

Novi trendovi u ponudi i potražnji ruralnih turističkih destinacija

Lončar, Matej

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:

**Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek /
Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:151:995656>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-19**



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
FAKULTET AGROBIOTEHNIČKIH ZNANOSTI OSIJEK

Matej Lončar

Preddiplomski sveučilišni studij Poljoprivreda

Smjer Agroekonomika

Novi trendovi u ponudi i potražnji ruralnih turističkih destinacija

Završni rad

Osijek, 2021.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
FAKULTET AGROBIOTEHNIČKIH ZNANOSTI OSIJEK

Matej Lončar

Preddiplomski sveučilišni studij Poljoprivreda

Smjer Agroekonomika

Novi trendovi u ponudi i potražnji ruralnih turističkih destinacija

Završni rad

Povjerenstvo za ocjenu završnog rada:

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

Osijek, 2021.

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

Završni rad

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek
Preddiplomski sveučilišni studij Poljoprivrede, smjer Agroekonomika
Matej Lončar

Novi trendovi u ponudi i potražnji ruralnih turističkih destinacija

Sažetak: Tema ovog završnog rada su novi trendovi u ponudi i potražnji ruralnih turističkih destinacija. Turizam je globalni fenomen koji djeluje lokalno, a proces globalizacije postaje neizbježan fenomen u suvremenom gospodarskom razvoju. Republika Hrvatska je turistička destinacija neprocjenjivog potencijala, te je jedna od najposjećenijih zemalja Sredozemlja. Među specifičnim oblicima turizma, u posljednje vrijeme sve više se ističe ruralni turizam. Važnost ruralnog turizma je u spoju poljoprivredne proizvodnje, tradicionalnih proizvoda, usluga, gastronomije i turističkih usluga.

Ključne riječi: Ponuda, potražnja, ruralni turizam, turistička destinacija

28 stranica, 4 slike, 3 tablice, 1 grafikon

Završni rad je pohranjen u Knjižnici Fakulteta agrobiotehničkih znanosti Osijek i u digitalnom repozitoriju završnih i diplomskih radova Fakulteta agrobiotehničkih znanosti Osijek.

BASIC DOCUMENTATION CARD

BSc Thesis

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek
Under graduate university study Agriculture, course Agroecconomics

Matej Lončar

New trends in supply and demand of rural touristic destinations

Summary: The subject of this final work are new trends in supply and demand of rural touristic destinations. Tourism is a global phenomenon that operates locally, and the process of globalization is becoming an inevitable phenomenon in modern economic development. The Republic of Croatia is a tourist destination of inestimable potential, and is one of the most visited countries in the Mediterranean. Among the specific forms of tourism, rural tourism has recently become more and more prominent. The importance of rural tourism is in the combination of agricultural production, traditional products, services, gastronomy and tourist services.

Keywords: Supply, demand, rural tourism, touristic destination

29 pages, 4 figures, 3 tables, 1 chart

BSc Thesis is archived in Library of Faculty of Agrobiotechnical Sciences in Osijek and in digital repository of Faculty of Agrobiotechnical Sciences in Osijek.

SADRŽAJ

| | |
|---|----|
| 1. UVOD..... | 1 |
| 2. MATERIJAL I METODE | 2 |
| 3. REZULTATI I RASPRAVA..... | 3 |
| 3.1. Ruralni turizam i ruralna turistička destinacija – pojam i značenje | 3 |
| 3.1.1. Definicija i značaj ruralnog turizma | 3 |
| 3.1.2. Ruralna turistička destinacija | 6 |
| 3.2. Obilježja i zahtjevi turističke potražnje ruralnih turističkih destinacija | 8 |
| 3.3. Struktura ponude ruralne turističke destinacije | 9 |
| 3.4. Atraktivne ponude ruralnih turističkih destinacija u svijetu..... | 11 |
| 3.5. Ruralni turizam u Hrvatskoj i novi trendovi u ponudi i potražnji | 15 |
| 4. USPOREDBA RURALNE TURISTIČKE PONUDE HRVATSKE I DRUGIH ZEMALJA U OKRUŽENJU..... | 19 |
| 4.1. SWOT analiza strategijskih okvira i pravaca turističkih ruralnih destinacija u Hrvatskoj i odabranim zemljama (Austrija, Italija, Francuska, Slovenija) | 21 |
| 5. ZAKLJUČAK..... | 23 |
| 6. POPIS LITERATURE..... | 24 |

1. UVOD

Turizam je zasigurno jedna od najznačajnijih gospodarskih grana u Republici Hrvatskoj. Razvoj turizma u nas započeo je i dugo se zasnivao isključivo na atraktivnom primorskom području. Tek nekoliko desetljeća unazad počinju se valorizirati i druge vrijednosti koje dobivaju značenje izvora za razvoj turizma. Tako danas Hrvatska razvija i kontinentalni turizam u okviru kojega su posjetitelji zainteresirani za posjet i boravak u ruralnim područjima za lov i ribolov, što će dobiti značenje lovnog i ribolovnog turizma. Danas postoji čak tridesetak selektivnih oblika turizma. Jedan od selektivnih oblika turizma jest ruralni turizam. Pomoću ovog oblika turizma, danas sve veći broj ruralnih područja promiče svoj razvoj. Ruralni razvoj usmjerava se na unaprjeđenje gospodarskog rasta i povećanje poljoprivredne proizvodnje.

Prema definiciji Vijeća Europe ruralni turizam je turizam na seoskom području sa svim aktivnostima koje se provode na tom području gdje vlada mirna sredina, bez prisutnosti buke, očuvani okoliš, komunikacija s domaćinima, domaća hrana te upoznavanje pa i sudjelovanje u seljačkim poslovima (Pančić-Kombol, 2000.).

Cilj ovog završnog rada je opisati razvoj turizma u ruralnim destinacijama te kakva je njihova konkurentnost na tržištu sada, što se tiče novih trendova i mogućnosti tih područja. Poseban naglasak biti će na usporedbi ruralnih turističkih ponuda u Hrvatskoj i odabranim zemljama u svijetu.

U radu će se definirati pojmovi ruralnog turizma i turističke destinacije i njihova uloga u stvaranju ponude i potražnje ruralnog turizma.

2. MATERIJAL I METODE

Završni rad se temelji na literaturi koja obuhvaća znanstvene i stručne članke, internetske izvore i knjige vezane uz predmet istraživanja. U radu će se sekundarne baze podataka te metode deskripcije, analize i sinteze kako bi se prikazalo stanje i novi trendovi ruralnih turističkih destinacija. U radu će se primijeniti i SWOT analiza koja će prikazati strategijske okvire i pravce turističkih ruralnih destinacija.

