

# Održivosti i buduće perspektive razvoja ruralnog turizma Požeško-slavonske županije

---

**Bašić Palković, Melita**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2018**

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:151:528644>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-08-25**



Sveučilište Josipa Jurja  
Strossmayera u Osijeku

**Fakultet  
agrobiotehničkih  
znanosti Osijek**

*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek - Repository of the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

**POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU**

Melita Bašić Palković, apsolvent

Sveučilišni diplomski studij

Smjer Agroekonomika

**ODRŽIVOSTI I BUDUĆE PERSPEKTIVE RAZVOJA  
RURALNOG TURIZMA POŽEŠKO-SLAVONSKE ŽUPANIJE**

**Diplomski rad**

Osijek, 2018.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

**POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU**

Melita Bašić Palković, apsolvent

Sveučilišni diplomski studij

Smjer Agroekonomika

**ODRŽIVOSTI I BUDUĆE PERSPEKTIVE RAZVOJA  
RURALNOG TURIZMA POŽEŠKO-SLAVONSKE ŽUPANIJE**

**Diplomski rad**

Povjerenstvo za ocjenu i obranu diplomskog rada:

1. prof. dr. sc. Jadranka Deže, predsjednik
2. izv. prof. dr. sc. Tihana Sudarić, voditelj
3. dr. sc. Jelena Kristić, član

Osijek, 2018.

## SAŽETAK

1. UVOD.....	1
2. PREGLED LITERATURE.....	2
3. RURALNI TURIZAM.....	5
3.1. Oblici ruralnog turizma.....	7
3.2. Ruralni turizam u Hrvatskoj .....	9
4. POŽEŠKO-SLAVONSKA ŽUPANIJA .....	10
4.1. Fizičko-geografske značajke.....	10
4.2. Naselja i naseljenost.....	11
4.3. Klimatske značajke .....	11
4.4. Demografska obilježja .....	12
4.5. Atrakcije.....	13
5. IZVORI PODATAKA I METODE RADA .....	19
5.1. Cilj .....	19
5.2. Metodologija.....	19
5.3. Rezultati i analiza.....	20
6. ZAKLJUČAK.....	26
7. POPIS LITERATURE.....	28
8. SAŽETAK.....	29
9. SUMMARY .....	30
10. PRILOZI.....	31
11. POPIS SLIKA .....	38
12. POPIS GRAFIKONA.....	40
TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA .....	41
BASIC DOCUMENTATION CARD .....	42

## 1. UVOD

Požeško–slavonska županija ubraja se u red manjih županija u Republici Hrvatskoj s površinom od 1.815 četvornih kilometara i nešto više od 85.800 stanovnika. Riječ je o županiji koja razbija uobičajenu predodžbu o ravnoj Slavoniji, s obzirom na to da se ovdje na relativno malom prostoru, uz ravnice s plodnim njivama, nalaze i planine i gore čija podnožja, pak, krase nadaleko poznati vinogradi, dok su viši dijelovi uglavnom pod šumom. Požeško-slavonska županija sastoji se od dviju prostorno odvojenih cjelina – Požeške kotline te Pakračko-lipičkog kraja. Požeško–slavonska županija ima dugu povijest. Čovjek ovdje obitava od najstarijih vremena, o čemu svjedoče brojni arheološki nalazi. U rimsko doba Požeška kotlina imala je naziv „Valis aurea” – Zlatna dolina. Od srednjeg vijeka možemo pouzdano pratiti pisanu povijest županije, koja se po prvi put spominje 1210. godine.

Požega se spominje 1227. godine kao utvrda i sjedište županije. Bila je jedan od najvažnijih gradova srednjovjekovne Slavonije. Uz Požegu, važna mjesta u to vrijeme bili su: Kaptol, Kutjevo, Pleternica, Velika i Pakrac, u kojem je jedno vrijeme bila kovaonica novca (banovac).

U vrijeme 150-ogodišnje osmanlijske vladavine, Požega je sjedište sandžaka koji je obuhvaćao veliki dio Slavonije, dok je Pakrac kraće vrijeme također bio sjedište sandžaka. Nakon izгона Turaka, sredinom XVIII. stoljeća dolazi do obnove Požeške županije, koja obuhvaća znatno veći prostor od srednjovjekovne županije, a Požega dobiva status slobodnog i kraljevskog grada. Kao važno kulturno, prosvjetno, gospodarsko i vjersko središte, Požega u XIX. stojeću nosi laskavu titulu „Slavonska Atena”. Stoga, bogatom poviješću i kulturom, Požeško-slavonska županija svakako zaslužuje više pozornosti.

Cilj ovog rada identificirati je osnovnu problematiku, održivost i buduće perspektive razvoja ruralnog turizma Požeško-slavonske županije. Rad je koncipiran teoretskim dijelom koji definira pojam ruralnog turizma, opisuje osnovne značajke ruralnosti i atraktivnosti Požeško-slavonske županije. Rad obuhvaća i empirijsko istraživanje provedeno u Požeško-slavonskoj županiji kojim je opisano trenutačno stanje ruralnog turizma u Hrvatskoj.

## 2. PREGLED LITERATURE

Atraktivnost ruralnog turizma Požeško-slavonske županije u hrvatskoj stručnoj i znanstvenoj literaturi dosad je nedovoljno istražena. Ovdje će biti predstavljeni relevantni radovi koji su korišteni za istraživanje navedene problematike. Kroz rad se vidi nekoliko definiranja ruralnog područja, ruralnog turizma, diverzifikacije. Lukić u svom djelu: „*Turizam na seljačkim gospodarstvima u Hrvatskoj*“ navodi kako ruralni prostori svijeta i Hrvatske doživljavaju transformaciju. Regionalne raznolikosti i nejednakosti tog procesa su velike. Trend diverzifikacije gospodarskih djelatnosti u ruralnim prostorima sve je izraženiji i prisutniji i postaje gotovo univerzalan proces. Turizam je jedna od djelatnosti koja može imati značajan utjecaj na ekonomsku, socijalnu, funkcionalnu i fiziognomsku strukturu ruralnog prostora. Uloga turizma kao pokretača i transformatora u obnovi ruralnog prostora dokazana je u brojnim europskim državama. Turizam je i djelatnost koja će imati sve zapaženiju ulogu u stvaranju nacionalnog dohotka u 21. stoljeću. U definiranju pojma ruralnog turizma Ružić ističe pojam ruralnog prostora, odnosno njegova fizička i socio-kulturna obilježja pa je prema njemu to vrsta turizma razvijena na prostoru izvan gradskih središta za koje je karakteristično obilje prirodnih i društvenih posebnosti, na kojem živi mali broj stanovnika s dominantnim korištenjem zemljišta za poljoprivrednu proizvodnju i na kojem su društvena struktura i običaji dijelom sačuvani. Isti autor dalje navodi o ruralnom turizmu kako je to skupni naziv za različite aktivnosti i oblike turizma koji se razvijaju u ruralnom prostoru. On zadire u dva gospodarska sektora, turizam i poljoprivredu, koji zajedno oblikuju specifičnu turističku ponudu, koja se može ostvariti unutar seljačkog gospodarstva ili u seoskoj sredini. Određen je prirodnim i kulturnim resursima koji se nalaze na ruralnim područjima, a oni predstavljaju dobar temelj za ruralni razvoj. Premda još uvijek u sjeni maritimnog turizma, u posljednje vrijeme ruralnom turizmu počinje se posvećivati sve veća pozornost jer ruralni prostor Hrvatske zauzima oko 90% njezine površine, što je ogromni potencijal za razvoj ruralnog turizma.

Od radova u kojima se obrazlaže i tumači atraktivnost ruralnog turizma izdvajaju se radovi autora Kušen E., Ružić P., Demonja D., Baćac R. U knjizi *Klasifikacija turističkih atrakcija* (Kušen, 2002.) predlaže izvorni koncept funkcionalne klasifikacije mogućih i stvarnih turističkih atrakcija u funkciji planiranja održivog razvoja turizma te zaštite prostora i okoliša. Govori o „novom turizmu“ i objašnjava koje su turističke atrakcije u njegovu svrhu potrebne.

Iznosi klasifikaciju turističkih atrakcija, nove trendove u turizmu i ukazuje na njihovu važnost. U knjizi *Turizam i rekreacija* (Kušen, 2007.) obrazlaže zašto turisti posjećuju mjesta u kojima postoje turističke atrakcije, zašto su turističke atrakcije osnovica razvoja turizma, navodeći osnovnu funkcionalnu klasifikaciju turističkih atrakcija. Iznosi pojmovno objašnjenje ruralnog turizma, njegovu problematiku te uvjete turističke atraktivnosti kraja. Autori Ružić P., Demonja D., (2013.) u djelu *Prirodna i antropogena osnova turizma Hrvatske* istražuju ruralni turizam Hrvatske s aspekta njegovih prirodnih i društvenih razvojnih posebnosti, iznoseći da su one temeljne atraktivnosti ključne za razvoj ruralnog turizma. Uz navedeno, daju povijesni prikaz razvoja ruralnog turizma u Hrvatskoj. Demonja D., Baćac R. (2012.) u knjizi *Baština i tradicija u oblikovanju turističke ponude na ruralnom prostoru Hrvatske* ističu da su tradicija i baština temelji seoskog turizma, navodeći da u današnje vrijeme ruralni turizam u Hrvatskoj dobiva na osobitoj važnosti, jer je jedna od njegovih ključnih uloga očuvanje tradicije, na način da ju kreativno primjenjuje. Temelje se na ulozi tradicijskog graditeljstva u oblikovanju turističke ponude ruralnog područja, odnosno prezentaciji graditeljske baštine i njezinih osnovnih dijelova, prije svega atraktivnosti seljačkog gospodarstva.

U radu se također analizira postojeće stanje ruralnog turizma u Hrvatskoj te se utvrđuju mogućnosti i smjernice njegovog razvoja kroz diverzifikaciju proizvoda. Istraživanje je pokazalo da ruralni turizam u Hrvatskoj zaostaje za kupališno-odmorišnim turizmom primorske Hrvatske, kao i da se nedovoljno koriste brojni i raznoliki prirodni i društveni resursi kojima kontinentalni dio Hrvatske obiluje. Dosadašnji razvoj ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj bio je uglavnom prepušten individualnoj poduzetničkoj inicijativi i oskudnim izvorima financiranja pa se razvila neujednačena turistička ruralna ponuda temeljena na različitim vrstama i specifičnim oblicima turizma. Rastuća globalizacija tržišta i industrije pred poduzeća stavlja brojne izazove zbog čega su ona primorana pronaći nove strategije uz pomoć kojih će opstati na tržištu. Sudarić u svojoj disertaciji konstatira kako diverzifikacija gospodarskih aktivnosti u funkciji cjelovitog ruralnog razvitka ima za cilj ne samo povezati ruralni prostor sa urbanim već integrirati ruralni prostor u cjelokupnu nacionalnu ekonomiju, odnosno poticanje gospodarskih aktivnosti u ruralnom prostoru reflektirat će se kroz viši stupanj konkurentnosti ključnih ruralnih sektora kao i stvaranje uvjeta za komatibilniji pristup Europskoj uniji.

