Ruralni turizma i održivi razvoj“ bit će objašnjeni glavni čimbenici ruralnog turizma, koji će biti povezani s održivim razvojem. Slijedi ruralni turizam kao jedan od čimbenika ruralnog razvoja te koliko i kako ruralni turizam pridonosi ruralnom razvoju. U idućoj, petoj cjelini završnog rada, biti će navedeni ekonomski učinci turizma, gdje će biti prikazani statistički podaci, koji su povezani sa značajem turizma za državu, kao i njene prihode i razvoj same države. Nakon toga u idućim podnaslovima biti će objašnjene gospodarske grane koje su vezane za razvoj i unaprjeđenje turizma kao što su ugostiteljstvo i poljoprivreda. U podnaslovu „Poticaji za razvoj ruralnog turizma iz proračuna Republike Hrvatske i Europske Unije“, biti će navedeni mogući poticaji, kao i uvjeti korištenja poticaja. U šestoj cjelini „Ruralni turizam u Baranji“ biti će predstavljen ruralni turizam u istočnom djelu Republike Hrvatske. Slijedi podnaslov „Turistička ponuda Baranje“ gdje će biti predstavljena ponuda ruralnog turizma u Baranji, njene najznačajnije turističke destinacije, kao i brojne manifestacije. Kroz idući naslov, biti će navedene neke ideje za razvoj ruralnog turizma. Za kraj rada, u zaključku, povezati će se navedene cjeline i biti će navedeno vlastito mišljenje o ruralnom turizmu.

Ključne riječi: ruralni turizam, poljoprivreda, održivi razvoj, ponuda ruralnog turizma,

Summary

The thesis under the topic "Rural Tourism" will address the topic of rural tourism.

Through the second part of the thesis, the concept of tourism will be defined, and the division of tourism into marine, mountain, and rural will be stated.

After that, we will move to the historical development of tourism, where the historical development of tourism from the beginning to the present will be explained in more detail, and 4 phases of tourism development will be listed.

Through unit 4, of the thesis, we will talk about the determinants of rural tourism, the main features of rural tourism, and its characteristics. The subheading "Rural Tourism and Sustainable Development" will explain the main factors of rural tourism, which will be related to sustainable development.

This is followed by rural tourism as one of the main factors of rural development and how much and in what way rural tourism contributes to rural development.

In the next, fifth unit of the thesis, the economic effects of tourism will be listed, where statistical data will be presented, which are related to the importance of tourism for the country, as well as its revenues and the development of the country itself.

After that, the following subheadings will explain the economic branches related to the development and improvement of tourism, such as catering and agriculture.

In the subheading "Incentives for the development of rural tourism from the budget of the Republic of Croatia and the European Union", possible incentives will be listed, as well as the conditions for using the incentives. The sixth unit, "Rural tourism in Baranja", will be presented rural tourism in the eastern part of the Republic of Croatia.

This will be followed by the subheading "Tourist offer of Baranja" where the offers of rural tourism in Baranja, its most important tourist destinations, and numerous events will be presented. Through the next title, some ideas for the development of rural tourism will be listed. In the end, in conclusion, the mentioned units will be connected and my own opinion on rural tourism will be stated.

Keywords: rural tourism, agriculture, sustainable development, rural tourism offer

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Definicija turizma	2
3. Povijesni razvoj turizma.....	5
4. Odrednice ruralnog turizma	7
4.1. Obilježja ruralnih područja	8
4.2. Ruralni turizam i održivi razvoj	9
4.3. Ruralni turizam kao čimbenik ruralnog razvoja	10
5. Ekonomski značaj turizma.....	11
5.1. Ugostiteljstvo u turizmu	15
5.2. Poljoprivredni utjecaj na turizam.....	16
5.3. Poticaji za razvoj ruralnog turizma iz proračuna Republike Hrvatske i Europske unije	18
6. Ruralni turizam u Hrvatskoj	20
6.1. Ruralni turizam u Baranji	21
6.2. Turistička ponuda Baranje.....	23
6.3. Ideje za poboljšanje i razvoj ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj	25
7. Zaključak	28
8. Literatura.....	29

1. Uvod

U završnom, radu pod temom ruralni turizam, definirati ću pojam turizma, napraviti podjelu turizma, definirati morski i ruralni turizam, pričati o povijesnom razvoju turizma i značaju turizma za Republiku Hrvatsku. Prilikom izrade završnog rada, koristiti ću se turističkim člancima, stručnim člancima vezanim uz turizam, stranicama Ministarstva turizma i sporta, stranicom OBŽ-a, internetskim oblikom Hrvatske enciklopedije, knjigama o turizmu, te brojnim drugim internetskim stranicama. Temu završnog rada obradit ću kroz iduće naslove; Definicija turizma, Povijesni razvoj turizma, Odrednice ruralnog turizma, Obilježja ruralnih područja, Ruralni turizam i održivi razvoj, Ruralni turizam kao čimbenik ruralnog razvoja, Ekonomski značaj turizma, Ugostiteljstvo u turizmu, Poljoprivredni utjecaj na turizam, Poticaji za razvoj ruralnog turizma iz proračuna Republike Hrvatske i Europske unije, zatim Ruralni turizam u Hrvatskoj, bazirati ću se na ruralni turizam u Baranji, zatim ću obraditi naslov, Turističke destinacije u Baranji, Ideje za poboljšanje i razvoj ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj i za kraj ću to sve sažeti i napraviti zaključak ovog završnog rada.

Turizam je jedan od najznačajnijih gospodarskih djelatnosti u Republici Hrvatskoj. Razvoj turizma kako morskog tako i drugih oblika turizma poput ruralnog, planinskog i zimskog turizma može imati veliki značaj za razvoj Republike Hrvatske. Hrvatska kao zemlja turizma koja obiluje brojnim prirodnim ljepotama, prekrasnim ravnica Baranje i Slavonije, gorskim predjelima u unutrašnjosti i priobalju te razvedenom Jadranskom obalom, pripada u sami vrh turističkih destinacija u svijetu. Svake se godine obaraju rekordi po posjećenosti, broju noćenja te broju turista koji posjećuju i obilaze prekrasne Hrvatske krajeve, ponajviše more, a zatim i druge dijelove Hrvatske. Turistička ponuda u Republici Hrvatskoj doista je velika. Pogledamo li samo morske destinacije, najveće i najpoznatije gradove na moru poput Dubrovnika, Splita, Zadra, Rijeke, Šibenika kao i manjih gradova i brojnih hrvatskih otoka poput Krka, Cresa, Mljeta, Korčule i brojnih drugih mogu se primijetiti brojne ljepote Hrvatske. Krenemo li ka unutrašnjosti Hrvatske, dolazimo do Velebita, samo jednog od mnogobrojnih parkova prirode i nacionalnih parkova koji se nalaze u Republici Hrvatskoj, zatim Plitvičkih jezera, Paklenice, kao i brojnih gradova poput Zagreba koji imaju mnogobrojne turističke atrakcije i destinacije.

2. Definicija turizma

Prema hrvatskoj inačici Enciklopedije, turizam predstavlja ukupnost pojava i odnosa koji nastaju iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta pod uvjetom da je putovanje poduzeto radi odmora, te da se ne obavlja neka gospodarska djelatnost ili ne zasniva stalno prebivalište. Turizam predstavlja gospodarsku djelatnost koja podrazumijeva turistička kretanja te sve odnose koji proizlaze iz istih. Jedna od prvih definicija turizma datira iz davne 1905. godine koja glasi „turizam se opisuje kao pojava modernoga doba, izazvana povećanom potrebom za odmorom i promjenom klime, probuđenim i njegovanim smislom za ljepote krajolika, radosti i užitak boravka u slobodnoj prirodi.“ (Mrežno izdanje Hrvatske enciklopedije, 2021). Danas je u većini zemalja prihvaćena druga, modernija verzija turizma koju je izdala Svjetska turistička organizacija, odnosno UNWTO, 1999.godine prema kojoj je turizam definiran tako da „turizam uključuje sve aktivnosti proizašle iz putovanja i boravaka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju.“ (Mrežno izdanje Hrvatske enciklopedije, 2021). Osnovna jedinica za mjerenje i proučavanje turizma je turist. Turist predstavlja svaku osobu odnosno putnika koji je na putovanju izvan svog mjesta stanovanja, odnosno stalnog boravka najmanje 24 stala, ali također ne duže od jedne godine. Putovanje je poduzeo radi odmora, relaksacije, rekreacije, obiteljskih, poslovnih, profesionalno-stručnih, zdravstvenih ili nekih drugih, sličnih razloga. „UNWTO definira turista kao posjetitelja, tj. osobu koja putuje izvan svoje sredine kraće od 12 mjeseci i glavna svrha njezina putovanja nije vezana za obavljanje neke lukrativne aktivnosti u mjestu koje posjećuje.“ (Mrežno izdanje Hrvatske enciklopedije, 2021)

Brojni autori drugačije definiraju turizam tako primjerice u svojoj knjizi Leonard J. Lichorish i Carson L. Jenkins PhD (2006) , Uvod u turizam, govore kako turizam zadire u mnoge konvencionalne sektore gospodarstva, ali također turizam obuhvaća i brojne druge sektore kao primjerice kulturne, društvene, prirodne i ambijentalne sadržaje, pa se iz tog razloga turizam opisuje kao višeslojna djelatnost. Neki turizam opisuju kao industriju, ali se javlja problem prilikom same definicije iz razloga što turizam nema uobičajenu formalnu produkciju dobara, kao što nema ni outpute niti izlazne vrijednosti koje se mogu fizički mjeriti, kao što to imaju neke druge industrije. Primjerice poljoprivredna industrija se može mjeriti u tonama žitarica, no kasnije ćemo nešto više reći o poljoprivredi i povezanosti poljoprivrede i turizma, također i prehrambena industrija može se mjeriti fizički. Uzmemo li primjerice hranu, mjerimo ju u

kilogramima ili proizvodnju pića koju mjerimo u litrama. Postoji još jedan dodatan problem prilikom definiranja turizma kao industrije kako navode autori ove knjige. Turizam nema jedinstvenu strukturu koja bi bila tipična za svaku zemlju. Autori knjige „Uvod u turizam“ daju primjer Francuske i Italije gdje su turistima najprivlačniji restorani i trgovine, dok primjerice u Rusiji to nije slučaj. Također navode kako ni temeljni sastojci takozvane turističke industrije poput smještaja i prijevoza mogu biti različiti. Navode primjer Ujedinjenog Kraljevstva gdje turisti koriste smještaj u privatnim kućama, dok primjerice na Tajlandu se takav smještaj uopće ne nudi. Postoje razlike u korištenju prometnih sredstava, tako u Europi i SAD-u se pretežito koriste automobili i autobusi, dok u Indiji i Indoneziji većina turista navedene zemlje posjećuje zračnim prometom. Upravo iz navedenih razloga autori knjige turizam promatraju kao skup turističkih djelatnosti ili turistički sektor.

