Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Sandra Kantar

RAZVOJ ODRŽIVOGA RURALNOGA TURIZMA: POTENCIJALI KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKE ŽUPANIJE

DOKTORSKI RAD

Mentor: dr.sc. Vladimir Lay

Zagreb, 2016.

University of Zagreb

Faculty of Humanities and Social Sciences

Sandra Kantar

DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE RURAL TOURISM: POTENTIALS OF KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKA COUNTY

DOCTORAL THESIS

Supervisor: Vladimir Lay, Ph.D.

Zagreb, 2016.

Sveučilište u Zagrebu

FILOZOFSKI FAKULTET

Sandra Kantar

RAZVOJ ODRŽIVOGA RURALNOGA TURIZMA: POTENCIJALI KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKE ŽUPANIJE

DOKTORSKI RAD

Mentor: dr.sc. Vladimir Lay

Zagreb, 2016.

Informacije o mentoru

Prof. dr. sc. Vladimir Lay rođen je u Zagrebu 1947. godine. Nakon gimnazije, u Zagrebu završava i Fakultet političkih znanosti (1971.) te Sociologiju i Poljski jezik i književnost na Filozofskome fakultetu (1974.). Magistrirao je na Odsjeku za sociologiju Filozofskoga fakulteta u Zagrebu, a u istoj ustanovi je 1998. doktorirao na temi *Održivi razvoj i obrazovanje*.

Od 1972. do 1997. radio je na Institutu za društvena istraživanja Sveučilišta Zagrebu na projektima iz urbane sociologije te okolišne sociologije, a u devedesetim godinama na temama iz socijalne ekologije i održivog razvoja. Od 1997. do kraja 2012. godine radio je na Institutu društvenih znanosti „Ivo Pilar“ u Zagrebu u statusu višega znanstvenog suradnika kao voditelj projekta *Održivi razvoj Hrvatske*. Početkom 2013. je umirovljen.

U svojoj istraživačkoj znanstvenoj karijeri napisao je šezdesetak znanstvenih i stručnih članaka, studija i elaborata. Autor je i koautor pet knjiga od kojih ovdje ističemo dvije: *Kap preko ruba čaše – klimatske promjene: svijet i Hrvatska* (2008.) i *Nacionalni interesi razvoja Hrvatske kroz prizmu koncepta održivog razvoja* (2012.).

U zvanju izvanrednoga profesora radio je na Hrvatskim studijima kao predavač – vanjski suradnik od 2000. do kraja akademske godine 2013./2014. Predavao je kolegije Socijalna ekologija, Sociologija razvoja i Sociologija hrvatskih regija. Kolegij socijalne ekologije držao je i na Prirodoslovno-matematičkome fakultetu u Zagrebu. Predavao je na poslijediplomskim doktorskim studijima sociologije u Zagrebu i Zadru.

Posljednjih dvadesetak godina mentor je studentima doktorskog studija sociologije Filozofskoga fakulteta u Zagrebu za teme iz područja okolišne sociologije, socijalne ekologije te sociologije održivog razvoja. Od osnutka časopisa *Socijalna ekologija* 1991. godine član je redakcije uredništva časopisa.

Zahvale

Mentoru prof. dr. sc. Vladimiru Layu zahvaljujem na poticajnom vođenju tijekom nastajanja rada, članovima povjerenstva prof. dr. sc. Ognjenu Čaldaroviću i prof. dr. sc. Ivanu Cifriću na pomnom čitanju, kritikama i sugestijama. Prof. dr. sc. Marijanu Joštu zahvaljujem na kolegijalnosti, a Jani Šarinić i Kristini Svržnjak na nesebičnoj pomoći i prijateljstvu.

Visokome gospodarskom učilištu u Križevcima zahvaljujem na financijskoj pomoći i uvjetima rada.

Od srca hvala mojoj obitelji koja je moje pisanje često doživljavala kao test vlastite strpljivosti i razumijevanja.

Svim dragim ljudima, koji su me na bilo koji način podržavali, iskreno zahvaljujem.

Sažetak

Ovaj rad prikazuje sociološko viđenje održivog razvoja i integralne održivosti ruralnog turizma Koprivničko-križevačke županije. Ruralni turizam je značajan činitelj u aktivaciji i održivom razvoju ruralnog prostora koji pomaže očuvanju lokalnog identiteta, tradicije i običaja, štiti okoliš, jača autohtonu, tradicijsku i ekološku proizvodnju te pomaže razvoju ruralnih krajeva na temelju održivog razvoja. Osim toga, ruralni turizam je velikim dijelom zaslužan za spoznaju o potrebi održivog razvoja jer je najviše zainteresiran za održivost svih resursa koji su temelj njegova razvoja i održivosti.

Dimenzije održivoga razvoja – ekološka, socio-kulturna, ekonomska i politička održivost – mogu se primijeniti na ruralni turizam te tako činiti koncept integralnog održivog razvoja u ruralnome turizmu. Pritom je važno naglasiti kako se integralna održivost može postići ukoliko se sve dimenzije nalaze u dinamičkoj ravnoteži.