SWOT analiza je primarni alat kojim se provjerava prihvatljivost i izvodljivost, a sastoji se od četiri ključna čimbenika kojima nastoji prikazati unutarnje snage i slabosti te vanjske prilike i prijetnje u realizaciji projekta ili ideje.

Cilj rada je pobliže opisati razvoj turizma u ruralnim destinacijama te kakva je njihova konkurentnost na tržištu sada, što se tiče novih trendova i mogućnosti tih područja.

3. REZULTATI I RASPRAVA

3.1. Ruralni turizam i ruralna turistička destinacija – pojam i značenje

U završnom radu definirati će se pojam ruralnog turizma te će se ukazati na njegovu važnost za razvoj turizma i gospodarstva neke države. Sam pojam ruralnog turizma sadrži mnogo pojavnih oblika o kojima će biti riječ u sljedećim poglavljima. Za kvalitetan razvoj ruralnog turizma od velike je važnosti ruralna turistička destinacija. Za razliku od prošlosti kada je naglasak bio na masovnom turizmu, danas vodeće mjesto zauzima kvaliteta ponude, a samim time kvaliteta ruralne turističke destinacije. Mnogo čimbenika utječe na kvalitetnu ponudu ruralne turističke destinacije, a uravnoteženo ispunjavanje upravo takvih kriterija dovodi i do zadovoljstva turista.

3.1.1. Definicija i značaj ruralnog turizma

Prije svega treba istaknuti činjenicu da univerzalna definicija ruralnog turizma ne postoji. Ruralni turizam uvjetovan je turističkim atrakcijama koje se nalaze u ruralnim područjima, a njegova važnost je prije svega u poljoprivrednim odnosno tradicionalnim proizvodima te prezentiranju tradicije. Kako bi se definirao ruralni turizam važno je pojasniti pojam ruralnog područja. Ruralno područje se terminološki može odrediti sljedećim definicijama:

- Ruralno područje je prostor izvan gradskih sredina s malim brojem stanovnika, na kojemu prevladava zanimanje poljoprivrednika te ga karakterizira posebna društvena struktura.
- Gospodarski razvoj ruralnog područja temelji se na tradicionalnoj poljoprivredi, koja se nalazi izvan utjecaja većih mjesta i gradova, koji izravno djeluju na njihov razvoj, a po karakteru su suprotnost urbanima (Tubić, 2019.).

U novije vrijeme odnos prema ruralnim područjima znatno se mijenjao. Sredinom 20. stoljeća na ruralnost se gleda negativno, a sve veći broj stanovnika selio je u urbane sredine. Ipak, nakon određenog vremena narod počinje uviđati prednosti i korist od života u ruralnom području (Defilippis, 2005.). Budući da ruralna područja odlikuju brojne prirodne ljepote i specifičan način života, u posljednje vrijeme se značajno razvija koncept ruralnog turizma. Značajniji razvoj ruralnog turizma krenuo je u SAD-u i Europi nakon Drugog svjetskog rata,

odnosno nakon 1960. godine. Do tada turizam u ruralnim područjima nije bio pod utjecajem zakona slobodnog tržišta, principa ponude i potražnje, a državne vlasti nisu imale utjecaja. Nakon početne faze razvoja turizma u ruralnim područjima, u kojoj su dominantni faktori razvoja bili samoinicijativnost stanovništva koje pruža određene usluge, ali i ljudi koji dolaze u ruralne prostore uglavnom tražeći mir i čistu prirodu, započinje sljedeća faza njegova razvoja u državama koje su se suočile s problemom jakog polariziranog razvoja i depopulacije ruralnih područja, proces planiranog korištenja ruralnog turizma u funkciji revitalizacije i transformacije ruralnih krajeva. Najznačajnije karakteristike ruralnog turizma su mirna sredina, očuvan okoliš, interaktivna komunikacija između gosta i domaćina, domaća hrana, upoznavanje seljačkih poslova i obaveza itd. (Hajdinjak, 2017.). Valja naglasiti da je ruralni turizam multidimenzionalna aktivnost, a ne samo farmerski odnosno seljački turizam. Često se ruralni turizam izjednačuje s farmerskim turizmom što je netočno, on se ne odnosi samo na aktivnosti vezane uz poljoprivredu, već i različite posjete i aktivnosti vezane uz šume, nacionalne parkove ili područja divljine (Tubić, 2019.). Pojam ruralnog turizma sadrži mnoštvo pojava oblika, npr. seoski turizam, agroturizam, rezidencijalni, zavičajni, turizam na seljačkim gospodarstvima itd. Oblici ruralnog turizma objašnjeni su na sljedećoj shemi.



Slika 1. Shematski prikaz međuođnosa ruralnog turizma, seoskog turizma i turizma na turistićkim seoskim obiteljskim gospodarstvima

Izvor: Baćac, R., 2011.

Seoski turizam je uži oblik ruralnog turizma, a istovremeno širi pojam od agroturizma, vezan je za ambijent sela, njegovu užu okolicu i sve njegove aktivnosti. S druge strane, agroturizam odnosno turizam na seljaćkom gospodarstvu karakterizira ovisnost o poljoprivrednoj djelatnosti, što je jedna od glavnih toćaka diferenciranosti od ostalih pojavnih oblika ruralnog turizma (Tubić, 2019.).

„Važnost ruralnog turizma oĳleda se u vrlo važnoj interakciji poljoprivredne proizvodnje, proizvodnje tradicionalnih proizvoda, prezentiranja tradicije, tradicijskih usluga, tradicijske gastronomije i turistićkih usluga, a njegov razvoj temelji se na održivom razvoju. U posljednje vrijeme, ruralni turizam diljem svijeta bilježi rast što se prvenstveno događa zbog povećane potražnje na turistićkom tržištu, ali i zbog javne podrške njegovom razvoju što je posebice slućaj u razvijenim zemljama“ (Hajdinjak, 2017.).

Također, ruralni turizam doprinosi razvoju gospodarstva, ali može utjecati i na ekonomski razvoj države. Kao najznačajnije uloge turizma u gospodarstvu ističu se sljedeće: zapošljavanje, poticanje međunarodne razmjene, razvoj nedovoljno razvijenih područja, uravnoteženje platne bilance i povećanje stope BDP-a. Osim toga za ruralni turizam karakteristično je da se radi o individualnim uslugama i pristupu (Hajdinjak, 2017.). Cilj ruralnog turizma je osiguranje dugoročne vremenske održivosti života u regijama u kojima se on razvija. Njegova zadaća je očuvati ruralnost područja (Tubić, 2019.).