Prema mrežnom izdanju Hrvatske enciklopedije (2021) vrste turizma se mogu podijeliti na brojne načine. Neke od podjela turizma su prema trajanju boravka turista, stupnju mobilnosti, dobnoj strukturi, nacionalnoj pripadnosti, načinu organizacije putovanja, broju sudionika, godišnjem dobu, prostoru na kojem se odvija turističko putovanje i brojni drugi. Svaka od navedenih vrsta turizma još ima svoju podjelu, pa se tako prva podjela, odnosno prema trajanju boravka turista dijeli na izletnički, vikend i boravišni turizam, zatim prema stupnju mobilnosti turizam se dijeli na stacionirani, mobilni i tranzitni. Podjela turizma prema nacionalnoj pripadnosti je domaći i inozemni, prema dobnoj strukturi turista, turizam se dijeli na dječji, omladinski, obiteljski te turizam takozvane treće dobi. Turizam prema godišnjem dobu se dijeli na ljetni i zimski, a prema prostoru na kojem se odvija turizam se dijeli na primorski, planinski, termalno-kupališni, seoski, gradski i jezerski turizam. U praksi podjela je drugačija. U praksi se turizam dijeli na masovni i alternativni turizam. Masovni turizam obuhvaća velik broj turista, paket-aranžmani različitih agencija i turoperatora, organizirano putovanje te niske cijene. Dok s druge strane alternativni turizam koji se još naziva i održivi turizam obuhvaća alternativu sadržajima i ponašanju turista, ponudu u ravnoteži s okruženjem te su motivi turista u fokusu. Ipak u ovom radu turizam ćemo jednostavnije podijeliti na morski i ruralni turizam.

Kako bi mogli definirati ruralni turizam, najprije moramo definirati ruralno područje. „Ruralno područje moglo bi se definirati kao sredina s malom koncentracijom stanovnika, kojemu je osnovno zanimanje poljoprivreda, a koje karakteriziraju posebni običaji i seoski identitet. Ruralna područja s mnogobrojnim karakterističnim različitostima poput: planina, kanala, rezervata, obala, poljoprivrednih zemljišta, rijeka, jezera i sl. pogodna su za razvoj turizma.“ (Ružić, 2011). Prema autoru članka Eriku Ružiću ruralni se turizam definira kao turizam na seoskom području koji obuhvaća sve aktivnosti koje se provode na tom mjestu. Najvažnije

karakteristike ruralnog turizma su očuvani okoliš, mirna sredina, odsutnost buke, domaća hrana, neposredna komunikacija s domaćinima kao i upoznavanje sa seljačkim poslovima.

3. Povijesni razvoj turizma

Prema mrežnom izdanju Hrvatske enciklopedije (2021) turizam kao organizirana gospodarska aktivnost nastao je širenjem industrijske revolucije. Kroz raniju povijest također su postojale aktivnosti koje se mogu smatrati turističkima, tako u starom vijeku, odnosno u doba Grčke, Rima i Azije turističke aktivnosti su bile posjeti proročanstvima i sportskim igrama. U razdoblju od petog pa sve do četrnaestog stoljeća turističke aktivnosti smatraju se hodočašća, istraživačka putovanja kao i odlasci na viteške turnire. U doba renesanse odnosno od četrnaestog do šesnaestog stoljeća smatraju se edukativna putovanja mladih plemića poznatija kao Grand Tour. Industrijskom revolucijom odnosno razvojem gradova, pojavom parobroda, željeznice i makadamskih cesta omogućeno je višestruko povećanje turističkih aktivnosti i potencijala.

Turizam se kroz povijest može gledati na nekoliko načina. Rani dani, začetci turizma datiraju iz doba Rima, odnosno Rimskog carstva. Rimljani su postavili mrežnu strukturu cesta diljem Europe koja je omogućila putovanja i bolju povezanost ljudi u to doba. Nakon propasti Rimskog carstva razvoj prometa stagnira ili ostvaruje blagi napredak koji se odužio sve od 18.stoljeća kada je poboljšana cestovna struktura i cestovni promet. Kako se turizam bazira na putovanjima ovo se može smatrati začetcima turizma i postavljanjem temelja današnjem turizmu. Kao što je ranije navedeno, u tekstu turizam mijenja svoj oblik i kroz povijest polako napreduje, od trgovaca u Rimu, do hodočašća u Srednjem vijeku, do edukativnih putovanja u renesansi, pa sve do turizma kakvog danas poznajemo.

Prema Mrežnom izdanju Hrvatske enciklopedije (2021) razvoj modernog turizma dijeli se na 3 faze. Prva ili početna faza smatra se u razdoblju od 1850.godine do 1914.godine, druga ili razvojna faza je od 1914.godine do 1945.godine, te treća ili visoka faza od 1945.godine. Treća, odnosno visoka faza često se još naziva i fazom masovnog turizma zbog jakog i snažnog razvoja turističkih aktivnosti. Razlog tomu je značajan porast broja međunarodnih turističkih dolazaka koji se najbolje očituju u razdoblju od 1950.godine do 2014.godine. Porast broja turističkih dolazaka s 25 milijuna na 1133 milijuna, očituje se u 1245 milijardi američkih dolara prihoda od međunarodnog turizma u 2014.godini. U posljednjih 60godina, odnosno 6 desetljeća turizam bilježi snažan i kontinuirani razvoj kao i diversifikaciju. Turizam je postao jedan od najvećih i najbrže rastućih ekonomskih sustava u svijetu. I ako se događaju povremeni šokovi primjerice politički nemiri, prirodne katastrofe, bolesti kao što je trenutno primjer s globalnom pandemijom korona virusa, terorizam i slični događaji turizam bilježi gotovo neprekinuti rast.

Kako brojni autori drugačije definiraju turizam tako se drugačije definira i povijesni razvoj turizma. Tako primjerice u knjizi Uvod u turizam, autori Leonard J. Lickorish i Carson L. Jenkins PhD (2006) razvoj turizma definiraju kroz 4 faze. Pretpovijest turizma, prva je od četiri faze razvoja turizma. Prva faza, se odnosi na period koji obuhvaća srednjevjekovno doba i početak 17.stoljeća. Upravo se tada javljaju i prvi znakovi koji mijenjaju način života, koji se do tada nije mijenjao stoljećima. Polagano povećanje narodnog bogatstva, kao i širenje trgovačke, ali i proizvođačke klase, te utjecaj reformacije i sekularizacije obrazovanja, prouzročili su povećanje interesa za putovanjem u druge zemlje i prihvaćanje samog putovanja kao jednog od načina obrazovanja. Lickorish i Jenkins (2006) navode u svojoj knjizi kako je druga faza razvoja turizma razdoblje željezničkog prometa, odnosno vrijeme parnog broda i lokomotive. Porastom broja stanovnika kao i narodnog bogatstva u kratkom vremenu stvorili su nova tržišta. Izmišljeno je masovno putovanje, a samim time i razvoj turističkih destinacija kao i pojava putničkih agenata i turoperatora koji primjenjuju nove marketinške metode poput organiziranih tura, postera i brošura, putnih paketa i slično, koji ostaju i danas kao ključ marketinških alata. Treća faza predstavlja međuratni period, razdoblje od 1918.godine od 1939.godine. Prvi svjetski rat pridonio je razvoju tehnologije koja se pokazala dugoročno kao korisna za razvoj samog turizma. Lickorish i Jenkins navode kako je uvedena nova metoda takozvanog socijalnog turizma gdje navode kako je sve više plaćenih godišnjih odmora, a paralelno s time šire se i raznovrsni oblici rekreacije kao i specijaliziranih zabavnih aktivnosti poput karavaninga i kampiranja, te širenje hostela za mlade. Jeftina putovanja, ali i ture motornim vozilima, također su jedne od ponuda koje se javljaju u takozvanom socijalnom turizmu. Četvrtu fazu nazivaju još i uzletnom fazom koja obilježava period poslijeratnih godina, odnosno od završetka Drugog svjetskog rata 1945.godine pa sve do danas. Ovu fazu obilježava tehnološka revolucija i industrijski razvoj. Nastaju dalekosežne promjene u stilu života, grupnim i osobnim komunikacijama. Lickorish i Jenkins (2006) govore da novi faktori utječu na oblikovanje društva, a da je širina i kvaliteta promjena zahvatila baš sve slojeve društva.