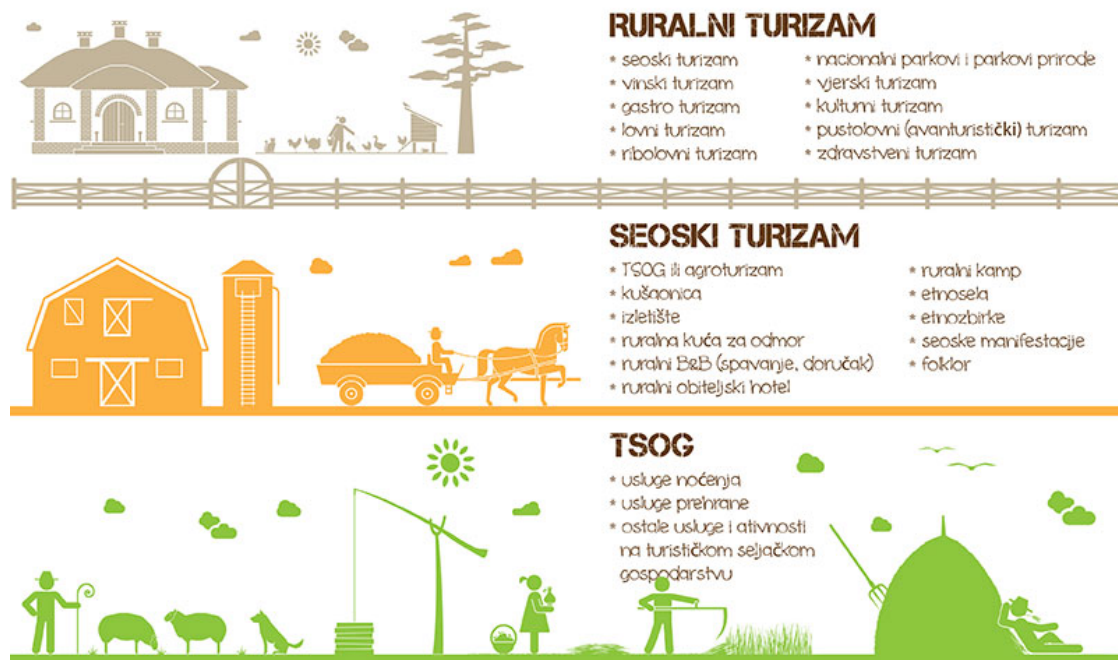
Kako je ruralni prostor sve traženiji kao mjesto za odmor i odmak od svakodnevnog užurbanog načina života, sela prestaju biti samo mjesta poljoprivredne proizvodnje već se pretvaraju u mjesta potrošnje. Ovo opet pruža posebne mogućnosti u stvaranju dodatnog prihoda i dugoročnu sigurnost u poljoprivredi pružanjem turističkih usluga. Naglasak je stavljen na mlađe članove gospodarstva jer je agroturizam specifična djelatnost koja zahtjeva izravan odnos domaćina s gostom, dosta vremena, spremnost i sposobnost ophođenja s gostima, poznavanje stranih jezika i dr. Uvođenjem agroturizma na gospodarstvo osim povećanja prihoda gospodarstva poljoprivredna proizvodnja se podiže na jednu višu razinu, povećava se proizvodnja tradicijskih proizvoda, uviđa se potreba i opravdanost očuvanja i uređenja starih seoskih kuća i objekata, očuvanja starih zanata te općenito kulture i tradicije dotičnog kraja. Ne smije se zanemariti niti mogućnost uvođenja ostalih nepoljoprivrednih usluga na takva gospodarstva, ovisno o sposobnostima i sklonostima članova domaćinstva.



### 3. RURALNI TURIZAM

Ruralni turizam skupni je naziv za različite aktivnosti i oblike turizma koji se javljaju izvan gradova i onih područja na kojima se razvio masovni turizam. On je uvjetovan turističkim atrakcijama koje se nalaze u ruralnim područjima. Važnost ruralnog turizma ogleda se, prije svega, u vrlo važnoj interakciji poljoprivredne proizvodnje – tradicionalnih proizvoda, prezentiranja tradicije, tradicijske gastronomije i turističkih usluga, te korištenju već postojećih resursa. U Republici Hrvatskoj, ruralni prostor zauzima 91,6% ukupne površine, što je vrlo veliki potencijal za razvoj ruralnog turizma (Demonja i Ružić, 2010.). Pojam ruralnog turizma sadrži mnoštvo pojava oblika, npr. seoski turizam, agroturizam, rezidencijalni, zavičajni, turizam na seljačkim gospodarstvima itd., od kojih je najznačajnija sastavnica seljački turizam (Jelinčić, 2007.). Taj je pojam često označen i sintagmom *turizam na seljačkim gospodarstvima*, ali seoski turizam je širi pojam od turizma na seljačkim gospodarstvima, jer se on vezuje za ambijent sela i njegovu užu okolicu te sve njegove aktivnosti (poljoprivreda, manifestacija, gastronomija, folklor, etnologija itd.). Definicija koja se čini najprikladnijom za promišljanje seoskog turizma u hrvatskim okvirima podrazumijeva spektar aktivnosti, usluga i dodatnih sadržaja koje organizira ruralno stanovništvo na obiteljskim gospodarstvima u cilju privlačenja turista u vlastito područje te stvaranja dodatnog prihoda (Jelinčić, 2007.). Turizam na seoskim (seljačkim) gospodarstvima, turizam na obiteljskim seoskim gospodarstvima ili agroturizam isključivo se odnosi na oblik turističke usluge koji je dodatna djelatnost na gospodarstvu s poljoprivrednom djelatnošću, unutar koje se nude proizvodi proizvedeni na takvom gospodarstvu (Baćac, 2011.).

Na sljedećoj slici prikazana je podjela ruralnog turizma.



Slika 1. Shematski prikaz međuodnosa ruralnog turizma, seoskog turizma i turizma na turističkim seoskim obiteljskim gospodarstvima

Izvor: <http://www.apartmanija.hr/zajednica/aktualno/ruralni-turizam>

### Značajke ruralnog turizma

Ruralni turizam smješten je u ruralnim područjima, a funkcionalno je seoski. Utemeljen je na malom poduzetništvu, na otvorenom prostoru u izravnom dodiru s prirodom, zasniva se na naslijeđu i tradicijskim aktivnostima, dozvoljava sudjelovanje u aktivnostima, tradicijama i načinu života lokalnog stanovništva, osigurava osobni kontakt, naselja i građevine su ruralni (malih razmjera), tradicijski po značenju, raste sporo i organski, povezan s lokalnim obiteljima, različitih vrsta, predstavlja složen uzorak ruralnog okruženja, ekonomije, povijesti i lokaliteta, visok udio turističkog prihoda koji doprinosi lokalnoj zajednici (Jelinčić, 2007.).

Prema WTO-u, koncept ruralnog turizma temelji se na bogatim prirodnim resursima, na ruralnome naslijeđu, ruralnom načinu života te ruralnim aktivnostima. Prirodni resursi podrazumijevaju planine, rijeke, jezera, šume. Ruralno naslijeđe uključuje tradicijsku arhitekturu, industrijsko naslijeđe, povijest, dvorce, crkve i sela. Ruralni život odnosi se na obrtništvo, lokalne događaje, gastronomiju i tradicijsku glazbu. Ruralne aktivnosti odnose se

na jahanje, biciklizam, pecanje, šetnje i sportove. Razvoj ruralnog turizma temelji se na održivom razvoju. To se ogleda u revitalizaciji već postojeće tradicijske gradnje, odnosno baštine, kojoj se daje nova namjena, i to turistička. Ruralni turizam na potpuno drugačiji način pokušava objediniti, obnoviti i organizirati prostor, jer nema potrebu za izgradnjom novih kapaciteta, već, dapače, susreće se s izazovima kako na najbolji i najkvalitetniji način iskoristiti postojeće strukture. Važnost ruralnog turizma, prije svega, ogleda su u vrlo važnoj interakciji poljoprivredne proizvodnje, proizvodnje tradicionalnih proizvoda, prezentiranja tradicije, tradicijske gastronomije i turističkih usluga, jednom riječju korištenju već postojećih resursa (Mišćin, 2008.).

### 3.1. Oblici ruralnog turizma

Ruralni turizam predstavlja zajednički naziv za sve posebne oblike turizma u ruralnim područjima. Posebni oblici ruralnog turizma mogu biti: turizam na seljačkim gospodarstvima, lovni, ribolovni, ekoturizam, zdravstveni, sportsko-rekreacijski, rezidencijalni (kuće za odmor), avanturistički, kamping turizam, nautički turizam, gastronomski, vinski, kulturni turizam, vjerski turizam i ostali posebni oblici (Balkan, 2014.). Polazeći od navedene definicije seoskog turizma i dodajući joj sastavnicu održivog razvoja koja je danas osnovna sastavnica seoskog turizma, proizlazi da se na ruralnim područjima javljaju različiti oblici turističke aktivnosti. Sukladno navedenim posebnim oblicima ruralnog turizma, navest će se njihova obilježja:

**Agroturizam**, seosko gospodarstvo, farme: turisti promatraju ili sudjeluju u tradicionalnim poljoprivrednim radnjama, bez negativnih učinaka na ekosustav ili na produktivnost seoskog domaćinstva. Nailazi na veliku podršku malih zajednica, s obzirom na to da seljaci shvaćaju koju dobrobit održivog razvoja donose slični oblici prirodnih putovanja (Jelinčić, 2007.). Agroturizam je takav oblik turizma u kojem pripadnici lokalne zajednice nude obilazak vlastita poljoprivrednog projekta i na taj način dopuštaju posjetitelju izravno sudjelovanje u iskustvu sadnje, žetve/berbe i procesiranja hrane određenog lokaliteta. To je moderan, ali ujedno i tradicionalni oblik turizma, ukorijenjen u lokalnoj zajednici i temeljen na njezinim geografskim obilježjima, tradiciji, kulturi i običajima. To je poslovna aktivnost kojoj je cilj ugošćavanje turista u privatnim kućama – uglavnom na farmama/poljoprivrednim gospodarstvima ili u malim hotelima (Franić i Cunj, 2005.).

**Lovni i ribolovni turizam:** vezan je uz posebne segmente turista obično većih platežnih mogućnosti. Jedan je od prvih oblika turizma na ruralnom prostoru. Danas se treba prilagođavati novim trendovima vezanim uz očuvanje prirode. Ekoturizam podrazumijeva vrstu *odgovornog* turizma koji podržava zaštitu prirodnih resursa, kao i održavanje dostignute razine blagostanja i društvene vrijednosti lokalne populacije. Oblik turizma sa sve većim trendom rasta u svijetu, a odvija se na prirodno zaštićenim područjima (Balkan, 2014.).

**Zdravstveni turizam:** vezan je uz termalno-mineralne izvore, ljekovita blata, planinske predjele radi prevencija bolesti, opuštanja i rehabilitacije.

**Sportsko-rekreacijski turizam:** temelji se na sportsko-rekreacijskim aktivnostima u prirodi, kao što su šetnje, jahanje, biciklizam, veslanje, plivanje, stari sportovi. Uz prirodne i izgrađene atraktivnosti (dvorci, pansioni i dr.) izgrađuju se tereni za tenis, golf, manji bazeni, adrenalinski parkovi, paintball tereni (Balkan, 2014.).

**Rezidencijalni turizam:** boravak gradskih stanovnika vikendom, blagdanima i tijekom godišnjih odmora u vlastitim vikendicama, a u Hrvatskoj je 1991. godine popisano 176.845 takvih objekata (Balkan, 2014.). Vlasnici ostvaruju turističku potrošnju.

**Avanturistički turizam:** oblik rekreacijskog turizma, ali s mnogo više *adrenalina* i uzbuđenja. Privlači mlađe i poslovne ljude koji se teže osloboditi stresa. To su sljedeće aktivnosti: penjanje, adrenalinski parkovi, brdski biciklizam, rafting, paraglajding.

**Kamping turizam:** obično obuhvaća boravak u manjim kamping jedinicama, smještenim uz ostale sadržaje u ruralnom prostoru ili u okviru seljačkog gospodarstva.

**Nautički turizam:** iako je najrazvijeniji na prostorima uz more, sve više se razvija i na rijekama, jezerima i kanalima. Manjeg je opsega od maritimnog te obuhvaća manje plovne jedinice (čamci, kanui, splavovi i sl.).

**Gastronomski i vinski turizam:** zbog bogatstva i raznolikosti gastro ponude ruralnih krajeva, značajan je atraktivni čimbenik. Uz gastro ponudu, veže se i vinska. Obuhvaća tematske gastro ture, vinske ceste, ekološki uzgojenu hranu.

**Kulturni i vjerski turizam:** temelji se na brojnim spomenicima kulture, galerijama, muzejima, svetištima te kulturnim i vjerskim manifestacijama. Posebni oblici kulturnog turizma vežu se uz narodnu baštinu i upoznavanje lokalne kulture i običaja. Odnosi se na kulturu, povijest, arheologiju i ostale kulturne odrednice predmetnog ruralnog područja.

