Ruralni turizam u Republici Hrvatskoj

Đurkov, Marko

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

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://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:446075

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**



Repository / Repozitorij:

EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek







Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Preddiplomski sveučilišni studij, Poslovna informatika

Marko Đurkov

Ruralni turizam u Republici Hrvatskoj

Završni rad

Osijek, 2020

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Preddiplomski sveučilišni studij, Poslovna informatika

Marko Đurkov

Ruralni turizam u Republici Hrvatskoj

Završni rad

Kolegij: Gospodarstvo Hrvatske

JMBAG: 0165026888
e-mail: mdjurkov@efos.hr

Mentorica: izv.prof.dr.sc. Nataša Drvenkar

Osijek, 2020

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics in Osijek
Undergraduate Study, Business informatics

Marko Đurkov

Rural tourism in Republic of Croatia

Final paper

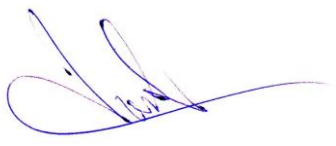
Osijek, 2020.

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 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: Marko Đurkov
JMBAG: 0165026888
OIB: 16098690370
e-mail za kontakt: marko.durkov@gmail.com
Naziv studija: preddiplomski sveučilišni studij (*Poslovna informatika)*
Naslov rada: Ruralni turizam u Republici Hrvatskoj
Mentor/mentorica rada: izv.prof.dr.sc. Nataša Drvenkar
U Osijeku, 01.09.2020. godine

Potpis:



Ruralni turizam u Republici Hrvatskoj

SAŽETAK

Turizam je globalni fenomen koji djeluje lokalno, a proces globalizacije postaje neizbježan fenomen u suvremenom gospodarskom razvoju. Turizam je zasigurno jedna od značajnih socijalno-ekonomskih pojava te jedna od najbrže rastućih djelatnosti u cijelom svijetu. Republika Hrvatska je turistička destinacija neprocjenjivog potencijala, te je jedna od najposjećenijih zemalja Sredozemlja. Turizam ima značajnu ulogu u razvoju i doprinosu hrvatskom gospodarstvu, a koliko je važna uloga turizma u gospodarstvu Republike Hrvatske govori podatak da sudjeluje s udjelom od 17 % do preko 20 % (ovisno o referentnom razdoblju) u ukupnom bruto domaćem proizvodu.

Među specifičnim oblicima turizma, u posljednje vrijeme sve više se ističe ruralni turizam. Zbog velikih promjena u stilu života, starenja populacije i sve izražajnijeg stresnog i ubrzanog načina života, pojedinci često izabiru ruralna područja kao destinacije za opuštanje i razonodu. Važnost ruralnog turizma je u spoju poljoprivredne proizvodnje, tradicionalnih proizvoda, usluga, gastronomije i turističkih usluga. Spoj ruralnog turizma i ekološke poljoprivrede, odnosno ekoturizam mora se nastaviti razvijati s obzirom da je Republika Hrvatska zemlja bogata tradicijom, kulturnom baštinom, nacionalnim parkovima, parkovima prirode i rezervatima u kojima obiluje netaknuta priroda. Konvencionalna ili klasična poljoprivreda sve više gubi na značaju u suvremeno doba ili ne ostvaruje svoje ciljeve za koje je primarno organizirana, a zamjenjuje je, sve više, ekološka poljoprivreda koja se još naziva i održivom, samoobnovljivom i tradicionalnom. Poljoprivreda u Europi stoljećima se temeljila na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, a od osnivanja Europske Unije bila je u središtu snažnog i ambicioznog političkog okvira. Upravo zbog toga, danas se ulažu sve veći napori i financijska sredstva. Jedan od formalnih ishodišta su nacionalni dokumenti, ali i Europski strukturni te investicijski fondovi koji potiču razvojne projekte u ruralnom turizmu i ostalim povezanim područjima.

Ključne riječi: globalni fenomen, ruralni turizam, ekološka poljoprivreda, obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo

Rural tourism in republic of Croatia

ABSTRACT

Tourism is a global phenomenon that operates locally, and the process of globalization is becoming an inevitable phenomenon in modern economic development. Tourism is certainly one of the most important socio-economic phenomenon and one of the fastest growing activities in the world. The Republic of Croatia is a tourist destination of inestimable potential, and is one of the most visited countries in the Mediterranean. Tourism has a significant role in the development and contribution to the Croatian economy, and the importance of the role of tourism in the economy of the Republic of Croatia is shown by the fact that it participates with a share of 17 % to over 20 % (depending on the reference period) in total gross domestic product.

Among the specific forms of tourism, rural tourism has recently become more and more prominent. Due to major lifestyle changes, an aging population, and an increasingly pronounced stressful and fast-paced lifestyle, individuals often choose rural areas as destinations for relaxation and leisure. The importance of rural tourism is in the combination of agricultural production, traditional products, services, gastronomy and tourist services. The combination of rural tourism and ecological agriculture, that is, ecotourism, must continue to develop, as the Republic of Croatia is country rich in tradition, cultural heritage, national parks, nature parks and reserves rich in untouched nature. Conventional or classical agriculture is increasingly losing importance in modern times or does not achieve its goals for which it is primarily organized, and is increasingly replaced by organic agriculture, which is also called sustainable, self-renewable and traditional. Agriculture in Europe has been based on family farms for centuries, and since the founding of the European Union it has been at the center of a strong and ambitious policy framework. That is why more and more efforts and financial resources are being invested today. One of the formal starting points are national documents, but also the European Structural and Investment Funds that encourage development projects in rural tourism and other related areas.

Keywords: global phenomenon, rural tourism, organic agriculture, family farm

SADRŽAJ

1. Uvod……1

2. Turizam kao globalni fenomen……...…3

2.1. Ekonomski značaj i uloga turizma za Republiku Hrvatsku……...5

2.2. Povijest razvoja turizma u Republici Hrvatskoj……7

2.3. Turizam u brojkama…….....9

2.4. Utjecaj pandemije COVID-19 virusa na turizam u Hrvatskoj i mjere pomoći…..11

3. Ruralni turizam i ekološko poduzetništvo…….....14

3.1. Pojam i oblici ruralnog turizma…….……...…15

3.2. Primjeri poduzetništva u ekoturizmu……18

3.3. Turizam kao faktor revitalizacije sela u Republici Hrvatskoj…….21

3.4. Ekološka poljoprivreda kao faktor revitalizacije sela u Republici Hrvatskoj……24

4. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo……...27

4.1. Razvojne mogućnosti, potpore i izvori financiranja……...……..29

4.2. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Đurkov.……30

5. Zaključak……..…….....33

Literatura

1. Uvod

Rad je podijeljen na pet poglavlja. Na početku rada nalazi se uvod u kojem se govori o strukturi rada, predmetu istraživanja i ciljevima. Nakon uvoda slijedi teorijska razrada turizma kao globalnog fenomena i industrije. Govori se o mogućnostima siromašnih dijelova svijeta, koji bi mogli poboljšati svoj ekonomski položaj kroz turističku aktivnost, te postepeno ulagati u kapacitete, infrastrukturu i formiranje proizvoda. Smatra se da je cjelokupan svijet mobilan, to ima globalne razmjere i iz tog razloga ponekad se masovni turizam izjednačava s globalizacijom. Procesom globalizacije došlo je do promjene turističkih potreba i ponašanja turista zbog poboljšanja životnog standarda i promjene sustava vrijednosti.

U drugom poglavlju prikazuje se teorija povijesti razvoja turizma u Republici Hrvatskoj koji je prošao kroz 6 faza. U prvoj fazi su začeci turizma. Druga faza je razdoblje kraja 19. stoljeća, kada se razvija jedriličarstvo u srednjoj Dalmaciji i prevladava zdravstveni turizam kao znatiželja za novim pojavama u društvu. Treća faza traje do 20. stoljeća, a opisuje pojavu turističko-zdravstvenih centara i zdravstveni turizam. Četvrta faza traje između 2 svjetska rata, stanovništvo ima sve veće potrebe za smještajnim kapacitetima pa ju obilježava povećanje turističkog prometa. Peta faza je obilježena oscilacijama turizma zbog Drugog svjetskog rata. Šesta faza turizma je razdoblje kraja 20. stoljeća, a obilježena je ublažavanjem privatizacije zbog prelaska s planskog na tržišno gospodarstvo i rekonstrukcijom turističkog sustava. Obrađeni su podaci dolazaka i noćenja turista u posljednje 3 godine, donesene mjere pomoći turizmu i faze oporavka turizma nakon pandemije virusa COVID-19.

U trećem poglavlju teorijski su obrađeni pojam i oblici ruralnog turizma te mogućnosti potpora i financiranja poduzetništva. Kroz pojmove ekološko poduzetništvo i ekološka poljoprivreda prikazana je važnost očuvanja prirodnog okoliša, a pretpostavka za to je ekološki zaokret. Zatim su kao primjeri poduzetništva u ekoturizmu opisana 3 tradicionalna hrvatska sela, gospodarstva, odnosno kuće. Kao faktori revitalizacije sela u Republici Hrvatskoj prikazani su utjecaji turizma i ekološke poljoprivrede. Razvojem i poticanjem srednjeg i malog poduzetništva u ekološkoj poljoprivredi revitalizirala bi se ruralna područja i očuvao lokalni kulturni identitet.

Četvrto poglavlje stavlja naglasak na obiteljska poljoprivredna gospodarstva i njihove razvojne mogućnosti. Kroz primjer obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva Đurkov prikazan je hodogram razvoja ruralnog turizma od ideje do realizacije te organizacija rada. U petom poglavlju je zaključak svega napisanog u završnom radu te na kraju popis literature koja je korištena pri pisanju ovog završnog rada.

2. Turizam kao globalni fenomen

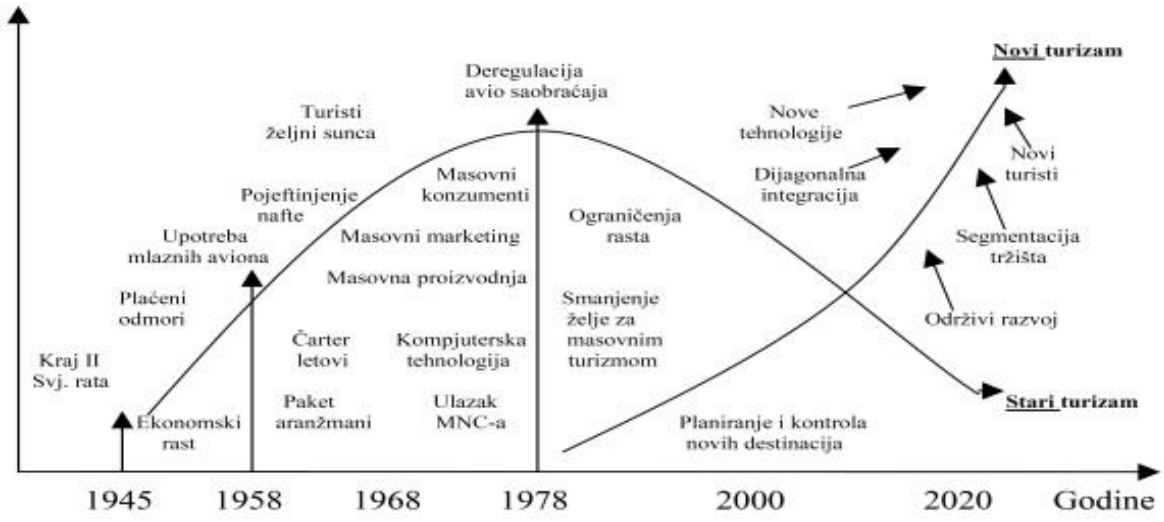
Turizam je način provođenja slobodnog vremena čovjeka radi pozitivnih utjecaja na zdravlje, razvoja fizičkih i psihičkih sposobnosti i proširenja kulturnih i duhovnih vidika. Turizam ne samo da obogaćuje život društva i pojedinca nego je postao najmasovnija društvena i ekonomska pojava te globalni fenomen suvremene civilizacije. Riječ turizam dolazi od engleske riječi „*tour*“ koja znači putovanje. Postoji puno definicija turizma, a Grgić (2013.), navodi nekoliko najrelevantnijih: „turizam je privremeno kretanje u destinacije izvan uobičajenog mjesta stalnog boravka i rada te uključuje aktivnosti za vrijeme boravka u destinaciji i usluge kojima se zadovoljavaju potrebe turista”, zatim “turizam uključuje aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine, ne duže od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju“ (više u: Grgić, 2013.:9).

Pod utjecajem globalizacije, u vrlo kratkom vremenskom razdoblju turizam je postao vrlo važna gospodarska grana i pokretač lokalnog i regionalnog razvoja mnogih država. Osim toga, nastale su nove turističke vrijednosti, modeli i strukture turističkih potreba. Životni standard se povećao te se odrazio na porast turističkih kretanja, potrošnje, a time i prihoda turističkih subjekata.