Činjenica je da mnoštvo mladih ljudi seli iz ruralnih u urbana područja u potrazi za boljim načinom života te većim mogućnostima kada je riječ o zapošljavanju i izboru radnog mjesta. Upravo ruralni turizam predstavlja glavni potencijal ruralnih područja kako bi mladi ljudi odnosno mlade obitelji sagradile svoj dom, ovakav oblik turizma pruža im mogućnost za otvaranje novih radnih mjesta. Razvojem ruralnog turizma ujedno se osigurava i razvoj drugih poslovnih sektora koji su vezani uz ruralni turizam, posredno ili neposredno (Mitrović, 2018.).

3.1.2. Ruralna turistička destinacija

Kadi, Jaafar i Hassan (2014., prema Tubić, 2019.) navode da se od turističke destinacije očekuje da ima četiri glavne karakteristike:

- Ograničeno definirano zemljopisno područje
- Turiste koji će je odabrati i posjećivati
- Pružatelje različitih vrsta turističkih proizvoda i usluga
- Uključene razne dionike s različitim interesima i potrebama.

Svako odredište turističkog putovanja može definirati kao turistička destinacija, neovisno radi li se o samostalnom turističkom mjestu, regiji ili turističkoj zemlji. S obzirom na geografska obilježja, turističke destinacije kategoriziraju se u tri skupine:

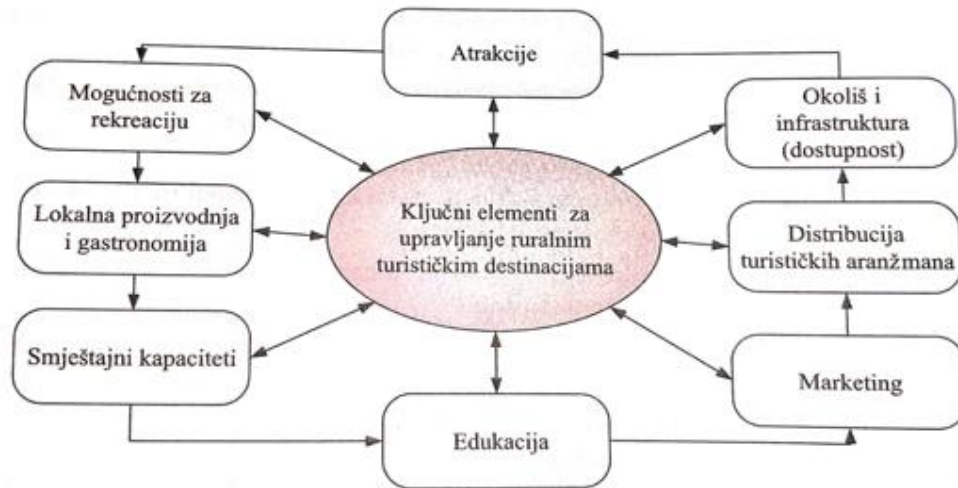
- Morske destinacije – uključuju primorska odmarališta, prirodne plaže, krstarenje uz obalu, šetnje uz obalu i slično

- Ruralne destinacije – uključuju najčešće jezera i planine, ali i posjet i boravak u zabačenijim seoskim/ruralnim mjestima, odmor i boravak na agroturističkim gospodarstvima, posjete vinogradima i vrtovima, odmor na rijekama i kanalima, kao i nacionalnim parkovima i slično
- Urbane destinacije – uključuju posjet manjim i većim gradovima (Tubić, 2019.).

Ruralne turističke destinacije mogu se podijeliti na tradicionalne, popularne destinacije u blizini većih urbanih sredina koje imaju veliki broj dnevnih posjetitelja, tradicionalna odmarališta sa značajnim udjelom smještajnih i ostalih kapaciteta, zaštićena područja koja imaju razvijeni ekoturizam, ruralna područja gdje se značajan dio proizvoda temelji na malim povijesnim mjestima i selima te bogatom kulturnom baštinom, bogata poljoprivredna područja gdje se stanovništvo bavi poljoprivrednom proizvodnjom, područja u blizini mora koja žele razvijati ruralni turizam u svom neposrednom zaleđu i planinska ili šumska područja koja već imaju određeni oblik turizma, ali ga žele ojačati (Lukić, 2010.).

Kada se govori o osnovnim činiteljima turističke destinacije, Demonji i Ružić (2010., prema Tubić, 2019.) navode sljedeće činitelje: atrakcije (prirodne ljepote i klima, kulturna i društvena obilježja, stav prema turistima, razina cijena itd.), zadovoljava li ponuda kojom prostor raspolaže zahtjeve posjetitelja raznih tržišnih segmenata, prirodne pogodnosti, pristupačnost ili dostupnost (cestovna, željeznička, plovna, zračna). Što se tiče činitelja atraktivnosti kada je riječ o ruralnim turističkim destinacijama oni su sljedeći:

- Elementi smještajne ponude (udobnost smještaja, kvaliteta usluga i hrane, opremljenost objekta, uređenost okoliša)
- Elementi turističkog proizvoda destinacije
- Ekološki elementi (klima, ljepota prirode i krajolika, uređenost mjesta)
- Socio-kulturni elementi (gostoljubivost, poznavanje stranih jezika, komunikativnost, otvorenost)
- Elementi ponude (kvaliteta ugostiteljskih objekata izvan smještajnih kapaciteta, pogodnost različitih sadržaja poput izleta)
- Infrastrukturni objekti (prometna povezanost, kvalitetan lokalni prijevoz)
- Promocijski elementi (kvaliteta označavanja znamenitosti, dostupnost informacija, kvalitetni info punktovi) (Tubić, 2019.).



Slika 2. Ključni elementi za upravljanje ruralnom turističkom destinacijom

Izvor: Tubić, D., 2019.

3.2. Obilježja i zahtjevi turističke potražnje ruralnih turističkih destinacija

Turizam iz prošlosti se veoma razlikuje od turizma danas. U prošlosti je naglasak bio na masovnom turizmu, gdje je bila bitna kvantiteta, a ne kvaliteta, dok je danas turizam mnogo organiziraniji i više se stavlja naglasak na kvalitetu. Na turističku potražnju najviše utjecaja imao je novi stil života, odnosno poboljšanje životnog standarda. Također, globalizacija je utjecala na turističko tržište, postigla je da se svijet poveže i uklonila većinu barijera između pojedinih dijelova svijeta. Ružić (2009.) navodi da kada je riječ o ruralnom turizmu čimbenici potražnje dijele se na objektivne i subjektivne. Objektivni čimbenici potražnje su radna i životna sredina, prirodno okruženje, slobodno vrijeme, slobodna financijska sredstva i ostali objektivni čimbenici. Treba naglasiti da su radna i životna sredina u moderno doba potpuno drugačije nego ranije. Urbane sredine postaju izuzetno bučne, a upravo ruralne destinacije posjetiteljima pružaju prirodno okruženje koje čovjeku omogućuje povezivanje s prirodom, ali i sa samim sobom. Slobodna financijska sredstva se odnose na sredstva koja ostanu za turističke potrebe kada čovjek podmiri sve druge potrebe koje su mu na listi prioriteta prije

turističkih. Subjektivni čimbenici potražnje odnose se na subjektivno ponašanje pojedinca kojim se povećava djelovanje objektivnih čimbenika.