### 3.2. Ruralni turizam u Hrvatskoj

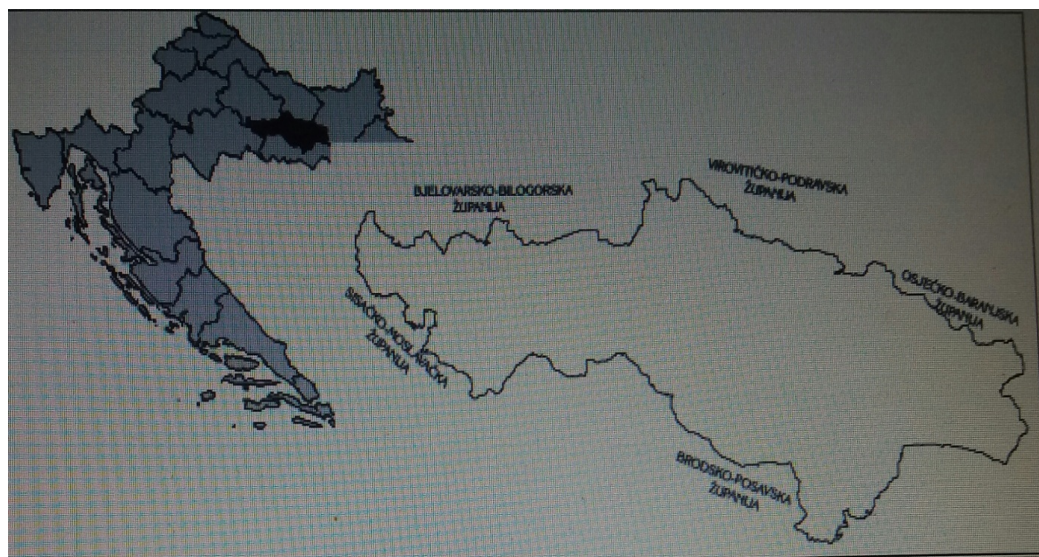
Hrvatsku možemo deklarirati kao turističku zemlju koju posjećuju mnogi turisti koji stalno traže nove i drugačije oblike odmora, a Hrvatska im zadnjih godina može ponuditi nešto takvo. To je agroturizam, koji podrazumijeva boravak turista u seoskoj sredini u kojoj se pružaju mogućnosti za aktivno sudjelovanje u životu i radu na seoskom imanju (Franić i Cunj, 2005.). Hrvatska je zemlja s rijetko očuvanim seoskim destinacijama, na selu započinje obnova i prenamjena starih zapuštenih imanja u seoska izletišta, prenoćišta, pa i male hotele s nekoliko zvjezdica. Ruralni prostor zauzima gotovo 90% površina Hrvatske, od čega je 57% površina poljoprivredno, a 36% šumsko zemljište. Na tom prostoru živi oko 46% stanovništva koje je izravno ili posredno vezano uz poljodjelstvo. U Hrvatskoj se pod pojmom *ruralno* sve više percipiraju ekološke vrijednosti, originalna znanja i kulturni identitet, a poljoprivreda je način života koji na poseban način oblikuje obitelj, odnose u obitelji te njeguje određeni sustav vrijednosti. Zato je razvitak ruralnog prostora temelj gospodarskoga i društvenog jedinstva zemlje (Jelinčić, 2007.). Važnost vrednovanja i zaštite mogućih i stvarnih turističkih atrakcija u Hrvatskoj potvrđena je 1993. godine i normativno, kad je u „Razvojnoj strategiji hrvatskog turizma” određeno da je jedan od dvaju osnovnih ciljeva razvoja turizma u Hrvatskoj obnova, potpunije vredovanje i zaštita turističkih potencijala (Kušen, 2002.). Sukladno Strategiji razvoja hrvatskog turizma do 2010. godine, prepoznata je potreba za pripremom posebnih programa za oživljavanje turističkih mogućnosti unutrašnjosti Hrvatske, a značajna je pozornost posvećena upravo razvoju seoskog turizma.

## 4. POŽEŠKO-SLAVONSKA ŽUPANIJA

### 4.1. Fizičko-geografske značajke

Požeško-slavonska županija nalazi se na sjeveroistočnom dijelu Republike Hrvatske i zauzima površinu od 1.815,23 km<sup>2</sup>, što čini 3,21% kopnene površine Hrvatske. Graniči se s pet županija: Sisačkomoslavačkom, Bjelovarsko-bilogorskom, Virovitičko-podravskom, Osječko-baranjskom i Brodskoposavskom.

Prema prirodno-geografskoj regionalizaciji, županija pripada panonskoj megaregiji i to slavonskom gromadnom gorju te joj, geografski gledano, granice teku Panonskim gorjem Papukom, Krndijom, Dilj gorom, Požeškom gorom i Psunjom. Svojim zapadnim dijelom pripada zavali sjeverozapadne Hrvatske. Reljef prostora Požeško-slavonske županije podijeljen je na dvije osnovne vrste. Središnji dio su nizine uz rijeke Orljavu, Londžu i Pakru. U središnjem dijelu kotline nadmorske visine kreću se od 150 do 200m nadmorske visine. Okolni dio su obronci planina Papuka, Krndije, Psunja, Požeške gore i Dilja s visinama vrhova od 450 do 980m nadmorske visine.



Slika 2. Položaj Požeško-slavonske županije

Izvor:[https://www.pszupanija.hr/images/stories/razvojnaStrategija/Zupanijska\\_razvojna\\_strategija.pdf](https://www.pszupanija.hr/images/stories/razvojnaStrategija/Zupanijska_razvojna_strategija.pdf)

## 4.2. Naselja i naseljenost

Požeško-slavonska županija sastoji se od 10 jedinica lokalne samouprave, i to pet gradova – Požege, Pakraca, Lipika, Pleternice i Kutjeva, te pet općina – Brestovac, Čaglin, Jakšić, Kaptol i Velika unutar kojih je smješteno čak 277 naselja. Po velikom broju naselja Županija je i postala vodeća među županijama Istočne Hrvatske. U njoj je koncentrirano 28% svih naselja makroregije (4,08% naselja Republike Hrvatske), što se može objasniti raznolikošću prirodne osnove i specifičnim povijesnim razvojem. Prevladavaju relativno mala naselja s prosječno 359 st/km<sup>2</sup> prema popisu iz 1991. godine, a 309 st/km<sup>2</sup> prema popisu stanovništva iz 2001. godine, što je znatno ispod vrijednosti državnog prosjeka (704 /1991. godine; 656/2001. godine st/km<sup>2</sup>). Područje Požeško-slavonske županije specifično je i po razvoju izduženih naselja duž prometnica, kao i porastu stanovništva uglavnom u naseljima smještenim uz glavne prometne koridore (osobito cestovne), što označava problem koridorskog razvoja. Primjetan je dugoročni trend preseljavanja ljudi iz brdsko-gorskih u nizinska područja i ubrzana težnja za napuštanjem poljoprivredne djelatnosti. Stanovnici se nastanjuju u suburbanizirana naselja, koja pretežno leže uz najznačajnije prometnice. Prema popisu stanovništva iz 2001. godine, u Županiji je bilo 85.831 stanovnik uz gustoću naseljenosti od 47 stanovnika po km<sup>2</sup>, što zaostaje za državnim prosjekom (78,39 st/km<sup>2</sup>), no razumljivo je s obzirom na gorsko-brdski karakter županije.

## 4.3. Klimatske značajke

U Požeško-slavonskoj županiji dominira umjereno kontinentalna klima na koju veoma jak modifikacijski utjecaj imaju reljef i nadmorska visina, što se ističe u klimatskim različitostima gorskog okvira i zavale. Gore se ističu kao hladniji (-2° C do - 4° C u siječnju, a 20° C u srpnju). U vegetativnom periodu od travnja do rujna u prosjeku padne otprilike 450 mm kiše, a najviše oborina padne u lipnju, srpnju i kolovozu mjesecu. Oko 10% oborina padne u obliku snijega. Prosječna godišnja temperatura iznosi 10,5° C, a vlažnost zraka iznosi 82,10%.

Požeško-slavonska županija pripada području sliva rijeke Save, i to slivnom području rijeke Orljave i slivnom području Ilova-Pakra. Veća vlažnost gorskog okvira utjecala je na razvoj relativno guste mreže površinskih vodotoka, koji gravitiraju prema hidrološkim osima Orljave, Londže i Pakre. Svi vodotoci pripadaju porječju Save i karakterizira ih kišno-snježni vodni režim. Reljef, litološki sastav i klima bitno su utjecala i na razvoj prirodnog

vegetacijskog pokrova i vrste tala. Gore su prostori raširene kontinentske jelove i bukove šume s razvojem smeđih distričnih tala, dok dna zavale obilježava zajednica hrasta sladunca i cera, pitomog kestena s običnim grabom, uključujući i hrast lužnjak, topole, vrbe i ostale hidrofilne šume i šikare naplavnih ravni. Prigorski i podgorski dijelovi zavala obilježeni su razvojem lesiviranih (ispranih) i prudoglejnih tala, dok su naplavne ravni u dolinama vodotoka svojstvena močvarnim glejnim i aluvijalnim tlom. Treba reći da su dijelovi prigorja, podgorja i Dilj-gora obilježeni razvojem smeđih tala na laporima, rendzinama lesiviranim i pseudoglejnim tlom. Osnovne kategorije korištenja zemljišta u zemljišnoj strukturi Županije prevladavaju poljoprivredne (47,42%) i šumske površine (45,26%), koje čine 92,68% ukupne površine zemljišta. Obradive poljoprivredne površine zauzimaju 43,13%, a udio površina građevinskog područja svih naselja na području Županije iznosi 6,66% (12.085, 94 ha)<sup>2</sup>. Vodne strukture (vodotoci, jezera, akumulacije, ribnjaci), kao i površine infrastrukturnih sadržaja (posebno prometna područja – cesta, putovi i željeznice) te površine iz kategorije ostale površine (posebne namjene, groblja), uvrštene su unutar navedenih struktura, a od ukupne površine zemljišta vode zauzimaju 27.538 km<sup>2</sup> (1,52%) i infrastruktura 43,48 km<sup>2</sup> (2,40%).

#### 4.4. Demografska obilježja

Stanovništvo je jedan od značajnijih čimbenika dugoročnog društveno-gospodarskog razvitka i korištenja prostora Županije. Dostupni podaci prikazuju stvarnu socio-demografsku sliku prostora, kao i procese u razvoju prostorne strukture, važne za cjelokupnu revitalizaciju prostora Županije. Suvremene demografske promjene u Županiji nemaju pozitivna obilježja (promjena broja stanovnika, prirodni priraštaj, dobna struktura, aktivitet, stručna sprema), a uvjetovane su negativnim procesima u mirnodopskom razdoblju i potencirane ratnim prilikama od 1991. do 1995. godine. Požeško-slavonska županija ima karakteristike emigracijskog, eksodusnog tipa kretanja stanovništva (negativna migracijska bilanca različitog intenziteta), u kojoj je izražena depopulacija (prirodno kretanje stanovništva je pozitivno, popisom ustanovljeno kretanje je negativno, stopa prirodnog kretanja manja je od stope popisom ustanovljenog smanjenja). Iz dostupnih podataka proizlazi da demografska slika Požeško-slavonske županije nije zadovoljavajuća, što dodatno dolazi do izražaja u uzročno-posljedičnom odnosu s društveno-gospodarskim razvojem.



#### 4.5. Atrakcije

Prostor županije odlikuje se raznolikošću i bogatstvom prirodnih vrijednosti, kao i cijela Republika Hrvatska koja je, prema biološkoj raznolikosti, jedna je od najbogatijih zemalja Europe. Velika raznolikost krajobraza pogodovala je nastanku različitih svojiti divljih životinja i biljaka, a očuvanost prirodnih bogatstava je velika.

Na području Požeško-slavonske županije pod zaštitom su trenutačno četiri objekta i to: Sovsko jezero – zaštićeni krajobraz, park u Trenkovu – spomenik parkovne arhitekture, park u Kutjevu – spomenik parkovne arhitekture i park specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju u Lipiku – spomenik parkovne arhitekture.

Natura 2000 područja u Požeško-slavonskoj županiji su: Šume na Dilj gori, Ilova, Orljavac, Trbušnjak –Rastik, Ribnjaci Poljana, Livade kod Čaglina, Lonđa i obronci Dilja, Potoci oko Papuka, Psunj, Orljava, Nurkovac, Bijela i Orljavica.

##### *Sovsko jezero*

Sovsko jezero predstavlja jedinstveni primjerak prirodnog jezera u brdsko-brežuljkastom području kontinentalne Hrvatske. Smješteno je na sjevernoj padini Dilja, neposredno ispod glavnog bila (Mlakino brdo 430m i Jurje brdo 471m), na nadmorskoj visini od 430m. Jezero je u maloj depresiji, a s istočne i sjeveroistočne strane okružuje ga šuma hrasta kitnjaka i običnog graba, te šuma bukve u jarcima. Zapadne i južne strane su pašnjaci i oranice. Istočno od jezera je malo uzvišenje Jezero brdo 380m, a na vrhu kojega je piramida Vidikovac. Na sjeverozapadu ta udolina je otvorena, te je nekada za vrijeme velikih voda, višak jezerskih voda ovuda otjecao.

Prirodne pogodnosti, kao što su jezero, blagi reljef, pitom krajolik i pogodne klimatske prilike, pogodovale su razvoju poljoprivrede pa je neposredno uz jezero iskrčen veći kompleks šuma (površine 106 cca hektara) i pretvoren u oranice, voćnjake, vinograde i pašnjake. To je poljoprivredna oaza u kompleksu šumovite padine Dilja. Nekoć je tu bio veleposjed, a uz jezero bile su gospodarske zgrade, voćnjak i vinograd.