Promjene u turističkoj potražnji poticale su nastanak globalizacijskih procesa pa se pojavljuje potreba za internacionalizacijom subjekata koji generiraju turističke aktivnosti. Suvremeni turisti su iskusni, fleksibilni, prilagodljivi i neovisni pa su potražnju usmjerili prema što većoj kvaliteti uz naglasak na "vrijednost za novac". Globalizacijski procesi su najviše promijenili društvene odnose. Napredak je očit na području obrazovanja, zdravstva, informacijskih tehnologija i komunikacija. Industrijski model turizma je potpuno promijenjen životnim potrebama suvremenih turista. potpuno su promijenile industrijski model turizma. Nova turistička potražnja i ponuda pod utjecajem globalnog društva postale su suprotnosti, a nije ih moguće izjednačiti bez promjene dosadašnje turističke politike (Pavlić 2004.:214-215). Sve gore navedeno je utjecalo da turizam postane globalni fenomen u vrlo kratkom vremenskom razdoblju (75 godina, od 2. svjetskog rata do danas), a potaknuti globalizacijom, u svjetske turističke tijekove uključuje se sve veći broj ljudi. Globalizacija je fenomen koji drastično i značajno mijenja društveni život, politiku i ekonomiju svijeta. Posljedično, danas svijet poznaje

globalno tržište, globalno poslovanje, globalnu ekonomiju i globalni turizam. Državne granice sve više gube na značaju i otvaraju se brojne mogućnosti razvoja života ljudi. Nažalost, pojavljuju se i brojne negativne posljedice globalizacije. Ponajprije, ugrožavaju se i poništavaju tradicionalne i autentične vrijednosti, naslijeđe i kultura društva. Turizam i globalizacija djeluju interaktivno, tj. sinergijski, utječući na međusobni razvoj i širenje. Globalizacija izaziva izvoz i uvoz kultura. Dolazi do kretanja soba, ljudi i informacija. Turizam djeluje kao medij globalizacije i kulture direktnom komunikacijom između pripadnika različitih kultura, a razmjenjuju se ideje i životni stilovi. To dovodi do približavanja, spajanja i prožimanja kultura. Rastom turističkih aktivnosti turizam postajem najznačajniji društveni i ekonomski fenomen (Miličević i Ervaćanin, 2016.:52). Nadalje, turizam je jedna od najvećih industrija u svijetu koja će, unatoč nesigurnim prilikama, nastaviti rasti i postati najvećom privrednom granom i najvažnijim izvoznim sektorom u svijetu. Turizam je postao društveni fenomen svjetskih razmjera, a turistička industrija, „industrija bez dima“, “industrija slobodnog vremena”, “industrija zabave” postaje jedna od najvećih industrija svijeta i generira velike ekonomske koristi. Dok nije došao do današnjeg statusa, turizam je prošao svoj put od kraja 2. Svjetskog rata, ekonomskog rasta i masovnog turizma do novog turizma i održivog rasta. Na grafikonu 1 može se vidjeti životni ciklus turizma od sredine 20. stoljeća do mogućnosti njegovog razvoja u 2020. godini.

Grafikon 1: Životni ciklus turizma od 1945. godine do 2020. godine



Izvor: autor preuzeo grafički prikaz iz: Poon, A., (1993), Tourism, Tehnology and Competetive Strategies, Wallingford: CAB International, p.,12.

Zbog rastuće globalizacije svjetske ekonomije, sve države pokušavaju osigurati povećanje razine životnog standarda transformirajući svoje komparativne prednosti u konkurentske prednosti. Proces globalizacije, globalni trendovi i tranzicijske promjene, ističe Arnaut (2009.), determiniraju uvjete koji utječu na svjetski turizam i turističku industriju. Nastaju nove turističke regionalne cjeline sa brzim turističkim rastom, novim uzbudljivim destinacijama i potpuno drugačijim dimenzijama (Arnaut, 2009.:32-33). Osim toga, bitno je naglasiti ako je u relativno kratkom vremenskom razdoblju turizam postao globalni fenomen, a sudeći po broju sudionika, najobuhvatnija i najmasovnija pojava u svijetu. Tržište određuje uža, šira ili konkretna područja, destinacije na kojima se ponuda susreće sa potražnjom, tj. na kojima se realizira turistička potražnja. Tako se može govoriti o "mediteranskom turističkom tržištu", "europskom turističkom tržištu" ili o "Hrvatskoj kao turističkom tržištu", zavisno o tome što se promatra i s kojeg aspekta, ističe Petrić (2007.:131-132).

Što se tiče Hrvatske, bitno je istaknuti da je tradicija turizma duža od stoljeća, s kojom je turizam kao fenomen snažno povezan. Za razvoj turizma u Hrvatskoj u budućnosti, jako su bitni njeni povoljni geografski i društveni faktori i prirodne ljepote. Osim klasičnog oblika turizma „Sunce i more", sve više će biti zastupljeni drugi oblici turizma. Kako Lukić (2002.) ističe, globalna turistička kretanja su u stalnom porastu, a glavni razlozi tome su moderni telekomunikacijski i prometni sustavi, povećanje životnog standarda ljudi, duži godišnji odmori i više slobodnog vremena, viša razina obrazovanja i ekološke svijesti, integracija tehnologije i znanosti te informatizacija svijeta (Lukić, 2002.:2). Izrazita mobilnost današnjeg turista i turizma, brzi transport i sve povoljnije cijene turističkih aranžmana, jednostavni su primjeri globalnog karaktera turizma. Turizam načinom svojeg manifestiranja dobiva epitet globalne pojave. Procesi globalizacije uključuju današnji turizam kao masovni, brzo rastući, polifunkcionalni i višedimenzionalni fenomen.

2.1. Ekonomski značaj i uloga turizma za Republiku Hrvatsku

Turizam u Hrvatskoj je kroz povijest doživio brojne promjene i oscilacije. Najveći razlog tome je Domovinski rat (od 1991. godine do 1995. godine), koji je doveo do potpunog „sloma" turizma u Hrvatskoj. Nakon rata uložena su velika sredstva i napori da se turizam revitalizira. Turizam može postati pokretač razvoja drugih gospodarskih grana, ali bitno je znati da je turistički sektor podložan velikom broju vanjskih utjecaja, vremenskih neprilika, geopolitičkih

i sigurnosnih uvjeta. Naime, Galičić i Laškarin (2016.) naglašavaju multiplikativnu funkciju turizma koja „opisuje snagu turizma u multipliciranju dohotka ostvarenog u inicijalnoj fazi realizacije turističke potrošnje“. Multiplikativni učinak je vidljiv kada se novac koji je strani turist potrošio u receptivnoj državi nekoliko puta „obrne“, tj. opet potroši kroz nekoliko transakcija u lokalnoj ili nacionalnoj ekonomiji. Može se zaključiti da turizam svojim multiplikativnim učinkom pozitivno djeluje na cijelo gospodarstvo, a isto tako razvoj gospodarstva djeluje na rast turističkog multiplikatora (Galičić, Laškarin, 2016.:72).

Turizam je vrlo važna gospodarska grana u Hrvatskoj zbog njegove uloge u uravnoteženju platne bilance i velikog broja zapošljavanja. To je posebno bitno zbog velikog vanjskotrgovinskog deficita Republike Hrvatske s inozemstvom. Galičić (2015.) ističe da je s obzirom da se oko 65 % ukupnih dolazaka i noćenja turista u Hrvatskoj realizira u srpnju i kolovozu i da se dvije trećine turističkih dolazaka i noćenja u Hrvatskoj ostvari u samo 3 županije, vidno da je najveći problem turizma u Hrvatskoj njen sezonski karakter. Republika Hrvatska je površinom mala država, prema procjenama trenutno ima manje od 4 milijuna stanovnika i relativno je slabo razvijena. Zbog njenih prekrasnih prirodnih ljepota, kulturno-povijesne baštine, blage klime i odlične prometne povezanosti nije čudno što je stanovništvo prepoznalo turizam kao snagu koja će biti glavni pokretač razvoja gospodarstva i glavni strateški pravac.

Da bi se to ostvarilo, a osim infrastrukture, stručnih kadrova, sadržaja i usluga, Hrvatska treba raditi na imidžu, promociji i oblikovanju identiteta. Galičić (2015.) ističe da je „percepcija stručne, medijske i političke javnosti u Hrvatskoj o značenju turizma za njezino cjelokupno gospodarstvo različita je, u ovisnosti od privremenih partikularnih interesa određenog segmenta tih javnosti“. Najčešća metoda uspješnosti turističke sezone je prikazivanje podataka o ostvarenom broju turističkih dolazaka i broju ostvarenih noćenja, a vrlo rijetko se prikazuju i obrađuju podaci o ostvarenim financijskim efektima turizma. Zbog nedostatka pozitivnih efekata drugih gospodarskih grana u Hrvatskoj, turizam je često neopravdano u fokusu javnosti jer generira malo financijskih sredstava ali relativno značajno sudjeluje u bruto društvenom proizvodu, naglašava Galičić (2015.:78). Osim toga, veliki problem u mjerenju turizma je obilježje turističkih proizvoda koji se ne mogu “opipati”, tj. ne može ih se jednostavno mjeriti financijskim i fizičkim pokazateljima. “U procjeni ekonomskog doprinosa turizma gospodarstvu gotovo isključivo se koriste kvantitativne metode u rasponu od stohastičkih do determinističkih. Od stohastičkih metoda najčešće se koriste ekonometrijske metode zasnovane na analizi vremenskih serija, prosječnih (*cross sectional*) i panel podataka. Deterministične

metode obuhvaćaju modele gravitacije (koji dijelom mogu biti i stohastički modeli), input-output analizu (*Input-output, IO*) i matrice nacionalnih računa (*Social Accounting Matrix, SAM*), satelitski račun turizma (*Tourism Satellite Accounts, TSA*) te izračunljivi model opće ravnoteže (*Computable General Equilibrium, CGE*)", ističu Šutalo, Ivandić i Marušić (2005). Osim izravnog doprinosa turizma, na potpunije sagledavanje slike utjecaja turizma na gospodarstvo, potrebno je proširiti analizu veza između sektora prodaje usluga i proizvoda turistima i opskrbljivača tih sektora. Tako Šutalo, Ivandić i Marušić (2005.) ističu kako je „potrebno proučiti utjecaj povećanja dohotka zbog turističke potrošnje na gospodarstvo (inducirani učinci turizma)", a o čemu je riječi bilo i ranije kod multiplikativne funkcije turizma. Modeli opće ravnoteže doprinose ekonomskom razumijevanju turizma i pokazuju da su utjecaji turizma na sektore vezane uz turizam manji nego što predviđaju input-output modeli. Time oni omogućavaju sagledavanje negativnih učinaka turizma na druge sektore i gospodarske grane, naglašavaju Šutalo, Ivandić i Marušić (2005.). Ne čudi stoga činjenica kako turizam u mnogim državama ima jako važnu ulogu u gospodarstvu. Međutim, trenutna statistika turizma ne prikazuje njegove potpune ekonomske utjecaje i važnost. Zbog nedostatka odgovarajućeg statističkog mjerenja turizma često dolazi do podcjenjivanja koristi od turizma u usporedbi s ostalim gospodarskim granama. Najveći problem u mjerenju turizma kao skupa aktivnosti kojeg određuje potražnja je u tome što se ne može svesti na samo jednu gospodarsku granu. Turizam je skup mnogih djelatnosti čija potražnja nije vezana samo uz turističku potražnju.

2.2. Povijest razvoja turizma u Republici Hrvatskoj

Povijest razvoja turizma u Hrvatskoj nije velika nepoznanica jer moderni način putovanja ne seže daleko u povijest. Industrijska revolucija, ponajprije željeznice, razvile su socijalno-ekonomske prilike društva i ubrzala putovanja. Međutim, prve turističke migracije na teritoriju današnje Hrvatske događale su se još u razdoblju Rimskog carstva. Rimljani su posjećivali toplice na sjeveru današnje Hrvatske, a ostaci rimskih ladanjskih kuća potvrđuju da su dolazili radi odmora. Dobrota (2019.) kao početak razvoja suvremenog turizma u Hrvatskoj označava izgradnju prvog hotela, Villa Angiolina 1844. godine u Opatiji. Nadalje, kao slijed važnijih događaja u razvoju turizma u Hrvatskoj, Dobrota (2019.) navodi slijedeće: 1845. godinu kao prva organizirana putovanja-izlete Rijeka-Trst i Rijeka-Senj parobrodskog društva Austrijski Lloyd. 1854. godine u Dubrovniku je otvoreno prvo svratište u Hrvatskoj koje je ujedno bilo

ugostiteljski objekt sa uslugama smještaja. „Za razvoj organiziranih putovanja je važan i 29. travanj 1863. Tada su zagrebački poduzetnici braća Mihajlović poveli prvo organizirano putovanje iz Zagreba. Oglasom u lokalnim novinama Pozor, okupili su putnike za Beč i Graz i tako pokrenuli promociju putovanja u tiskanim medijima u Hrvatskoj“ 1884. godine u Opatiji je otvoren hotel Kvarner, a 1889. godine Opatija je postala lječilište i zimovalište brojnih aristokrata Austro-ugarske i drugih europskih država. 1894. godine, u Crikvenici je otvoren hotel Therapia, a 1914. godine otvoren je prvi dubrovački hotel Imperial. U to vrijeme kontinentalni turizam u Hrvatskoj je puno uspješniji. 1861. godine u Plitvicama je otvorena Carska kuća, a u Krapinskim toplicama hotel sa 128 soba.