Ružić (2009.) izdvaja tri osnovne skupine čimbenika potražnje:

- Prirodne privlačnosti (klima, hidrografski elementi, reljef, biljni i životinjski svijet, prirodne rijetkosti, poljoprivreda, te ekološka poljoprivreda)
- Društvene privlačnosti (spomenici kulture, pučka kultura, stanovanje i prehrana, pučki običaji, pučke igre, pučko stvaralaštvo, kulturne ustanove i priredbe, te zabavne, sportske i gospodarske priredbe)
- Prometna povezanost (prometna povezanost sa mjestom turističkog boravka i prometna povezanost u turističkoj destinaciji).

Uspješne turističke destinacije neprestano istražuju i analiziraju turističku potražnju kako bi prilagodili svoje sadržaje i ponudu interesima turista. Potražnja je dinamična i individualna, a ovisi o mogućnostima pojedinca. Turistička potražnja se obično izražava brojem posjetitelja, njihovim karakteristikama i potrošnjom. Procjenjivanje potražnje je prilično zahtjevno, ali i od ključne važnosti za planiranje turističkog razvoja (Regancin, 2017.).

3.3. Struktura ponude ruralne turističke destinacije

Svaka turistička destinacija prodaje turistima jedinstveni turistički proizvod kao rezultat djelovanja turističkih i neturističkih subjekata te kao rezultat vrednovanja prirodnih resursa i kulturne baštine. Formiranje turističke ponude dinamičan je proces, sličan procesu gospodarskog razvoja. Ponuda turističkog mjesta treba se kontinuirano prilagođavati zahtjevima turističke potražnje, a redovito slijedi opća obilježja turističke ponude. Ta obilježja su: jaka heterogenost turističkog proizvoda, različiti tempo rasta elemenata ponude, relativna krutost turističke ponude i nedostatna prilagođenost ponude turističkoj potražnji (Žuvela, 1998.).

Primarni elementi turističke ponude su resursi zemlje kojima treba na ispravan način upravljati kako bi se postigao uspjeh kroz zadovoljenje turista. Ponuda mora biti inovativna, zanimljiva,

prilagođena potražnji te mora neprestano pratiti trendove na tržištu. Jedan od važnih faktora uravnoteženja turističke ponude i potražnje je cijena proizvoda.

Cilj ponude je turistu omogućiti privremenu promjenu boravka i okoline. Prema Demonji i Ružić (2009.) činitelji se dijele na komunikativne, atraktivne te receptivne. Ova podjela karakteristična je za turističku ponudu općenito, a ruralni turizam određuju posebni elementi ponude. Za ruralni turizam su izuzetno značajni fizičko – geografski elementi koji su sljedeći: klima, hidrografske elementi, reljef, biljni i životinjski svijet, zaštićena prirodna područja koja obuhvaćaju nacionalne parkove, parkove prirode, rezervate i drugo, te poljoprivreda s naglaskom na ekološku proizvodnju. Klima utječe na razvoj pojedinih oblika turizma, te je prema njoj moguće razlikovati glavnu sezonu i izvansezonsko razdoblje. Kako bi prostor bio atraktivan važni su određeni klimatski elementi, kao što su insolacija, padaline i temperatura zraka. Temperatura u ruralnim prostorima, koja je ugodna pogoduje turistima, ali i životinjskom i biljnom svijetu te ima velike utjecaje na razvoj poljoprivrede. Biljni i životinjski svijet važan su čimbenik koji privlači turiste na određeno ruralno područje. Bogatstvo biljnih vrsta pridonosi oblikovanju samog krajolika, a upravo ti krajolici imaju pozitivan utjecaj na čovjeka. Uloga životinjskog svijeta je da poveća turističku atraktivnost određenog područja (Ivanušević, 2018.).

Prema Ružić (2009.) činitelji atraktivnosti ponude ruralnog turizma dijele se na tri osnovne skupine:

- Prirodne privlačnosti
- Društvene privlačnosti
- Prometna povezanost

Prirodne privlačnosti uključuju već navedene elemente poput klime, reljefa, biljnog i životinjskog svijeta itd. S druge strane, kada je riječ o društvenim privlačnostima one su sljedeće:

- Spomenici kulture – Pokretni i nepokretni predmeti sačuvani iz prošlosti. U pokretne spomenike kulture ubrajaju se slike, kupovi, namještaj i slično, dok su nepokretni spomenici kulture građevine ili zidine.
- Pučka kultura - Uključuje odijevanje (nošnje), ples, pjevanje, glazbu, stare običaje, zanate, način stanovanja i prehranu stanovnika.

- 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. Prehrana se u ovom slučaju odnosi na domaću hranu, uzgojenu na dotičnom poljoprivrednom gospodarstvu.
- Pučki običaji i pučke igre –Navike i običaji prisutni na selu (običaji povezani s obitelji, običaji i obredi povezani s poljoprivredom, kalendarski običaji). 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.
- Pučko stvaralaštvo – Rukotvorine koje su proizveli prethodnici npr. igračke ili alati.
- Kulturne ustanove i priredbe - Ustanove su institucije koje organiziraju priredbe a priredbe su razne kulturne i druge aktivnosti.
- Zabavne, sportske i gospodarske priredbe: Svjetske izložbe ili borbe bikova u Španjolskoj, karnevali ili slično priredbe su koje privlače veliki broj turista.

Prometna povezanost važna je turistima kako bi njihova turistička destinacija bila povezana s obližnjim kolodvorom ili aerodromom, ali isto tako i s drugim mjestima u blizini turističke destinacije, kako bi mogli razgledati krajolik.

3.4. Atraktivne ponude ruralnih turističkih destinacija u svijetu

Nakon prvotne faze razvoja turizma u ruralnim prostorima, u kojoj su dominantni faktori razvoja bili samoinicijativnost stanovništva koje pruža određene usluge, ali i ljudi koji dolaze u ruralne prostore uglavnom tražeći mir i čistu prirodu, započinje proces planiranog korištenja ruralnog turizma u funkciji revitalizacije i transformacije ruralnih krajeva. Ponuda i potražnja ruralnih turističkih destinacija znatno se mijenja, boravci se skraćuju, prisutan je veći interes za zdravlje i aktivan odmor te veća briga za okoliš. Stalna je potražnja za svim vrstama smještaja, ali i povećana svijest o standardima u okviru svih sektora. Za razliku od gradova i naselja obalnog turizma, ruralna su područja prilično raspršena. Većina ruralnih lokalnih vlasti ima ograničena financijska sredstva i nedostatak osoblja za upravljanje turizmom. Stoga je važno da aktivnosti upravljanja budu jednostavne i praktične (Jelinčić, 2007.).

