

# TURIZAM KAO DJELATNOST



Prof. dr. sc. Ivo Grgić



A projekt a Magyarország-Horvátország IPA Határon Átnyúló Együtműködési Programban, az Európai Unió társfinanszírozásával valósul meg.

*Prekogranična regija- gdje rijeke  
spajaju, a ne razdvajaju*

# Ovo sam ja ili SAM O SEBI SVE NAJBOLJE



- Rođen u Potočanima gdje završava osnovnu , a srednju školu u Odžaku.
- Upisao i okončao agroekonomski smjer Fakulteta poljoprivrednih znanosti Sveučilišta u Zagrebu
- Diplomski rad: "Položaj mladih na selu"
- Magistarski rad: "Radna snaga i zaposlenost na seljačkim gospodarstvima SR Hrvatske"
- Disertacija: "Promjenjivost proizvođačkih cijena glavnih poljoprivrednih proizvoda u Hrvatskoj"
- Izvanredni profesor - 2011.
- Znanstveni savjetnik - 2012.
- Znanstveno istraživački interes: ekonomika poljoprivrednih resursa; cijena poljoprivrednih proizvoda i inputa; zaposlenost na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima: agroturizam; ruralni razvoj
- Ukupno 35 znanstvenih radova „a“ skupine od kojih 8 radova klasificirano kao a<sub>1</sub>, 11 radova klasificirano kao a<sub>2</sub> te 16 radova klasificirano kao a<sub>3</sub>.
- 16 znanstvenih radova u međunarodnim i nacionalnim znanstvenim časopisima koji nisu indeksirani u skupinama a1, a2 i a3.
- 15 znanstvenih radova koji su recenzirani i objavljeni u Zborniku radova s domaćeg znanstvenog skupa, a na međunarodnim znanstvenim skupovima 23 rada



- Član uređivačkih odbora časopisa Agronomski glasnik (od 2010.), Agroeconomica croatica (od 2012.), Economics of Agriculture (od 2012.), International Journal of Sociology and Anthropology (od 2012.), Sustainable Agriculture Research (od 2012.), E3 Journal of Agricultural Research and Development (2013)
- 12 nacionalnih znanstvenih i 4 međunarodna projekta te 39 nacionala tehnologijska/stručna projekta
- Voditelj 50-ak diplomskih/završnih radova, 1 magistarskog te 2 doktorski rada. Kao član povjerenstva sudjelovao u 150 diplomskih/završnih, 1 magistarskom i 2 doktorska rada.
- Recenzent 60-ak radova za časopise i zbornike, jednu znanstvenu knjigu te jedan stručni i jedan specijalistički diplomski studijski program.
- Kao istraživač sudjelovao sam u projektima današnjeg Ministarstva poljoprivrede, FAO-a i Svjetske banke, ali i na mnogim projektima financiranim od lokalne samouprave, poslovnih subjekata i udruga.
- Sudjelovao sam u izradi nekoliko ključnih dokumenata iz područja poljoprivrede, a bio sam i član radne skupine u pristupnim pregovorima s EU, za poglavlje pregovora 11 – "Poljoprivreda i ruralni razvoj".
- Član sam Fakultetskog vijeća Agronomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, te član nekoliko fakultetskih odbora.
- Član sam i jedan od utemeljitelja Hrvatskog agroekonomskog društva (HAED).
- Oženjen i otac kćeri.

# Program i vrijeme edukacije



1. Osnove turizma: turizam kao djelatnost
2. Kako započeti turističku djelatnost
3. Financiranje: izvori i uvjeti
4. Marketing i istraživanje tržišta

# Program za danas



## 1. Pojam i značaj turizma

✓ turizam; turista; razvoj turizma;

## 2. Osnovna obilježja turizma

✓ turistička ponuda i potražnja: pojam, čimbenici;

## 3. Oblici turizma

✓ maritivni i kontinentalni turizam: pojam, obilježja, značenje;

## 4. Ruralni turizam

✓ pojam; oblici; značenje;

## 5. Agroturizam

✓ pojam; značenje; razvitak;

## 6. Rasprava

*“SVAKI POJEDINAC JE MOGUĆI TURIST: POKUŠAJMO DA IH BUDE ŠTO VIŠE U NAŠEM DVORIŠTU“*



# Što je turizam (3)?



- Turizam je jedna od najmasovnijih, najdinamičnijih i najsloženijih društveno-ekonomskih pojava novijeg doba
- Turizam je jedna od najbrže rastućih grana svjetske ekonomije
- On obuhvaća široki splet pojava i odnosa koji nastaju za vrijeme turističkog putovanja, a u svojoj realizaciji zadire ne samo u ekonomski, već i u ekološki, socijalni te kulturni aspekt života

