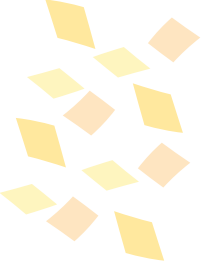


Ruralni turizam





Ruralni turizam

Autor:

MR. SC. ERIK RUŽIĆ

Ustanova za cjeloživotno učenje Magistra, Pula

Izdavači:

Grad Senj, Obala dr. Franje Tuđmana 2, 53270 Senj

Razvojna agencija Senj d.o.o., Stara cesta 2a, 53270 Senj

Hrvatski zavod za zapošljavanje - Područni ured Gospić, Budačka 1, 53000 Gospić

Grafičko oblikovanje:

„Eko-info studio“ uslužni obrt

Fotografije:

Ustanova za cjeloživotno učenje Magistra,

Arhiva JU NP Sjeverni Velebit, Arhiva JU PP Lonjsko poje, Csaba Pinter

Tisak:

Prodigital d.o.o.

1. izdanje

Naklada:

100 primjeraka

1. NASTANAK I DEFINICIJA RURALNOG TURIZMA

Iako je ruralno područje često u povijesti privlačilo ljude u svrhu provođenja dokolice, danas ono ulazi u uži krug interesa rastućem broju turista. Selo i ruralna područja privlače sve veći broj urbanog stanovništva. Šira zajednica, te sve relevantne strukture uviđaju sve veći značaj ruralnog turizma te se počinju aktivno baviti razvojem i unapređenjem istog.



Dolina Gacke

Ruralno područje (ili ruralna sredina) moglo bi se definirati kao sredina s malom koncentracijom stanovnika, kojemu je osnovno zanimanje poljoprivreda, a koje karakteriziraju posebni običaji i seoski identitet. Ruralna područja s mnogobrojnim karakterističnim različitostima poput: planina, kanala, rezervata, obala, poljoprivrednih zemljišta, rijeka, jezera i sl. pogodna su za razvoj turizma.

Nastanak ruralnog turizma može se povezati sa otkrićem ruralnog turizma od strane kraljevskih porodica, europske aristokracije i buržoazije, koji započinju izgradnju ljetnikovaca, vila u seoskim sredinama.

Početak razvoja ruralnog turizma u Engleskoj pronalazimo u 11. i 12. stoljeću kada je aristokracija provodila dokolicu loveći raznu divljač, kao oblik društvene dokolice ruralni se turizam javlja u drugoj polovici 18. st.

Ruralni turizma u Njemačkoj javlja se 1873. godine uvođenjem plaćenog odmora za državne službenike te se pojačava 1914. godine uvođenjem plaćenog odmora za sve činovnike koji vlastiti odmor uglavnom provode u selima i farmama blizu gradova.

U vrijeme Grand Tura, krajem 18. stoljeća bogata i srednja klasa teži uživanju u krajoliku i iskustvima u prirodi te dolazak na selo predstavlja model orijentacije na prirodu.

U 19. stoljeću razvija se alpsko penjanje, pješaćenje i zdravstveni tretmani kao vidovi ruralnog turizma u Švicarskoj.



Danas je ruralni turizma u snažnom porastu.

Ruralna se područja izrazito pogodna za razvoj turizma i omogućuju odvijanje različitih turističkih aktivnosti. Prema popisu koji je napravljen pri Vijeću Europe te aktivnosti su sljedeće (Ružić, 2009:14):

1. Ture

- ✧ pješačenje (pješačke staze, prirodni parkovi, fitness staze)
- ✧ jahanje (konji, magarci)
- ✧ ture u kamp-kućici
- ✧ motorizirane ture (sva terenska kola, motocikli)
- ✧ vožnje biciklom
- ✧ trčanje na skijama

2. Aktivnosti na vodi

- ✧ ribolov
- ✧ plivanje
- ✧ boravak na rijekama (kućice na vodi, čamci, teglenice)
- ✧ kanu i rafting
- ✧ windsurfing
- ✧ utrkivanje brzim čamcima
- ✧ jedrenje

3. Aktivnosti u zraku pomoću

- ✧ malih zrakoplova
- ✧ jedrilica, hang-gliding-a
- ✧ balona na topli zrak

4. Sportske aktivnosti

- ✧ tenis
- ✧ golf
- ✧ spuštanje i penjanje po stijenama

5. Aktivnosti otkrivanja zanimljivosti, radnih procesa

- ✧ lokalna proizvodnja, poljoprivredna poduzeća

6. Kulturne aktivnosti

- ✧ arheologija
- ✧ područja pod restauracijom
- ✧ tečajevi ručnog rada
- ✧ umjetničke radionice
- ✧ folklorne grupe
- ✧ kulturni, gastronomski i drugi izvori i podrijetla