Najveći problem razvoja turizma u Hrvatskoj sredinom 19. stoljeća je bila rascjepkanost i loša prometna povezanost dijelova države zbog političkih okolnosti. Hrvatska je bila dio monarhije pa je ovisila o odnosima Beča i Budimpešte. Kako navodi Dobrota (2019.), situacija se bitno popravila nakon izgradnje željezničke pruge od Beča do Istre, a od 1862. godine do Zagreba i Siska. Prva turistička zajednica u Hrvatskoj, tada se zvala „Društvo za poljepšavanje mjesta“ (više u: Blažević, 2017.) , osnovana je na otoku Krku 1864. godine. Bila je organizirana kao civilno društvo, volonterskog i neprofitabilnog karaktera. Prema Dobrota (2019.), prvi turistički vodič u Hrvatskoj je tiskan 1892. godine i zvao se „Kažiput za urođenike i strance“. Tiskan je na njemačkom i hrvatskom jeziku. Kao početak razvoja turizma u Gorskom Kotaru smatra se skijaški tečaj u Mrkoplju održan 1913. godine. Najčešći gosti su bili Čehoslovaci, Mađari, Austrijanci, Nijemci, Talijani i Englezi. Turizam u Hrvatskoj počeo se statistički pratiti negdje od 1838. godine kada je zabilježeno oko pola milijuna dolazaka turista i 3 milijuna noćenja. Najviše dolazaka i noćenja na hrvatskom dijelu Jadranskog mora ostvarili su Opatija, Dubrovnik, Crikvenica i Rab, a na kontinentalnom dijelu Hrvatske, kao perjanica zdravstvenog turizma prednjačilo je Topusko. Nakon kriznih vremena 1. i 2. svjetskog rata, na turističku scenu u Hrvatskoj počinje utjecati razvoj zrakoplovne industrije. Tako Dobrota (2019.) ističe kako putovanja postaju značajno brža pa ujedno dolazi i do jačanja međunarodnog turističkog prometa (više u: Dobrota, 2019.). Turizam je dobio zamah, uspostavljene su brojne međunarodne i domaće zrakoplovne linije te su izdavani turistički letci i revije. Nakon Drugog svjetskog rata dolazi do obnavljanja turističke infrastrukture, počinju se osnivati parkovi prirode i nacionalni parkovi, glazbeni festivali (Splitsko ljeto, Pulski filmski festival, Dubrovačke ljetne igre), filmski festivali i dramski festivali.

Prema publikaciji Hrvatska: zemlja i ljudi (2013.), od 1960. godine počinju se graditi brojni kampovi, hoteli, marine i drugi turistički objekti, uključujući cijela turistička naselja. Na pragu ovoga, ne čude stoga niti pomaci u suvremeno doba. Tako su u Hrvatskoj u upotrebi 44 luke i 56 marina, suhe marine, sidrišta i privezišta s oko 16000 vezova u moru, 8500 suhih vezova i 30000 vezova u sportskim i javnim lukama. Iako nautički turizam u Hrvatskoj djeluje još od 19. stoljeća, njegova uloga dobiva na značenju tek od 1980. godine kada su osnovane većina sadašnjih udruga nautičara i marina. Osim tradicionalnog turizma poznatog kao "Sunce i more", u zadnje vrijeme sve popularniji su nautički i ronilački turizam, avanturizam, krstarenja i naturizam. U Hrvatskoj su zastupljeni i mnogi drugi oblici turizma kao, primjerice, vjerski, kongresni, zdravstveni, kulturni, lovni i ruralni. Vrlo važna godina za hrvatski turizam bila je 1979., kada su 3 područja upisana na listu svjetske baštine UNESCO (stari grad Dubrovnik, Plitvička jezera i Dioklecijanova palača u Splitu), ističe se u publikaciji Hrvatska: zemlja i ljudi (2013.). Zbog Domovinskog rata 1990.-ih godina turizam je u drugom planu, prometne veze su presječene, a u turističkim objektima borave prognanici iz ratom zahvaćenih područja Bosne i Hercegovine i Hrvatske. Do oporavka dolazi nakon 1995. godine i pogotovo nakon 2000. godine kada većina turističkih mjesta bilježi nagli porast stranih turista (više u Hrvatska: zemlja i ljudi, 2013.).

2.3. Turizam u brojkama

Prema podacima sustava eVisitor, Republika Hrvatska je u 2019. godini ostvarila rekordnu turističku sezonu. Broj dolazaka stranih turista bio je 18267166, što je rast od 4.4 % u odnosu na 2018. godinu. U isto vrijeme, broj dolazaka domaćih turista bio je 2424455, što je rast od 9 % u odnosu na 2018. godinu. Ostvareno je 94812813 noćenja stranih turista, što je rast od 1.7 % u odnosu na 2018. godinu i 13830741 noćenja domaćih turista, što je rast od 7.6 % u odnosu na 2018. godinu. Ukupan broj dolazaka stranih i domaćih turista u 2019. godini bio je 2069162, što je rast od 4.9 % u odnosu na 2018. godinu. Ukupan broj noćenja stranih i domaćih turista u 2019. godini bio je 108643554, što je rast od 2.4 % u odnosu na 2018. godinu. Najveći turistički promet u 2019. godine registriran je u komercijalnim smještajnim objektima (85 %), zatim nekomercijalni smještajnim objektima (12 %) i nautičkom segmentu (3 %) (Više u: Rihelj, 2020.). Detaljniji podaci o turističkim dolascima i noćenjima prema vrstama smještajnih kapaciteta, odnosno objekata prikazani su u tablici 1.

Tablica 1: rezultati prema vrstama smještajnih kapaciteta

Vrsta objekta	01.01.2019. – 31.12.2019.		01.01.2018. – 31.12.2018.		Mjesečni indeks	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Kampovi	7902294	25773561	7471217	253473415	105,8	101,7
Objekti na OPG-u	2881516	18811565	2861696	18889311	100,7	99,6
Objekti u domaćinstvu	6847455	39324116	6452348	90052	114,7	118,4
Ostali ugostiteljski objekti	1956348	7835116	1891196	38172675	106,1	103,0
Ostalo	14106	78885	13431	86633	105,0	91,1
Restorani	5915	10642	6422	11384	92,1	93,5
Ukupno komercijalni smještaj	19638232	91940466	18722990	90267162	104,9	101,9
Nekomercijalni smještaj	515310	13145931	518525	12591616	99,4	104,4
Nautika	538079	3557157	479581	3202334	112,2	111,1
Ukupno	20691621	108643554	19721096	106061112	104,9	102,4

Izvor: Rihelj, G. (2020.). U 2019. godini ostvareno 21 milijuna dolazaka i 108,6 milijuna noćenja. Hrturizam. Dostupno na: https://hrturizam.hr/resume-2019-godine-ostvareno-21-milijuna-dolazaka-i-1086-milijuna-nocenja/

Nadalje, prema podacima Ministarstva turizma i sporta (2020.), u Republici Hrvatskoj je od 1.1.2020. do 31.08.2020 ostvareno ukupno 6.8 milijuna dolazaka turista i 47.6 milijuna noćenja. U odnosu na isto razdoblje u 2019. godini, to je 41 % dolazaka i 53 % noćenja. Od ukupnog broja dolazaka turista, 5.5 milijuna su ostvarili strani turisti, a 1.3 milijun su ostvarili domaći turisti. Od ukupnog broja ostvarenih noćenja, 38.3 milijuna noćenja ostvarili su strani turisti, a 9.3 milijuna noćenja ostvarili su domaći turisti. U prvih 8 mjeseci 2020. godine, najviše noćenja ostvareno je u Istarskoj županiji (11.9 milijun), Primorsko-goranskoj županiji

(9.7 milijuna), Zadarskoj županiji (8.6 milijuna), Splitsko-dalmatinskoj županiji (8.3 milijuna), Šibensko-kninskoj županiji (3.6 milijuna), Dubrovačko-neretvanskoj županiji (2.5 milijuna) i Ličko-senjskoj županiji (1.7 milijuna). Najviše noćenja ostvarili su gosti iz Njemačke (11.2 milijuna), Slovenije (7.6 milijuna), Poljske (4 milijuna), Češke (3.1 milijun), Austrije (2.3 milijuna), Italije (1.4 milijuna), Mađarske (1.3 milijuna) i Slovačke (1.1. milijun). S obzirom na segment smještaja, najviše noćenja ostvareno je u objektima u domaćinstvu (20.3 milijuna), kampovima (7.9 milijuna) i hotelima (5.9 milijuna) (više u: Ministarstvo turizma i sporta, 2020.).

Unatoč velikom padu broja dolazaka i noćenja turista u 2020. godini, rezultati su puno bolji od prognoziranih i očekivanih početkom sezone. Turističke brojke u Hrvatskoj su puno bolje u odnosu na konkurentske turističke destinacije na Mediteranu koje ostvaruju tek 10-20 % dolazaka i noćenja turista u odnosu na 2019. godinu (Turska, Grčka). Hrvatska je veći dio sezone imala imidž sigurne turističke destinacije. Osim toga, Hrvatska je auto destinacija, u blizini njenih najvažnijih emitivnih tržišta (Njemačka, Austrija, Slovenija, Mađarska, Poljska, Češka). Kako bi zadržala dobre turističke rezultate (s obzirom na okolnosti), Hrvatska turistička zajednica priprema niz aktivnosti za promociju jesenske turističke sezone. U fokusu je promidžba kontinentalne ponude, nautike, gastronomije, nacionalnih parkova i parkova prirode. Radi se i na pripremi turističke 2021. godine, u kojoj će naglasak također biti na Hrvatskoj kao sigurnoj destinaciji s fokusom na Austriju, Sloveniju, Njemačku, Poljsku, Italiju i Češku.

2.4. Utjecaj pandemije COVID-19 virusa na turizam u Hrvatskoj i mjere pomoći

Prema procjeni *World travel & tourism council* (WTTC), turizam će „dugo osjećati“ posljedice pandemije COVID-19 virusa jer u slučaju dosadašnjih epidemija virusa SARS, ebole, zika i raznih gripa, turističkom gospodarstvu je trebalo gotovo 2 godine da se vrati brojkama prije krize. Kako ističe Korda (2020.), oporavak turizma u Hrvatskoj odvijati će se u 3 faze:

1. faza oporavka turizma od pandemije virusa COVID-19 trajati će vjerojatno od srpnja do listopada 2020. godine, a većina potražnje biti će kreirana u regiji i od lokalnog stanovništva. Za vrijeme pandemije virusa COVID-19 nije došlo do značajnog smanjenja gostiju iz Hrvatske, ali značajniji oporavak potrošnje se ne može bazirati na njima. Da bi

se potaknula regionalna potražnja, potrebno je otvaranje granica država koje imaju pod kontrolom broj zaraza virusom COVID-19. To se prvenstveno odnosi na Austriju, Češku i Njemačku. Za odaziv turista vrlo je bitna i ekonomska situacija u tim državama i signali koje će njihove vlade slati za odlazak na ljetovanje. Turistička ponuda morati će biti prilagođena održavanju socijalnog razmaka i mjerama epidemiološko-higijenske zaštite. Fokus će biti na turističkoj ponudi i aktivnostima kod kojih je vrlo mali kontakt između ljudi (planinarenje, šetanje, nautički turizam, kampovi, kuće za odmor).

2. faza oporavka turizma od pandemije virusa COVID-19 biti će otvaranje granica između svih europskih država i uspostava redovnih pomorskih, kopnenih i zračnih veza. Za očekivati je da će 2. faza oporavka biti krajem 2020. godine i početkom 2021. godine. Glavno obilježje 2. faze oporavka biti će intenzivna konkurencija na turističkom tržištu jer će sve turističke destinacije, tvrtke i privatni iznajmljivači nastojati vratiti i nadoknaditi promet koji su imali prije krize.
3. faza oporavka turizma od pandemije virusa COVID-19 dogodit će se kada potpuno prođe opasnost od zaraze i oporavi se kupovna moć za Hrvatsku glavnih tržišta (Austrija, Njemačka, Slovenija, Italija). Ovisno o ekonomskoj situaciji na globalnoj razini, za očekivati je da će ova faza nastupiti u drugoj polovici 2021. godine. Sigurno je da je pred turizmom u Hrvatskoj vrlo turbulentno razdoblje u trajanju najmanje 3 godine, sumira Korda (2020.).