## Turizam – definicija (3)



- Turizam, po mnogima, dolazi od engleske riječi “*tour*” koja je u početku imala značenje samo za kružno putovanje te je po tome prva izvedenica došla riječi *tour - tourist*.
- Dinamičan rast i razvitak sredinom XX stoljeća stavlja ga u centar mnogih stručnih i znanstvenih istraživanja te zbog znanstvenih disciplina koje su “zainteresirane” za njega, turizam je jedno od najmultidisciplinarnijih područja takvih istraživanja.
- Svatko od nas može dati definiciju pa slobodno možemo reći “Koliko autora – toliko definicija”



## Prema nekim autorima (4)



- (Hunziker i Kraft): “Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost”
- (Goeldner i sur.) “Turizam je skup pojava i odnosa proizašlih iz interakcije turista, davatelja usluga, država i lokalnih zajednica domaćina u procesu privlačenja i ugošćivanja tih turista i drugih posjetitelja (izletnika)”
- (Cooper i sur.) “Turizam je privremeno kretanje u destinacije izvan uobičajenog mjesta stalnog boravka i rada te uključuje aktivnosti za vrijeme boravka u destinaciji i usluge kojima se zadovoljavaju potrebe turista”.
- (UNWTO) “Turizam uključuje aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne duže od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju. “



Četiri su temeljna “igrača” koja se “pojavljuju” kod turizma:

1. turisti (i izletnici);
2. poduzeća i ostali poslovni subjekti;
3. država zemlja domaćina;
4. lokalna zajednica.

# Motivi turističkih putovanja



U turistička putovanja mogu se uključiti jedino osobe koje raspolažu sa (2):

- slobodnim vremenom, koje se može upotrijebiti za provođenje odmora i rekreacije izvan mjesta stalnog boravka i/ili rada
- slobodnim sredstvima, koja se mogu potrošiti na putovanje i boravak u turističkoj destinaciji

Glavni motivi: odmor i rekreacija izvan uobičajene sredine i želja za novim doživljajima

Osim njih, u motive možemo ubrojiti zdravlje, kulturu, sport, zabavu, ekološke motive ..... pa sve do motiva izvan zakona

Kako homo turisticus ima raznovrsne, brojne i uvijek nove motive/potrebe tako se i njegova očekivanja neprestano mijenjaju

# Najčešće korišteni kriteriji podjele turizma (5)



## ❖ **Prema dužini boravka turista**

- obično se govori o izletničkom, vikend, boravišnom i tranzitnom turizmu ili o kratkim i dugim turističkim putovanjima

## ❖ **Prema prostoru na kojem se turizam odvija**

- urbani, ruralni, planinski, primorski turizam

## ❖ **Prema dobnoj strukturi turista**

- dječji, omladinski, obiteljski, turizam „treće dobi“

## ❖ **Prema godišnjem dobu**

- najčešće se govori o ljetnom i zimskom turizmu, iako se neka putovanja odvijaju i u proljeće i u jesen

## ❖ **Prema intenzitetu korištenja prihvatnih kapaciteta**

- predsezonski, sezonski, posezonski

# Vrste i oblici turizma prema UNWTO



UN WTO turizam dijeli na sljedeće vrste (8):

❖ **Domaći turizam**

- uključuje turistička putovanja (i boravak) domicilnog stanovništva (rezidenata) u različite destinacije unutar granica vlastite zemlje

❖ **Receptivni turizam**

- uključuje turiste ne-rezidente koji borave u promatranoj zemlji

❖ **Emitivni turizam**

- uključuje turistička putovanja rezidenata u druge zemlje

❖ **Interni (unutrašnji) turizam**

- predstavlja kombinaciju, ukupnost domaćeg i receptivnog turizma



### ❖ **Nacionalni turizam**

- uključuje sva turistička putovanja domicilnog stanovništva u zemlji i inozemstvu

### ❖ **Međunarodni turizam**

- uključuje kombinaciju, ukupnost receptivnog i emitivnog turizma

### ❖ **Intra regionalni turizam**

- podrazumijeva sva turistička putovanja stanovnika jedne zemlje određene regije u drugu zemlju te iste regije

### ❖ **Inter regionalni turizam**

- podrazumijeva turistička putovanja stanovnika jedne zemlje određene regije u drugu zemlju, ali izvan te regije

## Tipovi turizma (8)



1. **Ruralni turizam** - stvara mogućnosti za razvitak dosad turistički slabo razvijenih regija. Zahtjeva razvoj pješačke infrastrukture, sistema označavanja, odmorišnih punktova, adekvatnog prijevoza...
2. **Kulturni turizam** - Kulturna događanja i festivali su popularan oblik kreiranja turističkih atrakcija i privlačenja posjetitelja
3. **Tematski turizam** - je postao jedan od najvažnijih katalizatora razvitka. Temelji se na principu «ZABAVA, UZBUĐENJE, EDUKACIJA»
4. **Avanturistički turizam** - danas turisti žele istraživati visine planina, svemir, Antarktiku, dubine mora, “lavlj kavez” ...
5. **Vjerski turizam** - prisutan primjerice u Mariji Bistrici.
6. **Kružna putovanja** - nudi mogućnost da se u kratkom vremenu puno vidi. Zahtjeva intenzivni razvoj nautičkog turizma.
7. **Zdravstveni turizam** - morski zrak, ljekovite termalne vode...
8. **Kongresni i znanstveni turizam** - izvan glavne ljetne turističke sezone. Sve više dobiva na značaju.