7. Aktivnosti zdravstvenog karaktera

- ✧ fitness trening
- ✧ zdravstvene pogodnosti

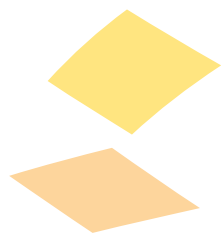


Krasnarska dolina zimi

Vijeće Europe definira ruralni turizam kao turizam na seoskom području sa svim aktivnostima koje se provode na tom mjestu, a najvažnije karakteristike ove vrste turizma su odsutnost buke, mirna sredina, očuvani okoliš, neposredna komunikacija sa domaćinima, domaća hrana i upoznavanje sa seljačkim poslovima. Europska federacija za ruralni turizam EUROGITIS, 2005. Godine donijela je opće standarde odnosno definiciju ruralnog turizma.

Tablica 1. Kriteriji za definiranje okvira ruralnog turizma

Kriterij	Objašnjenje
Položaj domaćinstva u prirodnom okruženju, selu ili malom gradu	Manje od 5000 stanovnika u selu/gradu ili u vrlo tipičnim/tradicionalnim naseljima
Ruralno okruženje, s izraženim karakteristikama tradicionalnog poljodjelstva ili izuzetnim prirodnim vrijednostima	Izuzetne prirodne vrijednosti su park prirode ili slično. “Tradicionalno poljodjelstvo” isključuje prevladavajuću industrijsku poljoprivredu (vizure kojima dominiraju staklenici,ogromni proizvodni objekti i slično)
Turizam nije glavna ili prevladavajuća aktivnost ili izvor prihoda u bližoj okolini	Odnos broja turističkih kreveta i broja stanovnika u ruralnim područjima ne smije preći 1:1
Dobra zaštita životne sredine, miran i tih položaj, bez buke ili zagađenja	Prihvatljivi su mirisi i buka karakteristični za tradicionalnu poljoprivrednu proizvodnju
Autentičnost smještajnog objekta i ambijenta	-
Gostoljubivost - osobna briga domaćina o gostu	-
Mali kapacitet smještajne jedinice	Gornji limit kapaciteta je 40 kreveta ako nije zakonski određen ili propisan internom standardizacijom članice
Poštivanje propisanih kriterija u ocjenjivanju	Poštivanje prilagođenih standarda Federacije u ocjeni kvalitete
Društvena i socijalna održivost u kontekstu multifunkcionalnih aktivnosti na ruralnom području	Primjena kriterija iz Agende 21 za turizam kada budu izrađeni
Povezanost s lokalnom zajednicom i tradicionalnom kulturom	Minimum je integracija aktivnosti u okvire zajednice iz okruženja,gosti imaju mogućnost da ostvare kontakt s lokalnom realnošću ukoliko to žele
Lokalni proizvodi i gastronomija	Dostupni u okruženju
Kultura (folklor, zanatski proizvodi, običaji, nasljeđe...)	Dostupni u okruženju
Isključujući kriteriji su: - Gradski i industrijski lokaliteti i njihova okolina	
- Područja masovnog ili izrazito razvijenog turizma - Buka, rizici/opasnosti, vidljiva ili druga zagađenje	Tipični ruralni utjecaji su prihvatljivi



Agroturizam Ferlin kraj Žminja, Istra



Agroturizam Ferlin kraj Žminja, Istra



Agroturizam Ferlin kraj Žminja, Istra

2. VIDOVI RURALNOG TURIZMA

Bez obzira na definicije seoski turizam, agroturizam i ruralni turizam specifičniji su i originalniji od ostalih vidova turizma. U prvom redu tu postoji interakcija domaćin-gost. Gost više nije samo statistički broj ili još gore, ključ od sobe, već ovdje postaje sastavni dio obitelji. Turističke usluge su personalizirane, gost se tretira kao prijatelj. Gostu je u agroturizmu na raspolaganju cjelokupni prostor domaćinstva kojeg dijeli samo s domaćinom. Postoji i kontakt s lokalnim stanovništvom, običajima, kulturom, načinom života, lokalnom gastronomijom, aktivnostima u okruženju (outdoor i posebni programi) što omogućuje originalno iskustvo i potpuni doživljaj. Smještaj je obično organiziran u ambijentalnim, tradicionalnim kućama.

No, ruralni se turizam ostvaruje u različitim oblicima u okviru kojih valja istaknuti seljački turizam (agroturizam) na seljačkim gospodarstvima i ostali oblici koji se ostvaruju na ruralnom prostoru izvan seljački gospodarstva (Ružić,2009:19).



Agroturizam Ograde kraj Pazina, Istra

Agroturistički vidovi ruralnog turizma

Kako navodi Ružić (2009:19) odmor na seljačkom gospodarstvu (registriranom obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, poljoprivrednom obrtu, poljoprivrednom trgovačkom društvu d.o.o. ili d.d.) s korištenjem usluge smještaja, prehrane, pića, zabave, rekreacije i dr. u obiteljskim zgradama ili drugim smještajnim objektima (kamp, pansion, hotel) u okviru seljačkog gospodarstva naziva se **seljački ili agroturizam**.