Geološku podlogu okoliša jezera čine miocensko-pliocenski klastiti i vapnenci, te miocenski klastiti i vapnenci tortona. Po sastavu su to pješćenjaci, lapori i pijesci. Kompleks jezerskih uslojenih sedimenata mlađeg neogena u kojima su brojni fosili školjaka i morskih organizama, s velikim promjenama poroznosti i vodopropusnosti, pa su podložni eroziji i klizanju. Pretežno

su nestabilna u prirodnim uvjetima, a djelovanjem čovjeka ta se nestabilnost povećava. Dominiraju smeđa lesivirana i smeđe karbonatna tla na vapnenim laporima, što odgovara tipološkim istraživanjima Šumarskog instituta jastrebarsko šumskim tlima: eutritično smeđe tlo i ilimerizirano tlo na karbonatnim nevezanim sedimentima. Drugi tip tla čine smeđe-lesivirano tlo i rendzina na miocenskim i srednje polutvrdim vapnencima, odnosno prema tipološkom istraživanju šuma Šumarskog instituta eutritičnom smeđem tlu na mekim vapnencima. Prvom tipu odgovaraju nešto svježija tla-staništa na kojima dolazi bukva, dok šume kitnjaka i običnog graba rastu većinom na drugom tipu tla, a to su nešto suša staništa. Na rendzinama pojavljuju se termofilne vrste submediterana kao indikator najsušeg staništa tog područja. Iako se dio tih površina koristio za oranice, produktivnost tih poljoprivrednih površina je mala, jer su to ipak apsolutno šumska tla, a na to ukazuju velike površine obrasle bujadi.

Veličina jezera je oko 3600 m<sup>2</sup>, a maksimalna dubina je oko 8 do 10 m. Rubovi jezera obrasli su trskom i rogozom. Širina tog pojasa oscilira od 3 pa mjestimično i do 7 metara, pa je zbog toga površina vodenog zrcala jezera svedena na polovicu. U samome jezeru vrlo je izdašan izvor, a to možemo primijetiti po jakim površinskim strujanjima na jugoistočnom dijelu jezera. U Sovskom jezeru izražena je velika produkcija organske materije, zbog čega dolazi do ubrzane sedimentacije i procesa zatrpavanja jezera. Trebalo bi vegetaciju jezera potpunije proučiti i pristupiti čišćenju organskog sedimenta iz jezera. Zbog relativno male površine Sovskog jezera ne možemo ga tretirati kao ornitološki rezervat, ali ono je ekološki važno kao utočište manjeg broja ptica močvarica, koje se u njemu gnijezde. To su: trstenjak, liska, gnjurci, divlje patke. U jezeru ima gmazova i vodozemaca, kao što su žabe, barske kornjače i bjelouške. Od riba u jezeru živi samo karas. U jezeru ima dosta konjskih pijavica, jer se na njemu napaja i kaljužna stoka.

Kvaliteta jezerske vode je donekle čista i zadovoljavajuća. Potrebno je vodu bakteriološki ispitati, kao i sastav zoo i fitoplanktona, te na temelju detaljne analize donijeti smjernice za očuvanje kvalitete vode i eventualno poribljavanje jezera.

Raznoliki sastav tih šuma ukazuje na klimatsku pogodnost Sovskog jezera za korištenje za turističke izlete, a raznolikost biljnih vrsta šumske i močvarne vegetacije uz pejzažnu ljepotu imaju i obrazovnu vrijednosti koje se mogu koristiti za znanstvene eskurzije mladih biologa kao *škola u prirodi*.



Slika 3. Sovsko jezero

Izvor: <https://www.priroda-psz.hr/sovsko-jezero.html>

### *Park u Lipiku*

Park Specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju u Lipiku nastao je krajem 19. stoljeća, a spomenikom parkovne arhitekture proglašen je 1965. godine. Park se prostire na površini od 10,4 ha. Perivoj je do danas sačuvan na izvornoj površini i bez važnih promjena perivojne kompozicije.

Od biljnih vrsta mogu se naći: divlji kesten, hrast lužnjak, lipa, tuja, smreka, američki borovac, tulipanovac, katalpa, gledičija, bukva, grab, breza, brijest, javor, klen, i dr.



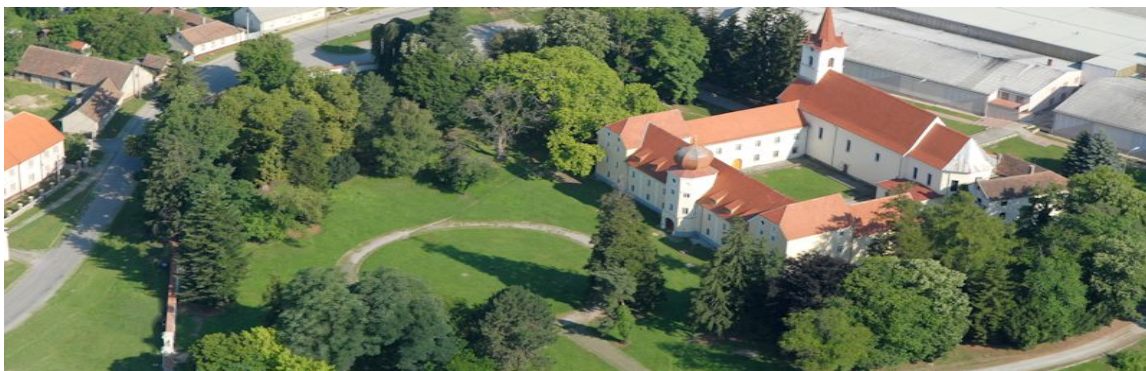
Slika 4. Park u Lipiku

Izvor: <https://www.priroda-psz.hr/park-u-lipiku.html>

### *Park u Kutjevu*

Sjeveroistočno od Požege u Kutjevu, poznatom vinogradarskom kraju, diže se kasnobarokni dvorac obitelji Turković uklopljen u prostrani park (cca 1,7 ha). Unutar kamenog ogradnog zida, napravljenog 1735. godine možda još na temeljima cistercijske ograde samostanskog sklopa, rubom su sađena stabla, dok je središnji prostor ispred dvorca uređen neohistoricističkom rondelom. Park je, sudeći po starosti dekorativnih vrsta drveća, podignut početkom 19. stoljeća. Oblikovan je u slobodnom engleskom stilu, bogat parkovnim vrstama, od kojih je vrijedno spomenuti po obimu, starosti, ljepoti krošnje slijedeće vrste: lipu, platanu, čempres, crveni hrast i kavkasku jelu.

Zbog raznolikosti sastava biljnih vrsta, kao i starosti stabala te resporeda-kompozicije parka, park predstavlja vrijedni hortikulturni spomenik prirode, pa je kao takav zaštićen 1967. godine.



Slika 5. Park u Kutjevu

Izvor: <https://www.priroda-psz.hr/park-kutjevo.html>

### *Park u Trenkovu*

Trenkovo svojim imenom podsjeća na legendarnog ratnika i slavonskog plemića Franju baruna Trenka (1711.–1749.) koji je do danas ostao u sjećanju naroda i kojim se Slavonija uvijek ponosila. Stoljećima se današnje selo Trenkovo nazivalo Mitrovica, ali je ono na zahtjev mještana 1912. godine izmijenjeno jer je u tadašnjoj Hrvatskoj postojala još jedna Mitrovica u Srijemskoj županiji (danas Sremska Mitrovica u Vojvodini).

U tom mirnom slavonskom selu, smještenom desetak kilometara sjeverno od Požege na krajnjim južnim obroncima Papuka, nalazi se nekadašnje vlastelinsko sjedište u narodu zvano Trenkov dvorac. Mnogo je nepoznanica o Trenkovom dvorcu jer on nikad nije bio detaljnije

istraživan. U onoj malobrojnoj literaturi koja ga spominje navode se često suprotni podatci, katkada i neuvjerljivi.

Današnji jednokatni kasnobarokno-klasicistički dvorac izgrađen je nakon Trenkove smrti, dakle u drugoj polovici 18. ili početkom 19. stoljeća. U Trenkovo doba stajala je tu barokna kurija koja je poslije dograđena i pretvorena u današnji dvorac. U dvorcu je od završetka Drugoga svjetskog rata do 1989. godine bila smještena osnovna škola. Od tada se povremeno koristio za različite namjene. Koristio se u posljednje vrijeme za vojne potrebe, a danas je prazan.

Park, unutar kojeg se nalazi dvorac, upisan je u Registar zaštićenih objekata prirode kao spomenik parkovne arhitekture 1964. godine. Park zahvaća površinu od 5,20 ha, a obiluje brojnim domaćim vrstama i većim brojem egzota, kao npr. grčki hrast ili razna kultivirana stabla jasena, johe i lipe hrastovi, lipe, grabovi, javori, smreke, borovi.



Slika 6. Park u Trenkovu

Izvor: <https://www.priroda-psz.hr/park-u-trenkovu.html>

### *Vinska cesta Kutjevačkog vinogorja*

Vinska cesta poseban je oblik nuđenja i prodaje poljoprivrednih proizvoda nekog vinorodnog područja, na kojem proizvođači-sudionici, udruženi pod etiketom vinske ceste, nude svoje specijalitete, a posebice vino. Uz turističku i ugostiteljsku ponudu, sastavni dio vinske ceste su i posebnosti okoliša i prirodne ljepote kojima cesta prolazi, kao i povijesne i kulturne

znamenitosti. Izgradnjom vinske ceste definira se ugostiteljska ponuda područja, određuje trasa vinske ceste, uređuje prostor za doček gostiju i osmišljava turistička ponuda, izrađuju oznake i označavaju vinske ceste. Pri tome odlučujuću ulogu na izgled i veličinu vinske ceste imaju ponuda vina i ostalih domaćih specijaliteta na vinarskim gospodarstvima.

Grad Kutjevo od davnina slovi kao čuveno vinogradarsko središte zahvaljujući kvaliteti vinogorja smještenog u blagorodnoj Zlatnoj dolini. Proizvodnja vina na tom prostoru duga je tradicija, a vina kutjevačkog vinogorja, jednoga od najkvalitetnijih u Hrvatskoj, potvrdila su se kakvoćom na brojnim kušanjima i vrednovanjima kod kuće i u svijetu. Jedan od značajnijih pokazatelja vrijednosti teritorija i tamo zasađenih sorata te tamošnjih proizvođača činjenica je da su unatrag više godina najpopularniji i najcjenjeniji hrvatski vinari upravo iz kutjevačkog vinogorja. Neka od poznatih imena su: Krauthaker, Enjingi, Adžić, Jakobović, Lukačević, Baronica, Bodegrajac, Majetić, Mihalj, Ivanović, Hora, Čamak, Miličević, Mijatović, Šag, Pavičić i ostali.

Pored tradicije vinogradarstva i vinarstva, grad Kutjevo svoju turističku ponudu upotpunjava i ljepotama prirodnih krajolika (Papuk, park), bogatstvom flore i faune (divljač), njegovanjem starih običaja i tradicionalnim manifestacijama (Martinje, Vincelovo, Graševinijada, Bekteški susreti – smotra folklor, male maškare – povorka, međunarodni konjički turnir i dr.), kulturno-povijesnim znamenitostima (crkva Blažene Djevice Marije, vinski podrum, dvorac), te kvalitetnom ugostiteljskom (Vinska kuća Majetić, Ugostiteljstvo Vinkomir, vinska vila Kitokret, restoran *Schon Blick* Vetovo, restoran *Ribarska kuća* Lukac i dr.), kao i gastronomskom ponudom (slavonski specijaliteta – kulen, kobasice, šunke, mliječni proizvodi). Sve prethodno navedeno odličan je temelj za uspostavu vinske ceste. Ono što nedostaje je kvalitetna promocija koja će turistima i ostalim posjetiteljima olakšati donošenje odluke o posjeti vinorodnih krajeva, posjeti koja nije slučajno putovanje, već sistematično otkrivanje kutjevačkog vinogorja, prirodnih vrijednosti i kulturnog naslijeđa na području Kutjeva.

## 5. IZVORI PODATAKA I METODE RADA

### 5.1. Cilj

Glavni cilj ovog rada identificirati je osnovnu problematiku, održivost i buduće perspektive razvoja ruralnog turizma Požeško-slavonske županije, dok su specifični ciljevi:

- utvrditi čimbenike atraktivnosti ruralnog područja
- utvrditi važnost pojedinih afirmativnih činitelja u poslovanju
- utvrditi motive bavljenja ruralnim turizmom
- utvrditi vrstu promotivnih aktivnosti koje gospodarstva favoriziraju.

### 5.2. Metodologija

U empirijskom istraživanju korišten je Nacionalni katalog o ruralnom turizmu koji daje pregled i osnovna obilježja ruralnih subjekata na području Požeško-slavonske županije. Upitnik je popunilo sedam ispitanika (vlasnika ruralnih objekata)<sup>1</sup>. Budući da je u katalogu ukupno 13 ruralnih objekata, te da odaziv u istraživanju iznosi 53,85%, s podacima dobivenim u istraživanju može se valjano zaključivati.