# Turist



- Turist je svaka osoba koju u mjestu izvan svog prebivališta provede najmanja jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj gostiju, radi odmora ili rekreacije, zdravlja, sporta, religije, obitelji, poslova, javnih misija i skupova.





Četiri grupe osoba koje se smatraju turistima:

1. oni koji putuju u svrhu razonode;
2. osobe koje idu na skupove u vezi sa misijama bilo koje vrste;
3. osobe na poslovnim putovanjima;
4. osobe na morskim krstarenjima, makar njihov boravak bio kraći od 24 sata

Kasnije su uključeni u turiste i studenti i mladež u pansionima i na školovanju u inozemstvu

# Turist

## -4 kriterija -



- Kriteriji koji moraju biti zadovoljeni pri definiranju pojma **turist**:
  - ❖ **prostorna komponenta**
    - svaki putnik ipak nije turist, iako je svaki turist putnik! Svjetska turistička organizacija (UNWTO) u svojoj definiciji drži da se putovanje mora odvijati izvan uobičajene sredine određene osobe (bilo u zemlji, bilo u inozemstvu)
  - ❖ **suština putovanja**
    - osoba napušta uobičajenu sredinu na vlastitu inicijativu i to dobrovoljno u okviru svog slobodnog vremena te ne obavlja neku lukrativnu djelatnost niti tijekom putovanja niti u odredištu svog putovanja, a to je putovanje uvijek dvosmjerno, što znači da se turist uvijek vraća u mjesto svog stalnog prebivališta



## ❖ **vremenska komponenta**

- osoba mora privremeno izbivati izvan uobičajene sredine duže od 24 h, ali najduže do godine dana. Za osobu koja izbiva izvan uobičajene sredine manje od 24 sata koristi se naziv izletnik. Svjetska turistička organizacija koristi se i terminom jednodnevni posjetitelj.

## ❖ **svrha putovanja**

- osobe koje putuju motivirane odmorom, rekreacijom, sportom, zdravstvenim razlogom ili posjetom prijateljima i rodbini ili su na poslovnom putu, studiju (kraćem od godine dana), hodočašću, prema definiciji UNWTO-a, ubrajaju se u turiste. Turistima se ne smatraju: aktivni pripadnici oružanih snaga, putnici na dnevnim rutinskim putovanjima, putnici koje svakodnevno putuju na posao, u školu, na studij, putnici u tranzitu, migranti i radnici na privremenom radu, nomadi, izbjeglice i prognanici te osobe iz diplomatskog kora i konzularni predstavnici.

## Tko je turist – razni autori? (4)



- Prema Cohen-u „*turist je dobrovoljni, privremeni putnik koji putuje u očekivanju zadovoljstva koja mu mogu pružiti novosti i promjene doživljene na relativno dugom i neučestalom kružnom putovanju*“
- Prema Smith-u “*turist je osoba privremeno nezauzeta poslom, koja putuje u svrhu da doživi promjenu*”
- Prema WTO-u “*turist je svaka osoba koja putuje izvan svoje uobičajene sredine kraće od 12 mjeseci i čija glavna svrha putovanja nije vezana uz obavljanje neke lukrativne aktivnosti u mjestu koje posjećuje*”
- Prema DZS-u “*turist je svaka osoba koju u mjestu izvan svog prebivališta provede najmanja jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj gostiju, radi odmora ili rekreacije, zdravlja, studija, sporta, religije, obitelji, poslova, javnih misija i skupova*”

# Povijesni razvoj turizma



Pitanje periodizacije povijesnog razvitka turizma?

- ❖ Teoretičari turizma koji su slijedili princip primjene kriterija vremena u određivanju faza razvoja turizma, najčešće se razlikuju u određivanju početka i kraja pojedinih faza dosadašnjeg razvoja turizma.
- ❖ Putovanja se događaju i u antičko doba (Grčka i Rim)
- ❖ Većina turističkih teoretičara pretečom turističkih putovanja smatra velika putovanja koja su od 1547. do 1830. godine uglavnom poduzimali engleski plemići kao završnu fazu svog obrazovanja, a trajala su između dvije i osam godina
- ❖ Putovanja u prošlosti i turistička putovanja bitno se razlikuju (5):
  1. po ekonomskoj i društvenoj uvjetovanosti;
  2. po broju, karakteru i snazi motiva;
  3. po brojnosti, socijalnom statusu i ponašanju sudionika;
  4. po vremenskoj učestalosti i prostornoj usmjerenosti i razmještanju;
  5. po oblicima i pratećim pojavama, posrednim i neposrednim utjecajima te vidljivim i nevidljivim učincima



- ❖ Svi potrebni uvjeti za razvoj turizma stečeni su tek polovinom 19. stoljeća kada su kao cjelina počeli djelovati svi relevantni čimbenici postanka turizma (pokretački, receptivni i posrednički faktori) koji su omogućili da se u turistička putovanja mogu uključiti širi društveni slojevi.
  