S obzirom na usluge može se govoriti o sljedećim oblicima agroturizma:

- ✧ oni u kojim se pružaju samo usluge prehrane (objekti-restorani uređeni i opremljeni u skladu s tradicionalnom arhitekturom),
- ✧ oni u kojima se pružaju samo usluge smještaja (ruralna kuća tradicionalne arhitekture, obiteljski

ruralni hotel, ruralne sobe i apartmani tradicionalne arhitekture, ruralne sobe i apartmani nove arhitekture) i

❖ oni u kojima se pružaju usluge smještaja i prehrane.



Agroturizam Ograde kraj Pazina, Istra

Prema objektima može se govoriti o oblicima kao što su:

- ❖ odmor u ruralnoj kući tradicionalne arhitekture,
- ❖ odmor u obiteljskom ruralnom hotelu,
- ❖ odmor u ruralnim sobama i apartmanima tradicionalne arhitekture,
- ❖ odmor u ruralnim sobama i apartmanima nove arhitekture,
- ❖ odmor na poljoprivrednom gospodarstvu s eko ponudom.



Agroturizam Ograde kraj Pazina, Istra

S aspekta objedinjenosti objekta za pružanje agroturističkih usluga može se govoriti i o difuznom obliku smještaja ili raspršenih kuća za turističke svrhe.



Opuštanje u prirodi, Lonjsko polje

Ostali vidovi turizma na ruralnom prostoru

Možemo navesti i sljedeće vidove ruralnog turizma (Ružić, 2009:21):

- ✧ **Rezidencijalni turizam** (sporedno stanovanje gradskih stanovnika u dane vikenda, blagdana, godišnjeg odmora u vlastitim objektima (vikendicama))
- ✧ **Zavičajni (nostalgični) turizam** (temelji se na osobnoj vezi pojedinaca i određenih mjesta i krajeva – zavičaja)
- ✧ **Sportsko-rekreacijski turizam** (vid turizma koji se temelji na sportsko zabavnim aktivnostima u prirodi, poput: šetanja, jahanja, trčanja itd.)
- ✧ **Avanturistički turizam** (rekreacijski turizam kojemu je temelj rekreacija uz mnogo rizika i uzbuđenja uz veliku fizičku i tjelesnu pripremljenost sudionika)
- ✧ **Zdravstveni turizam** (vezan uz termalno-mineralna vrela, ljekovita blata i planinske predjele)
- ✧ **Kulturni i vjerski turizam** (temelji se na brojnim spomenicima, galerijama, muzejima i kulturnim manifestacijama)
- ✧ **Lovni i ribolovni turizam**
- ✧ **Gastronomski i vinski turizam**
- ✧ **Prirodi bliski i ekoturizam** (turisti se sve više zanimaju za prirodu, posebice ekološki čistu, posebno su zanimljivi: nacionalni parkovi, parkovi prirode, zaštićene vrste itd.)
- ✧ **Edukacijski turizam** (vid turizma koji se temelji na programu upoznavanja polaznika sa značajkama ruralnog prostora, stjecanja životnog iskustva za vrijeme boravka u prirodi i druge spoznaje u svezi s ruralnim prostorom.)
- ✧ **Tranzitni turizam** (predstavlja vid turizma u kojem turisti iz različitih razloga putuju kroz ruralni

prostor)

- ✧ **Kamping turizam** (seoski turizam uz kampiranje)
- ✧ **Nautički turizam** (razvija se na jezerima, rijekama i kanalima)
- ✧ **Difuzni oblik smještaja u ruralnim prostorima**
- ✧ **Mješoviti i ostali oblici ruralnog turizma** (foto-safari, birdwatching, praćenje divljih životinja po travgovima, traženje njihova staništa, traženje i promatranje gnijezda itd.)



Krapje - selo graditeljske baštine, Lonjsko polje



Seosko domaćinstvo obitelji Ravlić, Lonjsko polje

3. PRETPOSTAVKE I ČIMBENICI RAZVOJA RURALNOG TURIZMA

Valja navesti da je **pretpostavki razvoja ruralnog turizma** mnogo, relevantni autori poput Ružić, P. , ističu značajnije poput:

a) Atraktivnosti lokacije



Panorama krasnarske doline

komforta poput: opskrbe vodom, strujom, telefonom, blizinu trgovine, liječnika i sl.

b) Uređenost seljačkog turističkog gospodarstva i objekta za ostale oblike ruralnog turizma