U istraživanju se koristila metoda prikupljanja primarnih podataka upitnikom kao instrumentom istraživanja, koji je proveden u razdoblju od listopada 2017. do ožujka 2018. godine. Upitnik je uključivao 83 pitanja zatvorenog tipa podijeljenih u nekoliko skupina koja su se odnosila na socio-demografska obilježja ispitanika, obilježja turističkih ruralnih objekata, procjenu turističke atraktivnosti okruženja, motive i uspješnost poslovanja, kao i viziju budućeg poslovanja.

Vlasnicima objekata poslat je anketni upitnik elektroničkom poštom, nakon čega su bili kontaktirani telefonom radi pojašnjenja cilja sprovođenja ankete.

U analizi podataka korištena je samo metoda deskriptivne statistike, s obzirom na to da su rezultati prikupljeni na uzorku od sedam ispitanika (vlasnika ruralnih objekata) te nema mogućnosti primijeniti testove za provjeru statističke značajnosti rezultata dobivenih na tako malom uzorku.

---

<sup>1</sup> Šest vlasnika ruralnih objekata nisu bili zainteresirani za sudjelovanje u istraživanju.

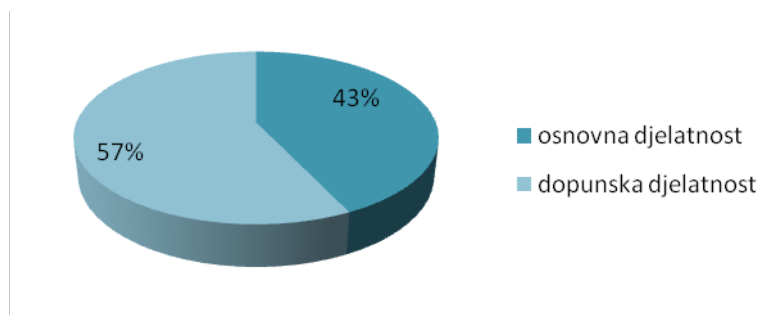
### 5.3. Rezultati i analiza

Podatci dobiveni na temelju popunjenih upitnika sadrže brojne značajne informacije koje se odnose na opće podatke o ruralnom objektu i vlasniku, procjenu turističke atraktivnosti okruženja, važnosti pojedinih afirmativnih činitelja, promotivnim aktivnostima, gostima koji borave na gospodarstvu te vizijom budućeg poslovanja. Ipak, analizom će biti obuhvaćeni samo oni relevantni podatci za cilj ovog istraživanja.

#### *Analiza rezultata dobivenih o vlasnicima ruralnih objekata*

Od ukupnog broja ispitanika, njih 57,14% bilo je ženskog, a 42,86% muškog spola. Najmlađi vlasnik rođen je 1969. godine, dok je najstariji rođen 1948. godine, te je prema obrazovnoj strukturi 28,57% visoka i viša stručna sprema, dok je najzastupljenija srednja stručna sprema 71,43%, koja je i najzastupljenija u poljoprivredi, a koja je ujedno i nacionalni prosjek u Republici Hrvatskoj. Prema Strategiji obrazovanja, znanosti i tehnologije 54,8% stanovništva (starijeg od 19 godina) je srednje stručne spreme.

Među ispitanicima 43% bilo je onih kojima je ruralni turizam osnovna djelatnost, a 57% ispitanika odgovorilo je da im je to dopunska djelatnost.



Grafikon 1. Ugostiteljstvo kao osnovna i dopunska djelatnost

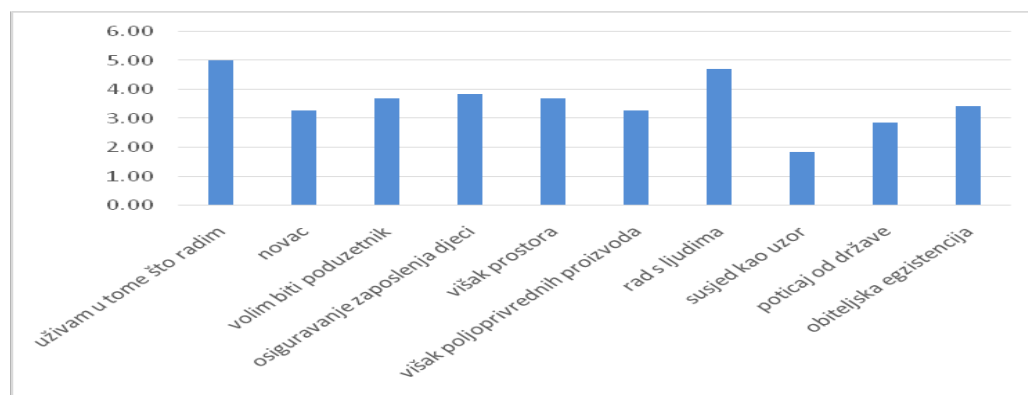
Prema Leksikonu psihologije motivacija je ponašanje usmjereno prema nekom cilju koji pobuđuje potrebe izazvane u čovjeku, a razlog ponašanja je zadovoljenje potreba. Maslow kaže da individualno ponašanje ovisi o želji da čovjek zadovolji jednu ili više od pet općih potreba, a to su: fiziološke, sigurnosne, društvene, poštovanje samoga sebe, ostvarivanje sposobnosti. Potrebe gradiraju po konceptu hijerarhije od nižih (fizioloških) prema najvišim (ostvarivanje sposobnosti). David C. McClelland 1960-ih godina daje postavke teorije



motivacije, koja se naziva McClellandovom teorijom stečenih potreba. Navedena teorija naglašava tri ljudske potrebe kako slijedi:

1. „Potreba za postignućem (*need for achievement* – nAch) – želja da se nešto napravi bolje ili učinkovitije nego ikad prije.
2. Potreba za moći (*need for power* – nPower) – želja za kontrolom, utjecajem i odgovornošću za druge.
3. Potreba za pripadanjem (*need for affiliation* – nAff) – želja za održavanjem bliskih, prijateljskih, osobnih odnosa ”(Certo et al., 2008., 388).

Potreba za postignućem polazi od pretpostavke da pojedince motivira želja, odnosno težnja za postignućem u radu, te takve pojedince karakterizira postavljanje vrlo visokih, ali ostvarivih ciljeva, spremni su na rizik, ali ga oprezno procjenjuju, te prihvataju izazove i odgovornost. Potreba za moći iskazuje se kod pojedinaca koje motivira želja da utječu na druge, preuzimaju odgovornost za ponašanje podređenih i donesene odluke. Potreba za pripadanjem uključuje sklonost timskom radu i suradnji kao motivacijski čimbenik.

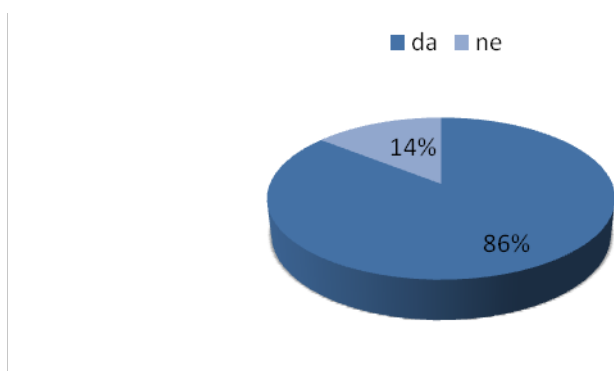


Grafikon 2. Motivi bavljenja ruralnim turizmom

U istraživanju, svi ispitanici tvrde da se bave tim poslom jer uživaju u tome što rade te da im novac nije bio glavni motiv za početak. Mali je broj onih koji su krenuli s poslovanjem da bi osigurali zaposlenost svojoj djeci, a nijedan nije izjavio da se počeo baviti time zato što mu se tim bavi i susjed. Gotovo svi ispitanici naveli su da su zadovoljni svojim poslovanjem, a samo jedan ispitanik je naveo da planira zatvoriti gospodarstvo. Neovisno o njihovu zadovoljstvu, tvrde da se mladi ne žele nastaviti baviti njihovim poslom. Čak 71% ispitanika smatra da nailaze na velike zakonske i administrativne prepreke.

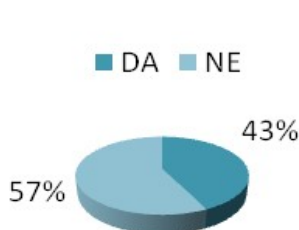
### Analiza rezultata dobivenih o ruralnim objektima

U Upisnik poljoprivrednih gospodarstava upisano je 86% ruralnih objekata.

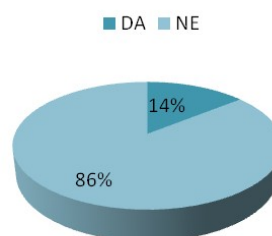


Grafikon 3. Struktura gospodarstava upisanih u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava

Od 86% ruralnih objekata koji su upisani u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava, a što je preduvjet za ostvarivanje financijske potpore, polovica vlasnika tu mogućnost nije iskoristila na nacionalnoj razini, a čak nitko od njih nije tu mogućnost iskoristio preko fondova Europske Unije.



Grafikon 4. Struktura vlasnika koji su ostvarili nacionalnu potporu (ili županijsku) u ruralnom objektu



Grafikon 5. Struktura vlasnika koji su ostvarili potporu iz fondova EU Program ruralnog razvoja 2014-2020 (mjere)

Zanimljiva je činjenica da svi vlasnici ruralnih objekata u Požeško-slavonskoj županiji bavljenje ruralnih turizmom započeli su osobnim financijskim sredstvima i kapacitetima kojim su raspolagali.

Prema autorima knjige *Ruralni turizam u Hrvatskoj* (2010.) D. Demonja i P. Ružić osnovni činitelji turističke destinacije su:

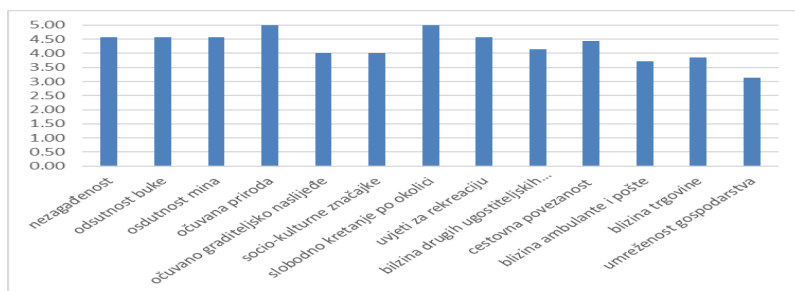
1. **atraktivnost** (prirodne ljepote i klima, kulturna i društvena obilježja, stav prema turistima, infrastruktura, razina cijena, mogućnosti za kupovinu, kapaciteti za sport, rekreaciju i

obrazovanje, i slično). Taj prostor mora raspolagati ponudom koja će zadovoljavati zahtjeve posjetitelja raznih tržišnih segmenata prema dobi, spolu, socijalnom ili profesionalnom statusu.

## 2. prirodne pogodnosti i

## 3. pristupačnost (dostupnost).

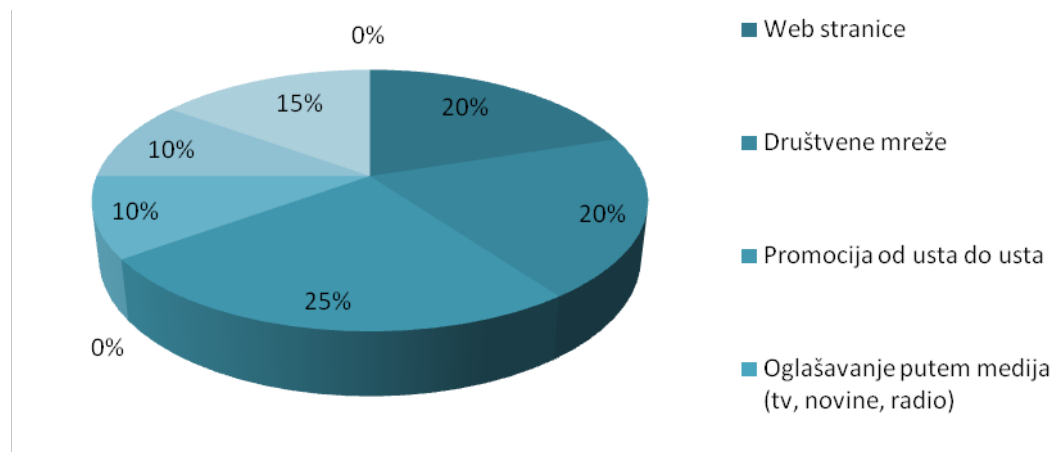
Vlasnici ruralnih objekata svoje okruženje smatraju atraktivnim najviše zbog očuvane prirode i slobodnog kretanja po okolici, a najmanje zbog zainteresiranosti većeg broja seljačkih obiteljskih gospodarstava i njihove umreženosti. Većina ispitanika smatra da njihov objekt okružuje zdrava klima, zrak i voda, te da je buka zanemariva. Isto tako, smatraju da ih okružuje očuvana priroda i slikovit krajolik te da potencijalni gosti imaju vrlo dobre uvjete za rekreaciju, razonodu i posjete znamenitostima, čemu u prilog ide i dobra cestovna povezanost.