- ❖ Posebno je na to djelovalo (3):
  1. više slobodnog vremena;
  2. plaćeni godišnji odmor;
  3. slobodna financijska sredstva.

# Faze razvoja turizma prema Freyeru i



<b>FAZA</b>	<b>VRIJEME</b>	<b>PRIJEVOZNO SREDSTVO</b>	<b>MOTIVACIJA</b>	<b>SUDIONICI</b>
<i>Pred faza</i>	Do 1850.	Pješice Na konju Kočijom Dijelom brodom	Nomadi Hodočasnici Ratovi Otkrića Obrazovanje	Elita, plemstvo, obrazovani, poslovni ljudi
<i>Početna faza</i>	1850. – 1914.	Vlak (tuzemstvo) Parobrod (inozemstvo)	Odmor	Novi srednji stalež
<i>Razvojna faza</i>	1914. – 1945.	Vlak Automobil, Bus Avion (linijski)	Liječenje, Odmor, Trgovina	Imućni radnici
<i>Visoka faza</i>	Od 1945.	Automobil Avion (čarter)	Obnavljanje Odmor Slobodno vrijeme	Svi slojevi (u razvijenim zemljama)

## ..... prema UNWTO-u (4)



- **Rano doba** – prve civilizacije, Grčka, Rim, Azija
- **Srednje doba** – od V. do XIV. stoljeća, hodočašća, istraživačka putovanja
- **Doba renesanse** – od XIV. do XVII. stoljeća, edukativna putovanja, *Grand Tour*
- **Industrijska revolucija** – od 1750. – 1850., razvitak gradova, parni stroj
- **Moderni turizam** - razvoj prometa, osobna potrošnja, masovni turizam



# Turizam i nacionalna ekonomija



- ❖ Država ima aktivnu ulogu u razvoju turizma (3):
  1. priznaje napore borbe za plaćeni odmor;
  2. uviđa da je turizam potreba, koja pruža velike mogućnosti za poboljšanje zdravlja, podizanje kulturne razine i patriotske svijesti građana;
  3. uočavaju se velike ekonomske koristi od turizma u cjelokupnoj nacionalnoj ekonomiji i u ekonomskim odnosima s inozemstvom.

# Važnost turizma u nacionalnom gospodarstvu (8)



1. Prihod od turizma je veći od prihoda od proizvodnje nafte.
2. Poslovi vezani za turizam sudjeluju u svjetskoj ekonomiji sa oko 2 trilijuna dolara godišnje.
3. Skoro petina svih radnih mjesta u svijetu su vezani za turizam.
4. Turizam je eksportna industrija.
5. Turizam je magnet za velike & male investitore.
6. Turizam je efikasan način da se predstavi pozitivan imidž zemlje u svijetu.
7. Turizam utiče na ekonomski i kulturni razvoj zemlje
8. Turizam ima multiplikativni efekt i utiče na stvaranje novih radnih mjesta, izgradnju infrastrukture, uvećanje poreznog profita, priliva deviznih sredstava.

# Čimbenici razvoja turizma (4)



1. Razvoj tehnike posebice prometnih sredstava
  - *Turizam postaje mobilan – prijašnja putovanja u prosjeku trajala 20-30 dana, danas se to skratilo na 4-10 dana boravka u jednom mjestu*
2. Promjene smještajnih i drugih vrsta ugostiteljskih objekata
  - *Smještaj ljudi + smještaj vozila*
3. Potreba za odgovarajućom infrastrukturom
  - *Ceste, vodovod,.. parkirališta, servisi vozila, benzinske crpke,..*
4. Turistički objekti, stambene i javne zgrade, cijelo mjesto – prilagođavaju se potrebama i zahtjevima turista
  - *Parkovi, cvijeće, šetnice, biciklističke staze, pošta, banke, trgovine, restorani, priredbe, događanja, zabava,..*

# Trendovi koji utječu na turizam (7)



1. Potrošači su umorni od istih putovanja.
2. Potrošači su spremniji nego prije na različite rizike.
3. Potrošači traže emocionalnu vezu s ljudima i mjestima koje posjećuju.
4. Potrošači žele putovanja na kojima će se zabaviti, ali i nešto naučiti.
5. Potrošači putuju u bližu okolicu.
6. Kupnja putom Interneta.
7. Stariji putnici – umirovljenici.