Posavski specijalitet - šaran na rašljama

Neki od značajnijih elemenata koji ukazuju na atraktivnost kraja su primjerice čisti zrak, čista voda, zdrava klima, očuvana okolina (prirodno i kulturno nasljeđe). Također je važna sloboda kretanja u prirodi radi rekreacije i razgledavanja znamenitosti i/ili zanimljivosti. Vode i planine također su važan element atraktivnosti prostora. Rijeke i jezera pa čak i mora u slučajevima zabačenih primorskih sela, zatim planinski predjeli, omogućuju, šetnje, ribolov, penjanje, vožnju biciklom i sl. Dodatna je atraktivnost prostora prisutna ukoliko postoje dvorci, crkve, muzeji itd. Održavanje različitih manifestacija utječe pozitivno na atraktivnost seljačkog gospodarstva. Upoznavanje sa starim obrtima (lončarstvo, tkanje, pletenje, slikanje) interesantno je za turiste. Turisti uz netaknutu prirodu i ruralnu arhitekturu traže i minimum

Pri uređenju seljačkog gospodarstva mora se voditi brigu o nizu detalja tako primjerice treba osigurati adekvatan prilaz, treba osigurati dovoljno mjesta za parkiranje u hladu i to na mjestu u kojem se ne remeti mir ostalih gostiju. Kod uređenja treba voditi računa o djeci, osiguravši im dovoljno prostora i sadržaja za igru. Svakako je poželjno da seljačko gospodarstvo sadrži i druge sadržaje poput: mjesta za sjedenje u prirodi na otvorenom, livade za odmaranje, mjesto za roštilj, klupa sa stolom pod krošnjom itd. Važno je također održavanje reda, osvjetljenje i izbjegavanje

držanja opasnih životinja.

c) Atraktivnost ponude seljačkog i ostalih oblika ruralnog turizma



Proizvodnja krasnarskog sira

Pored usluga poput spavanja (noćenja), prehrane i pića te kupnje poljoprivrednih proizvoda i prerađevina te suvenira i njihovih kombinacija turisti traže i druge usluge. Turisti traže i mogućnost uključivanja u poljoprivredne poslove gospodarstva (berba maslina, grožđa i sl.), korištenje dvorišta ili imanja za sportske i druge aktivnosti i slično. Turistima treba omogućiti bolji kontakt sa prirodom, domaćini se trebaju osobno i adekvatno brinuti o gostima. U ponudi trebaju biti zastupljeni domaći specijaliteti, na svakom se koraku mora osjetiti seoski ugođaj a djeca trebaju također imati mogućnost upoznavanja i razvijanja prijateljstva prema životinjama.

d) Zakonska osnova poslovanja seljačkog i ostalih oblika ruralnog turizma



Domaći lički specijaliteti - police i slanina

Pružanje ugostiteljskih usluga na seljačkom turističkom gospodarstvu regulirano je zakonskom osnovom. U Republici Hrvatskoj pružanje ugostiteljskih i turističkih usluga regulirano je Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 48/95.), Zakonom o turističkoj djelatnosti (NN 8/96.), Pravilnikom o obliku, sadržaju i načinu vođenja knjige gostiju i popisa gostiju (NN 14/96.), Pravilnikom o postupku prijave i odjave turista i načinu vođenja popisa turista (NN 45/94.), Pravilnikom o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata (NN 57/95.), te Pravilnikom o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu.

e) Ostale pretpostavke razvoja ruralnog turizma



Uz sve prethodno navedeno za razvoj ruralnog turizma nužno je osigurati i dodatne pretpostavke poput: organizacijske, raspolaganje zemljištem, prostorne, razvojne, infrastrukturne, stručno-dokumentacijske, edukacijske, financijske, porezne, promidžbene, zaštite okoliša i dr.

Krave na paši

Čimbenici koji pogoduju razvoju ruralnog turizma su:

- ◆ Čimbenici potražnje
- ◆ Čimbenici ponude

Čimbenici potražnje dijele se na (Ružić, 2009:51):

a) Objektivni čimbenici potražnje:

- a.1 Radna i životna sredina. Razvoj tehnike i tehnologije te novi savršeniji način proizvodnje utjecao je na ubranu industrijalizaciju te koncentraciju stanovništva i nastajanje velikih gradova (urbanizacija). Takve su sredine bučne, vruće, sa većim količinama smoga i smrada. Pojavljuje se stres. Također, valja naglasiti da postoji pozitivan utjecaj razvoja koji se primjerice očituje u potrebi i navici čovjeka u svezi s turističkom rekreacijom.
- a.2 Prirodni ambijent. Čovjeku počinje nedostajati prirodan ambijent i postaje željan dodira s prirodom, taj mu dodir omogućuje turizam.
- a.3 Slobodno vrijeme. Kada se čovjek izborio za slobodno vrijeme i za plaćeno slobodno vrijeme te skraćenje radnog tjedna i dana, stvorene su mogućnosti za različite oblike odmora.
- a.4 Slobodna financijska sredstva. Kada podmiri osnovne životne potrebe te mu ostane slobodnih sredstava za turističke potrebe tada čovjek postaje turist potrošač.
- a.5 Ostali objektivni čimbenici potražnje. Tu možemo ubrojiti brojne pogodnosti i povlastice koje ustanovljava

država, velika poduzeća a odnosi se na državne praznike, posebne tarife i popuste koje daju prometna i ugostiteljska poduzeća za grupe, djecu i sl.