Oporavak hrvatskog turizma trebao bi biti brži zbog njegovih prednosti u odnosu na konkurenciju. Najvažnija komparativna prednost koja bi trebala pogodovati bržem oporavku je geografska blizina Hrvatske njenim značajnim emitivnim tržištima. Hrvatska je turistička destinacija puno dostupnija osobnim automobilom u odnosu na npr. Tursku i Grčku.

Radi očuvanja radnih mjesta u turizmu i održavanja likvidnosti, Ministarstvo turizma i sporta je donijelo nekoliko mjera ukupne vrijednosti 6.3 milijarde kuna. Osim toga, instrument Europske Unije važan za otpornost i oporavak gospodarstva biti će usmjeren prema raznim turističkim segmentima u Hrvatskoj. Nove mjere će biti sufinanciranje skraćenog radnog vremena i djelatnosti koje su ugrožene, a vezane uz turizam, kao što su ugostiteljstvo, prijevoz putnika, turističke agencije vezane uz kulturne, sportske i poslovne događaje. Konkretno, ako je pad prometa bio veći od 60 %, potpora 4000 kuna po radniku biti će nastavljena do 31.12.2020. U tu potporu uključen je i otpis doprinosa na plaće. Prethodne mjere Ministarstva turizma i sporta u iznosu 26 milijuna uključuju subvencioniranje kamatne stope do 2 % za

likvidnost poduzetništva u turizmu, a u suradnji s Hrvatskom bankom za obnovu i razvitak. Kako se navodi u Ministarstvu turizma i sporta (2020.), donesene su 4 mjere oslobođenja od plaćanja raznih nameta i doprinosa:

1. Oslobođenje od plaćanja promjenjivog dijela koncesijske naknade za 2019. godinu za korištenje koncesije na turističkom zemljištu u vlasništvu JLS-ova.
2. Oslobođenje od plaćanja promjenjivog dijela koncesijske naknade za 2019. godinu za korištenje koncesije na turističkom zemljištu u kampovima.
3. Oslobađanje plaćanja pola iznosa godišnjeg paušalnog iznosa turističke pristojbe za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu koju bi bili obvezni platiti za glavni krevet i smještajnu jedinicu u kampu i kamp-odmorištu odnosno prema kapacitetu u objektu za robinzonski smještaj koji se koriste za pružanje usluga smještaja sukladno posebnom propisu kojim se uređuje obavljanje ugostiteljske djelatnosti.
4. Oslobađanje plaćanja turističke pristojbe za pomoćne krevete za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu (Više u: Ministarstvo turizma i sporta, 2020.).

3. Ruralni turizam i ekološko poduzetništvo

Ekološko poduzetništvo je posebna vrsta poduzetništva nastala da bi se realizirale poduzetničke ideje koja imaju pozitivan utjecaj na okoliš, a financijski su održive. Ideja je spriječiti negativne posljedice klimatskih promjena, zagađenje okoliša i pretjerano iskorištavanje prirodnih resursa. Ekološko poduzetništvo je u stalnom porastu, a da bi se potaknuo njegov dodatan razvoj postoji mnogo poticaja i bespovratnih sredstava. Ta sredstva pomažu ekološkim poduzetnicima pokrenuti investicije, smanjiti rizike i povećati mogućnosti napretka i uspjeha. Ekološko poduzetništvo je dugotrajna investicija koja doprinosi očuvanju biljnog i životinjskog svijeta, vode, šuma i mora. Ekološko poduzetništvo okuplja ljude koji cijene navedene vrijednosti, ali ujedno i doprinose lokalnom razvoju stvarajući nova radna mjesta. Ekološko poduzetništvo može se ostvariti kroz brojne sektore kao primjerice ekološka poljoprivreda, ekološko ribogojstvo, ekološko stočarstvo i ekološki turizam. Ono ima veliki potencijal i pokazuje stabilnost i u trenutnom kriznom razdoblju (Energis, 2019.).

Ekološko poduzetništvo i proizvodnja kao glavnu svrhu ima zaštitu prirode i okoliša, života i zdravlja ljudi te zaštitu potrošača. Prije nego dobije oznaku ekološkog proizvoda, mora proći kroz ispitivanja i procedure, a definirana je međunarodnim pravima i hrvatskim zakonom. Ekološka proizvodnja ne dozvoljava primjenu kemikalija, kemijskih agrocida i umjetnih mineralnih gnojiva. Vraća ravnotežu u prirodu, čuva floru, faunu i plodnost tla, atmosferu i vodu i time omogućava održivo gospodarenje prirodnim resursima. Osim pozitivnih utjecaja na prirodu, potiče razvoj obiteljskih gospodarstava, a time i razvoj ruralnih područja. Razvojem eko sela i ekoturizma povezuje turističke, poljoprivredne i zanatske djelatnosti. Proizvođačem u ekološkoj proizvodnji smatra se fizička ili pravna osoba koja proizvodi, prerađuje i trguje svojim ekološkim proizvodima. Takav proizvođač upisan je u Upisnik proizvođača prehrambenih i poljoprivrednih proizvoda u ekološkoj proizvodnji. Proizvodna jedinica u ekološkoj proizvodnji je dio gospodarstva ili cijelo gospodarstvo. Svaki dio gospodarstva je jasno odvojen od drugih jedinica. Proizvodnja je obavezna sukladno odredbama Zakona o ekološkoj proizvodnji prehrambenih i poljoprivrednih proizvoda i propisima donesenim na temelju njega.

Ekološka proizvodnja u Hrvatskoj tek je u počecima. Razlog za „kašnjenje“ za drugim razvijenim državama je neinformiranost proizvođača. Uz uvođenje kontrole i nekoliko preinaka u proizvodnji, jednostavno mogu dobiti pravo na označavanje svojih proizvoda

ekološkim markicama. U Hrvatskoj je najviše zastupljena konvencionalna proizvodnja koja koristi kemijske agrocide, tretirano sjeme i mineralna gnojiva. Prvi korak prelaska s konvencionalne na ekološku proizvodnju je prijava nadzornoj stanici koja će pri Ministarstvu poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja pregledati zemljište i odrediti vremensko razdoblje čišćenja zemlje od tragova umjetnih tvari. Tek nakon što prođe razdoblje čišćenja zemlje proizvod može dobiti ekološku markicu na deklaraciji. U ekološkoj proizvodnji smije se koristiti isključivo sjeme koje je odobreno od strane nadzorne stanice i Ministarstva poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja. Nažalost, trenutačno se takvo sjeme za veću proizvodnju uvozi iz drugih država Europske Unije, a manje količine sjemena je moguće uzgojiti ili kupiti u sjemenari (Consultare, 2020.).

Potražnja za ekološkim proizvodima u Hrvatskoj je u porastu, pogotovo kod turista i gradskog stanovništva. Unatoč tome što potrošači radije kupuju domaće ekološke proizvode, zbog lošeg razumijevanja načina proizvodnje ekoloških proizvoda, dolazi do njihovog miješanja s lokalnim proizvodima.

3.1. Pojam i oblici ruralnog turizma

Ruralni turizam je vrsta turizma koji se odnosi na boravak u seoskoj sredini i ruralnim domaćinstvima te uživanje u prirodi i miru ruralnih područja. Moguće ga je definirati i kao turizam na području gdje je slaba naseljenost domaćeg stanovništva. Pojam ruralnog turizma sastoji se od mnogo oblika (kulturni, gastronomski, rezidencijalni, zavičajni, zdravstveni, seljački). Najznačajniji oblik je seljački turizam. Često se označava kao turizam na seljačkim gospodarstvima. Podrazumijeva niz usluga, aktivnosti i dodatnih sadržaja organiziranih na obiteljskim gospodarstvima od strane ruralnog stanovništva s ciljem privlačenja turista i ostvarivanja prihoda. Zakonski, seljački turizam u Hrvatskoj može se definirati kao boravak turista u domaćinstvu koje je registrirano kao seljačko gospodarstvo (domaćinstvo) radi rekreacije i odmora. Seoski turizam temeljen je na ruralnom naslijeđu (industrijsko naslijeđe, povijest, dvorci, crkve, sela i arhitektura), bogatim prirodnim resursima (rijeke, šume, jezera i planine), ruralnim aktivnostima (biciklizam, ribolov, jahanje, razni sportovi) i ruralnom načinu života (gastronomija, glazba, obrtništvo, tradicijski običaji). S obzirom na razne oblike turističkih aktivnosti na ruralnim područjima, možemo ih podijeliti na slijedećih 6 kategorija koje je sumirao Jelinčić (2007.):

1. Agroturizam, seosko gospodarstvo, farme: turisti promatraju ili sudjeluju u tradicionalnim poljoprivrednim radnjama, bez negativnih učinaka na ekosustav ili na produktivnost seoskog domaćinstva.
2. Aktivnosti u prirodi (rekreacija i odmor): svrha je uglavnom rekreacija pa praktički nema negativnih ekoloških utjecaja.
3. Ekoturizam: podrazumijeva vrstu „odgovornog“ turizma koji podržava zaštitu prirodnih resursa, kao i održavanje dostignute razine blagostanja i socijalne vrijednosti lokalne populacije
4.Seoski turizam (ruralno iskustvo): turisti uranjaju u svakodnevni seoski život, a ruralna naselja profitiraju kroz ekonomske i druge koristi turističkih aktivnosti.
5. Kulturni turizam: odnosi se na kulturu, povijest, arheologiju i ostale kulturne odrednice predmetnog ruralnog područja.
6. 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 (Jelinčić, 2007.:270-274).

Zbog javne podrške njegovom razvoju i povećane potražnje za takvim oblikom turizma, ruralni turizam bilježi rast na svjetskoj razini, a posebno u razvijenijim zemljama. Turisti su željni „netaknute“ prirode, mira i tišine i posebnog kontakta i ljubaznosti domaćina što je posebnost ruralnog turizma. Ruralna područja su krhka i osjetljive zone očuvanja povijesno-kulturne baštine i prirodnog bogatstva, a razvoj turizma lako može izazvati kulturološke i prirodne štete i druge nepovoljne promjene. Ako se ta kulturološka i prirodna bogatstva naruše, uništava se „ruralnost“ kao osnovna komponenta turističke privlačnosti ruralnog područja. Stoga je potreban koncept održivosti u ruralnom turizmu. Ciljevi održivosti trebaju biti očuvanje prirodnog staništa i krajolika, poticanje i razvoj razumijevanja i podrške državne, regionalne i lokalne vlasti te očuvanje identiteta i lokalne kulture. Krajnović, Čičin-Šain i Predovan (2011.:33) naglašavaju da je bitno „jasno razumijevanje činjenice da je isključiva vezanost uz turizam štetna i ne donosi željene rezultate, pa treba djelovati u pravcu diversifikacije lokalne ruralne ekonomije i balansiranja između razvoja ruralnog turizma i drugih djelatnosti u ruralnom prostoru“. Pri tome, ruralna područja omogućuju odvijanje mnogih turističkih aktivnosti, kao primjerice sljedeće:

1. Ture (pješačenje, jahanje, motorizirane ture, trčanje na skijama, vožnje biciklom).
2. Aktivnosti na vodi (plivanje, boravak na rijekama, ribolov, jedrenje, kanu i rafting).

3. Aktivnosti u zraku (mali zrakoplovi, baloni na topli zrak, jedrilice).
4. Sportske aktivnosti (penjanje po stijenama, golf, tenis).
5. Kulturne aktivnosti (tečajevi ručnog rada, arheologija, folklorne grupe, umjetničke radionice, kulturni, gastronomski i drugi izvori i podrijetla).
6. Aktivnosti zdravstvenog karaktera (zdravstvene pogodnosti i fitnes trening).
7. Aktivnosti otkrivanja zanimljivosti i radnih procesa (lokalna proizvodnja).

Smještaj je često organiziran u tradicionalnim i ambijentalnim kućama. No, ruralni turizam se ostvaruje u različitim oblicima u okviru kojih treba istaknuti seljački turizam (agroturizam) na seljačkim gospodarstvima i ostali oblici koji se ostvaruju na ruralnom prostoru izvan seljačkih gospodarstva. Agroturizam ili seljački turizam je odmor na seljačkom gospodarstvu uz korištenje usluga prehrane, zabave, rekreacije i smještaja u zgradama ili drugim objektima u okviru seljačkog gospodarstva.

S obzirom na usluge koje agroturizam pruža, Ružić (2009.) ih dijeli na slijedeće oblike:

1. Pružanje samo usluga prehrane (restoran opremljen i uređen u skladu s tradicionalnom arhitekturom).
2. Pružanje samo usluga smještaja (obiteljski ruralni hotel, kuća, sobe i apartmani tradicionalne i nove arhitekture).
3. Pružanje usluga i prehrane u smještaja.