Mnoge države, kao i Hrvatska, već određeni period koriste razvoj ruralnog turizma kao snagu za razvoj zapostavljenih krajeva u zemlji. Ipak, unatoč prirodnim ljepotama koje su uvijek iznova zanimljive, važno je turistima nuditi izbor različitih novih aktivnosti kako bi novi trendovi u ponudi i potražnji bili zadovoljeni. Obradna polja, kao i ruralni krajolik, ponovno osvajaju stanovništvo koje dolazi iz urbanih sredina. Ponovno se javlja težnja, koja se potvrđuje željama za susretom sa selom, ali i više sa širokim ruralnim prostorom i divljom prirodom (Rajko, 2013.).

Austrija

Austrija među prvima koristi ruralni turizam kao „alat“ u funkciji razvitka ruralnih područja. Alpski prostor je pedesetih godina ovog stoljeća bio u potpunosti drugačiji nego danas, izoliran od ostatka svijeta, a poljoprivredne djelatnosti bile su nedovoljno razvijene. Kako bi se pokrenuo gospodarski razvoj tog područja pokrenuo se razvoj ruralnog turizma (Lukić, 2005.).

Podaci iz 2011. godine pokazuju da u Austriji posluje više od 16 000 turističkih seoskih obiteljskih gospodarstava. Turizam na seoskim gospodarstvima čini ok 16,5% cjelokupnog turizma Austrije. Najčešći gosti koji posjećuju seoski turizam Austrije su Nijemci (čak 80% turista čine Nijemci) i Austrijanci. U usporedbi s početkom razvoja ruralnog turizma u Austriji, ponuda danas je znatno bogatija i proširena. Sve više postaju trend češća i kraća putovanja, što opet pogoduje Austriji koja nudi ponude vikend odmora. Veći dio ruralnog turizma Austrije usmjeren je na obitelji s djecom tako da osmišljavaju dodatne usluge kao na primjer, opremljenost s dječjim krevetićima, dječje kade, igralište, dječji bazen, jahanje na ponijima, mali ZOO sa životinjama, razne radionice za djecu da roditelji mogu nesmetano uživati u odmoru. Osim toga postoje različite ponude aktivnosti za djecu koja borave na seoskom gospodarstvu: dječja kreativna ponuda s keramikom, tkanjem i pečenjem kruha, hranjenje malih životinja, izrada domaćih proizvoda: mlijeko, sokovi, džemovi i kruh, ljekoviti vrt itd. U Austriji je razvijeno prvo europsko dječje selo. Poljoprivreda Austrije jedan je od činitelja koji nadopunjuje seoski turizam. Poljoprivredom se bave najviše obiteljska poduzeća koja većinom surađuju s hotelima, restoranima i seoskim turizmima. Prodaju domaću, svježu hranu, te domaće proizvode. Tirol je treća savezna država po veličini, a

savršena je destinacija za obitelji i one koji žele potražiti mir na stazama koje su inače krzate skijašima zimi(Galić, 2020.).



Slika 3. „Orlova šetnja“, Tirol

Izvor: <https://www.wilderkaiser>

Italija

Kao i u Austriji, u Italiji je u ruralnim područjima vladala depopulacija do 1970-ih godina. Suočena s nadolazećim novim globalnim trendovima, talijanska je vlada 1985. godine donijela posebnu zakonsku odredbu agroturizma, odnosno šansu za revitalizaciju sela. Upravo je Italija prva i jedina zemlja u Europskoj uniji koja regulira agroturizam na državnoj razini (Tubić, 2019.).

Glavni aduti agroturizma Italije su tradicija u kulinarstvu, ruralni običaji, specifična arhitektura i specifičan način života. Toskana i Trento su dvije talijanske regije koje bilježe visoki stupanj razvoja agroturizma. U aktivnostima agroturističkog gospodarstva sudjeluju članovi obitelji tako da primaju goste, kuhaju, vode goste u obilaskе gospodarstva kao i okolnih prirodnih područja, objašnjavaju gostima kako uzgajaju životinje, uče ih kako

napraviti marmelade, pite i slično. Osim agroturizma, razvijen je i ruralni oblik turizma bez poljoprivredne djelatnosti, u seoskim mjestima javljaju se wellness centri koji nude masaže, kupke, opuštajuće šetnje itd. (Pamuković i sur., 2016.). Upravo ovakvi novi trendovi u ponudi zadovoljavaju potražnju turista koji se želi odmoriti i opustiti u seoskom krajoliku, ali uz ponudu njege i tretmana kakve bi imao i u urbanoj sredini.

Francuska

Može se reći da je Francuska začetnik ruralnog turizma u svijetu. Prvi agroturizam osnovan je u Provanci 1951. godine, u svrhu sprječavanja iseljavanja lokalnog stanovništva. 1955. godine u Francuskoj je osnovan savez seoskog turizma pod nazivom *Federation Nationale des Gites de France*. Ovaj savez nudi 60 tisuća adresa turističkog smještaja na selu (Tubić, 2019.). Oblici odmora na ruralnim područjima koje Francuska trenutno nudi jesu sljedeći: samoposlužni turizam, noćenje s doručkom na selu, prenoćišta i odmorišni turizam, dvorce u slobodno vrijeme, kampiranje na farmi, tematski odmor i vikend turizam (Jelinčić, 2007.).

Tubić (2019.) navodi kako se uspješnost ruralnog turizma u Francuskoj ogleda u dugoj tradiciji i prenamjeni tradicijskih vrijednosti u funkciji turizma. Razvoj ruralnog turizma popraćen je ne samo od privatnog, nego i od javnog sektora što je ključno za uspješan marketing. Također, ideja ruralnog turizma u Francuskoj nije temeljena na osmišljanju novih atraktivnih ponuda, već se atraktivnost ponude očituje u što boljem iskorištavanju već postojećih resursa i ponuda. Francuska zemlja broji pregršt predivnih sela koja su danas u jeku sezone puna turista. Osim prirodnih ljepota koje turisti mogu vidjeti na svakom koraku, lokalna prometna povezanost također je vrlo dobra što turistima olakšava put i razgledavanje većeg broja seoskih lokaliteta.