b) Subjektivni čimbenici potražnje

Pod tim pojmom podrazumijevamo subjektivno ponašanje pojedinca, kojima se pojačava djelovanje objektivnih čimbenika. Od čovjeka i njegovog subjektivnog ponašanja ovisi hoće li odlučiti svoje vrijeme i novac iskoristiti na turistički način. Važan pokretački čimbenik potražnje mogu također biti moda i oponašanje. Prestiž, snobizam, ljubav i hodočašća mogu biti neke od čovjekovih reakcija koje potiču turistička kretanja.



Sušenje sijena na tradicionalan način

Čimbenici ponude dijele se na tri osnovne skupine (Ružić, 2009:51):

a) Prirodne privlačnosti:

- a.1 Klima. Ovisno o klimi razvijaju se i pojedini vidovi turizma. Umjerena i topla klima pogodna je za razvoj boravišnog turizma, planinska klima sa obilnim padalinama pogoduje razvoju skijališnog turizma itd. U zemljama sa mediteranskom klimom moguće je privući turističku potražnju i izvan glavne ljetne sezone. Za turističku privlačnost nekog područja veliku važnost imaju godišnji raspored padalina i broj sunčanih sati.
- a.2 Hydrografski elementi. U te se elemente uključuju mora, jezera, tekućice, vrela i ledenjaci.
- a.3 Reljef. Snažno utječe na atraktivnost destinacije. Svojim različitim oblicima predjela utječe na klimu, biljni i životinjski svijet, na raspored stanovništva i na način života u pojedinim geografskim sredinama.

- a.4 Biljni i životinjski svijet Bogatstvo divljači u šumama, riba u vodama, ne samo da uljepšavaju i čine kraj interesantnim, već stvaraju mogućnost za lov i ribolov, proučavanje, slikanje, brigu za njihovo preživljavanje i druge aktivnosti sa životinjama.
- a.5 Prirodne rijetkosti. Prirodne rijetkosti mogu biti nematerijalnog i materijalnog karaktera te su važne atrakcije gdje god se pojavljuju. U prirodne rijetkosti nematerijalnog karaktera ubrajaju se primjerice fatamorgana, polarna svjetlost i sl. Prirodne rijetkosti materijalne prirode su primjerice slapovi, kanjoni, gejziri, spilje, vulkani i dr. Često su i čitavi kompleksi žive i nežive prirode atrakcije prostora, vrlo se često ti kompleksi stavljaju pod režimom zaštite i to kao: zaštićena prirodna područja, rezervati, parkovi. To su primjerice: Yellowstone u SAD-u, Krugerov park u Africi, Plitivčka jezera, Brijuni, Paklenica u Hrvatskoj.
- a.6 Poljoprivreda. U ruralnom je području poljoprivreda važan pokretač razvoja turizma. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva su najznačajniji nositelji poljoprivrede, najbrojniji su, te posjeduju velik dio poljoprivrednog zemljišta. OPG su interesantna za razvoj svih oblika turizma u ruralnom prostoru, posebno ako imaju uređeno i veće gospodarstvo, te ako imaju gospodarske i stambene zgrade i razvijenu poljoprivrednu proizvodnju sa više članova kućanstva, mlađe dobi i bolje obrazovne strukture.
- a.7 Ekološka poljoprivreda. Od razvoja ekološke poljoprivrede i njenog uključivanja u turizam mogu se ostvariti brojni ekonomski-financijski, sociološki, demografski i drugi učinci. U koncept održivog razvoja uklapa se ekološka poljoprivreda kojoj je svrha proizvodnja zdrave hrane odnosno proizvodnja hrane bez upotrebe herbicida, pesticida i drugih kemijskih sredstava. Na prostoru Hrvatske ispunjeni su temeljni uvjeti za razvoj eko poljoprivrede, osim toga postoje mogućnosti različite poljoprivredne proizvodnje i prerade, a u koje se mogu uključiti ribarstvo, marikultura, poljoprivreda i prerada poljoprivrednih proizvoda.