4. Odrednice ruralnog turizma

Ruralni turizam ima brojne istoznačnice od kojih se izdvajaju agroturizam, seoski ili seljački, prirodni i eko turizam. Prije definiranja samog ruralnog turizma, važno je istaknuti glavne pokazatelje ruralnog područja. Prema Ružiću (2011) ruralno se područje definira kao sredina male koncentracije ljudi koja se pretežito bavi poljoprivredom. Tu malu sredinu karakterizira seoski identitet i različiti običaji. Ruralna područja koja obiluju različitim karakteristikama; kanali, planine, obale, poljoprivreda zemljišta, jezera, rezervati, rijeke, pogodna su za razvoj ruralnog turizma te upravo te karakteristike privlače turiste. Ruralni turizam prema definiciji koju izdaje Vijeće Europe 1986.godine određen je kao oblik turizma koji obuhvaća sve aktivnosti ruralnog područja. Neke od najvažnijih karakteristika ruralnog ili seoskog turizma su; odsutnost buke, očuvani okoliš, mirna sredina, domaća hrana, upoznavanje sa seoskim poslovima, komunikacija s domaćinima i brojne aktivnosti. Kada se govori o ruralnom turizmu naglašena je povezanost turista i prirode, kao i povezanost turista i domaćina te njihovim specifičnim načinom života. Specifičnost ruralnog područja, mali broj stanovnika, bavljenje poljoprivredom, seoskim identitetom i tradicionalnim običajima čine temelje ruralnog turizma. Ruralni se turizam polako razvija tijekom godina i postaje sve popularniji među turistima. Sam nastanak ruralnog turizma datira iz 11.stoljeća u Engleskoj. Nastanak i razvoj ruralnog turizma povezan je s otkrićem ruralnog turizma od strane kraljevskih obitelji, buržoazije i europske aristokracije koji grade vile i ljetnikovce u seoskim sredinama. Prema Ružiću (2011) početci razvoja ruralnog turizma u Engleskoj javljaju se u 11. i 12. stoljeću. Aristokracija je provodila dokolicu loveći različitu divljač. Oblik društvene dokolice u ruralnom turizam javlja se u drugoj polovici 18. st. Ruralni se turizam u Njemačkoj javlja 1873. godine, uvođenjem plaćenog odmora za državne službenike, a pojačava se 1914. godine, kada se uvode plaćeni odmori za sve činovnike koji vlastiti odmor pretežito provode na farmama i selima u blizini gradova. Kako navodi Ružić (2011) u 19.stoljeću se razvija pješaćenje, zdravstveni tretmani te alpsko penjanje kao dijelovi ruralnog turizma u Švicarskoj. Ruralna su područja izrazito pogodna za razvoj turizma iz razloga što omogućuju odvijanje brojnih turističkih aktivnosti; pješaćenje, vožnje biciklom, jahanje, lov i ribolov, penjanje po stijenama i slično. Navedene aktivnosti kao i obilježja ruralnih područja privlače turiste zbog uživanja u očuvanoj prirodi, čistom zraku, bavljenju aktivnostima koje se nude na tim područjima pomažu prilikom odmora, relaksacije i zabave.

4.1. Obilježja ruralnih područja

„Ruralno područje obuhvaća regije i područja različitih djelatnosti i krajolika te uključuje prirodni okoliš, poljoprivredna područja i obradive površine, sela, male gradove, regionalne centre i industrijalizirana ruralna područja“ (Biblioteka, 2016). Kriterij za određivanje ruralnih područja su; veličina naselja, gustoća naseljenosti, socio-ekonomska struktura i mobilnost stanovništva, administrativni status te urbana infrastruktura i morfološka obilježja. U Republici Hrvatskoj ruralna područja obuhvaćaju gotovo 80% ukupnog teritorija što dovodi do zaključka da je Republika Hrvatska pretežito ruralna zemlja. Kako je za ruralna područja karakteristična priroda, a u Hrvatskoj ruralna područja čine 80% teritorija, radi se o golemim prirodnim i gospodarskim resursima koji su ključ razvoja jedne zemlje. Na ruralnim se područjima posebno mora voditi briga o iskorištenosti zemlje. Turizam na tim područjima ne smije uništiti zemlju koja je pogodna za druge oblike korištenja poput poljoprivrede. Uništavanjem plodnog tla uništava se mogućnost razvoja poljoprivrede koja je ključna za sve stanovnike tih područja. Ruralna područja obiluju brojnim prirodnim ljepotama, očuvanom okolišu, svježim i čistim zrakom u kojemu turisti uživaju, odmaraju se, bave se različitim aktivnostima koje nude ruralna područja primjerice šetnja odnosno pješaćenje i vožnja biciklima kroz prirodu, lov i ribolov, kupanje u prirodnim vodama kao što su rijeke i jezera, brojne sportske aktivnosti poput golfa, tenisa, kao i sam boravak u prirodi, kampinganje, piknik. Sve ove prednosti ruralnog područja, uz mir i tišinu sve više privlače turiste na odmor, relaksaciju i rekreaciju.

4.2. Ruralni turizam i održivi razvoj

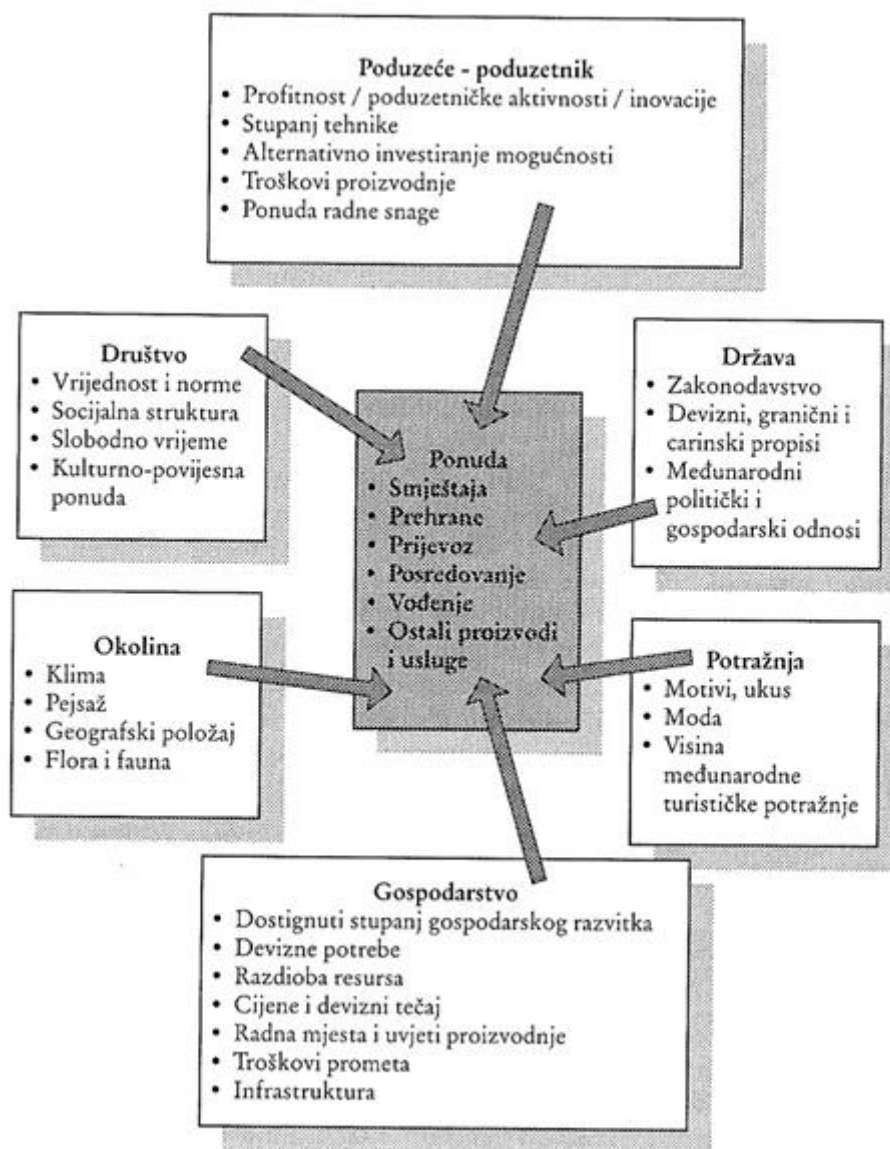
Održivi razvoj ima brojne definicije među kojima je najpoznatija definicija koju je izdala UN-ova komisija za okoliš i razvoj iz 1987. godine. Prema navodima Društvenog odgovornog ponašanja u Hrvatskoj (2010) održivi razvoj predstavlja razvoj kojim se zadovoljavaju sve potrebe današnjih naraštaja, a da se prilikom toga ne ugrožava nikakva mogućnost i budućih naraštaja u zadovoljavanju njihovih potreba. To zapravo znači da prilikom odlučivanja i provođenja aktivnosti kojima sve organizacije prilikom stvaranja vrijednost trebaju sustavno uzimati u obzir ekonomske, ali i društvene činitelje, kao i činitelje vezane za zaštitu okoliša. Održivi razvoj je takav razvoj u kojem su procesi promjena, sjera investicija i uporabe resursa, kao i tehnološki razvoj te institucionalne promjene koje se provode konzistentni s potrebama sadašnjih i budućih naraštaja. Pojam održivog razvoja javlja se u 19.stoljeću, a prvi se put u praksi koristi prilikom gospodarenja šumama. Kada je riječ o ruralnim područjima i ruralnom turizmu bitno je naglasiti kako je značajan održivi razvoj. Poljoprivreda koja se odvija u ruralnim područjima ukoliko se ne vodi računa o održivom razvoju može dovesti do izumiranja brojnih biljnih i životinjskih vrsta kada se na ruralna područja umiješa turizam. Turizmom i aktivnostima koje turizam nudi, narušava se priroda, a samim time i plodna tla na tim područjima, te upravo iz tog razloga bitan je održivi razvoj. Današnja ponuda turizma je ogromna, a samim time postoji velika mogućnost uništenja okoliša, pa se zbog toga mora planirati razvoj turizma, ruralnih područja, poljoprivrede i svih drugih gospodarskih djelatnosti koje se obavljaju na tim područjima. Planiranjem i provedbom planova koji neće narušavati okoliš postiže se pojam održivog razvoja koji je značajan za planet Zemlju, svaku državu, te sva područja u državama svijeta. Primjenom održivog razvoja moguće je uspostaviti dugoročnu ravnotežu u ruralnim područjima i ruralnom turizmu. U koliko se uništi priroda, ponuda ruralnog turizma opada, a samim time i razvoj turizma. Dugoročna ravnoteža ključ je razvoja turizma iz razloga što se na taj način ponuda turizma odražava na sadašnje i buduće generacije što je poanta održivog razvoja.