Grafikon 6. Procijenjena turističke atraktivnosti okruženja ruralnih objekata

Prodani ruralni turistički proizvod, jedan od najkompleksnijih, ovisi o dobroj promidžbi i prodajnoj strategiji. Zbog sve veće konkurencije na turističkom tržištu, promidžbene aktivnosti zauzimaju sve važnije mjesto u odabiru strategije marketing miksa.

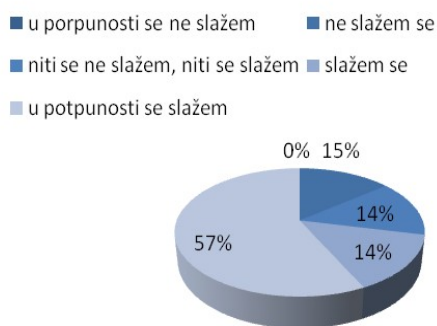
Interakcija, komunikacija i prezentiranje gospodarstva izrazito je važan činitelj u razvoju ruralnog turizma. Vidljivost gospodarstva ogleda se u oglašavanju i informiranju web stranicama, letcima, brošurama, katalozima, usmenim priopćenjem, ali i identifikacijom novih trendova oglašavanja, odnosno atraktivnih online lanaca kupovine, kao i sve većim i brzorastućim prijenosom informacija društvenim mrežama.



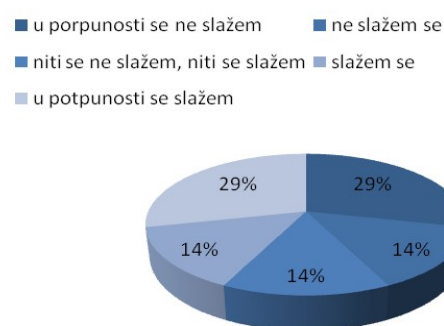
Grafikon 7. Struktura promotivnih aktivnosti koje gospodarstva primjenjuju

Kod ispitanika najviše je zastupljena promocija od usta do usta 25%, promocija ruralnih objekata web stranicama i društvenim mrežama 20%, dok je najmanje zastupljeno oglašavanje medijima, prigodnim letcima i slično. Čak je i promocija gospodarstava prezentiranjem na sajmovima vrlo slabo zastupljena, svega 15%.

U današnje vrijeme, kada je turizam postao masovniji, a želje ljudi za putovanjima veće, javila se potreba za pomoći posrednika. Tako je na turističkom tržištu nastala putnička agencija kao svojevrsni posrednik između turističke potražnje i ponude. Turistička agencija u suvremenom turizmu specifično je poduzeće u sferi posredovanja, a njezine su osnovne djelatnosti organiziranje putovanja i boravka te pružanje različitih drugih usluga putnicima i turistima tijekom putovanja i boravka u odredištu.



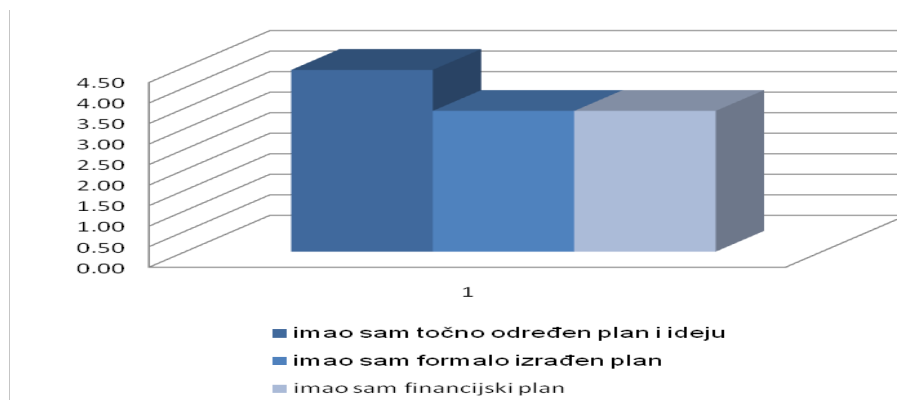
Grafikon 8. Struktura vlasnika koji surađuju sa surađuju turističkim zajednicama



Grafikon 9. Struktura vlasnika koji surađuju sa putničkim agencijama

Na pitanja o načinu planiranja pri ulasku u ruralni turizam većina ispitanika odgovorila je da su imali točno određen plan i ideju o bavljenju tim poslom. Šest ispitanika započelo je

preuzimanjem već postojećeg posla, više od polovice nije tačno znalo u što se upušta, također više od polovice ispitanika navode da nisu bili dovoljno dobro upoznati sa zakonskom regulativom.

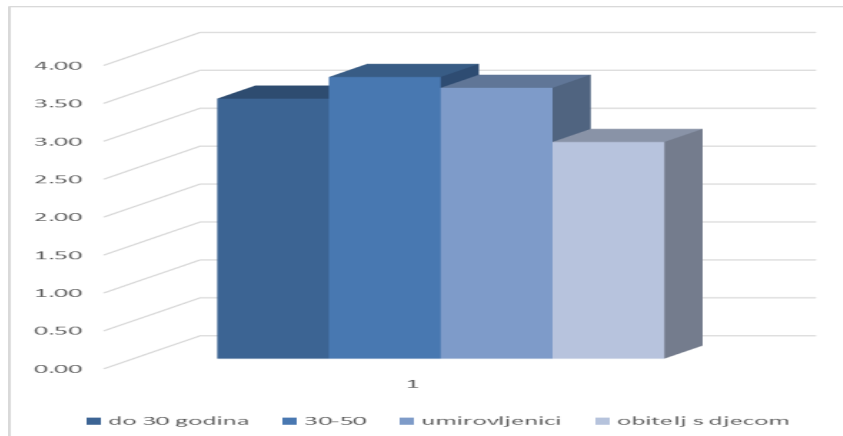


Grafikon 10. Struktura zastupljenosti poslovnog plana pr planiranju poslovanja

Nadalje, anketirani su morali odgovoriti u kojoj su mjeri pri osnivanju svog objekta zaposlili profesionalnu radnu snagu (arhitekta, etnologe, ekonomiste...). Odgovori pokazuju da je vrlo mali broj uopće angažirao nekog drugog da im uredi objekat, savjetuje ih ili se konzultirao s osobama koje su obrazovane za područja koja su potrebna pri pokretanju posla. Ljudi ne misle da bi im pomenuti profesionalci mogli pomoći te se oslanjaju uglavnom na sebe i svoje bližnje. No baveći se turizmom, ako se ne ulaže u objekat na način da bude jedinstven, uspjesi mogu biti manje vidljivi.

#### *Analiza rezultata dobivenih o posjetiteljima ruralnim objektima*

Više od polovice ispitanika (57%) navode da kapaciteti kojima raspolažu zadovoljavaju potražnju, da ih posjećuju gosti svih životnih dobi te da se uglavnom zadržavaju jedan dan (kod 86 % ispitanika).

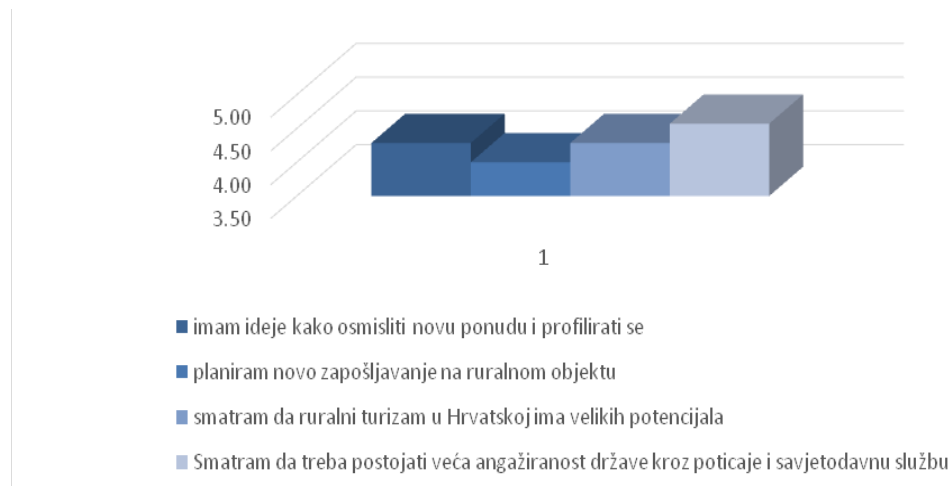


Grafikon 11. Struktura zastupljenosti gostiju na ruralnim objektima

Gosti na trećini ruralnih objekata koji su bili uključeni u istraživanje imaju priliku kupiti prigodne suvenire, dok trećina vlasnika ruralnih objekata planira izraditi suvenire za prodaju na svom ruralnom objektu.

#### *Planovi za budućnost*

Na pitanja o planovima za budućnost, ispitanici su odgovarali vrlo optimistično, da imaju ideje za nove ponude, planiraju novo zapošljavanje, smatraju da ruralni turizam ima potencijala te da treba postojati veća angažiranost države poticajima i savjetodavnu službu.



Grafikon 12. Budućnost poslovanja vlasnika ruralnih objekata

Prema istraživanjima Bolfek (2014) identificirani su turistički potencijali i resursna osnova na kojoj bi se u budućnosti uz jasno razvijenu marketinšku strategiju temeljio turistički razvoj u

kontekstu brendirane turističke regije prepoznatljive i privlačne, ne samo domaćem nego i inozemnom tržištu. Činitelji razvoja ruralnog turizma tog kontinentalnog dijela Republike Hrvatske ogledaju se u vizualnom identitetu koji treba biti identificiran očuvanjem prirode, tradicije, prepoznatljive gastro ponude i gostoljubivost. Kreiranje destinacijskog brenda, kao i primjena promotivnih aktivnosti, financiranja/investiranja u ruralno turistički objekt. kao i veću iskorištenost kapacitete ostvarivo je poslovnim povezivanjem.

## 6. ZAKLJUČAK

Ruralni turizam u Hrvatskoj značajan je čimbenik u aktivaciji i održivom razvoju ruralnog prostora, koji pomaže u očuvanju lokalnog identiteta, tradicije i običaja, štiti okoliš, jača autohtonu, tradicijsku i ekološku proizvodnju te pomaže razvoju ruralnih krajeva na temelju održivog razvoja. S pravom ga se može nazvati budućnost svjetskog turizma. U Hrvatskoj, ruralni turizam je u svojim začetcima i predstavlja veliki neiskorišteni potencijal kojem se ne pridaje dovoljno pozornosti.

Stoga je cilj provedenog istraživanja bio identificirati osnovnu problematiku, održivost i buduće perspektive razvoja ruralnog turizma Požeško-slavonske županije, dok su specifični ciljevi istraživanja bili:

- utvrditi čimbenike atraktivnosti ruralnog područja
- utvrditi važnost pojedinih afirmativnih činitelja u poslovanju
- utvrditi motive bavljenja ruralnim turizmom
- utvrditi vrstu promotivnih aktivnosti koje gospodarstva favoriziraju.

Rezultati provedenog istraživanja pokazuju da vlasnici ruralnih objekata svoje okruženje smatraju atraktivnim najviše zbog očuvane prirode i slobodnog kretanja po okolici, a najmanje zbog zainteresiranosti većeg broja seljačkih obiteljskih gospodarstava i njihove umreženosti. Većina ispitanika smatra da njihov objekt okružuje zdrava klima, zrak i voda te da je buka zanemariva. Isto tako, smatraju da ih okružuje očuvana priroda i slikovit krajolik te da potencijalni gosti imaju vrlo dobre uvjete za rekreaciju, razonodu i posjete znamenitostima, čemu u prilog ide i dobra cestovna povezanost. Svi ispitanici bave se ruralnim turizmom, jer uživaju u tome što rade te navode da im novac nije bio glavni motiv za početak. Gotovo svi ispitanici naveli su da su zadovoljni svojim poslovanjem, a samo jedan od ispitanika naveo je da planira zatvoriti gospodarstvo. Neovisno o njihovom zadovoljstvu, tvrde da se mladi ne žele nastaviti baviti njihovim poslom. Čak 71% ispitanika smatra da nailaze na velike zakonske i administrativne prepreke. Od 86% ruralnih objekata koji su upisani u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava, a što je preduvjet za ostvarivanje financijske potpore, polovica vlasnika tu mogućnost nije iskoristila na nacionalnoj razini, a čak nitko od njih nije tu mogućnost iskoristio fondovima Europske Unije. Kod ispitanika, najviše je zastupljena promocija od usta do usta koja iznosi 25%, promocija ruralnih objekata web stranicama i društvenim mrežama 20%,



dok je najmanje zastupljeno oglašavanje medijima, prigodnim letcima i slično. Čak je i promocija gospodarstava prezentiranjem na sajmovima vrlo slabo zastupljena, svega 15%.