## Ostali trendovi u turizmu (7)



- Raznolika ponuda
  - Više putovanja (god. odmora) tijekom godine
  - Aktivni turizam i iskustvo
  - Cijene se tradicijske vrijednosti
  - “Stara” hrana i stari običaji
  - Učenje i komunikacija
- *U turizmu danas niti nije najbitnije imati najkvalitetniji proizvod, koliko je bitno znati dobro ispričati priču o tom proizvodu te ga na taj način prodati.*

# Organizacija putovanja



- ❖ Individualna
- ❖ Grupna
- ❖ Touroperator (Thompson Holidays – VB; Neckermann i TUI – Njemačka)
- ❖ Nakon 1950ih – nude se kompleksnije turističke usluge koje obuhvaćaju i smještaj i prijevoz... dolazi do smanjenja cijena turističkih usluga

# Svjetski trendovi u turizmu



- ❖ Najviše turista – Europa, Sjeverna Amerika te u zadnje doba zemalja Dalekog istoka
- ❖ Sezonski karakter:
  - Ljetni turizam - more
  - Zimski turizam – skijanje

# Čimbenici koji utječu na turističku potražnju (6)



1. Individualni utjecaj
2. Društveni utjecaj
3. Državni utjecaj
4. Utjecaj okoline
5. Utjecaj gospodarstva
6. Utjecaj ponude



# Individualni utjecaj (7)



1. nagon za putovanjem (iskonska potreba);
2. radoznalost, nagon za istraživanjem;
3. osamljenost, kontakt;
4. zadovoljstvo, aktivnost;
5. oporavak, regeneracija;
6. Poslovi;
7. Komunikacija.....

# Društveni utjecaj (5)



1. vrijednosti i norme;
2. društveno uređenje;
3. društvena struktura;
4. odnosi prema slobodnom vremenu;
5. mobilnost.....

## Državni utjecaj (3)



1. zakonodavstvo;
2. politički odnosi;
3. devizni i carinski te propisi o putnim ispravama....

# Utjecaj okoline (5)



1. klima;
2. krajolik;
3. ekologija;
4. urbanizacija;
5. stambene prilike....

# Utjecaj gospodarstva (7)



1. opći privredni razvoj;
2. trgovački odnosi;
3. dohodak;
4. raspodjela;
5. cijene i devizni tečajevi;
6. radna mjesta i uvjeti;
7. transportni troškovi .. .....

# Utjecaj ponude (4)



1. usluge i proizvodi;
2. cijena;
3. tokovi prodaje;
4. promidžba .....

## Sukob turizma i zaštite okoliša (4)



- ❖ Turizam – profitabilna djelatnost
- ❖ Zaštita prirode - neprofitabilna djelatnost
- ❖ Negativan utjecaj turizma do izražaja došao u razdoblju masovnoga automobilskeg turizma
- ❖ Konflikt turizma i zaštite prirode najizraženiji je u nacionalnim parkovima i ostalim zaštićenim prostornim kategorijama

## Povijesni razvoj turizma u Hrvatskoj (2)



- ❖ Razvitak turizma u Hrvatskoj je povezan i uvjetovan otvaranjem željezničkih pruga u 19. stoljeću, te razvojem cestovnog prometa i smještajnih kapaciteta.
- ❖ U Opatiji je 1882. godine vila *Angiolina* pretvorena u hotel; 1884. se otvara hotel *Kvarner*, a 1894. hotel *Therapia* u Crikvenici.



## Općenito je na razvitak djelovalo: (8)



1. iskazana znatiželja za upoznavanjem novih krajeva;
2. prvi ugostiteljski objekti u lokalnom vlasništvu;
3. razvoj jedrenjaštva i parobrodarstva s prvim zabilježenim organiziranim putovanjima;
4. začetak prvih „turističkih mjesta“, većinom klimatskih lječilišta, ali i stvaranje prvih većih prostornih obalnih cjelina, „rivijera“ (Opatijska, Crikvenička, Kaštelanska, Dubrovačka);
5. dolazak stranog kapitala i izgradnja željezničke mreže;
6. početak turističkog buđenja srednje Dalmacije;
7. buđenje svijesti o koristima koje strani gosti donose turističkim mjestima;
8. počeci državnog intervencionizma u području turizma (statistika, takse, zakonske odredbe) .....