4.3. Ruralni turizam kao čimbenik ruralnog razvoja

U pravilu, ruralna su područja manje razvijena od ostalih, te im je iz toga razloga bitan napredak i razvoj. Turizam je svakako jedan od smjernica razvoja ruralnog područja. Ulaganjem sredstava u turizam ruralnog područja, zapravo se ulažu sredstva u samo ruralno područje, a time i ruralna područja doživljavaju svoje prve korake ka boljim danima i ka značajnijem napretku i razvoju. Kao što sama definicija ruralnog područja kaže da su ruralna područja sela, manjih gradova i prirode, upravo takvim područjima je potreban napredak. Prema Dobroti (2015) ulaganjem u različitost nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima smatra se ključnim faktorom za povećanje zaposlenosti, sprječavanje depopulacije te učenje novih vještina. Ruralni turizam značajan je za vrednovanje i očuvanje kulture, prirodnih znamenitosti kao i za očuvanje lokalne baštine. Iz navedenih razloga sve je veća zainteresiranost potpora EU institucija kao i dodjele većih sredstava ruralnom turizmu i razvoju nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima. O potporama iz proračuna EU kao i iz proračuna Republike Hrvatske govorit će se nešto kasnije. Ministarstvo poljoprivrede je najodgovornije za razvoj ruralnih područja. Suradnjom dvaju ministarstava, Ministarstva poljoprivrede i Ministarstva turizma i sporta, razvoj ruralnog područja može dobiti poseban značaj za razvoj turizma, poljoprivrede, a posljedično tome i razvoju zemlje u cijelosti. Razvoj ruralnog područja u zemljama kao što je Republika Hrvatska može biti ključan za razvoj cijele zemlje jer kao što je ranije navedeno u tekstu gotovo 80% teritorije Republike Hrvatske prekrivaju ruralna područja. Ukoliko bi došlo do razvoja ruralnog područja, došlo bi do razvoja 80% teritorija RH, što predstavlja 4/5 cjelokupnog teritorija naše zemlje. Toliki napredak i razvoj sam po sebi je ogroman i donosi bolji i kvalitetniji život u cijeloj zemlji, a ne samo razvijenijim područjima. Razvojem turizma, poboljšanjem i proširenjem ponude kao i ulaganjem sredstava u ruralna područja ona dobivaju veći značaj, više sredstava odlazi u proračun države. Više prikupljenih sredstava u proračunu, proračun se povećava i omogućava veća ulaganja. Ekonomski značaj u ovom pogledu je ogroman, ne samo za turizam, već i za cijelu zemlju.

5. Ekonomski značaj turizma

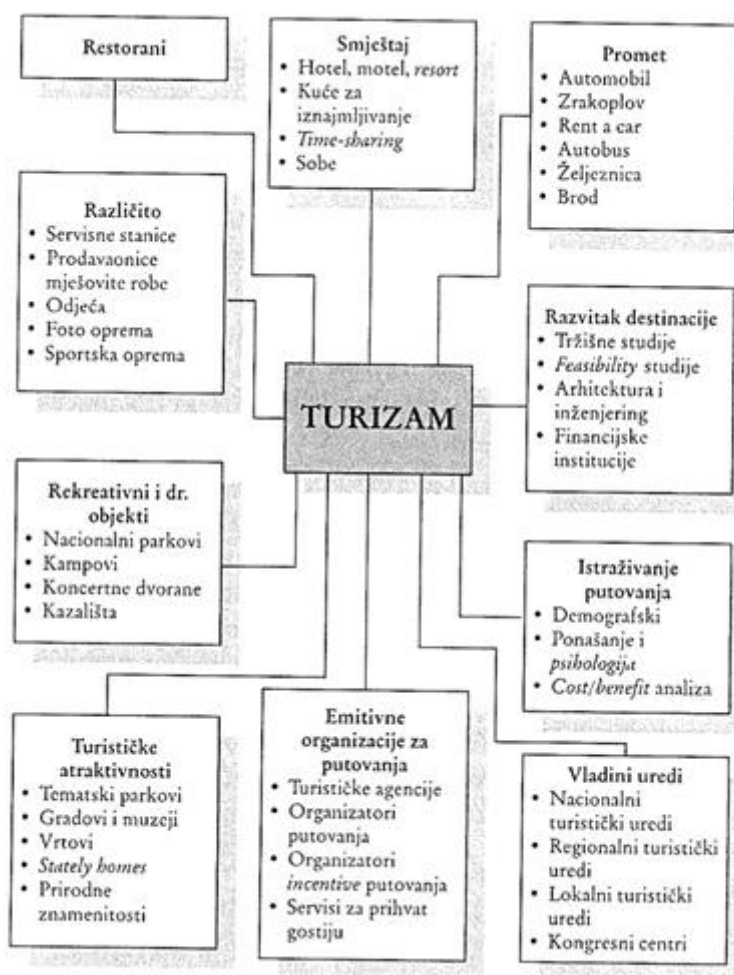
Kada se spomene turizam, u ekonomskom kontekstu, pojavljuje se pojam turističkog tržišta. Tržište predstavlja takozvano mjesto gdje se susreću potražnja i ponuda. U turizmu predmet razmjene predstavlja u pravilu usluge, dok turističko tržište predstavlja samo jedan dio tržišta usluga sa svim značajkama koje ga karakteriziraju. Prema Pirjevcu (1998) turistička ponuda u pravilu odvojena je od turističke potražnje, što znatno razlikuje tržište turizma od ostalih tržišta iz razloga što kupac mora doći, odnosno putovati do mjesta gdje se ponuda nalazi. Prema svom specifičnom karakteru, turistička ponuda s turističkom potražnjom komunicira isključivo specifičnim načinima i putovima. Radi pojednostavljenja kontakata, poslovanja i informacija, osnovani su turistički posrednici koji se zapravo nalaze unutar samog tržišta potražnje. . „Turistička potražnja putuje turističkoj ponudi. Turistička ponuda komunicira s tržištem potražnje, bilo direktno bilo putem turističkih posrednika. Turistički posrednici, kako bi što uspješnije prodavali usluge ponude, nastoje se što više približiti svojim kupcima.“ (Pirjevec, 1998; 48). Prema Pirjevcu, na turističkim se tržištima sve odvija na licu mjesta. Usluga prvo čeka kupca, koji doputuje kako bi mogao konzumirati uslugu, te nakon konzumacije usluge mora platiti dobiveno. Nakon tržišta, slijedi turistička ponuda. Svaki sudionik tržišta koji želi prodati svoje usluge ili robu turistima zapravo je predstavnik turističke ponude. Prema Pirjevcu usluge i robe koje se nude turistima u određenim količinama na određenom tržištu, po određenoj cijeni i u određeno vrijeme, čini ponudu tog tržišta. U današnjem svijetu razvitak turizma, predstavlja pojam turističke ponude koju treba promatrati kroz sve društvene i gospodarske sudionike neke zemlje, koji su na bilo koji način, pridonijeli direktnim ili indirektnim širenju ponude, a samim time i povećali turističku potrošnju, koja predstavlja ekonomski rezultat boravka inozemnih ili domaćih turista. Čimbenici koji utječu na ponudu turizma su kompleksni, te se nalaze na slici 1, dolje u tekstu.



Slika 1; Čimbenici utjecaja na turističku ponudu

Izvor; Pirjevec B. *Ekonomska obilježja turizma*, Golden marketing Zagreb, 1998.

Na slici 2, shematski je prikazano turističko poslovanje, odnosno tko se sve može sudjelovati u aktivnosti kako bi turistička ponuda uspješno djelovala.



Slika 2; Turističko poslovanje

Izvor; Pirjevec B. *Ekonomska obilježja turizma*, Golden marketing Zagreb, 1998.

Prema Pirjevcu (1998) velik je broj subjekata koji djeluju u turizmu, neki od njih su direktno vezani uz turizam, a neki indirektno. Ne samo gospodarski, nego i društveni faktori posredno su vezani uz turizam. Kada je riječ o gospodarskim područjima koja neposredno djeluju u turizmu, bez kojih ne postoji funkcionalna turistička ponuda, odnosno turizam u cijelosti, zapravo je riječ o ugostiteljstvu, putničkim agencijama, trgovini i prometu. Sve navedene djelatnosti su uslužnog karaktera, ali samo su putničke agencije takozvane čiste turističke aktivnosti i bez turizma nema ni putničkih agencija, dok s druge strane preostale tri djelatnosti,

moгу i djeluju neovisno o turizmu. Sve navedene djelatnosti kao što je već rečeno pružaju usluge. Prema Pirjevcu (1998) Ugostiteljstvo bazira svoju takozvanu proizvodnju na pružanju usluga prehrane, točenja pića i smještaja. Trgovina kao gospodarsko područje, posređuje između kupaca i proizvođača. Trgovina se bavi nabavom i plasmanom različitih roba, odnosno pružanjem trgovačkih usluga, dok promet svojim korisnicima pruža usluge prijevoza cestom, odnosno cestovnim putovima, željeznicom, vodenim putovima i zrakom. Zaposlenost u turizmu od velikog je značaja za cjelokupnu državu. Prema Pirjevcu stupanj zaposlenosti u navedenim aktivnostima postaje značajan pokazatelj gospodarske razvijenosti i snage neke zemlje. sve navedeno ima snažan utjecaj na razinu društveno-ekonomskih odnosa, posebice na područje zapošljavanja i životnog standarde, te u konačnici na potrošnju. Rastom turističkih potreba posljedično rastu potrebe za kulturnim, sportskim, zdravstvenim kao i drugim uslugama, što rezultira povećanim kretanjima turista. Kako navodi Pirjevec u nedovoljno razvijenim područjima turizam pokreće, budi i razvija gospodarsko gibanje, kao što i stvara tržište za lokalne proizvode, koji bez turizma ne bi dospjeli na tržište. Povećani promet uzrokovan turizmom, stvara brojne gospodarske aktivnosti što omogućava državi povećane prihode od poreza i taksa.

5.1. Ugostiteljstvo u turizmu

Prema mrežnom izdanju Hrvatske enciklopedije (2021) ugostiteljstvo je gospodarska djelatnost koja se bavi pripremom i prodajom pića i hrane, kao i pružanjem usluga smještaja, zabave i rekreacije u specijaliziranim objektima. Ugostiteljstvo je od iznimnog značaja za ruralni turizam, uz prirodu, očuvani okoliš i čisti zrak čini jednu od glavnih dijelova ponude ruralnih područja. Značaj ugostiteljstva očituje se već po dolasku turista. „Po dolasku u određeno turističko mjesto, turist mora postati korisnik osnovnih ugostiteljskih usluga, smještaja, hrane i pića. Tako ugostiteljstvo postaje jedan od vodećih, točnije najveći, apsorber turističke potrošnje.“ (Pirjevec, 1998; 109). Ugostiteljstvo u ruralnim područjima povezuje se s proizvodnjom domaćih prehrambenih proizvoda poput; fiš paprikaša, brudeta, štrukli, gibanice, pršuta, šunke ili kulena, kruha od koprive ili od pira, meso z'tiblice ili domaće janjetine ispod peke, samo su neka od domaćih proizvoda ruralnih područja koja privlače turiste. Također kako hrane, ponuda pića također je velika. Hrvatska njeguje preko 130 autonomnih vinskih sorti, a brojni hrvatski vinari na svjetskim natjecanjima postižu vrhunske rezultate, što dodatno povećava zainteresiranost turista za posjećivanjem ruralnih područja. Među pićima koja su popularna među turistima izdvajaju se domaći sokovi, rakije i brojni likeri koji se proizvode od domaćeg voća uzgojenog na ruralnim područjima. Brojne turističke manifestacije u ruralnim područjima vezane su upravo uz ugostiteljske ponude. Neke od najpoznatijih manifestacija su čvarak fest, kulinijade, fišijade, grahijade, vinski maraton kao i brojne druge manifestacije o kojima će nešto više biti rečeno pod naslovom „Turističke destinacije u Baranji“. Sve ove manifestacije kao i brojni drugi događaji znatno povećavaju ugostiteljsku ponudu, samim time i zainteresiranost turista, a posljedično tome i prihode turizma ruralnih područja.