Vrijednost resursa i atraktivnost prostora Požeško-slavonske županije služe kao temeljno polazište za razvoj turizma. Iako se Požeško-slavonska županija posljednjih nekoliko godina u turističkom smislu razvija uzlaznom putanjom, potreban je veći angažman i rad svih subjekata u turizmu da bi se postigla što bolja destinacijska prepoznatljivost. Ekonomska i društvena dobit koja se stvara brendiranjem destinacije je velika, jer se time čuva i promiče vlastiti identitet i tradicija, a samim tim poboljšava se kvaliteta življenja. Netaknuta priroda, miran kraj, bogata povijest, tradicija i kultura, temelji su na kojima bi se trebao razvijati budući brend Požeško-slavonske županije. Ruralni turizam treba obogatiti i temeljiti na korištenju baštine i tradicije. Tako se identificira promidžba nacionalne baštine i tradicije, kreira se svijesti o identitetu, stvara se bogatija turistička ponuda, mogućnosti zapošljavanja, imidž destinacije i promjene u strukturi gostiju/posjetitelja. Cijelo društvo ima koristi od takve turističke ponude, odnosno svi uključeni u ponudu, a posebno lokalno stanovništvo.

## 7. POPIS LITERATURE

1. Demonja, D., Ružić, P. (2010.) Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, Samobor: Meridijani
2. Baćac, R. (2011.) Priručnik za bavljenje seoskim turizmom, Zagreb: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske.
3. Balkan, R. Oblici ruralnog turizma i činitelji razvoja ruralnog turizma, Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici.
4. Franić R., Cunj L. (2005.) Društveno-gospodarski preduvjeti razvitka agroturizma u Zagrebačkoj županiji.
5. Jelinčić D. A. (2007.) „Agroturizam u europskom kontekstu”, StudiaethnologicaCroatica, Vol. 19 No. 1.
6. Kušen E. (2002.) „Klasifikacija turističkih atrakcija”, Prostor: znanstveni časopis za arhitekturu i urbanizam, Vol. 9 No. 1(21).
7. Mišćin L. (2008.) Aktualno stanje turizma na ruralnom prostoru Hrvatske, Zagreb: Sektor za turizam HGK.
8. Bolfek B., Jakičić D., Lončarić B. (2014.) „The impact of marketing on the development of tourism brand of Slavonia and Baranja”, Ekonomska misao i praksa, 1, str. 247–276.
9. Varga M. (2011.) Upravljanje ljudskim potencijalima kroz motivaciju.
10. Kušen E., Turizam i rekreacija, Institut za turizam, Zagreb, 2007.
11. Ružić P., Demonja D., (2013.): Prirodna i antropogena osnova turizma Hrvatske, Sociologija i prostor Vol.51, No.1(195), Zagreb
12. Demonja D., Baćac R., (2012.): Baština i tradicija u oblikovanju turističke ponude na ruralnom prostoru Hrvatske, Podravina: časopis za multidisciplinarna istraživanja, Vol.11 No.21

13. Lukić A., (2002.): Turizam na seljačkim gospodarstvima u Hrvatskoj, Prirodoslovnomatematički fakultet, Zagreb
14. Sudarić, Tihana, (2009.): Diverzifikacija gospodarskih aktivnosti u funkciji cjelovitog ruralnog razvoja Republike Hrvatske, Osijek

#### IZVORI:

1. <http://www.kutjevacki-vinari.hr/kutjevo/cesta>, 25. svibnja 2018.
2. [https://www.pszupanija.hr/images/stories/razvojnaStrategija/Zupanijska\\_razvojna\\_strategija.pdf](https://www.pszupanija.hr/images/stories/razvojnaStrategija/Zupanijska_razvojna_strategija.pdf), 25. siječnja 2018.
3. <https://www.pszupanija.hr/o-zupaniji/povijest-zupanije.html>, 20. siječnja 2018.
4. <http://www.priroda-psz.hr/>, 10. veljače 2018.
5. [http://www.mint.hr/UserDocsImages/hgk\\_2015\\_ruralni\\_turizam\\_katalog.pdf](http://www.mint.hr/UserDocsImages/hgk_2015_ruralni_turizam_katalog.pdf), 20. siječnja 2018.

## 8. SAŽETAK

S površinom od 1.815 četvornih kilometara i nešto više od 85.800 stanovnika, Požeško-slavonska županija ubraja se u red manjih županija u Republici Hrvatskoj. Riječ je o županiji koja razbija uobičajenu predodžbu o ravnoj Slavoniji, s obzirom na to da se na relativno malom prostoru, uz ravnice s plodnim njivama, nalaze i planine i gore čija podnožja, pak, krase nadaleko poznati vinogradi, dok su viši dijelovi uglavnom pod šumom. Požeško-slavonska županija sastoji se od dvaju prostorno odvojenih cjelina – Požeške kotline te Pakračko-lipičkog kraja. Svaki dio Požeško-slavonske županije ima svoju osobnost dobivenu određenim povijesnim razdobljem. Stoga, bogatom poviješću i kulturom, Požeško-slavonska županija svakako zaslužuje više pozornosti. Cilj ovog rada identificirati je osnovnu problematiku, održivost i buduće perspektive razvoja ruralnog turizma Požeško-slavonske županije, dok su specifični ciljevi istraživanja utvrditi čimbenike atraktivnosti ruralnog područja, utvrditi važnost pojedinih afirmativnih činitelja u poslovanju, utvrditi motive bavljenja ruralnim turizmom i utvrditi vrstu promotivnih aktivnosti koje gospodarstva favoriziraju. U radu se istražuje osnovna problematika, održivost i buduće perspektive razvoja

ruralnog prostora. Istraživanjem i analiziranjem internih i eksternih činitelja ruralnih subjekata u turizmu, uvidjet će se osnovne smjernice u aktiviranju i opstanku te uslužne djelatnosti.

Ekonomska i društvena dobit koja se stvara brendiranjem destinacije velika je, jer se time čuva i promiče vlastiti identitet i tradicija, a samim time poboljšava kvaliteta življenja. Netaknuta priroda, bogata povijest, tradicija i kultura temelji su na kojima bi se trebao razvijati budući brend Požeško-slavonske županije.

## **9. SUMMARY**

With an area of 1,815 square kilometers and slightly over 85,800 inhabitants, Požega Slavonia County is among the smallest counties in the Republic of Croatia. It is a county that breaks the usual concept of flat Slavonia, since here in a relatively small area, beside the plains with fertile meadows, there are mountains and ups, whose bases, however, overlook the well-known vineyards, while the higher parts are mostly under the woods. The County of Požega-Slavonia consists of two spatially separated units - the Požega valley and the Pakrac-Lipican region. Every part of the Požega-Slavonia County has its personality gained in a certain historical period. Therefore, with a rich history and culture, the Požega-Slavonia region certainly deserves more attention and stories about it. The main objectives of this paper were to identify the basic issues, sustainability and future perspectives of the rural tourism development of Požega-Slavonia County, while the specific objectives of the research were: to determine the factors of attractiveness of the rural area, to determine the importance of certain affirmative factors in business, to determine the motives of rural tourism, promotional activities favored by the economy. The paper explores the basic issues, sustainability and future perspectives of rural development. Researching and analyzing the internal and external

factors of rural subjects in tourism will provide basic guidance on activating and surviving this service activity.

The economic and social benefits of branding the destination are great because it keeps and promotes its own identity and tradition, and thus improves the quality of life. Unsustainable nature, rich history, tradition and culture are the main foundations for the future brand of Požega-Slavonia County.

## 10. PRILOZI

---

(naziv ruralnog objekta)

### ANKETNI UPITNIK

Poštovani, pozivamo Vas da sudjelujete u istraživanju koje provodi Poljoprivredni fakultet u Osijeku u Vašoj županiji kao bi se identificirala **osnovna problematika, održivost i buduće perspektivne razvoja ruralnog turizma.**

Istraživanje je u potpunosti anonimno, a podaci će biti zaštićeni. Unaprijed se zahvaljujemo na Vašem sudjelovanju i savjesnom pristupu kojim doprinosite razvitku znanosti i rješavanju aktualnih problema u ruralnom prostoru.

1.	Godina osnivanja ruralnog objekta	
2.	Godina rođenja vlasnika ruralnog objekta	
3.	Spol	M      Ž
4.	Stručna sprema vlasnika ruralnog objekta	

5.	Broj članova kućanstva	
6.	Dali su Vaši zaposleni članovi Vaše obitelji?	a) da b) ne
7.	Kako je registrirana Vaša djelatnost?	a) obrt b) poduzeće (d.o.o.; d.d.) c) privatni iznajmljivači d) seljačko gospodarstvo e) _____ (drugo)
8.	Da li Vam je ugostiteljstvo (turizam):	a) osnovna djelatnost b) dopunska djelatnost
9.	Nudite li uslugu prehrane na Vašem objektu?	a) da b) ne
10.	Dali je Vaše gospodarstvo upisano u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava	a) da b) ne
11.	Koliko je zaposleno djelatnika u ruralnom objektu za pružanje uslužne djelatnosti?	
12.	Da li zapošljavate sezonske djelatnike, ako da koliko otprilike godišnje zapošljavate?	a) da _____ b) ne
13.	Da li ste ostvarili nacionalnu potporu (ili županijsku) u Vašem objektu?	a) da b) ne c) djelomično _____%

14.	Da li ste ostvarili potporu iz fondova EU Program Ruralnog razvoja 2014-2020 (mjere)?	a) da b) ne c) djelomično _____%
15	Prilikom osnivanja Vaše ugostiteljske djelatnosti Vaš početnički kapital bio je: (moguće više odgovora)	a) osobna finansijska sredstva b) poticaji c) kreditna zaduženost
16.	Da li je Vaše gospodarstvo trenutno kreditno zaduženo?	a) da b) ne c) djelomično _____%

**Molimo Vas odgovorite na sljedeće tvrdnje isključivo jednim odgovorom:**

(1/najmanje zastupljeno - 5/najviše zastupljeno)

Procijenite turističke **atraktivnosti OKRUŽENJA** Vašeg ruralnog objekta

17.	zdrava klima, zrak voda (nezagađenost)	1	2	3	4	5
18.	odsutnost buke	1	2	3	4	5
19.	odsutnost potencijalnih opasnosti (mine)	1	2	3	4	5
20.	očuvana priroda i slikovit krajolik	1	2	3	4	5
21.	očuvano graditeljsko nasljeđe	1	2	3	4	5
22.	očuvane socio-kulturne značajke	1	2	3	4	5
23.	slobodno kretanje po okolici	1	2	3	4	5
24.	uvjeti za rekreaciju, razonodu, posjete znamenitostima	1	2	3	4	5
25.	blizina drugih ugostiteljskih objekata	1	2	3	4	5
26.	dobra cestovna povezanost sela	1	2	3	4	5
27.	udaljenost gospodarstva do prve ambulante i pošte	1	2	3	4	5

28.	udaljenost do prve trgovine	1	2	3	4	5
29.	zainteresiranost većeg broja seljačkih obiteljskih gospodarstava	1	2	3	4	5
<b>Molimo Vas izrazite svoje mišljenje o važnosti pojedinih činitelja (afirmativnih)</b> <i>(1 = u potpunosti se ne slažem, 2 = ne slažem se, 3 = niti se ne slažem niti se slažem, 4 = slažem se, 5= u potpunosti se slažem)</i>						
30.	Smatram da je kvaliteta života na selu bolja uz aktiviranje ruralnog turizma	1	2	3	4	5
31.	Sudjelujem na sajmovima gdje prezentiram svoje gospodarstvo	1	2	3	4	5
32.	Smatram da je seljački turizam isplativa djelatnost	1	2	3	4	5
33.	Suradujem sa turističkim zajednicama	1	2	3	4	5
34.	Suradujem sa putničkim agencijama	1	2	3	4	5
35.	Razumijemo engleski jezik u govoru i pismu	1	2	3	4	5
36.	Razumijemo više vrsta stranih jezika	1	2	3	4	5
37.	Smatram da je ruralni turizam jedan od oblika sprječavanja negativnih demografskih kretanja u selima	1	2	3	4	5
38.	Spreman sam za daljnju edukaciju iz ugostiteljstva/turizma	1	2	3	4	5
<b>Molimo vas odgovorite na sljedeće tvrdnje isključivo jednim odgovorom:</b> <i>(1 = u potpunosti se ne slažem, 2 = ne slažem se, 3 = niti se ne slažem niti se slažem, 4 = slažem se, 5= u potpunosti se slažem)</i>						
<b>Koji je Vaš MOTIV bavljenja ruralnim turizmom ?</b>						
39.	Najvažniji je motiv što uživam u tome što radim	1	2	3	4	5
40.	Novac (financije)	1	2	3	4	5
41.	Volim biti poduzetnik i samostalno donositi odluke	1	2	3	4	5
42.	Osiguranje zaposlenosti svojoj djeci	1	2	3	4	5
43.	Uređenje gospodarstva (imao sam višak prostora kojeg sam želio renovirati)	1	2	3	4	5
44.	Imao sam višak vlastitih poljoprivrednih proizvoda	1	2	3	4	5
45.	Volim komunicirati s ljudima i želio sam prezentirati	1	2	3	4	5