# Razvitak prema nekim autorima!



## ❖ Pirjevec, Kesar (4):

1. razdoblje do Prvog svjetskog rata (1850.- 1914.)
2. razdoblje između dva svjetska rata (1918. -1939.)
3. razdoblje od Drugog svjetskog rata do 1990.
4. razdoblje novije hrvatske povijesti do danas



❖ Vukonić (6):

1. prva faza – razdoblje preteča turističkog razvoja ili pojava sličnih turizmu
2. druga faza – konac devetnaestog stoljeća, odnosno faza znatiželje
3. treća faza – razdoblje od početka dvadesetog stoljeća do konca Prvog svjetskog rata, odnosno faza „osvješčivanja“
4. četvrta faza – razdoblje između dva svjetska rata, odnosno faza prvih postignuća
5. peta faza – razdoblje nakon Drugog svjetskog rata, odnosno faza intenzivnog turističkog razvoja
6. šesta faza – razdoblje od 1991. do početka 21. stoljeća, odnosno faza oporavka i konsolidacije turističkog života u Hrvatskoj

# RURALNI TURIZAM



## Gradski /odmorišni

- Naselja s više od 10.000 stanovnika
- Izgrađen (urbaniziran okoliš)
- Intenzivna infrastruktura
- Značajni zabavni i trgovački sadržaji
- Veliki objekti
- Kompanije u nacionalnom / međunarodnom vlasništvu
- Samopodržavajući turistički interesi
- Zaposlenici mogu živjeti daleko od radnog mjesta
- Rijetko je pod utjecajem čimbenika sezonalnosti
- Odnosi s gostima su nepersonalizirani
- Profesionalni menadžment
- Etika rasta i razvoja

## Seoski turizam

- Naselja s manje od 10.000 stanovnika
- Prirodni okoliš
- Slaba infrastruktura
- Snažne individualne aktivnosti
- Mali objekti
- Posao koji je u lokalnom vlasništvu
- Turizam podržava ostale interese
- Zaposlenici često žive blizu radnog mjesta
- Često je pod utjecajem čimbenika sezonalnosti
- Odnosi s gostima su personalizirani
- Amaterski menadžment
- Etika očuvanja i ograničavanja rasta

# Ključni elementi seoskog turizma



- lociran u ruralnim područjima;
- funkcionalno je seoski: utemeljen 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 personaliziran kontakt;
- naselja i građevine su ruralne (malih razmjera);
- tradicijski po značenju, raste sporo i organski, povezan s lokalnim obiteljima;
- različitih vrsta, predstavlja kompleksan uzorak ruralnog okruženja, ekonomije, povijesti i lokaliteta;
- visok udio turističkog prihoda koji koristi lokalnoj zajednici .....

## Ruralno područje (6)



- Različito definiranje ruralnih područja
  - Mali broj stanovnika / zemljopisno raspršena naselja
  - Dominantna uporaba zemlje i šuma za opstanak ljudi
  - Društvena struktura, običaji i seoski identitet
  
- Ruralno – sve što je različito od urbanog
  
- Gospodarski razvoj područja se temelji na poljoprivredi

## Razvoj ruralnog turizma (Europa) (4)

- ❖ Do 19. stoljeća:
  - ruralna sredina kao objekt uživanja života u blizini polja i u organiziranim aktivnostima u prirodi
- ❖ 19. stoljeće: romantično 'otkriće' 'divljih' područja poput Alpa i Škotskog gorja
- ❖ Poslije 1945: migracije velikih razmjera – ruralni turizam se povezuje s niskom cijenom
- ❖ Kraj 20. stoljeća: porast ruralnog turizma među pripadnicima nove srednje klase
  - želja za selom, ruralnim prostorom i divljom prirodom (nestao strah od prirode)

## Razlozi za razvitak ruralnog turizma (5)

1. Jedan od važnijih razloga - želja ljudi da se odmaknu od gradske vreve i stresa koji donosi život u gradu te
2. uživanje u pejzažu ruralnih područja;
3. doživljavanje nečeg novog;
4. povratak "vlastitim korijenima“;
5. želja za ekstremnim doživljajima (alpinizam i sl.) .....



## Ruralni turizam (5)



- Odvija se u ruralnim sredinama, malog je obujma i ima minimalni utjecaj na okoliš. Povezan je s prirodom.
- To je osoban i autentičan doživljaj. Domaćin je također autentičan, ne “igra ulogu” i odnosi se prema gostu vrlo uljudno tako da se gost osjeća kao kod kuće.
- Omogućava gostima povratak “na svoje korijene” i ponovno otkrivanje poljoprivrede. To je most između urbanih turista i ruralnih zajednica.
- Omogućava gostima da otkriju vrijednost lokalnog kulturnog bogatstva: hrana i piće, lokalne / regionalne povijesti i tradicije (zgrade, ručni rad, legende,..).
- Potiče edukativne aktivnosti gostiju, obrazovanje i zabavu



- Ruralni turizam zadire u dva gospodarska sektora:
- poljoprivredu i
  - turizam
- koji zajedno oblikuju specifičnu turističku ponudu

# Definicija ruralnog turizma



- ❖ Vijeće Europe definira ruralni turizam kao sveukupne turističke aktivnosti u ruralnom prostoru.
  
- ❖ Najvažnija obilježja takve vrste turizma: (6)
  1. mirna sredina;
  2. odsutnost buke;
  3. očuvani okoliš;
  4. komunikacija s domaćinom;
  5. domaća hana;
  6. upoznavanje seljačkih poslova.