S obzirom na vrste objekata u agroturizmu, Ružić (2009.) ih dijeli na:

1. Ruralna kuća tradicionalne arhitekture.
2. Obiteljski ruralni hotel.
3. Ruralne sobe i apartmani tradicionalne arhitekture.
4. Ruralne sobe i apartmani nove arhitekture.
5. Poljoprivredno gospodarstvo s eko ponudom.

S obzirom na objedinjenost, objekti se mogu podijeliti na difuzni oblik i raspršenost kuća za turističke svrhe. Ružić (2009.) dijeli agroturizam i na druge oblike:

1. Rezidencijalni (boravak gradskih stanovnika u vlastitim objektima tijekom slobodnih dana).
2. Zavičajni (osobna veza pojedinaca i određenih krajeva i mjesta)

3. Rekreacijsko-sportski (sportske i zabavne aktivnosti u prirodi kao npr. jahanje, šetanje i trčanje).
4. Avanturistički (rekreacija sa puno uzbuđenja i opasnosti uz obaveznu tjelesnu kondiciju sudionika).
5. Zdravstveni (ljekovito blato, mineralna i termalna voda, planinsko područje)
6. Vjerski i kulturni (kulturne manifestacije, spomenici, muzeji i galerije).
7. Ribolovni i lovni.
8. Vinski i gastronomski.
9. Ekoturizam (obilazak parkova prirode, nacionalnih parkova i promatranje ugroženih biljnih i životinjski vrsta).
10. Edukacijski (stjecanje životnog iskustva boravkom u prirodi i program upoznavanja sa značajkama ruralnog područja).
11. Tranzitni (putovanje kroz ruralno područje zbog različitih razloga).
12. Kamping (kampiranje u ruralnom području).
13. Nautički (aktivnosti u plovilima na rijekama, jezerima i kanalima).
14. Ostali oblici (promatranje ptica i potraga za njihovim gnijezdima, praćenje divljih životinja i potraga za njihovim staništima i foto-safari) (više u: Ružić, 2009.:1-9).

Specifičnost ruralnog turizma je interakcija gosta i domaćina. Turističke usluge su individualizirane, a gostu je na raspolaganju kompletno domaćinstvo koje dijeli sa domaćinom i drugim gostima. Postoje kontakti i sa lokalnim običajima, kulturom, gastronomijom, aktivnostima u okruženju i načinom života lokalnog stanovništva.

3.2. Primjeri poduzetništva u ekoturizmu

Ekoturizam je vrsta turizma u kojem turisti cijene i podupiru zaštitu okoliša i prirode i kulturnu baštinu destinacije na kojoj borave. Takvim turistima je bitno da njihov domaćin, odnosno lokalna zajednica dobije prihod koji im znači egzistenciju. Konzumiraju autohtone, domaće proizvode iz ekološkog i organskog uzgoja, upoznavanju običaje i kulturu lokalnog stanovništva i često posjećuju zaštićena prirodna područja. Osim toga, vode računa i o načinu prijevoza do svoje destinacije, pa se često odlučuju na željeznički ili drugi prijevoz koji manje

šteti okolišu od automobila. Na slijedeća 3 primjera opisana je organizacija rada poduzetništva u ekoturizmu.

Istarske stancije

Stancija je veliko obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo koje je rekonstruirano i obnovljeno u cilju pružanja turističkih usluga i uz korištenje samo prirodnih materijala. U pravilu je odvojena od naseljenih mjesta koje nude svu potrebnu infrastrukturu. Stanciju karakterizira veliko imanje i pripadajući okoliš, zgrada za stanovanje i gospodarske zgrade. Domaćinstvo se prilagođava za usluge turizma pa je ponovo pokrenuta proizvodnja jednog ili više tipično istarskih poljoprivrednih proizvoda. Smještajni kapacitet je malen ali je ponuda specijalizirana i komfor maksimalan. U stanciji nije moguć boravak nekoliko grupa turista u isto vrijeme, tj. iznajmljuje se isključivo cijelo imanje za jednu grupu ili obitelj. Uz smještaj, turistima se nudi sudjelovanje u berbi grožđa, tartufa i maslina, degustacija vina i pravljenje maslinovog ulja. Osim toga, moguće je pohađati kulinarske tečajeve za pripremanje autohtone istarske hrane i sudjelovati u glazbenim radionicama gdje se uči svirati tradicionalne istarske instrumente (mišnice, šurle, harmonika trieština, sopelice i roženice). U stanciji je poseban naglasak na kvaliteti hrane koja se uzgaja na ekološki i tradicionalni način. Gostima se poslužuju tartufi i istarski pršut. Ako su u blizini željezničke pruge, neke stancije organiziraju izlete vlakom u Buzeštinu i na Učku (Miljak, Bačić, Kitić 2012.:329).

Dalmatinska etno-eko sela

Razvoj etno-eko sela u Dalmaciji pokrenut je zbog revitalizacije pitoresknog pastirskog sela. Revitalizacijom je omogućen gospodarski razvoj sela i okolna ruralna područja. Time se želi spriječiti iseljavanje stanovništva i pokrenuti povratak ranije iseljenog stanovništva sa tog područja. Slično kao i u Istri, dalmatinska eko-etno sela pružaju smještaj u autohtonim dalmatinskim, kamenim kućama i uživanje u domaćoj ekološki uzgojenoj hrani (pršut, povrće, mlijeko domaćih životinja). Moguć je obilazak vinskih cesta, sudjelovanje u starim obrtima i tradicionalnoj proizvodnji. Gostima etno-eko sela prezentiraju se tradicionalne kartaške igre (briškula i trešeta), boćanje, društvena igra šijavica te bacanje kamena s ramena. U ponudi su još i prikazivanje narodnih nošnji uz autohtone instrumente (diple i gusle) i etnografska zbirka koja prikazuje povijest kraja u slikama (Miljak, Bačić, Kitić 2012.:330).

Baranjske etno kuće

Baranjska turistička sezona traje od travnja do rujna, a u ponudi je boravak u prirodi i aktivni turizam. Od mnogih turističkih aktivnosti može se izdvojiti posjeta najvećoj močvari u ovom dijelu Europe, Kopači rit, zatim otkrivanje ostataka Panonskog mora, izrada unikatnih suvenira i sapuna, degustiranje vrhunskih vina, lov i ribolov. Klasična etno kuća u Baranji nalazi se u blizini nepreglednih polja i vinograda. Prednjači ekološka poljoprivredna proizvodnja, a gostima se nude specijaliteti poput kulena, ribljeg (fiš) paprikaša, prženog soma i šarana. Uz specijalna jela, neizostavna su domaća vina i rakije. Domaćini i vlasnici etno kuća gostima prikazuju tradicionalne obrte poput izrade namještaja, klompa i bačvi, grnčarske radionice sa starim grnčarskim kolom i kovačnice (Miljak, Bačić, Kitić 2012.:330).

S obzirom da je ekoturizam specifični oblik turizma, osnovna načela poduzetništva u njemu trebaju biti omogućavanje odgovornog putovanja u prirodno područje uz visok stupanj zaštite okoliša te obrazovanje i razumijevanje turista. Na taj način utjecati će se i na dobrobit lokalnog stanovništva. Provođenje takvog oblika turizma nije jednostavno jer sve više turista želi upoznati kulturu i tradiciju neke destinacije, a među njima je malo ekološki osviještenih.
Prema Dobrota (2018.), osnovna načela eko turizma su:

1. Podizanje ekološke svijesti
2. Očuvanje lokalne kulture
3. Očuvanje biološke i kulturne raznolikosti kroz zaštitu ekosustava
4. Osiguravanje financijskih sredstava za očuvanje ekosustava, održivi razvoj i jaču lokalnu zajednicu
5. Promocija odgovornosti kroz minimalni utjecaj na okoliš i kulturu
6. Uvažavanje prava i potreba lokalnog stanovništva, prihvaćanje različitosti
7. Sinergija subjekata (poduzetnika i lokalne samouprave) unutar destinacije
8. Osmišljavanje i pružanje kvalitetnih doživljaja gostima
9. Održivo raspolaganje otpadom (Dobrota 2018.).

3.3. Turizam kao faktor revitalizacije sela u Republici Hrvatskoj

Turizam je interdisciplinarna i složena djelatnost koja generira niz efekata zadirući u mnoge druge sektore gospodarstva. Unatoč sklopu spektra okolišnih, ekonomskih i društvenih funkcija, najvažnija uloga turizma je ona pokretača valorizacije i revitalizacije nerazvijenih područja i baštine te razvoja. Ruralna područja su se našla na rubu održivosti zbog mnogih negativnih trendova industrijalizacije, opadanja gospodarske aktivnosti i depopulacije. U nezavidnoj situacije našla se i baština ruralnih područja, koja često predstavlja njenu izrazitu objektivnu i subjektivnu vrijednost. S obzirom na rast interesa turista za posjećivanjem tih područja, može doći do njihovog kulturnog, gospodarskog i socijalnog oporavka. Isto tako, rast turizma može predstavljati i opasnost ako nije kontroliran i usmjeravan. Stoga se u kontekstu održivog razvoja ruralnog turizma primarno mora osigurati zaštita atrakcija, kako prirodnih tako i kulturnih i povijesnih, uz pažljivo investiranje u izgradnju infrastrukture, revitalizaciju ponude ruralnog turizma, te izobrazbu kadrova za ove aktivnosti.

Prvi korak u tom procesu jest inventarizacija resursa baštine i njihova adekvatna kategorizacija. Takav „inventurni popis“ resursa osnova je za planiranje njihove valorizacije koja mora pažljivo balansirati ekonomske koristi i „trošenje“ baštine. Drugim riječima, ključno je i nužno dio prihoda ostvarenih valorizacijom resursa baštine usmjeriti u aktivnosti njihova očuvanja i revitalizacije. S obzirom na prirodne potencijale Hrvatske i neophodnost revitalizacije sela i poljoprivredne proizvodnje na postojećim lokacijama te preko milijun hektara neobradivih površina, ruralni turizam koji u tome može znatno pomoći, treba biti znatno jače i učinkovitije potican nego je to sada slučaj, kako mjerama turističke tako i poljoprivredne te kulturne politike, a posebno na nerazvijenim prostorima kopna kao što je, primjerice, Dalmatinska zagora. Može se definirati nekoliko potencijalnih pozitivnih efekata turizma:

1. Razvoj ruralnih područja
2. Povećanje zaposlenosti
3. Poticanje razvoja seljačkih domaćinstava
4. Očuvanje prirodne i kulturne baštine
5. Očuvanje lokalnih tradicija i manufaktura
6. Unaprjeđenje zaštite prirode
7. Poboljšanje položaja žena u lokalnoj zajednici
8. Nove ideje i inicijative u razvoju

I nekoliko potencijalnih negativnih efekata:

1. prijetnja onečišćenja okoliša
2. socijalne i kulturalne prijetnje
3. problemi stanovanja
4. pridošli poduzetnici
5. zagušenja prometa i problemi planiranja
6. lokalna kontrola, sudjelovanje i partnerstvo s javnošću.

Razvoj turizma u određenom ruralnom području zahtjeva ispunjenje brojnih preduvjeta, primjerice prilagodbu turističke ponude željama uskih tržišnih segmenata, postizanje efikasnosti u razvoju, dugoročno zadovoljenje društvenih i ekoloških uvjete itd. Nekontrolirani razvoj turizma u osjetljivim ruralnim područjima može rezultirati time da broj posjetitelja nekontrolirano preraste broj rezidencijalnog stanovništva, što se može negativno odraziti na povećanje zagađenja, prekapacitiranost prostora, buku, pojavu kriminala, inflaciju cijena, onečišćenje, ovisnost o dohotku koji generira turizam i neprijateljstvo. Jasno je, a što je u skladu i sa zahtjevima koje sadržava pojam održivosti, kako se razvoj turizma treba držati pod uzdom, kako u kvalitativnom tako i kvantitativnom pogledu. Također, Pivčević i Mandić (2012.) uočavaju tri osnovna smjera u kojima se kreće revitalizacija ruralnog područja, a čiji će odabir ovisi o resursima kojima predmetna zajednica raspolaže:

1. Revitalizacija putem prirode – zaštitom i očuvanjem bio raznolikosti. Ovaj oblik revitalizacije karakterizira niska gustoća naseljenosti i nizak potencijal poljoprivredne proizvodnje
2. Revitalizacija putem rekreacije – zaštitom i očuvanjem kvalitete života te bio raznolikosti. Ovaj oblik revitalizacije karakterizira nizak poljoprivredni potencijal te srednja ili pak velika gustoća naseljenosti ruralnog područja
3. Revitalizacije putem ekonomskog razvoja – koja podrazumijeva razvoj ruralnog područja zbog ekonomskih razloga, te stvaranje sinergije sa drugim sektorima, primjerice između poljoprivredne proizvodnje i turizma. Ovaj oblik revitalizacije karakterističan je za područja sa velikim poljoprivrednim potencijalom ali malom gustoćom naseljenosti.