	život na selu	
46.	Susjed se bavi s turizmom pa sam odlučio i ja	1 2 3 4 5
47.	Dodatni poticaji od strane države	1 2 3 4 5
48.	Motiv je isključivo obiteljska egzistencija	1 2 3 4 5
<b>Molimo Vas izrazite svoje mišljenje o važnosti pojedinih činitelja (negacijskih)</b>		
<i>(1 = u potpunosti se ne slažem, 2 = ne slažem se, 3 = niti se ne slažem niti se slažem, 4 = slažem se, 5 = u potpunosti se slažem)</i>		
49.	Nisam zadovoljan sa poslovanjem, planiram zatvoriti gospodarstvo	1 2 3 4 5
50.	Smatram da mladi (buduće generacije) ne žele nastaviti s mojim poslovanjem	1 2 3 4 5
51.	Nedostatak je stručnih savjetodavnih službi	1 2 3 4 5
52.	Prodaja i naplata proizvoda i usluga je otežana	1 2 3 4 5
53.	Zakonske i administrativne prepreke su nedostatne i velike	1 2 3 4 5
54.	Gosti se u našem objektu uglavnom zadržavaju:	a) Jedan dan b) 2-3 dana c) 4-5 dana d) tjedan dana i više
55.	Promotivne aktivnosti koje primjenjujemo na gospodarstvu su (moguće više odgovora)	a) Web stranice b) Društvene mreže c) Promocija od usta do usta d) Oglašavanje putem medija (tv, novine, radio) e) Prigodni letci i brošure, katalogi f) Oglašavanje putem e kupi, crno jaje, 321 kupi i slično g) sajmovi h) _____ drugo

56.	Kapaciteti s kojima raspolažemo	a) zadovoljavaju potražnju b) nedostatni su c) nisu iskorišteni u potpunosti
57.	Dali se na vašem gospodarstva mogu kupiti suveniri ili prigodno ambalažirani prehrambeni proizvodi sa Vašeg ili obližnjih gospodarstva?	a) da b) ne c) ne, ali imam to u planu
<b>Molimo Vas izrazite svoje mišljenje</b> (1/najmanje zastupljeno - 5/najviše zastupljeno)		
<b>Gosti na mom ruralnom objektu su</b>		
58.	Mladi ljudi (do 30 godina)	1 2 3 4 5
59.	Gosti srednje životne dobi (30-50)	1 2 3 4 5
60.	Umirovljenici	1 2 3 4 5
61.	Obitelji s djecom	1 2 3 4 5
62.	<b>Gosti iz inozemstva</b>	1 2 3 4 5
<b>Prije odluke bavljenja turizmom</b> (1/najmanje zastupljeno - 5/najviše zastupljeno)		
63.	Imao sam točno određen plan i ideju	1 2 3 4 5
64.	Imao sam formalno izrađen poslovni plan	1 2 3 4 5
65.	Imao sam samo financijski plan	1 2 3 4 5
66.	Preuzeo sam već postojeći posao	1 2 3 4 5
67.	Nisam konkretno znao u što se upuštam	1 2 3 4 5
68.	Nisam bio dovoljno dobro upoznat sa zakonskom regulativom	1 2 3 4 5

**Koliko ste u Vašem poslovanju angažirali potrebnu profesionalnu radnu snagu ...**

(1/najmanje zastupljeno - 5/najviše zastupljeno)

69.	majstore, građevinare ili arhitekte koji imaju iskustva s adaptacijom i rekonstrukcijom tradicijskih objekata	1	2	3	4	5
70.	etnologe – uređenje i opremanje objekta	1	2	3	4	5
71.	ekonomske stručnjake	1	2	3	4	5
72.	stručnjake za hortikulturu	1	2	3	4	5
73.	stručnjake u ugostiteljstvu	1	2	3	4	5

**Odredite socijalne vještine koje posjedujete u odnosu prema gostima**

(1/najmanje zastupljeno - 5/najviše zastupljeno)

74.	Gostoprimstvo	1	2	3	4	5
75.	Pažnja prema gostu	1	2	3	4	5
76.	Ljubaznost	1	2	3	4	5
77.	Strpljenje i smirenost	1	2	3	4	5
78.	Osjećaj za diplomaciju (između gostiju)	1	2	3	4	5
79.	Nadarenost za improvizaciju	1	2	3	4	5

**Budućnost Vašeg poslovanja(kako vidite budućnost)**

(1/najmanje zastupljeno - 5/najviše zastupljeno)

80.	Imam ideje kako osmisliti novu ponudu i profilirati se	1	2	3	4	5
81.	Planiram novo zapošljavanje na ruralnom objektu	1	2	3	4	5
82.	Smatram da ruralni turizam u	1	2	3	4	5

	Hrvatskoj ima velikih potencijala	
83.	Smatram da treba postojati veća angažiranost države kroz poticaje i savjetodavnu službu	1 2 3 4 5

## 11. POPIS SLIKA

Broj slike	Naziv slike	Broj stranice
1.	Shematski prikaz međudnosa ruralnog turizma, seoskog turizma i turizma na turističkim seoskim obiteljskim gospodarstvima	4
2.	Položaj Požeško-slavonske županije	8
3.	Sovsko jezero	13
4.	Park u Lipiku	13
5.	Park u Kutjevu	14
6.	Park u Trenkovu	15



## 12. POPIS GRAFIKONA

Broj grafikona	Naziv grafikona	Broj stranice
1.	Ugostiteljstvo kao osnovna i dopunska djelatnost	18
2.	Motivi bavljenja ruralnim turizmom	19
3.	Struktura gospodarstava upisanih u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava	20
4.	Struktura vlasnika koji su ostvarili nacionalnu potporu (ili županijsku) u ruralnom objektu	20
5.	Struktura vlasnika koji su ostvarili potporu iz fondova EU Program ruralnog razvoja 2014-2020 (mjere)	20
6.	Procijena turističke atraktivnosti okruženja ruralnih objekata	21
7.	Struktura promotivnih aktivnosti koje gospodarstva primjenjuju	22
8.	Struktura vlasnika koji surađuju sa turističkim zajednicama	22
9.	Struktura vlasnika koji surađuju sa putničkim agencijama	22
10.	Struktura zastupljenosti poslovnog plana pri planiranju poslovanja	23
11.	Struktura zastupljenosti gostiju na ruralnim objektima	24
12.	Budućnost poslovanja vlasnika ruralnih objekata	24

# TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Diplomski rad

Poljoprivredni fakultet u Osijeku

Sveučilišni diplomski studij, smjer Agroekonomika

## ODRŽIVOSTI I BUDUĆE PERSPEKTIVE RAZVOJA RURALNOG TURIZMA POŽEŠKO-SLAVONSKE ŽUPANIJE

Melita Bašić Palković

### Sažetak

S površinom od 1.815 četvornih kilometara i nešto više od 85.800 stanovnika, Požeško-slavonska županija ubraja se u red manjih županija u Republici Hrvatskoj. Riječ je o županiji koja razbija uobičajenu predodžbu o ravnoj Slavoniji, s obzirom na to da se na relativno malom prostoru, uz ravnice s plodnim njivama, nalaze i planine i gore čija podnožja, pak, krase nadaleko poznati vinogradi, dok su viši dijelovi uglavnom pod šumom. Požeško-slavonska županija sastoji se od dvaju prostorno odvojenih cjelina – Požeške kotline te Pakračko-lipičkog kraja. Svaki dio Požeško-slavonske županije ima svoju osobnost dobivenu određenim povijesnim razdobljem. Stoga, bogatom poviješću i kulturom, Požeško-slavonska županija svakako zaslužuje više pozornosti. Cilj ovog rada identificirati je osnovnu problematiku, održivost i buduće perspektive razvoja ruralnog turizma Požeško-slavonske županije, dok su specifični ciljevi istraživanja utvrditi čimbenike atraktivnosti ruralnog područja, utvrditi važnost pojedinih afirmativnih činitelja u poslovanju, utvrditi motive bavljenja ruralnim turizmom i utvrditi vrstu promotivnih aktivnosti koje gospodarstva favoriziraju. U radu se istražuje osnovna problematika, održivost i buduće perspektive razvoja ruralnog prostora. Istraživanjem i analiziranjem internih i eksternih činitelja ruralnih subjekata u turizmu, uvidjet će se osnovne smjernice u aktiviranju i opstanku te uslužne djelatnosti. Ekonomska i društvena dobit koja se stvara brendiranjem destinacije velika je, jer se time čuva i promiče vlastiti identitet i tradicija, a samim time poboljšava kvaliteta življenja. Netaknuta priroda, bogata povijest, tradicija i kultura temelji su na kojima bi se trebao razvijati budući brend Požeško-slavonske županije.

**Rad je izrađen pri:** Poljoprivredni fakultet u Osijeku

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

**Broj stranica:** 33

**Broj slika:** 6

**Broj grafikona:** 12

**Broj literaturnih navoda:** 14

**Broj priloga:** 1

**Jezik izvornika:** hrvatski

**Ključne riječi:** ruralni turizam, činitelji atraktivnosti, ruralna područja

**Datum obrane:**

**Stručno povjerenstvo za obranu:**

1. prof. dr. sc. Jadranka Deže, predsjednik

2. izv. prof. dr. sc. Tihana Sudarić, mentor

3. dr. sc. Jelena Kristić, član

**Rad je pohranjen u:** Knjižnica Poljoprivrednog fakulteta u Osijeku, Sveučilištu u Osijeku, Vladimira Preloga 1.

## **BASIC DOCUMENTATION CARD**

**Josip Juraj Strossmayer University of Osijek  
Faculty of Agriculture  
University Graduate Studies, Agroeconomics**

**Graduate thesis**

### **SUSTAINABILITY AND FUTURE PERSPECTIVES OF RURAL TOURISM DEVELOPMENT OF POŽEŠKO-SLAVONSKA ŽUPANIJA**

Melita Bašić Palković

#### **Abstract**

With an area of 1,815 square kilometers and slightly over 85,800 inhabitants, Požega Slavonia County is among the smallest counties in the Republic of Croatia. It is a county that breaks the usual concept of flat Slavonia, since here in a relatively small area, beside the plains with fertile meadows, there are mountains and ups, whose bases, however, overlook the well-known vineyards, while the higher parts are mostly under the woods. The County of Požega-Slavonia consists of two spatially separated units - the Požega valley and the Pakrac-Lipican region. Every part of the Požega-Slavonia County has its personality gained in a certain historical period. Therefore, with a rich history and culture, the Požega-Slavonia region certainly deserves more attention and stories about it. The main objectives of this paper were to identify the basic issues, sustainability and future perspectives of the rural tourism development of Požega-Slavonia County, while the specific objectives of the research were: to determine the factors of attractiveness of the rural area, to determine the importance of certain affirmative factors in business, to determine the motives of rural tourism, promotional activities favored by the economy. The paper explores the basic issues, sustainability and future perspectives of rural development. Researching and analyzing the internal and external factors of rural subjects in tourism will provide basic guidance on activating and surviving this service activity. The economic and social benefits of branding the destination are great because it keeps and promotes its own identity and tradition, and thus improves the quality of life. Unsustainable nature, rich history, tradition and culture are the main foundations for the future brand of Požega-Slavonia County.

**Thesis performed at:** Faculty of Agriculture in Osijek

**Mentor:** Ph.D. Tihana Sudarić, Associate Professor

**Number of pages:** 33

**Number of figures:** 6

**Number of graphicons:** 12

**Number of references:** 14

**Number of appendices:** 1

**Original in:** Croatian

**Key words:** rural tourism, factors of attractiveness, rural areas

**Thesis defended on date:**

**Reviewers:**

1. Ph.D. Jadranka Deže, Full Professor, president
2. Ph.D. Tihana Sudarić, Associate Professor, mentor
3. Ph.D Jelena Kristić, member

**Thesis deposited at:** Library, Faculty of Agriculture in Osijek, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Vladimira Preloga 1.