Obnovljene mlinice na Gacki, Sinac

b) Društvene privlačnosti ruralnog turističkog odredišta:

- b.1 Spomenici kulture. U tu kategoriju ubrajamo pokretne i nepokretne predmete sačuvane iz prošlosti. Nepokretnom se smatraju spomenici koji se ne mogu slobodno premještati kao što su: građevine, kipovi, zidine. Pokretni su oni spomenici koji se mogu premještati kao npr: slike, namještaj, oružje, manji kipovi i sl. U spomenike kulture ubrajaju se: arheološke, dvorce, zamke, utvrde, crkve, samostani, gradske zidine, kipove, spomenike antifašističke i oslobodilačke borbe, povijesni parkovi i sl.
- b.2 Pučka kultura. Pučka se kultura materijalizira u folkloru žitelja ruralnog područja. Uključuje odijevanje (nošnje), ples, pjevanje, glazbu, stare običaje, zanate, način stanovanja i prehranu stanovnika.
- b.3 Stanovanje i prehrana. Stanovanje kao sastavni dio kulture ruralne sredine važan je element atraktivnosti. Stanovanje na poljoprivrednim gospodarstvima uređeno je iz dva dijela: za stanovanje i gospodarstvo. U pravilu razmještaj zgrada na gospodarstvu se sastojao od jedne zgrade u prednjem dijelu za stanovanje, a u stražnjem su smještene gospodarske. Svaki dio zgrade ima zaseban ulaz.
- b.4 Pučki običaji. Navike, običaji i vjerovanje su povezani sa životom na selu i mogu se promatrati sa tri osnovna gledišta: **običaji povezani s obitelji** (rođenje, vjenčanje, pogreb...), **običaji i obredi povezani s poljoprivredom** (kod oranja se polje zalijeva vodom da bi cijelu godinu bilo vlažno, sije samo u određene dane, lune, kod branja uroda izrađuju se vijenci od žitarica i poljskog cvijeća itd.), **kalendarski običaji** (mesopust, Uskrs, Božić itd.).
- b.5 Pučke igre. Sastavni su dio pučke kulture. Neke su od pučkih igara: Pjočkat, trije, šćinke, patrikat, pikapat, skakanje preko konopa, briškula, trešete, škopa, mora, boćanje itd.
- b.6 Pučko stvaralaštvo. U današnje vrijeme koje je označeno kao doba tehnike, ljude očarava jednostavna ljepota predmeta koje su proizveli prethodnici, kao npr. igračke, alati, namještaj i ukrašavanje životne okoline. Povijesne vrijednosti tih predmeta svjestan je dobar dio ljudi koji ih čuvaju u kućama i vikendicama kao ukrase interijera i sjećanje na prošla vremena (Ružić, 2009:88).
- b.7 Poljoprivredni radovi i alati. Oba imaju značajnu ulogu u ponudi ruralnog turizma. Naime, turisti se mogu uključiti u same poljoprivredne radove (berba grožđa, maslina, žetva i sl.) ili se turistima mogu pokazivati stari, tradicionalni alati za rad u poljoprivredi, uz pojašnjenja o njihovu korištenju.
- b.8 Kulturne ustanove i priredbe. Ustanove su institucije koje organiziraju priredbe a priredbe su razne kulturne i druge aktivnosti. Turisti žele dok su na odmoru, uz rekreaciju, svoje slobodno vrijeme iskoristiti za upoznavanje ljudi i običaja sredine u kojoj trenutno borave.

b.9 Zabavne, sportske i gospodarske priredbe. Svjetske izložbe ili borbe bikova u Španjolskoj, karnevali ili slično priredbe su koje privlače veliki broj turista.



Seosko domaćinstvo u Štajerskoj, Austria

c) Prometna povezanost

- c.1 Prometna povezanost s mjestom turističkog boravka. Da bi turisti stigli do destinacije moraju koristiti adekvatne usluge kopnenog, zračnog i vodenog prijevoza.
- c.2 Prometna povezanost u turističkoj destinaciji. U turističkoj destinaciji promet se odvija između mjesta, naselja, ali isto tako i između objekata za smještaj, prehranu, zabavu, rekreaciju turista. Osim internog prijevoza u destinaciji moraju se organizirati i drugi oblici koji imaju rekreativno-zabavni karakter, u što se uključuje: planinarske staze i putovi, hodočasnički putovi, pješački putovi, biciklistički putovi, zeleni putovi, konjičke staze, vinske ceste, kulturni putovi, putovi baštine, školske poučne staze, turistički vlak i dr.