## Tko su ruralni turisti? (2)



- ❖ Potražnja za ruralnom rekreacijom je snažno ovisna o društvenoj klasi.
- ❖ Među ruralnim turistima je najviše bolje stojećih, bolje obrazovanih i mobilnih ljudi

# Motivi ruralnih turista (5)



1. Odmor od “sunca i mora”
2. Odmor od “urbane kulture”
3. Lokalna kultura i tradicija
4. Lokalni specijaliteti
5. Dodir s prirodom i seoskim običajima

## Trendovi u ruralnom turizmu (11)



1. Iskustava različita od uobičajenih, upoznavanje različitih životnih stilova / načina života
2. Blizak ljudima, kulturi, prirodi
3. Mogućnost da se ljudi međusobno bolje razumiju
4. Izravna prodaja poljoprivrednih proizvoda- mogućnost da se nešto nauči
5. Standardizacija
6. Smještaj i prehrambeni trendovi – očekuju se tradicijske vrijednosti
7. Rekreacija – očekuje se raznolikost ponude / aktivnosti
8. Čist okoliš i lijep krajolik
9. Zadovoljavajuća infrastruktura
10. Znanje i prijateljstvo - gostoljubivi domaćini
11. Gospodarska prilika za marginalna područja

# Ekonomski utjecaj ruralnog turizma (3)



1. Dodatni izvor prihoda
2. Povećava zaposlenosti na selu
3. Turizam bi trebao biti dodatna, a ne osnovna djelatnost ruralnih gospodarstava.

# Doprinosi ruralnog turizma



- Ruralni turizam pokreće niz gospodarskih i negospodarskih aktivnosti u ruralnoj sredini (5):
  1. uzgoj prirodne i zdrave hrane;
  2. doprinosi oživljavanju poljoprivredne proizvodnje na malim površinama (za poznatog potrošača /kupca);
  3. valorizacija tradicijske kulture;
  4. doprinosi razvoju ruralne infrastrukture;
  5. omogućuje turistima aktivan odnos prema prirodi / očuvanje okoliša



# Preduvjeti planiranju ruralnog turizma (5)



1. Autentičan prirodni, bogato strukturiran kulturni krajobraz
2. Ljepota krajobraza upotpunjena kulturnim, povijesnim i prirodnim atrakcijama
3. Dobre prometne veze, transportna, smještajna i ugostiteljska infrastruktura
4. Prihvaćanje od strane lokalnog stanovništva: lokalno stanovništvo mora biti naklonjeno turistima
5. Stabilna i sigurna politička situacija

## Ostali preduvjeti (6)



1. Atraktivnost lokacije
2. Infrastruktura
3. Privlačnost gospodarstva (agroturizam)
4. Uređenost objekata (agroturizam)
5. Uređenost zajedničkih resursa
6. Atraktivnost ponuđenih usluga

# Atraktivnost lokacije (6)



1. Čist zrak i voda
2. Povoljna klima
3. Očuvana okolina
  - prirodno nasljeđe (vodene površine, planine, - šetnja, biciklizam,..)
  - kulturno nasljeđe (dvorci, crkve, muzeji,..)
4. Mogućnost slobodnog kretanja u prirodi (mine!?!?!)
5. Manifestacije
6. Edukacija – upoznavanje sa starim obrtima i kućnom radinosti

# Infrastruktura (8)



1. Ceste i prateća infrastruktura (parkirališta, odmorišta,..)
2. Javni zahodi – javne površine, odvoz smeća
3. Voda, struja, telefon, internet
4. Trgovine, kiosk
5. Pošta, banke
6. Liječnik
7. Igrališta
8. Edukativni panoi.....

# Privlačnost gospodarstva (agroturizam)

❖ Seljačko gospodarstvo je turistički privlačno ako ( ):

1. ima odgovarajuće poljodjelsko zemljište;
2. uz stambeni objekt ima gospodarske zgrade;
3. ima stoku;
4. može gostima (djeci) omogućiti uvid u poljodjelsku proizvodnju;
5. lokacijski na dobrom mjestu;
6. dobar cestovni pristup;
7. telefon, Internet??;
8. da se seljačko gospodarstvo može preurediti u seljačko turističko gospodarstvo;
9. broj, dob i sklonost članova domaćinstva odgovaraju potrebama turista .....

## Uređenost objekata (agroturizam)



Uređenje seljačkog gospodarstva mora biti dobro osmišljeno (5):

1. dobar prilaz (prohodan i dobro označen)
  2. parking (u sjeni, najmanje moguće remećenje mira)
  3. igralište za djecu (bez opasnih igara, zavjetrina, u sjeni, vidljivo iz kuće) + klupe za odrasle
  4. klupe i stol / sjenice, roštilj
  5. cvijeće
- ❖ Uređenost smještajnih kapaciteta
  - ❖ Mjere opreza (neugodnosti, opasnosti, nesreće) (3)
    1. održavanje reda
    2. održavanje instalacija
    3. osvjetljenje gospodarstva.....