Slovenija

Ruralno područje Slovenije, kao i prethodno spomenutih zemalja bilo je izloženo učincima depopulacije i degradacije. Ruralni turizam u Sloveniji se u potpunosti razvija sedamdesetih godina 20. stoljeća, a definiran je kao najvažnija, strateška dopunska djelatnost u državi (Tubić, 2019.). Slovenija turistima nudi različite aktivnosti poput bungeejumpinga, nogomet,

košarka, odbojka, ribolov na rijeci Soči, vožnja biciklom, odlazak na Jadransko more. Neka seoska domaćinstva koja se bave ruralnim turizmom u Sloveniji, u ponudi imaju i sudjelovanje u farmerskim poslovima za turiste. Takvi poslovi uključuju naprimjer rad u štali ili na pašnjaku. Na ovakav način Slovenija čini svoju ponudu ruralnog turizma inovativnom (Dukovčić, 2015.). Najznačajnije regije za razvoj ruralnoga turizma Slovenije su: Gorenjska, Štajerska (područje oko Podčetrteka i Kozja), Notranjska i Primorska.

Osim klasičnih seoskih gospodarstava, ponuda ruralnog turizma u Sloveniji nudi i izletnička gospodarstva ili planšarije (planinarska gospodarstva). Planšarije su otvorene samo u vrijeme ispaše stoke, a nude sir, mlijeko i mliječne proizvode, hladne nareske ili na gospodarstvu proizvedena alkoholna i bezalkoholna pića i jednu vrstu jela spravljen u kotliću. Ovakvom inovativnom ponudom slovenski agroturizam i ruralni turizam zadovoljavaju kriterije potražnje među turistima. Ruralni turizam u Sloveniji kontinuirano napreduje te postaje polugom ekonomskog razvoja države (Tubić, 2019.).

3.5. Ruralni turizam u Hrvatskoj i novi trendovi u ponudi i potražnji

Ruralni prostor zauzima gotovo 90% površina Hrvatske od čega je 57% površina poljoprivredno, a 36% šumsko zemljište. Hrvatskoj se pod pojmom "ruralno" sve više percipiraju ekološke vrijednosti, originalna znanja i kulturni identitet, a poljoprivreda je način života koji na specifičan način oblikuje obitelj, odnose u obitelji te njeguje određeni sustav vrijednosti. Zato je razvitak ruralnog prostora temelj gospodarskoga i društvenog jedinstva zemlje (Jelinčić, 2007.). Republika Hrvatska je, prema statistici Europske unije, unatoč neospornome rastu iz godine u godinu, tek osma najpopularnija europska turistička destinacija. Ispred nje su Španjolska, Italija, Francuska, Ujedinjeno Kraljevstvo, Austrija, Grčka i Njemačka (Petračić, 2018.).

Hrvatsku posjećuju mnogi turisti koji traže drugačije i nove oblike odmora. Upravo je ruralni turizam, kao i agroturizam osvježenje turističke ponude u Hrvatskoj. Agroturizam kao oblik turizma koji se ostvaruje na turističkom seljačkom obiteljskom gospodarstvu, nudi turistima i

mogućnost sudjelovanja u životu i radu na seoskom domaćinstvu (Pamuković i sur., 2016.). Kada je riječ o dostupnim oblicima ruralne turističke ponude, u Hrvatskoj su dostupni sljedeći:

- agroturizam/ seosko gospodarstvo/ farma
- ruralna kuća za odmor
- ruralna vila s bazenom
- ruralni obiteljski hotel/ pansion
- objekti koji pružaju usluge noćenja s doručkom (B&B)
- sobe i apartmani – tradicijska arhitektura
- sobe i apartmani – nova arhitektura
- punktovi ekoturizma
- restorani, konobe i slično (Jelinčić, 2007.).

Kroz ovakve raznovrsne oblike ruralne turističke ponude, Hrvatska slijedi ostatak Europe u zadovoljenju novih kriterija ponude i potražnje u turizmu. Najistaknutije regije poznate po razvoju ruralnog turizma u Hrvatskoj su Istra i Dubrovnik sa zaleđem te Slavonija i Baranja u istočnom djelu Hrvatske. S obzirom na različitost prirodnih obilježja u Hrvatskoj postoje sljedeće ruralne sredine: Slavonija, Baranja i Srijem, Hrvatsko zagorje, Primorje, Međimurje i Podravina, Lika i Kordun, Posavina, Pokuplje i Moslavina, Gorski kotar i Žumberak, Istra i Hrvatsko primorje, Dalmacija (Šipić, 2016.). Svaka od navedenih cjelina priča svoju priču kroz turističke atraktivnosti koje posjeduje – rijeke poput Dunava, Save, Krke, Cetine i drugih, planine Velebit, plodne Panonske nizine koja obuhvaća predivnu Slavoniju, Baranju i Srijem te Podravinu i Posavinu, brdsko – planinska područja kao što su Gorski kotar, Lika, Hrvatsko zagorje, Međimurje, Kordun i Moslavina, bogate plodne vinograde i vinske ceste te ceste sira, povijesne gradove kontinentalne Hrvatske, prekrasne povijesne dvorce Hrvatskog zagorja, hrvatska svetišta, toplice, predivno plavo more te turistički atraktivan ruralni prostor. (Ivanušević, 2018.)

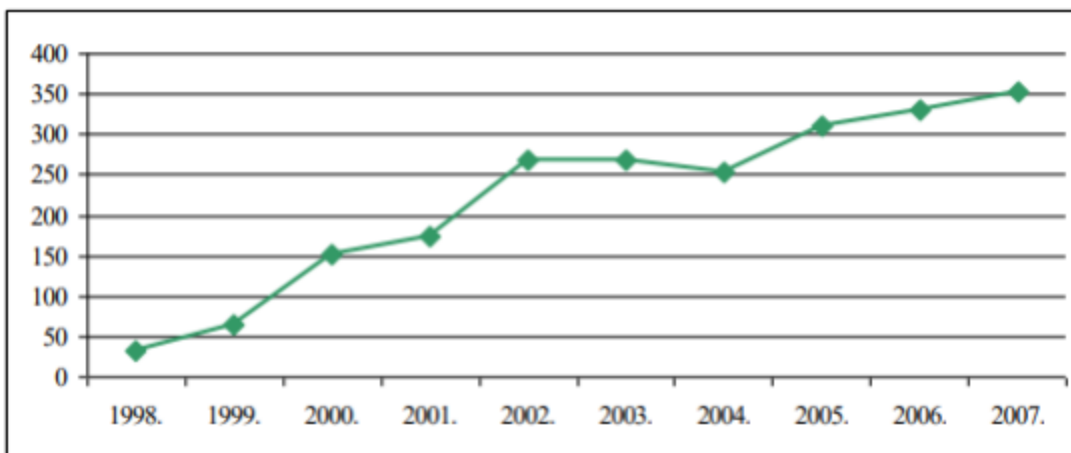


Slika 4: „Wineandrun“ na pješačkoj stazi Parenzani

Izvor: <https://www.parenzana.net/>

Unatoč prirodnim ljepotama, važno je turiste privući različitim atrakcijama i manifestacijama, poput manifestacije „Wineandwalk“ prikazane na slici broj 4. Ova manifestacija održava se u Istri na poznatoj pješačkoj stazi Parenzana na kojoj se održavaju mnoge inovativne manifestacije namijenjene turistima. U Hrvatskoj također postoje mnogi adrenalinski parkovi, a jedan od najvećih nalazi se u Istri, u selu Glavani kraj Barbana. Sastoji se od nekoliko ruta, a najveća atrakcija parka je ljuljačka koja je visoka čak jedanaest metara, dok za najhrabrije postoji tzv. „Đavolji prijelaz“ koji se odnosi na zip line liniju dugu sto dvadeset metara i viseći most s monociklom.

Razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj može se promatrati i pomoću broja registriranih turističkih seoskih domaćinstava što prikazuje grafikon broj 1. Na dotičnom grafikonu lako se može uočiti kako iz godine u godinu broj registriranih turističkih seoskih domaćinstava kontinuirano raste. Unatoč kontinuiranom razvoju ruralnog turizma u Hrvatskoj, valja naglasiti kako prostora za napredak uvijek ima.



Grafikon 1: Broj registriranih turističkih seoskih domaćinstava od 1998. do 2007.






Izvor: Demonja, D., 2014.

Pored usluga smještaja i prehrane, mnoštvo je drugih atraktivnih aktivnosti koje se mogu organizirati kako bi gostu boravak bio zanimljiviji, odnosno kako bi se duže zadržao na gospodarstvu. Kao dodatnu ponudu moguće je organizirati radionice starih zanata, prezentaciju proizvodnje tradicijskih proizvoda, škole kuhanja, izradu marmelade ili sokova, spremanje zimnice, organizacija rekreativnog jahanja i mnoštvo drugih aktivnosti karakterističnih za ruralna područja kako bi turistička ponuda pratila najnovije trendove (Baćac, 2011.).

4. USPOREDBA RURALNE TURISTIČKE PONUDE HRVATSKE I DRUGIH ZEMALJA U OKRUŽENJU

Ruralni turizam u Hrvatskoj u posljednjih nekoliko godina napreduje mnogo više nego li u prošlosti. Unatoč tome što još uvijek nije dostigao razinu kvalitete kakvu imaju neke susjedne zemlje koje su također članice Europske unije, na dobrom je putu. Svaka od već ranije spomenutih zemalja ima vlastita obilježja ruralnog turizma, stoga sljedeće tablice prikazuju usporedbu obilježja ruralnog turizma u Hrvatskoj i odabranim zemljama u njezinom okruženju.

Tablica 1: Usporedba ponude ruralnog turizma u Hrvatskoj i drugih zemalja u okruženju

| Zemlja | Ponuda | Standardi kvalitete |
|-----------|---|---|
| Austrija | <ul style="list-style-type: none"> Wellnes farme/domaćinstva Baby&childfriendly farme/domaćinstva Domaćinstva specijalizirana za jahanje Vinska domaćinstva/farme |  |
| Italija | <ul style="list-style-type: none"> Kulturne i tradicijske aktivnosti Specifična arhitektura Vjersko -kulturne aktivnosti Jahanje |  |
| Francuska | <ul style="list-style-type: none"> Ruralna kuća za odmor Velika domaćinstva za prihvata 12 do 50 osoba Boravak u dvorcima Objekti za zimovanje Ribolovna domaćinstva <i>Gites de France</i> |  |
| Slovenija | <ul style="list-style-type: none"> Ekološko seosko domaćinstvo Seosko domaćinstvo s programom zdravog života Vinsko seosko domaćinstvo |  |
| Hrvatska | <ul style="list-style-type: none"> Ruralna kuća za odmor Ruralni obiteljski hotel Kušaonica Ruralni B&B (noćenje s doručkom) |  |

Izvor: Izrada autora prema Petračić, M. (2018)

Prema ukupnim pokazateljima iz Tablice 2. može se uočiti da razvijenost postojeće turističke ponude u ruralnom turizmu Hrvatske po sadržaju i kvaliteti značajno zaostaje za istom u konkurentskim zemljama u okruženju.

Tablica 2: Pokazatelji razvijenosti ruralno-turističke ponude odabranih zemalja u Europskoj uniji

| | Austrija | Italija | Francuska | Slovenija | Hrvatska |
|---------------------------------------|-----------|------------|-----------|-----------|----------|
| Broj turističkih seoskih domaćinstava | 15 500 | 20 900 | 44 000 | 1 410 | 425 |
| Postelje | 170 000 | 193 000 | 450 000 | 5 044 | 1 065 |
| Dolasci | 358 200 | 278 234 | - | 55 545 | 13 633 |
| Noćenja | 2 300 000 | 10 500 000 | - | 125 401 | 32 458 |
| Broj dana popunjen | 108 | 46 | - | 60-90 | 50 |
| Broj dana boravka | 6,4 | 2,5 | 10,5 | 2,2 | 2,38 |

Izvor: Izrada autora prema Petračić, M. (2018.)

Analizom je obuhvaćeno pet zemalja Europske unije u kojima je zastupljen razvoj ruralnog turizma. Ruralni turizam u Hrvatskoj je nije dovoljno razvijen u odnosu na ostale promatrane zemlje. Njegova nerazvijenost javlja se kao posljedica dugogodišnjega zapostavljanja ruralnih područja i obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava i radi orijentacije prema primorskom turizmu.

4.1. SWOT analiza strategijskih okvira i pravaca turističkih ruralnih destinacija u Hrvatskoj i odabranim zemljama (Austrija, Italija, Francuska, Slovenija)

SWOT analiza ističe četiri aspekta analizirane jedinice: snage, slabosti, prilike i prijetnje. Njezini rezultati mogu se koristiti kod izrade strategije razvitka, pisanja misije i vizije, određivanja budućih strateških poteza i slično.