Ponuda ruralnim turistima nudi se u objektima za pružanje usluga smještaja, prehrane i pića. Uređena kamena kuća jedan je od tipičnih objekata za smještaj u ruralnom prostoru. Za pružanje usluge hrane i pića služi lijepo uređena poznata istarska konoba. Osim u tipičnoj kamenoj kući i konobi, ponuda smještaja i prehrane mogu se ponuditi ruralnim gostima i u drugim objektima izgrađenim na ruralnom prostoru. Objekti za smještaj razlikuju se po određenim tehničkim i arhitektonskim značajkama, po veličini i načinu vršenja usluge. Za te objekte propisani su uvjeti koje moraju ispunjavati određene vrste objekata. To je propisano određenim normama o kategorizaciji, koja se u pravilu temelje na tehničkim, odnosno zahtjevima o broju i kvaliteti prostorija,

uređaja i opreme. Svrha kategorizacije jest da informira potencijalnog posjetitelja o tehničkoj kvaliteti objekta koji mu se nudi, a s druge strane da obaveže ponuđača na održavanje kvalitete i prilagođavanje razine usluga stečenoj kategoriji (opširni citat: Ružić, 2009:100)

Osim navedenog pod pojmom ponude mogu se uključiti primjerice različite jednodnevne aktivnosti kao pješačenje, ribolov, splavarenje itd.

Ruralni turizam ostvaruje višestruke učinke. Ekonomski se učinci očitavaju u povećanju proizvodnje i prihoda u ruralnoj sredini te povezano s time povećane investicije i zapošljavanje novih zaposlenika. Neekonomski učinci mogu biti primjerice: oblikovanje životnog prostora, njega krajolika, očuvanje identiteta, očuvanje starih građevina, uređenje vrtova i dvorišta, korištenje putova u rekreacijske svrhe itd.



Edukativne radionice za djecu



Tkalački stan

4. MARKETINŠKO UPRAVLJANJE I RURALNI TURIZAM

Apsolutno je jasno da nastup na turističkom tržištu zahtijeva adekvatan pristup. Marketing, kao dvosmjerni komunikacijski proces, podrazumijeva razmjenu odnosno odašiljanje ili primanje informacija. Primjena marketinga u turizmu razlikuje se od primjene u drugim djelatnostima ili područjima zbog specifičnosti turističkog tržišta, naime u turizmu se prodaje i ono što nema karakter proizvoda ili usluge. Poput primjerice prirodnih ljepota, plaža, netaknute prirode, kulturne znamenitosti i slično odnosno različitih pogodnosti koje pruža određeno područje, te su često osnovni motiv dolaska turista.

Uspješan marketinški pristup u ruralnom turizmu postiže se dobrim marketing planom, poznavanjem i uvažavanjem turističkih trendova, definiranjem krajnjih ciljeva, te definiranjem mjera za postizanjem ciljeva i zadovoljenje potreba turista.



Tradicionalna posavska narodna nošnja

Kako navodi P. Ružić (2009:119) marketinško planiranje temelji se na brojnim pitanjima od kojih se izdvajaju sljedeća:

- ✧ Kojim grupama posjetitelja je namijenjena ponuda?
- ✧ Je li ponuda dovoljno dobra da bi mogla privući goste?
- ✧ Razlikuje li se postojeća ponuda od konkurencijske?
- ✧ Da li su u ponudi zastupljeni najnoviji trendovi u turizmu?
- ✧ Prodaje li se proizvod sa dobro izračunatom cijenom?

Za stvaranje ispravnog marketinškog koncepta preporučuje se sljedeći postupak (Ružić, 2009:119):

1. Korak

SADAŠNJE STANJE

Gdje je (poduzetnik) – situacija u agroturističkom gospodarstvu danas?

- ✧ Jaka strana
- ✧ Slaba strana
- ✧ Ekonomski značaj agroturizma
- ✧ Položaj i okolina

2. Korak

TRENDOVI

Kuda ide razvoj?

- ✧ Razvoj turizma općenito
- ✧ Razvoj značajnih segmenata tržišta
- ✧ Upoznavanje sa željama gostiju

3. Korak

CILJ, PROJEKT

Što se želi dostići?

- ✧ Koje se usluge može ili želi ponuditi
- ✧ Koje goste se želi zainteresirati
- ✧ Što je glavna koncepcija, ideja

4. Korak

MARKETINŠKI INSTRUMENTI

Što treba napraviti?

- ✧ Izrada ponude
- ✧ Politika cijena
- ✧ Reklama
- ✧ prodaja

Da bi se dobila slika o sadašnjoj situaciji treba odgovoriti na sljedeća pitanja (Ružić, 2009:120):

- ✧ koliko je soba ili kreveta na raspolaganju? U kojem se vremenskom razdoblju može očekivati posjetitelje i kakvo se iskorištenje soba može očekivati?
- ✧ Tko se iz poljoprivrednog turističkog gospodarstva namjerava brinuti o gostima, spremanju soba, prehrani i dopunskom programu?

- ✧ Odgovara li briga o gostu osobnom interesu voditelja poljoprivrednog turističkog gospodarstva i interesu obitelji? Mogu li se s time spojiti osobni hobi i interesi?