5.2. Poljoprivredni utjecaj na turizam

„Poljoprivreda, gospodarska djelatnost uzgoja biljaka i životinja, prvenstveno radi proizvodnje hrane za prehranu stanovništva“ (Mrežno izdanje Hrvatske enciklopedije, 2021). Poljoprivreda i turizam možda naizgled nemaju nikakve povezanosti, ali zapravo, poljoprivreda i turizam imaju brojne dodirne točke. Odnos turizma i poljoprivrede svodi se na odnos dvaju sektora, sektora potrošnje i proizvodnje. Turizam i poljoprivreda gospodarske su grane koje koriste prirodni prostr za obavljanje svojih djelatnosti. Poljoprivreda kao gospodarska djelatnost od izrazitog je značaja za domaću proizvodnju i prehrambenu industriju. Uzgojem biljaka i životinja omogućava se proizvodnja hrane u prehrambenoj industriji, kao i malim domaćinstvima koja se bave turizmom, iz razloga što proizvodnjom domaćih proizvoda upotpunjuje se turistička ponuda jednog mjesta. Poljoprivredna proizvodnja usko je povezana s ponudom ruralnog područja, odnosno s razvojem ruralnog turizma iz razloga što produkti poljoprivrede se koriste prilikom boravka turista na ruralnim područjima. Proizvedene biljke i uzgojene životinje, preradom stvaraju prehrambenu ponudu turistima. Turizam važan je sa stajališta potražnje za hranom. Kako navodi Šehanović (1997) Oživljavanje turizma ima izravan utjecaj na proizvodnju brojnih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, te na njihovu doradu i preradu, kao i na standardizaciju i ostale elemente kvalitetne ponude na turističkom području. Također turizam potiče proizvodnju voća i povrća na turističkim područjima. Kada je riječ o turizmu i poljoprivredi, svakako treba navesti i ekonomski značaj povezanosti ovih dvaju gospodarskih djelatnosti. Ruralni turizam može služiti kao promotivni alat za brojne poljoprivredne proizvode Republike Hrvatske. Osmišljavanjem i razvijanjem strategije, kao i udruživanjem proizvođača, može se dodatno unaprijediti gospodarstvo Republike Hrvatske. Turistima koji posjećuju ruralna područja potrebno je promovirati poljoprivredne i prehrambene proizvode te na taj način iskoristiti priliku za plasman domaćih proizvoda na strana tržišta s ciljem povećanja izvoza. Ukoliko se poveća izvoz, povećati će se i potreba za proizvodnjom, te će se na taj način također povećati razvoj same poljoprivrede. Ruralna su područja od iznimnog značaja za razvoj neke zemlje. Poljoprivreda koja se obavlja na tim područjima ima bitan utjecaj na prihode, stanovništvo, ruralni turizam, prehrambenu industriju i kvalitetu života u nekoj zemlji. Hrvatska kao zemlja turizma i poljoprivrede ne koristi svoj puni potencijal koji joj prirodni resursi omogućuju. Plodna tla, oranice, voćnjaci, klima, reljef, Republici Hrvatskoj omogućuju znatne prednosti u odnosu na druge zemlje svijeta. Hrvatska, zemlja plodnog tla mora poboljšati razvoj poljoprivrede koji posljedično dovodi do razvoja ruralnog područja, a zatim i ruralnog turizma, odnosno razvoja nekoliko sektora gospodarstva,

što u konačnici dovodi do razvoja cjelokupne države. Prilikom razvoja poljoprivrede i razvoja turizma, posebice ruralnog turizma, važno je obratiti pažnju na okoliš, odnosno na prirodu. Jedna od karakteristika ruralnih područja koja privlači turiste upravo je očuvana priroda. Razvoj turizma i povećan broj turista u ruralnim područjima, kao i prekomjeran uzgoj biljaka i životinja može nanijeti štetu prirodi, pa se iz tog razloga mora osmisliti strategija za razvoj turizma i poljoprivrede u ruralnim područjima. Uništavanjem plodnog tla smanjuje se mogućnost razvitka poljoprivrede, odnosno uzgoja brojnih biljnih i životinjskih vrsta, a uništavanjem prirode, smanjuju se mogućnosti razvoja ruralnog turizma.

5.3. Poticaji za razvoj ruralnog turizma iz proračuna Republike Hrvatske i Europske unije

Razvoj ruralnih područja i ruralnog turizma jedan je od problema s kojima se susreće Vlada Republike Hrvatske, te iz tog razloga Vlada potiče razvoj ruralnih područja poticajima iz vlastitog proračuna, kao i poticajima koji se nude iz proračuna Europske unije. Poticaji koji se nude izrazito pomažu u razvoju, što je i glavni cilj Europske unije kao vodeće regionalne organizacije europskih država. Prema Bartoluciu (2018) Hrvatskoj se ulaskom u Europsku Uniju se otvorio širok spektar različitih financijskih mogućnosti u pogledu financiranja projekata iz europskih fondova, ali i financiranja projekata kroz razne instrumente kohezijske politike. Strukturni fondovi predstavljaju financijske instrumente kojima je cilj postići kako ekonomsku, tako i socijalnu koheziju na europskom tržištu. Kohezijska politika Europske unije, jedna je od značajnih politika, koja se financira kroz 3 glavna fonda, a to su, Europski fond za regionalni razvoj, Kohezijski fond te Europski socijalni fond. Uz navedene fondove, bitan fond za razvoj ruralnog turizma i poljoprivrede je Ekonomski poljoprivredni fond za ruralni razvoj. Upravo ovaj fond zadužen je za financiranje restrukturiranja poljoprivrednog i šumarskog sektora, kao i za mjere zaštite prirode i okoliša prilikom upravljanja poljoprivrednim posjedom kao i diversifikacijom ekonomskih aktivnosti. Financiranje za razvoj ruralnih područja može se vršiti iz nekoliko izvora, pa se tako financirati može iz vlastitih izvora sredstava, kreditnih sredstava, bespovratnih sredstava, kao i iz sredstava Europske unije. Prilikom stvaranja strategije za razvoj poljoprivrede i ruralnog turizma, glavne uloge imaju ministarstva poljoprivrede i turizma. Kada je riječ o financiranju iz Europske unije, 2 su glavna fonda; Europski poljoprivredni garancijski fond, koji je zadužen za financiranje prvog stupa Zajedničke poljoprivredne politike i Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj, koji je zadužen za pomaganje razvoja ruralnih područja u zemljama članicama. Kako navodi Bartoluci (2018) Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj pomaže putem mnogobrojnih aktivnosti i mjera. U programskom razdoblju od 2007. godine do 2013. godine program IPARD imao je brojne mjere za ruralni turizam, pa su tako neke od mjera;

„1. Mjera 202 Priprema i provedba lokalnih strategija ruralnog razvoja,
2. Mjera 301 Pобољшanje i razvoj ruralne infrastrukture,
3. Mjera 302 Diversifikacija i razvoj ruralnih gospodarskih aktivnosti.“ (Bartoluci M., Starešinić, Z., Franić D.M., Bartoluci, F., 2018). Kroz mjere IPARD, za Republiku Hrvatsku bilo je namijenjeno 179 000 000 eura , odnosno 1,3 milijarde kuna raznih potpora za razvoj ruralnog turizma.

Također su brojne mjere primjenjivane u razdoblju od 2014. godine do 2020. godine, a neke od njih su;

- „1. Mjera 6.2. Potpora ulaganju u pokretanje nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnom području,
2. Mjera 6.4. Ulaganja u razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima,
3. Mjera 7.1. Sastavljanje i ažuriranje planova za razvoj općina i sela u ruralnim područjima i njihovih temeljnih usluga te planova zaštite i upravljanja koji se odnose na lokalitete Natura 2000. i druga područja visoke prirodne vrijednosti,
4. Mjera 7.2. Ulaganja u izradu, poboljšanje ili proširenje svih vrsta male infrastrukture, uključujući ulaganja u obnovljive izvore energije i uštedu energije,
5. Mjera 7.4. Ulaganja u pokretanje, poboljšanje ili proširenje lokalnih temeljnih usluga za ruralno stanovništvo, uključujući slobodno vrijeme i kulturne aktivnosti te povezanu infrastrukturu.“ (Bartoluci M., Starešinić, Z., Franić D.M., Bartoluci, F., 2018). Prema programu EU za razvoj ruralnih područja od 2014. godine do 2020. godine za Republiku Hrvatsku ukupna alokacija iznosila je 2,383 milijardi eura. Iz EAFRD fonda za Republiku Hrvatsku je bilo na raspolaganju 2,026 milijardi eura. Poticaji koji su namijenjeni za razvoj ruralnih područja, koje financira Europska unija i Republika Hrvatska zaista su veliki. Tako primjerice u razdoblju od 2014. do 2020. godine za poticanje razvoja ruralnog turizma, Bartoluci (2018) navodi kako je ukupno isplaćeno 21.356.430,56 kuna, što se dijeli na 2 izvora, poticaji iz EU fondova i poticaji iz proračuna Republike Hrvatske. Tako je od ukupnih 21.356.430,56 kuna iz proračuna EU fondova isplaćeno 18.152.965,95, dok je iz proračuna RH isplaćeno 3.203.464,61 kuna. Također Bartoluci (2018) navodi da stupanj realizacije iz sredstava EU fondova nije zadovoljavajući, te da nije na razini prosjeka iskorištenosti sredstava zemalja članica EU. Pogleda li se proračunska sredstva za Program ruralnog razvitka vidljiva su znatna odstupanja plana i realizacije. Tako Bartoluci (2018) navodi primjer 2017.godine kada je planirano bilo 2.275.399.585 kuna, a realizirano 1.432.891.930,95 kuna, što je 63%. Poticaji iz proračuna Republike Hrvatske za razvoj ruralnog turizma znatno su manji od onih iz EU, ali svakako da imaju veliki značaj. Tako primjerice prema podacima Agrokluba (2018) za razvoj ruralnog turizma, iz proračuna RH u 2018. godini bilo je predviđeno 24,6 milijuna kuna bespovratnih sredstava. Brojni su poticaji iz proračuna EU, kao i iz proračuna RH, ali iskorištenost tih poticaja nije na zadovoljavajućoj razini, te bi se trebala popraviti iskorištenost poticaja, kako bi se dodatno unaprijedio ruralni turizam i ruralna područja u cijelosti.