# Uređenost zajedničkih resursa



## ❖ Uređenost mjesta (3)

1. rasvjeta;
2. putokazi
3. cvijeće.....

## ❖ Uređenost staza (3)

1. uređen put
2. oznake
3. edukativni panoi

# Atraktivnost ponuđenih usluga



- ❖ Najčešće tražene usluge na seljačkom gospodarstvu (3):
  1. noćenje
  2. prehrane i piće
  3. kupnja poljoprivrednih proizvoda i prerađevina te suvenira
- ❖ Ostale tražene usluge (2):
  1. sudjelovanje u poljoprivrednim poslovima (npr. berbe)
  2. uporaba dvorišta ili imanja za sportske i druge aktivnosti....
- ❖ Kvalitetnije – ako se turistu omogući što bolji kontakt s prirodom
- ❖ Gostoprimstvo
- ❖ Ponuda lokalnih i kućnih specijaliteta
- ❖ Mogućnost druženja sa životinjama



# Čimbenici koji utječu na razvoj ruralnog turizma



## ❖ Nepogodni čimbenici (3)

1. golema financijska moć i prisutnost na tržištu tradicionalnih turističkih kompanija
2. skraćivanje trajanja putovanja
3. nedostatak znanja i informacija o ponudi ruralnog turizma

## ❖ Pogodovni čimbenici (4)

1. nezadovoljstvo turista “klasičnim/tradicionalnim” oblicima turizma
2. potraga urbanog stanovništva za mirom i prirodom
3. poboljšanje ponude u ruralnom turizmu
4. povećavanje znanja /edukacije u razvoju i promociji ruralnog turizma

# Činitelji potražnje



## ❖ Činitelji koji potiču turiste na putovanje (2)

1. Objektivni - neovisni od ponašanja pojedinca
2. Subjektivni – ovise o mogućnostima i sklonostima pojedinca (turista)

# Objektivni činitelji potražnje (1)



- ❖ Proizlaze iz (2):
  - životnog standarda pojedinca
    - ✦ društveni, ekonomski, psihološki i dr. uvjeti života
  - nastojanja zajednice, pojedinih organizacija i/ili turista za poboljšanje turizma /rekreacije

## Objektivni činitelji potražnje (2)



- radna i životna sredina (3)
  1. urbanizacija (buka, zagađenost zraka,..odvojenost od prirode)
  2. potreba za turističkom rekreacijom
  3. razvoj tehničkih dostignuća (prijevoz, Internet,..)
- prirodni ambijent – želja za povratkom prirodi
- slobodno vrijeme – plaćeni godišnji odmor
- slobodna financijska sredstva
- ostali čimbenici (3)
  1. kalendar državnih praznika
  2. popusti za grupe, djecu, umirovljenike, ...)
  3. ferijalni savezi, izviđači, planinarske organizacije,...

# Subjektivni činitelji potražnje



- ❖ Javljaju se tek ako postoje objektivni uvjeti
- ❖ Odluka pojedinca o iskorištenju (ili ne) objektivnih mogućnosti
- ❖ Trend – modena mjesta

# Činitelji ponude



## ❖ prirodne privlačnosti (4)

1. klima i reljef
2. biljni i životinjski svijet
3. prirodne rijetkosti
4. poljoprivreda

## ❖ društvene privlačnosti ruralnog turističkog odredišta (3)

1. spomenici kulture
2. pučka kultura (stanovanje i prehrana, pučki običaji i igre, pučko stvaralaštvo, poljoprivredni radovi i alati)
3. kulturne ustanove i priredbe, zabavne, sportske i gospodarske priredbe

## ❖ prometna povezanost (2)

1. s mjestom turističkog boravka
2. u turističkoj destinaciji

## Budućnost ruralnog turizma (6)



1. Ruralni turizam ima potencijal, ali je teško očekivati značajnije povećanje tržišnog udjela u ukupnoj turističkoj ponudi.
2. Velika konkurencija ostalih oblika turizma.
3. Povećana konkurencija među destinacijama.
4. Nisu svi turisti isti – važno poznavati sadašnje i potencijalne turiste.
5. Neophodno poznavanje ponašanja potrošača
6. Povećana cjenovna osjetljivost turista pogoduje ruralnom turizmu – ali samo za ruralni turizam visoke kvalitete



- ❖ Usluge ruralnog turizma trebaju zadovoljiti potražnju koja je usmjerena na (3):
  1. očekivanja izvrsne kvalitete usluga
  2. velika diferencijacija posjetitelja
  3. više različitih aktivnosti na jednom odmoru
- ❖ Neophodna diferencirana ponuda i visoka kvaliteta i  
**Turizam je prilika da vratimo osmijeh**