U Hrvatskoj je treći oblik revitalizacije posebno zanimljiv zbog toga što u njemu dolazi do povezivanja primarnog i tercijarnog sektora. Naime radi se o ruralnim područjima koje karakterizira veliki poljoprivredni potencijal, primjerice područja Dalmatinske zagore (primjerice, Sinjsko i Vrgoračko polje) koji imaju veliki potencijal u uzgoju mnogih autohtonih

biljaka, te nisku gustoću naseljenosti. Revitalizacije prostora putem ekonomskog razvoja ne samo da bi omogućila pokretanje gospodarskog ciklusa na ovim područjima, rast populacije te razvoj seljačkih domaćinstava, već i generiranje veće količine sredstava za zaštitu i obnavljane kulturno povijesne baštine toga kraja (Pivčević i Mandić 2012.:1-16).

Cjelokupan koncept ruralnog razvoja, odnosno razvoja turizma u ruralnim područjima javlja se kao odgovor na rastuće eksterne pritiske na ruralnu zajednicu. Kroz prošlost ruralne su zajednice konkurentske prednosti gradile na specijalizaciji i ekonomici obujma. Međutim, proces globalizacije i rasta konkurencije, otvaranje tržišta, znatno onemogućava ovakve strategije. Stoga se ruralna odredišta susreću sa snažnim procesima depopulacije i opadanja gospodarske aktivnosti. Prema tome, ruralna odredišta trebala bi primijeniti nove strategije u svom razvoju koje bi se bazirale na povezivanju različitih djelatnosti, takozvana ekonomija opsega, što snažno dolazi do izražaja upravo u onim ruralnim odredištima koja razvijaju turizam, primjerice plasiranjem poljoprivredne proizvodnje putem turizma. Naravno, nema opće primjenjivog recepta za odgovor na ovu dilemu nego on ovisi o resursima i obilježjima svakog pojedinačnog ruralnog prostora kao i ciljeva koji se njegovim razvojem žele postići. Postoje različiti tipovi ruralnih područja, te različiti problemi sa kojima se susreću i to: ruralna područja koja se nalaze u blizini velikih gradova i susreću se sa problemima pritiska modernog, urbanog planiranja i razvoja, ruralna područja koja se susreću sa ekonomskim i društvenim padom, primjerice opadanjem poljoprivredne aktivnosti, koja nije zamijenjena novim aktivnostima i prostorno izdvojena ruralna područja, primjerice sela u planinskim predjelima ili otoci koje karakterizira depopulacija, opadanje gospodarske aktivnosti i napuštanje. Republiku Hrvatsku karakterizira postojanje sva tri navedena tipa ruralnih područja, dok poseban problem čine područja trećeg tipa koje možemo poistovjetiti sa dalmatinskim otocima i pojedinim sredinama u zaobalju. Jedan od najvažniji efekata razvoja ruralnog turizma je njegov utjecaj na zapošljavanje, odnosno stvaranje novih poslova, diversifikaciju istih i davanje prilike mladim naraštajima koji se tek javljaju na tržište rada. Evidentan je, također, i pozitivan utjecaj razvoja ruralnog turizma na prirodu i njeno očuvanje. Izrazito je važno ali i kompleksno utvrditi stvarni doprinos očuvane prirode razvoju turizma. Posjetitelji destinacije ruralnog turizma spremni su platiti da bi uživali u netaknutoj baštini kako prirodnoj tako i kulturnoj. Osim što razvoj ruralnog turizma snažno doprinosi valorizaciji te revitalizaciji kulturno povijesne, antropogene baštine njegova je važnosti i u činjenici što značajno pridonosi jačanju lokalnog ponosa te osjećaja pripadnosti lokalnoj zajednici. Afirmacijom tradicionalnih vrijednosti, i lokalne kulturno povijesne baštine, utječe se na jačanje osjećaja pripadnosti i na

razvoj ponosa, koji je ključan pokretač promjena u ruralnoj sredini. Razvoj osjećaja pripadnosti lokalnoj zajednici je izrazito važan prvenstveno zbog toga što će potaknuti članove lokalne zajednice na razmišljanje o potrebi funkcionalne klasifikacije kulturno povijesne baštine, kako nasljeđe koje su dobili od svojih predaka ne bi ostalo zaboravljeno, već da bi ga uspješno prenijeli na svoje potomke. Ipak, činjenica je da turizam ne mora uvijek biti odgovarajući model razvoja i revitalizacije ruralnih područja.

3.4. Ekološka poljoprivreda kao faktor revitalizacije sela u Republici Hrvatskoj

Ekološka poljoprivreda je sustav gospodarenja koji teži ekološki čistoj, etički prihvatljivoj, gospodarski isplativoj i socijalno pravednoj poljoprivrednoj proizvodnji. Takva poljoprivredna proizvodnja u Hrvatskoj je još uvijek nerazvijena, unatoč izuzetnoj agroekološkoj raznolikosti i prirodnim uvjetima. Glavni krivac tome su vladine institucije koje dugi niz godina nisu davali nikakvu potporu rijetkim pojedincima i udrugama koje su težile ekološkoj proizvodnji. Nakon ulaska Republike Hrvatske u Europsku Uniju, stvari su se pokrenule prihvaćanjem međunarodnih normi i donošenjem paketa propisa i zakona koji reguliraju ekološku proizvodnju. Time su se otvorile brojne mogućnosti poticanja ekološke proizvodnje, a uređuju se propisi za preradu, pakiranje, promet, skladištenje, ocjenu sukladnosti, označivanje i nadzor ekološke proizvodnje. Stanje poljoprivrede u Republici Hrvatskoj je loše prema svim pokazateljima (ekonomskim, socijalnim i statističkim). Ruralna područja se depopulariziraju i nazaduju, to utječe na smanjenje i postepeni nestanak poljoprivredne proizvodnje, a ekonomske štete i gubici su svakim danom sve veći. Postoji mnogo razloga za tako loše stanje, a samo neki od njih su:

1. Korupcija, klijentizam i zlouporabe, štetne i pogrešne politike poticaja (veliki gubici, pogodovanje grupama, velika novčana sredstva potrošena bez učinka te izostanak kontrole trošenja poticaja)
2. Podilaženje uvoznom lobiju i grupama, ograničavajući utjecaj administracije, agencija i inspekcija
3. Tretiranje i upravljanje poljoprivredom odvojeno od ruralnog razvoja
4. Nedostatak ciljeva, realnih sektorskih politika, ciljeva i sustavne strategija
5. Dugotrajno nepovoljno ekonomsko i političko naslijeđe
6. Pogrešno, neplansko i nesustavno raspolaganje nacionalnim resursima
7. Naročito štetan konzervativni ekonomsko-politički koncept

8. Manjak svijesti i vizije o potrebama, mogućnosti i nacionalnim interesima Republike Hrvatske

S obzirom na značaj i održivost ruralnog razvoja i poljoprivrede za Republiku Hrvatsku, najbitnije funkcije su:

1. Multifunkcionalna, temeljna i strateška grana privrede
2. Opskrbljenost hranom, što je glavni preduvjet održivosti i suvereniteta hrvatskog društva
3. Investicijski programi s novim socijalnim i etičkim implikacijama
4. Zaposlenost, što je izvor primarne sirovine te potiče razvoj uslužnih djelatnosti i industrijskih sektora
5. Smanjenje gubitka lokalnih pasmina i sorti
6. Isključenje primjene ekološki i zdravstveno upitne i nedovoljno ispitane genetski modificirane tehnologije u slobodnom krajobraznom prostoru
7. Poticanje pojave višestruko kvalitetnijih i atraktivnijih usluga i proizvoda
8. Oblikovanje krajobraza i štićenje okoliša, a time i formiranje rekreacijski, edukacijski i turistički zanimljivih otvorenih prostora
9. Stabiliziranje osjetljivih ekološko-krajobraznih veza i utjecanje na ublažavanje klimatskih posljedica.

Republika Hrvatska je po svojim klimatskim, geološkim i krajobraznim karakteristikama vrlo raznolika, poljoprivredna i ruralna zemlja, a to treba predstavljati njenu snagu, posebnosti i prednost (Održivi razvoj Hrvatske 2014.).

Organska, ekološka ili biološka poljoprivreda je proizvodnja „zdrave hrane“, tj. hrane proizvedene bez primjene agronomskih kemikalija (hormona, pesticida i mineralnih gnojiva). Ekološka poljoprivreda je smišljena radi pronalaska „ekoloških**ij**ih“ rješenja (tamo gdje je to potrebno) u odnosu na konvencionalnu poljoprivredu. Isto tako, ekološka poljoprivreda nije povratak na poljoprivrednu proizvodnju naših predaka nego je dio suvremene poljoprivrede, trgovine i agronomske znanosti. Temelji se na najnovijim dostignućima i spoznajama agronomske znanosti, a kao njena osnovna načela, Pejnović, Ciganović i Valjak (2012.) navode slijedeća:

1. Proizvodnja kvalitetnije i zdravije hrane
2. Minimaliziranje i smanjenje utroška fosilnih goriva, tj. energije
3. Stvaranje poveznice za drugačiji odnos prirode i čovjeka, na načelima holizma i duhovnosti

4. Briga za održavanje tla, sadržaj organskih hranjiva i tvari, poboljšanje strukture tla, borba protiv erozije, povećanje i očuvanje biološke aktivnosti i plodnosti tla
5. Maksimalno moguće isključenje agrokemikalija (hormona, sintetičkih sredstava za zaštitu bilja, mineralnih gnojiva i sintetičkih regulatora rasta)
6. Postizanje zadovoljavajućeg ekonomskog uspjeha poljoprivrednog gospodarstva
7. Razumijevanje osjetljivosti prirode, njenih zakona i ritmova
8. Očuvanje raznolikosti životinjskih i biljnih vrsta, očuvanje pejzažne raznolikosti i ostalih prirodnih bogatstava
9. Pravilno gospodarenje u pogledu raznolikosti izbora kultura, pasmina i sorti, gnojidbe, jačanja otpornosti prema štetnicima i bolestima i obradi tla.
10. Poticanje bioloških procesa unutar gospodarstva u kojima sudjeluje životinjski i biljni svijet i mikroorganizmi.

Prelazak s konvencionalne na ekološku proizvodnju nije moguć u kratkom vremenskom razdoblju. Potrebno je ostvariti brojne uvjete poput kvalitetne vode za navodnjavanje, izolacije zemljišta, farmi i pogona od izvora zagađenja i usklađenosti razvoja stočarske i biljne proizvodnje. Za status ekološkog proizvođača potrebno je provesti 2 do 3 godine u fazi „čišćenja“ tla od ostataka pesticida do prihvatljive razine koja je određena pravilnikom. Osim toga, pravilnikom se regulira upotreba gnojiva, materijala i drugih sredstava u ekološkoj proizvodnji, određuju se nadležna tijela za inspekciju i način provedbe, kaznene odredbe za kršenje propisa i zakona koji reguliraju proizvodnju i nadzor kakvoće proizvoda i proizvodnog postupka. S obzirom da u Hrvatskoj čak ni konvencionalna poljoprivreda nije razvijena kao u nekim drugim državama i činjenicu da postoji puno neobrađenih zemljišta, odlične su predispozicije za razvoj ekološke poljoprivrede. Uz provedbu postojećih zakona i malo bolju organizaciju, ekološka poljoprivreda bi mogla spasiti opustošena ruralna područja u Hrvatskoj, revitalizirati selo, smanjiti migracije i poboljšati kvalitetu života. Moglo bi nastati novo tržište koje će dovesti do zaštite okoliša, postizanja viših cijena, postojanosti kvalitete tla i smanjenja intenziteta iskorištavanja. Uz obavezan strogi nadzor za to predviđenih institucija i iskorištavanjem niskog stupnja onečišćenja okoliša, Hrvatska bi mogla ostvariti prednost u odnosu na razvijenije države ističu Pejnović, Ciganović, Valjak (2012:154-155). Povećanjem potražnje za ekološkim proizvodima i promocijom Hrvatske na svjetskoj razini kao turističke zemlje, tržište autohtone, ekološke proizvodnje bi moglo biti u procvatu. Najveći potencijal za su velika zapuštena poljoprivredna zemljišta koja čekaju svoju afirmaciju.

4. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo je najčešći model poljoprivrednog poduzeća u Europi. Prema statistikama dokumenta *European Network for Rural Development* (2013.), obuhvaća čak 97 % svih poljoprivrednih gospodarstava u Europskoj Uniji, a pokriva 69 % poljoprivrednog zemljišta. Također je navedeno da je prosječna površina zemljišta obiteljskih poljoprivrednih zemljišta u Europskoj Uniji 10 hektara, što je 15 puta manje u usporedbi s korporativnim poljoprivrednim gospodarstvima. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva se razlikuju po prioritetima, potrebama i lokaciji te kulturološkim i povijesnim okolnostima. Ključna su za održavanje vitalnosti ruralnog gospodarstva i ruralnog života u svijetu. Nužna su za promicanje održivog, uključivog i pametnog rasta u ruralnim područjima te sigurnost proizvedene hrane. Politički okvir Europske Unije usmjeren je prema ispunjavanju očekivanja za sigurnošću, vrijednosti, podrijetla, kvalitete i različitosti hrane, a napravljen je tako da uzima u obzir razne modele poljoprivrede, uključujući razne vrste obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava. U okviru tog političkog okvira postoji zajednička poljoprivredna politika koja pomaže održavati stilove života u ruralnim područjima i dalje doprinos ruralnom društvenom i gospodarskom razvoju. Većina poljoprivrednika u Europskoj Uniji je naslijedila poljoprivredno zemljište od svojih predaka i nastavila upravljati s njim. Ti poljoprivrednici i njihove obitelji žive i rade na poljoprivrednom gospodarstvu te većinu prihoda ostvaruju radeći na njemu. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva se značajno razlikuju u aktivnostima kojima se bave, stupnju integriranosti u tržište, resursima o kojima ovise, udjelu radne snage koju koriste za vođenje posla i konkurentnosti. Tržište poljoprivrednih proizvoda je postalo veoma konkurentno, a čimbenici poput ograničenog pristupa tržištu, udaljenosti, nedovoljno razvijenog lokalnog brendiranja i slabih rezultata mogu ograničiti i otežati konkurentnost poljoprivrednih gospodarstava. Zajednička poljoprivredna politika pruža podršku obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima u rješavanju problema vezanih uz zajedničke prioritete i potrebe, kulturne i povijesne aspekte i lokaciju. Ta podrška dodatno će se pojačati preraspodjelom izravne pomoći programskim razdobljem 2014. – 2020. i odgovarajućim uvažavanjem manjih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, njihovih proizvodnih metoda i proizvoda. Bez obzira na brojne probleme s kojima se susreću, obiteljska poljoprivredna gospodarstva su otpornija od velikih korporativnih poljoprivrednih gospodarstava jer se svojim tradicionalnim aktivnostima prilagođavaju vanjskim uvjetima. Proizvode hranu visoke kvalitete, sudjeluju u kratkim prehrambenim lancima i bave se aktivnostima izvan

poljoprivrednog gospodarstva. Zajednička poljoprivredna politika je obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima pomogla očuvati niz različitih društvenih, ekoloških i gospodarskih funkcija, a ona su zauzvrat doprinijela održavanju velike raznolikosti europskog poljoprivrednog sektora. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva osiguravaju 70 % svjetske proizvodnje hrane i ključan su pokretač razvoja ruralnih područja u svijetu jer zapošljavaju velik broj radnika, navodi se u dokumentu *European Network for Rural Development* (2013.). Pospješuju lokalne kulture i tradicije i čuvaju lokalne proizvode. Unatoč tome, većina poljoprivrednika koja živi i radi na poljoprivrednom gospodarstvu su mali poduzetnici i podložni su gladi i siromaštvu. Integracija poljoprivrednih tržišta i globalizacija daju mogućnosti malim obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima jer doprinosi povećanju produktivnosti i prihoda, a time i ublažavanju siromaštva. Za ublažavanje siromaštva potrebna je ubrzana proizvodnja osnovnih prehrambenih proizvoda, a izvedivost toga ovisi o gospodarskom i političkom okruženju. Nužno je postojanje institucija koja će stvarati i primjenjivati znanost upravljanja zemljištem, usjevima, pristup otvorenim tržištima i vodama. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva su osnova društvene stabilnosti i ruralnog društva. Treba prepoznati njihov potencijal i vrijednost te ih podržati i osmisliti poljoprivrednu politiku u skladu s njihovim lokalnim i nacionalnim politikama (*European Network for Rural Development*, 2013.).

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo je poljoprivredna, ribarska, šumarska, pastirska i akvakulturna proizvodnja upravljana i vođena obitelji i obiteljskom radnom snagom. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo i obitelj koja ju vodu usporedno rastu i razvijaju se uz kombinaciju kulturnih i društvenih, ekoloških, gospodarskih i reproduktivnih funkcija. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva svih veličina pokušavaju savladati ekološki izazov održivog rasta i razvoja i poslovni izazov gospodarske krize i globalizacije. Vrlo je važna inovacija u poljoprivredi i očuvanje bio raznolikosti. Za inovaciju u poljoprivredi, kao temeljna infrastruktura, biti će nužno poboljšati inovacijske mreže i partnerstva. Inovacijske mreže će stvoriti povoljne uvjete za suradnju u inovacijama i istraživanju i postizanje bržih i boljih rezultata u odnosu na postojeće.

4.1 Razvojne mogućnosti, potpore i izvori financiranja

Sredstva za razvoj područja ruralnog turizma iz europskih izvora moguće je koristiti preko Ministarstava poljoprivrede, turizma te gospodarstva, poduzetništva i obrta. Većina javnih poziva je otvorenog tipa, za sva područja, ali daje prednost projektima s nerazvijenih područja dodjelom većeg broja bodova temeljem indeksa razvijenosti. Izuzetak su pozivi iz Mjera ruralnoga razvoja koje su namijenjene ulaganjima u naseljima s manje od 5000 stanovnika. Obiteljskim gospodarstvima omogućuje se poboljšanje ponude na njihovim gospodarstvima, jačanje konkurentnosti i osiguranje kontinuiteta i kvalitete usluge. Osim javnih poziva iz mjera ruralnoga razvoja na nacionalnoj razini, lokalne akcijske grupe su, temeljem svojih strateških dokumenata, dobile sredstva za financiranje projekta na svojem području. Operativni program konkurentnost i kohezija predviđa ulaganja u devet specifičnih ciljeva od kojih se 3 odnose na turizam. Unutar tih ciljeva, raspisuju se i raspisivat će se javni pozivi za financiranje projekata poduzetnika, ali nisu posebno prilagođeni poduzetnicima iz ruralnih područja. Prilikom bodovanja projekata, više bodova se dodjeljuje poduzetnicima iz nerazvijenih područja te onima čiji će projekti jamčiti veći rast prihoda, prihoda od izvoza te rast broja zaposlenih. S obzirom da se u turizmu javlja i problem kvalitetne i stručne radne snage, a posebice u ruralnim područjima, operativni program „Učinkoviti ljudski potencijali“ predviđa mogućnosti obrazovanja ljudskih kapaciteta te prekvalifikacije. Poduzetnici mogu u partnerstvu s obrazovnim ustanovama za odrasle te sa školama sudjelovati u stvaranju kurikuluma za obrazovanje ljudskih kapaciteta po realnim potrebama (Maravić 2018.:356-368).

Na taj način poduzetnici mogu osigurati kvalitetne kadrove, a postoji mogućnost opremanja kapaciteta samih poduzetnika za potrebe obrazovanja učenika te financiranje plaća zaposlenih koji sudjeluju u projektu obrazovanja i osposobljavanja. Osim toga, sudjelovanjem u ovakvim programima, poduzetnicima se pruža i besplatna promocija te korištenje novih kanala informiranja i oglašavanja.

4.2. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Đurkov

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Đurkov smješteno je u Aljmašu, mjestu najpoznatijem po marijanskom svetištu. Na blagdan Velike Gospe u Aljmašu hodočasti veliki broj vjernika. Centralni dio svetišta je crkva Gospe od Utočišta, sa kipom Majke Božje, izgrađena 1864. godine. Stara crkva je do temelja porušena u Domovinskom ratu (od 1991. godine do 1995. godine), a na mjestu stare izgrađena je nova crkva kao moderno arhitektonsko zdanje. Aljmaš je idilična slavonska lokacija, mjesto za ribolov, kampiranje i odmor u krugu obitelji i prijatelja. Ljubitelji vina uživati će u ponudi obližnjih Erdutskih vinograda, a gastronomi u odličnom ribljem (fiš) paprikašu. Aljmaš s pravom nazivaju "oazom mira". Udaljen oko 2 kilometra od ušća Drave u Dunav, dijelom se širi po blagim obroncima Čvorkovca, prošaranim voćnjacima, vinogradima i šumarcima, a dijelom je priljubljen uz Dunav. Ovo je turistička destinacija koja udaljava od užurbanog načina života i gradske vreve i omogućava uživanje u izuzetnim prirodnim ljepotama, tokovima dviju velikih rijeka Dunava i Drave te njihovom spoju. Od ušća Drave u Dunav prema sjeveru nalazi se najveća europska močvara, Kopački rit. Ovo područje obiluje biljnim i životinjskim vrstama i netaknutom prirodom. Osim toga, na području Aljmaša nalaze se izuzetni prirodni potencijali, bogata kulturna i sakralna baština i etno vrijednosti. Ova destinacija je također poznata po vinskim podrumima te mogućnostima za lov i ribolov.

Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Đurkov osnovano je 2004. godine, kada započinje pružanje usluga seoskog turizma i proizvodnja domaće hrane i pića isključivo za vlastite potrebe i potrebe gostiju. Usluga smještaja pruža se u obiteljskoj kući sa ukupno 7 smještajnih jedinica za smještaj do 17 osoba. 2013. godine započinje suradnja sa stranim putničkim agencijama (Booking.com, Airbnb, Hotels), pa dolazi do većeg broja dolazaka i noćenja gostiju iz praktički cijelog svijeta. Kuća za smještaj je uređena luksuzno, ali u autohtonom stilu, u skladu sa tradicijom ovog kraja. To znači da je kompletan namještaj izrađen u rustikalnom stilu i od masivne hrastovine, a sobe su opremljene najnovijom tehnologijom u skladu sa suvremenim trendovima.

U dvorištu imanja nalazi se izdvojeni objekt koji je opremljen sa tradicionalnim zidanim roštiljem, krušnom pećи, šankom te stolovima i stolicama od starih hrastovih greda. Moguća je organizacija raznih svečanosti, obljetnica, proslava, zabava i *team-buildinga* za do 30 osoba. Kao dodatna vrijednost te za privlačenje novih gostiju, uložena su značajna sredstva za

izgradnju vanjskog sezonskog bazena, a što se pokazalo kao puni pogodak. Gostima je na raspolaganju privatan parking te sportski tereni (košarkaško igralište, teren za viseću kuglanu i stol za stolni tenis). U razdoblju od 2005. godine do 2014. godine, a tijekom renovacije i izgradnje objekata i uređenja dvorišta na imanju, u 3 navrata je dobiveno više od 100000 kuna potpora iz programa „Konkurentnost turističkog gospodarstva“. Bespovratna sredstva su dodijeljena redom za popločavanje dvorišta, podizanje kvalitete smještaja (izgradnja kupaonica u svim smještajnim jedinicama) i zamjena dotrajale trske na krovu kuće i dvorišnom objektu sa novim rustikalnim crijepom. U posljednjih nekoliko godina baziranje je na podizanju kvalitete smještaja, uređenju imanja i dodatnih sadržaja (dječje igralište, vrtno jezerce, plastenik, dimnica mesa).

Dijelom iz hobija, a dijelom iz ideje da ovo kontinentalno imanje bude još posebnije, uređen je tropski vrt u kojemu prevladavaju palme, banane, alokasije i kolokasije, juke, kaktusi, kivi, smokve i mnogo drugih egzotičnih vrsta ukrasnih biljaka i voća. Na imanju ukupne površine 1650 četvornih metara nalazi se i voćnjak s mnogo vrsta raznog voća (kivi, ringlov, breskva, nektarina, jabuka, kruška, marelica, plava šljiva, bijela šljiva, višnja, trešnja, kaki jabuka, dunja, smokva i mušmula), zatim povrtnjak s mnogo vrsta raznog povrća (mrkva, salata, peršin, cikla, paprika, rajčica, špinat, blitva, bundeve, tikvice, krastavci, grašak i mahune) te bobičnjak s mnogo vrsta bobičastog voća (josta, goji, kupina, malina, sibirska borovnica, aronija, ogrozla, crna ribizla, crvena ribizla). Po narudžbi gosta, moguća je priprema svih vrsta jela prema domaćim receptima sa hranom iz vlastite proizvodnje, a poseban specijalitet, s kojim su oduševljeni svi gosti, je slavonski doručak. U doručku se poslužuje hrana iz pretežno domaće proizvodnje: džemovi (smokva, kivi, višnja, jabuka, jagoda, kruška, marelica, breskva, mušmula, dunja, plava šljiva, kupina i malina), suhomesnati proizvodi (kobasica, suđuk, kulen, kulenova seka, suhi vrat, buđola i slanina), sokovi (kivi, višnja, bazga) i razno svježe voće i povrće. Osim džemova, suhomesnatih proizvoda, sokova, voća i povrća, proizvodi se i domaća zimnica (krastavci, paprika, lukovice, miješana salata, cikla, feferoni, kiseli kupus i grah salata). U nešto manjem obujmu proizvode se voćne rakije (bijela šljiva, marelica, kruška, loza) i likeri (kivi, smokva). Osim usluga smještaja i prehrane, pružaju se usluge najma plovila i opreme za kampiranje i ribolov. Također, putem turističkih agencija, a u sklopu OPG-a poslužuje se ručak i kolači za turiste sa turističkih brodova/kruzera, uz obilazak imanja-izletišta.