Tablica 3: SWOT analiza strategijskih okvira i pravaca turističkih ruralnih destinacija u Hrvatskoj i odabranim zemljama (Austrija, Italija, Francuska, Slovenija)

| SNAGE (Strenghts) | SLABOSTI (Weaknesess) |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Zaštita materijalne baštine • Održavanje zadovoljstva turista • Pozitivni učinci ruralnog turizma na lokalnu zajednicu • Raznolikost gastronomske ponude • Organizacija različitih aktivnosti za djecu i za djecu s posebnim potrebama • Raste broj obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava i turističkih seoskih obiteljskih domaćinstava | <ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak smještajnih kapaciteta (npr. Hrvatska) • Ubijanje životinja zbog izrade suvenira • Promjene u prirodi zbog pripreme i korištenja zemljišta za izgradnju • Nedovoljna iskorištenost potencijala prirodne resursne osnove |
| PRILIKE (Opportunities) | PRIJETNJE (Threats) |
| <ul style="list-style-type: none"> • Zapošljavanje lokalnog stanovništva • Smanjuju se migracije lokalnog stanovništva • Pružanje raznih iskustava (npr. sudjelovanje turista u seoskim poslovima) • Povoljna kretanja turističke potražnje | <ul style="list-style-type: none"> • Zagađivanje okoliša • Onečišćenje zraka • Depopulacija prostora • Preopterećenost infrastrukture • Odustajanje od proizvodnje tradicionalnih proizvoda |

Izvor: Izrada autora

SWOT analiza stratejskih okvira i pravaca turističkih ruralnih destinacija u Hrvatskoj i zemljama u njezinom okruženju ukazuje na činjenicu da je upravo ruralni turizam jedan od glavnih pokretača razvoja gospodarstva u nekoj zemlji. Unatoč nedostacima koji se javljaju, poput ubijanja životinja zbog izrade suvenira ili onečišćenja zraka, prednosti ipak prevladavaju. Zabilježen je veliki porast broja obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava i turističkih seoskih obiteljskih domaćinstava. Zahtjevi turističke potražnje su zadovoljeni, a otvaraju se i nova radna mjesta za mladu seosku populaciju.

5. ZAKLJUČAK

Pisanjem ovog završnog rada može se zaključiti da ruralni turizam predstavlja značajan čimbenik u funkciji ruralnog razvoja. Njegov značaj prvenstveno se očituje u međusobnoj povezanosti poljoprivredne proizvodnje, proizvodnje tradicionalnih proizvoda, prezentiranja tradicije (običaja i baštine), tradicionalne gastronomije i ostalih turističkih usluga. Ruralni turizam treba obogatiti i temeljiti na korištenju baštine i tradicije jer se tako identificira promidžba nacionalne baštine i tradicije, kreiranje svijesti o identitetu, bogatija turistička ponuda, mogućnosti zapošljavanja, stvaranje imidža destinacije, i promjene u strukturi gostiju/posjetitelja, a koristi od takve turističke ponude ima društvo u cjelini, odnosno svi uključeni u ponudu, a posebno lokalno stanovništvo.

Razvoj ruralnog turizma započinje 1960-ih godina, a valja naglasiti kako se od toga vremena mnogo stvari promijenilo. Potražnja turista drugačija je iz dana u dan, stoga je pred vlasnicima smještaja na ruralnim turističkim destinacijama veliki izazov prilagođavanja turističke ponude. Ipak, zemlje diljem svijeta, a tako i Hrvatska neprestano napreduju u pogledu poboljšanja ruralne turističke ponude, kontinuirano nude nove aktivnosti koje bi turistima mogle biti zanimljive, svake godine valja u ponudu uvrstiti nešto novo kako bi turisti imali još veću želju posjetiti određeno ruralno područje.

Na temelju analize podataka iz tablica i grafikona vidljivo je kako je ruralni turizam napredovao kroz godine, a njegov razvoj još uvijek traje. Također, ruralni turizam i njegova ponuda doprinose razvoju lokalnog stanovništva ruralnog područja. U budućem razdoblju očekuje se daljnji razvitak ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj, ali i mnoštvo novih trendova u njegovoj ponudi i potražnji.

6. POPIS LITERATURE

Knjiga, znanstveni rad, strategija

- Baćac, R. (2011). *Priručnik za bavljenje seoskim turizmom*. Ministarstvo turizma RH, Zagreb
- Defilippis, J. (2005): Hrvatska u ruralnom prostoru Europe. *Sociologija sela*, 43, 170 (4), str. 823-836.
- Demonja, D. (2014). The Overview and Analysis of the State of Rural Tourism in Croatia. *Sociologija i prostor*, 52 (1): 69-90.
- Demonja, D., Ružić, P. (2010). *Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima*. Meridijan, Zagreb.
- Dukovčić, V. (2015). *Obilježja seoskih turističkih domaćinstava u Republici Hrvatskoj i Republici Sloveniji* (Završni rad). Veleučilište u Karlovcu
- Galić, S. (2020). *Seoski turizam Republike Austrije* (Završni rad). Međimursko veleučilište u Čakovcu
- Hajdinjak, K. (2017). *Ruralni turizam u funkciji ruralnog razvoja* (Završni rad). Ekonomski fakultet. Sveučilište u Splitu.
- Ivanušević, I. (2018). *Komparativna analiza ruralnog turizma Republike Hrvatske i Bosne i Hercegovine* (Završni rad). Veleučilište u Karlovcu
- Jelinčić, A.D., (2007). Agroturizam u europskom kontekstu. *Studiaethnologica Croatia*, 19 (1), str. 269-291.
- Lukić, A. (2010). O teorijskim pristupima ruralnom prostoru. *Hrvatski geografski glasnik*, 72. (2.), str. 49-73
- Mitrović, S. (2018). *Baština Požeško-slavonske županije u funkciji ruralnog turizma* (Diplomski rad). Prirodoslovno-matematički fakultet, Sveučilište u Zagrebu
- Pamuković, A., Dorbić, B., Radeljak, M. (2016). Iskustvo i praksa razvoja agroturizma u Europi te njegov utjecaj na Hrvatsku. *Agronomski glasnik*, 78 (1), 51-64.

Pančić – Kombol, T. (2000). *Selektivni turizam: uvod u menadžment prirodnih i kulturnih resursa*. TMCP Sagena, Matulji

Petračić, M. (2018). *Poduzetnički projekti u održivom razvoju ruralnog turizma* (Doktorska disertacija). Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Rajko, M. (2013). Institucionalni model razvoja ruralnog turizma na primjeru Središnje Istre. *OeconomicaJadertina*, 2 (1), str. 50-62.

Regancin, V. (2017). *Turizam i ruralni razvoj* (Završni rad). Sveučilište Jurja Dobrila u Puli

Ružić, P. (2009). *Ruralni turizam*. Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Pula

Šipić, L. (2016). *Usporedba razvoja ruralnog turizma Hrvatske i Francuske* (Diplomski rad). Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet u Splitu

Tubić, D. (2019). *Ruralni turizam: od teorije do empirije*. Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, Virovitica

Žuvela, I. (1998). Optimalizacija strukture ponude turističke destinacije. *Tourism and hospitality management*, 4 (1), str. 205-219.

Internetske stranice

Wilder Kaiser

<https://www.wilderkaiser.info/en/activities/eagle-walk-tirol.html>(01.08.2021.)

Parenzana

<https://www.parenzana.net/> (02.08.2021.)