6. Ruralni turizam u Hrvatskoj

Hrvatska je zemlja turizma, bogate ponude, predivnih krajolika, te bogatom kulturnom baštinom. Prema stranici Cimerfraj (2015) ruralna područja čine 79,1% cjelokupnog teritorija Republike Hrvatske. Kako bi dočarali postotnu veličinu ruralnog područja, u Europskoj uniji, ruralna područja čine 51,3 % teritorija. U Republici Hrvatskoj u ruralnim sredinama živi 56,7% stanovništva, usporedimo li to s Europskom unijom, gdje u ruralnim područjima živi 22,3% stanovništva, dobiva se zaključak kako u Republici Hrvatskoj duplo više stanovništva živi u ruralnim područjima nego u Europskoj uniji. Ruralna područja nisu dovoljno razvijena u Republici Hrvatskoj, pa iz tog razloga nije dovoljno razvijen ni ruralni turizam. Jedan od problema ruralnog turizma u RH je orijentacija na morski turizam, gdje prema podacima koji su objavljeni na stranici cimerfraj.hr, 95% smještajnih kapaciteta odnosi se na priobalje, dok se svega 5% smještajnih kapaciteta odnose na unutrašnjost Hrvatske.

Ponuda ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj daleko je od poželjnog, prirodni resursi, očuvana priroda neki su od preduvjeta za razvoj ruralnog turizma. Ne treba zaboraviti činjenicu kako je ruralni turizam u Hrvatskoj tek u fazi razvoja, te kako prava ponuda turizma tek dolazi. Ruralni turizam u Republici Hrvatskoj može se promatrati kroz regije; Slavonija i Baranja, Središnja Hrvatska, Lika i Gorski kotar, Istra i Kvarner, te Dalmacija. U ovom radu, bazirati ćemo se na Slavoniju i Baranju, odnosno istok Hrvatske. Slavonija i Baranja regije su koje karakteriziraju ravnica, hrastovim šumama i kulturnoj baštini, sve navedeno dobra je podloga za razvoj ruralnog turizma. Najznačajnije turističke destinacije u ovoj regiji su; park prirode Kopački rit, park prirode Papuk, također veliku posjećenost imaju muzeji poput muzeja Vučedolske kulture i muzeja tambure, te brojnih drugih. Republika Hrvatska ima prirodnu i sociokulturnu osnovu za razvoj turizma u svim svojim regijama, ne samo u priobalju. O problemima i idejama za razvoj turizma govorit ćemo u naslovu ideje za poboljšanje i razvoj ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj. Prema podacima Vlade Republike Hrvatske, prihodi od turizma u 2020. godini znatno su se smanjili u odnosu na 2019. godinu. Tako primjerice prihodi u 2020. godini iznosili 4,8 milijardi eura, usporedimo li to s 2019.godinom to je 54,3% manje nego u prethodnoj godini. Cjelokupni prihodi od turizma u 2019.godini iznosili su 10,5 milijardi eura, što predstavlja više od dvostruko više u odnosu na 2020. godinu. Razlog tome može biti nepovoljna epidemiološka situacija u svijetu, vezana uz virus COVID-19.

6.1. Ruralni turizam u Baranji

Baranja, mala regija na samom istoku Republike Hrvatske, u pograničnom području s Republikom Srbijom i Mađarskom, često zanemarivana i zapostavljena, ali puna potencijala. Baranja je regija koja obiluje prirodnim ljepotama, brojnim atrakcijama kao i bogatom kulturnom baštinom, te brojnim običajima. Turizam u Baranji, blago rečeno, nije na zadovoljavajućoj razini. Prekrasne ravnine, park prirode Kopački rit, vinske ceste, etno selo Karanac, te brojne druge turističke destinacije nikoga ne ostavljaju ravnodušnim, ali s druge strane koliko god da prirodnih ljepota Baranja posjeduje, ruralni turizam u Baranji nije dovoljno razvijen. Ulaganjem sredstava u ruralni turizam, poljoprivredu, Baranja može doživjeti preporod. Turizam u Baranji može biti od izrazite važnosti za razvoj ove male regije. Ulaganjem sredstava u ruralni turizam, poboljšanom ponudom turizma, Baranja može privući znatno veći broj turista nego prethodnih godina. Također, poljoprivreda, kao glavna gospodarska djelatnost u Baranji, nije na zadovoljavajućoj razini, kao ni u ostatku Hrvatske. Poljoprivreda, kao i ruralni turizam, trebaju doživjeti preporod, kako bi se vratio puni sjaj istočnog dijela Hrvatske, koji se zadnjih godina bori s depopulacijom. Depopulacija, također je jedan od problema ove male regije. Ulaganjem sredstava u poljoprivredu, te poboljšanjem poljoprivrede, povećala bi se proizvodnja poljoprivrednih proizvoda, smanjio uvoz, a povećao izvoz, također bi se povećala i turistička ponuda, kao jedan od dijelova ponude ruralnih područja, svakako je sudjelovanje turista u poljoprivrednim djelatnostima, stjecanju novih iskustava, te upoznavanje s poljoprivrednim kulturama. Poboljša li se navedeno, povećali bi se prihodi, smanjila depopulacija, privukao veći broj turista, a u konačnici bi se i prihodi u proračunu Republike Hrvatske povećali. Kada je riječ o turistima i njihovoj posjećenosti, podaci koji su dostupni, te koje su naveli Naglav, K., Martinović, N, Mrvica Mađarac, S. (2019), u svom članku Ruralni turizam u Osječko-baranjskoj županiji; Stanje i perspektive nalaze se u *Tablici 1* od izrazitog su nam značaja, kako bi se moglo zaključiti koliko malo turista posjećuje Baranju.

Tablica 1 Broj dolazaka i noćenja u Baranji u 2017.godini

	Dolasci	Domaći	Strani	Noćenja	Domaći	Strani
Turistička zajednica Baranje	11 354	6 246	5 108	19 343	7 565	11 778
Turistička zajednica Bilje	8 597	5 514	3 083	17 312	11 365	5 947
Turistička zajednica Draž	488	244	244	1 279	445	834
UKUPNO	20 439	11 984	8 415	37 934	19 375	18 559

Izvor: Naglav, K., Martinović, N, Mrvica Mađarac, S. (2019) ; Ruralni turizam u Osječko-baranjskoj županiji; Stanje i perspektive

Iz *Tablice 1* jasno je vidljivo kako je broj dolazaka u Baranju izrazito mali, te usporedimo li ga s dolascima turista u priobalna područja, gotovo pa je zanemariv. Turistička ponuda u Baranji ni malo ne zaostaje za ostatkom Hrvatske, kako navodi Naglav (2019) kulturno-povijesni i sakralni objekti u Baranji su; dvorac u Tukvešu, dvorac u Bilju, dvorac u Dardi, dvorac u Kneževu, zatim Šokačka kuća u Topolju, kao i adventistička crkva u Dražu, adventistička crkva u Dardi, adventistička crkva u Lugu, crkva Sv. Petra i Pavla u Topolju, spomenik u Batini, te brojni drugi. Na ovim područjima odvijaju se također i brojne manifestacije poput fišijada, sajмова, Baranjski bećarac u Dražu, Vinkovo u Baranji, advent u Baranji, Jesen u Baranji, Vinski maraton u Zmajevcu, Paprikafest u Lugu, Ribarski dani u Kopačevu, kao i brojne druge manifestacije koje su odraz kulture i tradicije ovog područja. O ovim i drugim manifestacijama, kao i turističkim destinacijama, govorit će se više u idućem naslovu Turistička ponuda Baranje.