Prema podacima iz sustava eVisitor, 2019. godine obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Đurkov ostvarilo je ukupno 193 dolazaka turista i 494 noćenja turista. Podaci su to s kojima se može biti zadovoljan, iako postoji još puno prostora za napredak. Broj dolazaka turista i noćenja turista u 2020. godini biti će drastično manji nego 2019. godine zbog posljedica pandemije virusa Covid-19 i promjene u načinu poslovanja, tj. iznajmljivanja soba i kuće za odmor. Naime, od 2020. godine moguć je najam isključivo cijele kuće i imanja bez obzira koliko osoba ostvarilo noćenje (a do najviše 17 osoba). Najam npr. samo jedne smještajne jedinice za jednu ili dvije osobe više nije moguć. Kao najveću perspektivu u zimskim mjesecima može biti lovni turizam, a za promociju Aljmaša kao turističke lovne destinacije, moraju se uključiti turistička zajednica općine Erdut, Hrvatske šume i lovačka društva.

5. Zaključak

Pod utjecajem tehnološkog napretka, svijet se razvija u „globalno selo“. To je pogotovo vidljivo u području telekomunikacija i prometa. Za turizam to znači ogromno povećanje tržišta i nastajanje velikih turističkih tvrtki. Takve tvrtke rade neovisno o matičnoj državi, a nude homogene standardizirane usluge i proizvode. Globalizacija jača konkurenciju među turističkim destinacijama pa time određena destinacija kao ponuđena cjelina dobiva na značenju. Istovremeno, globalizacija predstavlja problem državama, tvrtkama i poduzećima koje se nisu prilagodile i nisu konkurentne. Osim toga, problem je i utjecaj globalizacije na očuvanje okoliša i kulturnog identiteta mnogih država i regija.

Turizam je jedna od najznačajnijih djelatnosti za gospodarstvo Hrvatske zbog svojih učinaka na potrošnju, zaposlenost, prehrambenu industriju, izvoz usluga, turističko posredovanje i ugostiteljstvo. Unatoč tome, turizam nije niti približno značajan koliko mu se pridaje pozornost medija. Turizam je sustav kojem je potrebna koordinacija i usklađivanje aktivnosti svih gospodarskih grana i djelatnosti. Pravilno vođenje tog sustava pomoći će generirati pozitivne multiplikativne učinke drugim djelatnostima i gospodarskim granama. Turistički sektor je podložan vanjskim utjecajima kao što su vremenske neprilike, geopolitički i sigurnosni uvjeti i krizne situacije poput epidemije i pandemije virusa.

Turizam u Hrvatskoj može postati pokretač razvoja drugih gospodarskih grana. Temelj uspjeha na globalnoj razini treba biti prepoznatljivi imidž, usmjerenje prema izvornosti i autohtonosti ruralnog područja, brendiranje proizvoda i destinacije te očuvanje lokalnog i prirodnog identiteta. Na lokalnoj razini je bitna poveznica između lokalnog stanovništva, gradova i općina te njihova integracija s nacionalnom razinom. Osim toga, potrebna je kompletna rekonstrukcija turističkog tržišta koja bi se ostvarila pomoću suvremene tehnologije, intenzivne promocije, diferencijacije i ulaganjem u obrazovanje djelatnika u turizmu.

Za razvoj gospodarstva u Hrvatskoj, vrlo važnu ulogu ima poljoprivreda, odnosno prelazak sa konvencionalne na ekološku poljoprivredu. Konvencionalna poljoprivreda je bila bitna za osiguravanje velikih količina hrane rastućem svjetskom stanovništvu. Osnovna značajka konvencionalne poljoprivrede je maksimiziranje profita, ali i dugoročna neodrživost takve proizvodnje. Konvencionalna poljoprivreda ima destruktivno i štetno djelovanje na čovjeka, društvo i okoliš te gospodarstvo i ekonomiju u cjelini. Razvoj ekološke poljoprivrede treba riješiti navedene probleme, a najvažniji faktor razvoja treba biti konstantna integracija i

participacija svih sudionika razvojnog procesa, rast informiranosti o značaju ekološke poljoprivrede, financijsko ulaganje radi pristupačnosti i dostupnosti ekoloških proizvoda svima i praćenje modernih trendova. Republika Hrvatska se nalazi na području koje je bogato prirodnim resursima koji su, srećom, relativno očuvani. Za razvoj ekološke poljoprivrede potrebno ih je zaštititi od mogućeg onečišćenja i devastacije u budućnosti. Također, za razvoj ekološke poljoprivrede i turizma u Hrvatskoj bitni su tehničko-znanstveni projekti i istraživanje, za što je zaslužno poduzetništvo.

Jedan od najznačajnijih nositelja razvoja u Hrvatskoj je poduzetništvo u turizmu. To je sektor sa visokim kadrovskim potencijalom koji zbog nedostatka kapitala i poticaja ostaje neiskorišten. Poticanjem razvoja poduzetništva u turizmu i stvaranjem kvalitetnih kadrova sa idejom o razvoju turističkih usluga i proizvoda, može se očekivati puno veći utjecaj poduzetništva u turizmu na gospodarski razvoj.

Kao strateški vrlo važan oblik poljoprivrednog gospodarstva u Hrvatskoj ističe se obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo. Namijenjeno je samo fizičkim osobama sa mogućnosti odabira obavljanja poljoprivredne djelatnosti kao sporedne ili kao glavne. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo je oblik gospodarskog subjekta koji se temelji na korištenju unajmljenih ili osobnih prirodnih sredstava i resursa te na vještinama, znanju i radu svih članova obitelji koji su uključeni u njegov rad. Za razvoj Obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva bitno je uključenje mladih poljoprivrednika kojima je na raspolaganju niz potpora i mjera sufinanciranja, a prije svih to je program ruralnog razvoja 2014. – 2020. mjera 6.1. Osim toga, novim zakonom o poljoprivrednom zemljištu, mladi poljoprivrednici imaju poseban tretman u odnosu na ostale vrste poljoprivrednih gospodarstava. Suočeni s mnogim izazovima globalizacije i suvremenog načina života, za uspjeh obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva od presudne važnosti je inovacija. Ona može biti izum, postupak ili tehnološko ulaganje u novu opremu. Moguće je uvesti nove pristupe distribuciji proizvoda i marketingu i povećati prihode suradnjom sa dostavljačima hrane potrošačima kroz organizacijsku inovaciju.

Literatura

1. Arnaut, E. (2009.). Globalizacijski procesi u turizmu i utjecaj megatrendova na konkurentnost turističke industrije BiH, *Tranzicija*, 11(23-24), str. 29-41
2. Galičić, V. (2015.). Tourism in Croatia: truths and misconceptions, *Informatologia*, 48(1-2), str. 78-94
3. Jelinčić, D.A. (2007.). Agroturizam u europskom kontekstu, *Studia ethnologica Croatica*, 19(1), str. 269-289
4. Krajnović, A., Čičin-Šain, D. i Predovan, M. (2011.). Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma – problemi i smjernice, *Oeconomica Jadertina*, 1(1), str. 30-45
5. Lukić, A. (2002.). Turizam na seljačkim gospodarstvima u Hrvatskoj, *Dela*, str. 214-229
6. Maravić, D. (2018.). Izvori financiranja u ruralnom turizmu u Hrvatskoj, *4. medunarodni kongres o ruralnom turizmu, Zbornik radova*, str. 356-368
7. Milicevic S., Ervacanin V. (2016.). Uticaj kriza na razvoj turizma u svetu, broj 18, str. 22
8. Miljak, T., Bačić, L., i Kitić, M. (2012.). Ekoturizam kao poticaj razvoja poduzetništva u turizmu na primjeru Republike Hrvatske, *Učenje za poduzetništvo*, 2(2), str. 323-331
9. Pavlić, I. (2004.). Suvremene tendencije u razvoju svjetskog turizma i globalizacijski procesi, *Naše more*, 51(5-6), str. 214-226
10. Pejnović, D., Ciganović, A. i Valjak, V. (2012.). Ekološka poljoprivreda Hrvatske: problemi i mogućnosti razvoja, *Hrvatski geografski glasnik*, 74.(1.), str. 141-159
11. Petrić, L. (2007.). Osnove turizma, *Ekonomski fakultet u Splitu*, str. 131-132 i 206-207
12. Pivčević, S. i Mandić, A. (2012.). Potencijal turizam u revitalizaciji ruralnih područja za očuvanje i valorizaciju zavičajne baštine, *Zavičajna baština i održivi razvoj – oživjeti baštinu pa živjeti od nje*, str. 1-16
13. Ružić, E. (2009.). Ruralni turizam, *Ustanova za cjeloživotno učenje Magistra*, str. 1-9
14. Galičić, V. i Laškarin, M. (2016.). Principi i praksa turizma i hotelijerstva, *Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu*, str. 72
15. Dobrota, A. (2019.). Rekordna turistička 2018. godina - ne samo u Hrvatskoj, već i u drugim zemljama Mediterana. Cimerfraj. Dostupno na: https://www.cimerfraj.hr/aktualno/statistike-turisticke-2018-godine (pristupljeno: 25.7.2020.)
16. Hrvatska: zemlja i ljudi (2013.). Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža.Dostupno na: http://croatia.eu/index.php?view=article&lang=1&id=34 (pristupljeno: 28.7.2020.)
17. Rihelj, G. (2020.). U 2019. godini ostvareno 21 milijuna dolazaka i 108,6 milijuna

noćenja. Hrturizam. Dostupno na: https://hrturizam.hr/resume-2019-godine-ostvareno-21-milijuna-dolazaka-i-1086-milijuna-nocenja/ (pristupljeno 02.08.2020.)

18. Ministarstvo turizma i sporta (2020.). Analiza turističkog prometa i pregled provedenih aktivnosti tijekom srpnja i kolovoza 2020. godine. Hrvatska turistička zajednica. Dostupno na: https://www.htz.hr/hr-HR/press/objave-za-medije/u-dosadasnjem-dijelu-godine-ostvareno-53-posto-lanjskog-rezultata-u-istom-razdoblju (pristupljeno: 13.09.2020.)
19. Korda, Z (2020.). Provjerili smo kojim tempom će se oporavljati hrvatski turizam i koje ga zamke vrebaju na tom mukotrpnom putu. Tportal. Dostupno na: https://www.tportal.hr/biznis/clanak/provjerili-smo-kojim-tempom-ce-se-oporavljati-hrvatski-turizam-i-koje-ga-zamke-vrebaju-na-tom-mukotrpnom-putu-foto-20200420 (pristupljeno: 03.08.2020.)
20. Ministarstvo turizma i sporta (2020.). Nastavljaju se mjere za održavanje likvidnosti i očuvanje radnih mjesta u turizmu. MINT. Dostupno na: https://mint.gov.hr/vijesti/nastavljaju-se-mjere-za-odrzavanje-likvidnosti-i-ocuvanje-radnih-mjesta-u-turizmu/21800 (pristupljeno: 13.09.2020.)
21. Consultare (2020.). Ekološka proizvodnja u Hrvatskoj. Consultare. Dostupno na: https://www.consultare.hr/images/pdf/ekoloska-proizvodnja-u-hrvatskoj.pdf (pristupljeno 05.08.2020.)
22. Održivi razvoj Hrvatske (2014.). Politika održive poljoprivrede i ruralnog razvoja. Orah. Dostupno na: https://www.orah.hr/upload_folder/server/php/files/Prijedlog_sektorska_poljoprivredna_politika.pdf (pristupljeno 05.08.2020.)
23. European Network for Rural Development (2013.). Revija ruralnog razvoja Europske Unije. Broj 17 HR, zima 2013. ENRD. Dostupno na: https://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/PublicationENRDperiodical-17_hr.pdf (pristupljeno 10.08.2020.)
24. Grgić, I. (2013.). Turizam kao djelatnost. VGUK. Dostupno na: https://vguk.hr/multimedia/416bcc7a2f066bf781ed17adc15dca9f25736608c1c23dfb1fab488fcc6a78a18949f3391551171498.pdf (pristupljeno 21.09.2020.)
25. Blažević, I. (2017.). Društva za poljepšavanje mjesta. Istarska enciklopedija. Dostupno na: https://www.istrapedia.hr/hr/natuknice/3008/drustva-za-poljepsavanje-mjesta (pristupljeno 21.09.2020.)

26. Dobrota, A. (2018.). Ekološki turizam u Hrvatskoj: 7 zelenih koraka prema eco-friendly smještaju. Cimerfraj. Dostupno na: https://www.cimerfraj.hr/ideje/eko-turizam-hrvatska (pristupljeno: 22.09.2020.)
27. Energis (2019.). Zeleno poduzetništvo. Energis. Dostupno na: https://energis.ba/zeleno poduzetnistvo/#.X2nQ0IvgpPY (pristupljeno: 22.09.2020.)