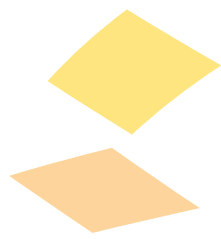


Agroturizam Pod Čripnjom kraj Sv. Petra u šumi, Istra

Za ukupno ocjenjivanje jakih i slabih strana Ružić (2009:120) preporuča raspon ocjene od 1-5 za svaki element ili izdvojiti jake i slabe strane. U tom smislu ocjenjuje se:

- ✧ Položaj i okolica poljoprivrednog turističkog gospodarstva
- ✧ Prijevozna pristupačnost
- ✧ Općeniti izgled poljoprivrednog turističkog gospodarstva
- ✧ Oprema soba
- ✧ Čista i zdrava okolina

Iz navedene analize mogu se saznati posebnosti obiteljskog poljoprivrednog turističkog gospodarstva. Izdvojiti se mogu 3-5 najvažnijih jakih strana s kojima se poljoprivredno turističko gospodarstvo razlikuje od ostalih. Ove izdvojene posebnosti su glavni argumenti za reklamu i pridobivanje klijenata.



Agroturizam Pod Čripnjom kraj Sv. Petra u šumi, Istra

Za upoznavanje trendova potrebno je imati niz informacija iz raznih izvora, tako je primjerice jednostavno dobiti informacije od posjetitelja poljoprivrednih turističkih gospodarstva. Rangiranjem i vrednovanjem dobivenih informacija može se poboljšati usluga i eventualno izbjeći moguće investicije za koje se prethodno smatralo da su neophodne. Dakle, najpraktičnije je anketiranje gostiju uz pomoć unaprijed pripremljenih upitnika, poput:

- ✧ Tko vas je uputio na naše poljoprivredno turističko gospodarstvo?
- ✧ Kako ocjenjujete naše gospodarstvo?
- ✧ Što je najljepše što ste doživjeli?
- ✧ Demografski podaci



Agroturizam Pod Čripnjom kraj Sv. Petra u šumi, Istra

Činjenica je da najnovija istraživanja pokazuju da je interes turista za prirodu u usponu, posebice ekološki čistu, nadalje, vrlo su traženi domaći poljoprivredni proizvodi a turisti pokazuju i interes za upoznavanje kulture, običaje i način življenja domicilnog stanovništva i drugih kultura osobito tijekom njihova godišnjeg odmora.

Poduzetnici u ruralnom turizmu ne nude samo slobodne sobe ili apartmane, nego poseban boravak s ugođajem na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima (Ružić,2009:126).

Dobra reklama i prodajna strategija nužna je u svrhu prodaje ruralnog turističkog proizvoda kao jednog od najkompleksnijih proizvoda. Prodaja u ruralnom turizmu može biti direktna ili indirektna, ovisno da li je organizirana osobno ili preko turističke agencije.



Ponuda suvenira kao dodatni izvor prihoda



Turisti često traže autohtonu hranu

5. INOZEMNA ISKUSTVA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA

U nastavku se ukratko navode neka od iskustva susjednih zemalja prema Ružić (2009:144).

Austrijska iskustva

Ruralni turizmu u Austriji razvio se kao potreba dopunske zarade poljoprivrednika. U Austriji se još davne 1960. godine prošlog stoljeća počelo s adaptacijom starih seljačkih kuća, kako bi se moglo primiti goste na smještaj, tako je stvorena dopunska djelatnost.

Slovenska iskustva

Ruralni turizam u Sloveniji počeo se razvijati početkom 70-ih godina prošlog stoljeća. U početku je taj razvoj bio sporiji, danas je intenziviran potrebom ostvarivanja dodatnih prihoda na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima i općenito u seoskoj sredini.

Njemačka iskustva

U Njemačkoj je ruralni turizam razvijen u Bavarskoj gdje je najviše planinskih terena u odnosu na ostali dio Njemačke. Dobre uvjete za razvoj ruralnog turizma u Bavarskoj stvaraju sami poduzetnici kroz takmičenje općina za poboljšanje životnih uvjeta.

Švicarska iskustva

Više od 40% svih poljoprivrednih poduzeća u Švicarskoj nalazi se u planinskim predjelima. Ta činjenica omogućuje dobrom dijelu stanovništva egzistiranje prihodima od poljoprivrede i turizma.



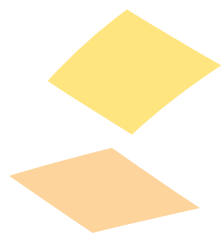
Agroturizam u planinskom naselju, Portugal



Bickliranje u prirodi je sve popularnije



Turisti u šetnji obroncima Velebita



Ova publikacija izrađena je uz pomoć Europske unije. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost Grada Senja i ni na koji se način ne može smatrati da odražava gledišta Europske unije.

This publication has been produced with the assistance of the European Union. The contents of this publication are the sole responsibility of the Town of Senj and can in no way be taken to reflect the views of the European Union.



Ovaj projekt se financira sredstvima Europske unije /
This project is funded by the European Union