6.2. Turistička ponuda Baranje

Brojni su prirodni resursi, zanimljivi turistima koji se nalaze u Baranji. Kao što je već rečeno u naslovu Ruralni turizam u Baranji, Baranja obiluje brojnim prirodnim ljepotama, kulturno-povijesnim građevinama, dugogodišnjom tradicijom i običajima. Park prirode Kopački rit jedan je od najznačajnijih destinacija turizma u Baranji. Park prirode Kopački rit, prirodni je i močvarni rezervat koji se nalazi u Baranji. Kako navode Naglav, Martinović i Mađarac (2019) , park prirode obiluje se 293 vrsta ptica, među kojima se ističu bijela čaplja, crna roda, bijeli labud, orao štekavac, čigra, divlje guske i patke, zatim brojnim vodozemcima, oko 10 vrsta gmazova, sisavcima među kojima su najpoznatije baranjski jelen, divlja svinja, kuna zlatica, te europska vidra i dabar, kao i 44 vrste slatkovodne ribe. Posjećenost Kopačkog rita svake godine bilježi sve veći rast, tako prema podacima Ministarstva turizma i sporta, Kopački rit, u prvih 8 mjeseci 2018.godine posjetilo je nešto više od 28 000 posjetitelja, što je oko 3000 posjetitelja više u odnosu na isto razdoblje 2017.godine. Baranja u ljetnim danima broji mnoge kulinarske manifestacije, a gastronomska ponuda Baranje, spada u sami vrh Hrvatske. Među najpoznatijim gastronomskim manifestacijama svakako su fišijade. Fiš paprikaš, kao jedno od tradicionalnih jela u Baranji, u gotovo svakom selu, ima natjecanje pod nazivom fišijada. Nakon fišijadi, tu su i ribarski dani u Kopačevu, koji svoju tradiciju vuku još od davne 1998.godine kada su prvi puta održani ribarski dani u Kopačevu. Ponuda ribe na ovoj manifestaciji je zapanjujuće velika, a posjećenost turista iz godine u godinu raste. Među najpoznatijim jelima na ribarskim danima su šaran u rašljama, fiš paprikaš, pečena štika i smuđ kao i bojna druga jela od ribe. Nakon fišijade i ribarskih dana, slijedi još jedna gastronomska manifestacija, kulenijada. Kulenijada koja se svake godine održava u Jagodnjaku, a iz godine u godinu, ova manifestacija bilježi sve veći broj natjecatelja, kao i posjetitelja i turista. Natjecatelji dolaze iz cijele Baranje, a zadnjih se godina prijavljuju natjecatelji van granica Baranje. Najbolji kulen bira odabrana komisija, gdje se ocjenjuje vanjski izgled, te izgled presjeka, konzistencija, ujednačenost sušenja i zrenja boja, miris i ukus, te odnos mišićnog, masnog i vezivnog tkiva. Nagrada za najboljeg kulinara uglavnom je svinja za proizvodnju kulena. Ovisno o broju bodova dodjeljuju se medalje. Zatim slijedi još jedna gastronomska manifestacija, koja također kao i fiš paprikaš i kulen, predstavlja tradicionalno jelo Baranje, Čvarak fest. Čvarak fest obilježava se svake godine u etno selu Karanac. Kao i ostale gastronomske manifestacije, tako i čvarak fest, svake godine broji sve više natjecatelja i posjetitelja. Etno selo Karanac, „baranjsko selo smješteno na južnim padinama Banskog brda i slovi kao mjesto koje je najzaslužnije za preporod baranjskog turizma. Ovdje se nalazi imanje i restoran Baranjska kuća koji je 2015. proglašen najboljim restoranom

Osječko-baranjske županije.“ (Journal, 2020). Advent i jesen u Baranji, dvije su manifestacije koje ujedinjuju sve turističke zajednice Baranje te stvaraju poseban ugođaj, organiziraju se brojna događanja, kao i brojni koncerti. Nakon Karanca, selo u Baranji, Zmajevac, svake godine organizira manifestaciju pod nazivom vinski maraton koja svake godine privlači sve više vinara koji prezentiraju svoja vina, također privlači i sve više turista, kako domaćih tako i stranih. Jedna je od najzanimljivijih manifestacija, ali samo za one punoljetne. Kada je riječ o vinima, turistička ponuda Baranje ne staje. Vinske ceste i vinogradi, spadaju u najposjećenije destinacije u Baranji. Prema Naglavu (2019) Baranjsko brdo predstavlja jedno od najkvalitetnijih hrvatskih vinogorja. Klimatski uvjeti s prosječnim godišnjim padalinama od 686 mm povoljni su za uzgoj vinove loze. Godišnja temperaturna suma u vegetacijskom razdoblju iznosi 3.479 stupnjeva, što također predstavlja povoljne uvijete za uzgoj vinove loze, te kao još jednu pogodnost treba istaknuti kako je jesen toplija od proljeća. Nakon nabrojanih nekih od najpoznatijih manifestacija, treba spomenuti i kulturno-povijesne destinacije, među kojima se izdvajaju dvorci u Tikvešu, Bilju, Kneževu i Dardi. Dvorac u Tikvešu, najposjećeniji je dvorac u Baranji, nalazi se nedaleko od parka prirode Kopački rit, te brojni turisti u svojim turama Kopačkom ritu, posjećuju upravo ovaj dvorac. Prema stranici Turističke zajednice Baranje (2014) Izrada dvorca datira iz 19.stoljeća kada je Fridrich Habsburški dao izgraditi manji dvorac namijenjen lovu, a nakon toga u 20.stoljeću dinastija Karađorđević gradi glavni dvorac. Uz dvorac Tikveš, turisti posjećuju još tri dvorca, u Dardi, Bilju i Kneževu. Kulturna baština, manifestacije, kao i gastronomija, tradicija i običaji sve više privlače turiste u Baranju, ponude ne nedostaje, ali potrebna je bolja promocija i povezanost turista i ruralnih područja, kao i bolja klasifikacija ruralnog turizma u Baranji.

6.3. Ideje za poboljšanje i razvoj ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj

Turizam kao i sve druge djelatnosti kroz godine zahtijevaju napredak. Ruralni turizam zahtjeva znatno veći napredak od priobalnog, iz razloga što 80% teritorija Republike Hrvatske upravo čine ruralna područja. Godinama u nazad, turizam u Republici Hrvatskoj se bazira na morski turizam, dok se ruralni gotovo pa zanemaruje. Prije navođenja ideja za poboljšanje i razvoj, najprije treba objektivno pogledati situaciju u Republici Hrvatskoj. Iz tog razloga, najbolje je koristiti takozvanu SWOT analizu.

Tablica 2 SWOT analiza razvoja ruralnog turizma

SNAGA	SLABOSTI
Prirodni resursi	Nedovoljna promocija ruralnog turizma
Kulturno-povijesni spomenici	Baziranje na morski turizam
Bogato povijesno nasljeđe	Nema tradicije u turizmu
Tradicija	Blizina ostalih receptivnih turističkih tržišta
Gastronomija	Nedovoljno ulaganje u ruralni turizam
Manifestacije	Nedovoljno ulaganje u poljoprivredu
Proizvodnja vina	Nerazvijena strategija razvoja ruralnih područja
Vinske ceste	
Park prirode Kopački rit	
Poljoprivreda	
Očuvani okoliš	
PRILIKE	PRIJETNJE
Mogućnost povlačenja sredstava za razvoj ruralnog turizma iz fondova EU	Depopulacija ruralnih područja
Mogućnost povlačenja sredstava za razvoj poljoprivrede iz fondova EU	Izumiranje narodnih običaja
Mogućnost povlačenja sredstava za razvoj ruralnih područja iz fondova EU	Uništavanje plodnog tla
Ekološka proizvodnja	Uništavanje očuvane prirode
Razvoj lovnog i ribolovnog turizma	Nedostatak poduzetničke klime
Edukacija lokalnog stanovništva	Izumiranje tradicije
Prekogranična suradnja preko projekata	
Razvoj poljoprivrede	

Prilikom sastavljanja ideja i smjernica za razvoj ruralnog turizma, najprije je potrebno odrediti strategiju za razvoj, odrediti ciljanu skupinu turista, koju je potrebno podijeliti prema spolu, dobi, aktivnosti i slično. Upravo određivanjem ciljane skupine turista, može se početi sastavljati strategija za razvoj ruralnog turizma koji iz godine u godinu bilježi sve veći rast, te je zainteresiranost turista sve veća. Kako navode Krajnović, Čičin-Šain, Predovan, (2011) pet su ključnih faktora za uspjeh ruralnog turizma; Multidisciplinarni pristup koji uključuje ekonomske, socio-kulturne i ekološke analize, nužna stalna konsultacija sa stakeholdersima, odnosno održavanje radionica sa poduzetnicima, javnom upravom, jedinicama lokalne samouprave, obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, kao i sa turističkim zajednicama. Zatim otvorenost strategije za javnost što u prijevodu znači organiziranje javnih rasprava, dvosmjerna komunikacija između lokalne zajednice i nositelja strateškog razvoja, kao i korištenje medija. Nakon donošenja strategije za razvoj, slijedi njena izrada. Radi se o dugoročnom projektu, koji mora biti spreman na adaptacije s obzirom na stalne promjene u okruženju, te također mora biti fleksibilan. Provedba strategije odvija se u stalnom dijalogu i mrežnom partnerstvu između javnog sektora, poduzetnika, kao i sektora zaštite kulturne i prirodne baštine.

Za razvoj ruralnog turizma, potreban je razvoj ruralnog područja, kao i razvoj poljoprivrede. Razvojem poljoprivrede povećava se ponuda aktivnosti gdje turisti osobno mogu sudjelovati u obavljanju poljoprivrednih djelatnosti. Kada govorimo o razvoju poljoprivrede u turističkom pogledu, obiteljska poljoprivredna gospodarstva, koja se bave i turizmom, svoju ponudu mogu povećati tako da turistima prikažu staromodan način uzgoja poljoprivrednih kultura, kao i bio uzgoj tih kultura.

Za razvoj ruralnog područja koje se bori sa depopulacijom, za povećanje ponude, bilo bi dobro preurediti stare kuće za boravak turista. Na taj bi se način postigao veći smještajni kapacitet, smanjio broj napuštenih objekata te bi se mogao privući veći broj turista u vrijeme turističke sezone.

Također bitno je i promovirati turističku ponudu. Kako je danas cijeli svijet povezan društvenim mrežama, jedan od najboljih načina za promociju ruralnog turizma, upravo je preko društvenih mreža. Jeftin oblik promocije, koji dopire do velikog broja ljudi. U koliko veliki broj ljudi vidi ponudu koju ima ruralni turizam, veće su šanse da se turisti odluče za dolazak u ruralna područja

na odmor. Također bitno je naglasiti sve prednosti ruralnih područja kao i aktivnosti koje se mogu obavljati. Vožnja biciklom, duge šetnje, piknici, u očuvanoj prirodi, prekrasnim krajolicima, na svježem zraku, samo su neke od prednosti koje ruralni turizam nudi. Mala koncentracija ljudi i gostoprimstvo prednosti su ruralnih područja u odnosu na sva druga područja. Također bitno je naglasiti i gastronomsku ponudu, koja je obilata, navesti najpoznatija jela ruralnih područja, te pozvati turiste na brojne gastronomske manifestacije koje se odvijaju tijekom cijele godine.

Vinske ceste, prednost koju treba istaknuti, te posebno predstaviti turistima. Predivan, miran krajolik, idealan je za vožnju biciklom ili šetnje. Uz bogatu ponudu vina, vinske ceste, idealna su prilika za sve ljubitelje vina i prirode.

Kako bi se turistima približila cjelokupna ponuda ruralnog turizma, potrebno je organizirati turističke ture na kojima se turist mogu upoznati sa kulturnom i povijesnom baštinom, predivnom prirodom, manifestacijama, te gastronomskom ponudom, koja nikoga ne ostavlja ravnodušnim. Više se sredstava treba ulagati u ruralni turizam, te se dio sredstava koja se ulažu u morski turizam trebaju preusmjeriti na ruralni turizam. Također se treba poboljšati infrastruktura, kao i razviti strategija za unaprjeđenje poljoprivrede.

Mogućnosti za razvoj ruralnog turizma je mnogo, a ideja ne nedostaje, problem se javlja zbog ograničenih sredstava, kao i samoj realizaciji projekata. Uspješnijom realizacijom projekata, ruralni turizam bi doživio puni svoj potencijal.

7. Zaključak

Ruralni turizam, kao jedan od brojnih oblika turizma, u Republici Hrvatskoj, zemlji turizma, nije dovoljno razvijen. Upravo ovaj oblik turizma, zadnjih godina postaje sve popularniji i traženiji. Idealna je prilika sada, dok ponuda ruralnog turizma nije toliko velika, stvoriti ponudu, te ju kroz godine poboljšavati i proširivati. Za razvoj ruralnog turizma, nije dovoljno samo privući turiste, već je potrebno informirati stanovnike ruralnih područja, provesti kvalitetne edukacije o ruralnom turizmu, značaju istog, kao i razvoju poljoprivrede, te ih potaknuti na bavljenje ruralnim turizmom ili poljoprivredom u svrhu razvitka ruralnih područja. Ideja za razvoj ruralnog turizma ne nedostaje, veliki se problem javlja prilikom same realizacije projekata vezanih uz razvoj ruralnog turizma. Brojni stanovnici ruralnih područja, koji se žele baviti ruralnim turizmom nailaze na probleme koji se mogu riješiti bez nekih velikih poteškoća. Najčešći problemi koji se javljaju prilikom ostvarivanja ideja su financijske prirode, za što postoje brojna rješenja, kao što su fondovi za razvoj ruralnog turizma iz proračuna Republike Hrvatske, kao i iz proračuna Europske Unije. Također, ranije u tekstu naglašeno je kako su potrebne edukacije kojih je zaista malo, te stanovnici ruralnih područja nisu upoznati s prilikama koje se nude kroz razne poticaje. Upravo održavanjem brojnih edukacija ljudima bi se mogle približiti mogućnosti koje ovi fondovi nude, a samim time bi se i ponuda ruralnog turizma povećala i poboljšala. Povećanjem ponude, privukli bi znatno više turista, kojima u posljednje vrijeme ruralna područja sve više postaju atraktivna. Pravilnom edukacijom stanovništva, kao i promocijom ruralnog turizma, kroz marketing društvenih mreža ruralni turizam doživio bi preporod. „Važno je naglasiti da razvoj ruralnog turizma poprima mnogo šire razmjere, prerasta okvire pitanja razvoja specifičnog oblika turizma i postaje široko razvojno, socijalno i ekonomsko pitanje ruralnih sredina.“ (Krajnović, Čičin-Šain, Predovan, 2011). Utjecaj ruralnog turizma može se promatrati kroz nekoliko razina, koje su značajne za razvoj države. Povećana zaposlenost, potrošnja, povećanje BDP-a, proširenje ponude, razvoj poljoprivrede, prehrambene industrije, kao i brojnih drugih industrija, samo su neki od aspekata koji su vezani uz razvoj ruralnog turizma. Unaprjeđenjem ruralnog turizma, posljedično dolazi do razvoja države u cijelosti. Također bitno je naglasiti kako unaprjeđenje ruralnog turizma je potrebno razvijati na nacionalnoj, ali i regionalnoj, odnosno lokalnoj razini, kako bi se riješio problem razvitka svih ruralnih područja koja su zanemarivana godinama u nazad.

8. Literatura

1. Agroklub (2018); Poticaji za razvoj ruralnog turizma; Dostupno na; <https://www.agroklub.com/seoski-turizam/imajte-opg-i-bavite-se-seoskim-turizmom-ministarstvo-turizma-dodjeljuje-bespovratna-sredstva/40302/> (Pristupljeno 15.06.2021.)
2. Antonia Dobrota (2015); Budućnost ruralnog turizma u Hrvatskoj; Cimerfraj.hr; Dostupno na; <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/ruralni-turizam> (Pristupljeno 10.06.2021.)
3. Bartoluci, M., Starešinić, Z., Franić D.M., Bartoluci, F.(2018); Sredstva EU fondova u funkciji razvoja ruralnog turizma u Hrvatskoj; Acta Economica Et Turistica, vol 4. 2018. No.1, pp. 1-20; Dostupno na; <https://hrcak.srce.hr/file/296320> (Pristupljeno 11.06.2021.)
4. Biblioteka (2016); Definiranje ruralnog područja, dostupno na; <http://www.bioteka.hr/modules/lexikon/entry.php?entryID=408> (Pristupljeno 07.06.2021.)
5. Croatia.hr (2021); Ruralni turizam u Hrvatskoj: Hrvatska puna života; Dostupno na; <https://croatia.hr/hr-HR/dozivljaji/ruralni-turizam> (Pristupljeno 11.06.2021.)
6. Društveno odgovorno poslovanje (2010); Definiranje održivog razvoja; dostupno na; <https://dop.hr/odrzivi-razvoj/> (Pristupljeno 10.06.2021.)
7. Hrvatska enciklopedija mrežno izdanje (2021); Definiranje gastronomije; dostupno na; <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=21351> (Pristupljeno 07.06.2021.)
8. Hrvatska enciklopedija mrežno izdanje (2020); Definiranje poljoprivrede; dostupno na; <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=49324> (Pristupljeno 07.06.2021.)
9. Hrvatska enciklopedija mrežno izdanje (2021); Definiranje turizma; Dostupno na; <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763> (Pristupljeno 07.06.2021.)
10. Hrvatska enciklopedija mrežno izdanje (2021); Definiranje turista; Dostupno na; <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763> (Pristupljeno 07.06.2021.)
11. Hrvatska enciklopedija mrežno izdanje (2021); Definiranje ugostiteljstva; dostupno na; <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=63009> (Pristupljeno 10.06.2021.)
12. Journal (2020); Etno sela u Slavoniji i Baranju idealna su mjesta za bijeg od svakodnevice; Journal- Putovanja; Dostupno na;

<https://www.journal.hr/lifestyle/putovanja/etno-sela-slavonija-i-baranja-slow-travel-take-it-slow/> (Pristupljeno 23.06.2021.)

13. Krajnović, A. & Čičin-Šain, D. & Predovan, M. (2011); Strateško upravljanje ruralnog turizma – problemi i smjernice; Oeconomica Jadertina, vol 1.2011; str. 30-45; Ključni faktori uspjeha ruralnog turizma; Dostupno na; <https://hrcak.srce.hr/file/101797> (Pristupljeno 23.06.2021.)
14. Leonard J. Lickorish, Carson L. Jenkic, (2006) Uvod u turizam; Definiranje turizma; Ekokon, Split
15. Leonard J. Lickorish, Carson L. Jenkins PhD (2006) Uvod u turizam; 4 faze razvoja turizma; Ekokon, Split
16. Ministarstvo turizma i sporta (2018); Posjećenost Kopačkog rita; Dostupno na; <https://mint.gov.hr/vijesti/u-kopackom-ritu-do-kraja-kolovoza-28-tisuca-posjetitelja/16580> (Pristupljeno 23.06.2021.)
17. Naglav, K., Martinović, N, Mrvica Mađarac, S. (2019) ; Ruralni turizam u Osječko-baranjskoj županiji; Stanje i perspektive; Dostupno na; <https://hrcak.srce.hr/file/342743> (Pristupljeno 20.06.2021.)
18. Naglav, K., Martinović, N, Mrvica Mađarac, S. (2019) ; Ruralni turizam u Osječko-baranjskoj županiji; Stanje i perspektive; SWOT analiza Dostupno na; <https://hrcak.srce.hr/file/342743> (Pristupljeno 23.06.2021.)
19. Naglav, K., Martinović, N, Mrvica Mađarac, S. (2019) ; Ruralni turizam u Osječko-baranjskoj županiji; Stanje i perspektive; Turistička ponuda Baranje; Dostupno na; <https://hrcak.srce.hr/file/342743> (Pristupljeno 20.06.2021.)
20. Pirjevec B. (1998) Ekonomska obilježja turizma; Definiranje turističke ponude; Golden marketing, Zagreb
21. Pirjevec B. (1998) Ekonomska obilježja turizma; Definiranje turističkog tržišta; Golden marketing, Zagreb
22. Ružić, E. ; Ruralni turizam (2011); Ruralni turizam; Publikacija-Razvojna agencija Senj, Grad Senj; Definiranje ruralnog područja; Dostupno na; https://www.ras.hr/Media/Ruralni_turizam.pdf (Pristupljeno 08.06.2021.)
23. Ružić E ; Ruralni turizam (2011); Ruralni turizam; Razvojna agencija Senj, Grad Senj; Povijesni razvoj ruralnog turizma; Dostupno na; https://www.ras.hr/Media/Ruralni_turizam.pdf (Pristupljeno 09.06.2021.)

24. Šehanović J., Milotić A., Peršurić Đ., Tomić Z.; Turizam i poljoprivreda (1997); Povezanost turizma i poljoprivrede; Dostupno na; <https://hrcak.srce.hr//182347> (Pristupljeno 12.06.2021.)
25. Turistička zajednica Baranje; dostupno na <http://tzbaranje.hr/dozivate/kulturne-znamenitosti/dvorac-tikves/> (Pristupljeno 23.06.2021.)
26. Vlada Republike Hrvatske (2021); Prihodi od turizma; Dostupno na; <https://vlada.gov.hr/vijesti/brnjac-mozemo-biti-relativno-zadovoljni-prihodima-od-turizma-u-2020/31771> (Pristupljeno 17.06.2021.)
27. Wikipedija slobodna enciklopedija (2021); Kulinijada; Dostupno na; <https://hr.wikipedia.org/wiki/Kulinijada> (Pristupljeno 23.06.2021.)

Popis tablica

Tablica 1 Broj dolazaka i noćenja u Baranji u 2017.godini	22
Tablica 2 SWOT analiza razvoja ruralnog turizma.....	25

Popis slika

Slika 1; Čimbenici utjecaja na turističku ponudu.....	12
Slika 2; Turističko poslovanje.....	13