Ruralni turizam utemeljen na dimenzijama održivog razvoja predstavlja realnu alternativu masovnom turizmu i počiva na jačanju ljudskog i društvenog kapitala koji bi mogao doprinijeti implementiranju koncepta održivog razvoja. Stoga je ljudski i društveni kapital u Koprivničko-križevačkoj županiji, zajedno s dimenzijama održivog razvoja, istražen pomoću kvalitativnoga empirijskog istraživanja metodom intervjua. Subjekti istraživanja bili su lokalni akteri razvoja ruralnog turizma, stručnjaci i donositelji odluka. Temeljna konstatacija rezultata empirijskog istraživanja je da se ruralni turizam trenutno nalazi u razvojnoj fazi. Ostali rezultati empirijskog istraživanja mogu se sažeti na sljedeći način. Ekonomska održivost u bavljenju ruralnim turizmom ne postiže se ukoliko se ne oslanja na popratne djelatnosti kao što je poljoprivreda. Što se tiče socio-kulturne dimenzije održivosti, ona se njeguje uz pomoć regionalnog i zavičajnog identiteta i nije, prema mišljenjima akteri, u dovoljnoj mjeri zastupljena. Nadalje, politička dimenzija održivosti ruralnog turizma počiva na obiteljskoj podršci, ali ne i podršci institucija koje trebaju podupirati razvoj ruralnog turizma. Stanje okoliša je zadovoljavajuće i kontinuirano se unaprjeđuje pa je ekološka dimenzija održivosti postignuta. Zaključno, integralna održivost u ruralnom turizmu nije postignuta u svim dimenzijama. Zato je nužno ojačati ljudski i društveni kapital koji je trenutno nedovoljno razvijen, a ruralno stanovništvo pripremiti za nove razvojne modele koji se temelje na suradnji i umrežavanju. Jačanjem društvenog i ljudskog kapitala ruralni turizam postaje važna poluga razvoja ruralnih područja Koprivničko-križevačke županije, kontinentalnog turizma

Hrvatske, a i sam počiva na čvrstoj jezgri integralne održivosti. Time je potvrđena glavna hipoteza ovoga rada.

Ključne riječi: održivi razvoj, ruralni turizam, Koprivničko-križevačka županija, kvalitativna metodologija, ljudski kapital, društveni kapital.

Summary

This thesis presents the sociological perspective of sustainable development and integral sustainability of rural tourism in Koprivničko-Križevačka County. Rural tourism is a significant factor in activation and sustainable development of rural areas which facilitates preservation of local identity, tradition and customs, protects the environment, strengthens autochthonous, traditional and organic production and contributes to development of rural areas based on sustainable development. Furthermore, rural tourism to a great extent generated comprehension of the need for sustainable development because it is by far the most interested in sustainability of all the resources which form the basis of its development and sustainability.

As defined in The Bruntland Report (WCED, 1987), sustainable development is development that „meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs".

Dimensions of sustainable development, such as ecological, socio-cultural, economic and political sustainability can be applied to rural tourism and thus provide the concept of integral sustainable development in rural tourism. It is important to point out that integral sustainability can be achieved only if all dimensions are in the state of dynamic balance. In the measurement of the progress that an individual objects in rural tourism is making towards sustainable tourism development, sustainability indicators are developed as one set of useful tools. Rural tourism based on dimensions of sustainable development represents a realistic alternative to mass tourism and builds on the strengthening of human and social capital, which could contribute to implementation of the sustainable tourism concept. The concept of human capital encompasses the knowledge, skills, competencies and attributes embodied in individuals that facilitate the creation of personal, social and economic wellbeing. Social capital is the social networks that constitute our civic society.

Human and social capital in Koprivničko-Križevačka County is therefore researched based on qualitative empirical research by means of interview method. Research subjects were local stakeholder of rural tourism development, experts and decision makers. Basic finding of the results of empirical research is that rural tourism is currently in its development phase. Other results of empirical research can be summarized as follows. Economic sustainability in rural tourism activity is not achieved if there is no support from other related business activities such as agriculture.

Regarding socio-cultural dimension of sustainability, it is preserved through regional and homeland identity and according to the opinion of relevant stakeholders it is not represented in sufficient extent. Furthermore, political dimension of rural tourism sustainability is founded on family support, but not on the support of the institutions which should contribute to rural tourism development. Situation with the environment is satisfactory and it is continuously improved enabling the achievement of ecological sustainability. In conclusion, integral sustainability in rural tourism is not achieved in all dimensions. Therefore, rural tourism could be a strategy for sustainable development for rural areas and also could be a tool for product differentiation for area that are at stagnation stage. Rural tourism is a good opportunity for agricultural based communities but the setting of objectives and the final tourism development plan needs caution. For better results the whole range of the stakeholders have to participate in the planning stage. It is necessary to strengthen human and social capital which is currently insufficiently developed, and to prepare rural population for new development models based on cooperation and networking. By means of strengthening of human and social capital rural tourism becomes and important factor for development of rural areas of Koprivničko-Križevačka County, continental tourism of Croatia, and it is built on the solid core of integral sustainability. This supports the main hypothesis of this thesis. This thesis emphasis that rural tourism is local response of rural regions toward globalization as a relatively new phenomenon reshaping our current world. Rural tourism needs to be in harmony with the multiplicity of uses, needs and demands which characterize rural areas in order for it to be deemed as appropriated and potentially sustainable.

The scientific contribution of this thesis consists of a critical examination of the existing practice of sustainability in rural tourism, problem detection points, and systematization of innovative procedures to this aspects of tourism that could be better developed in Croatia.

Keywords*:* sustainable development, rural tourism, Koprivničko-Križevačka County, qualitative methodology, human capital, social capital.

SADRŽAJ

PREDGOVOR 1

1. UVOD 4

1.1. Teorijska podloga rada *7*

1.2. Struktura rada *8*

2. ODRŽIVI RAZVOJ RURALNOG TURIZMA SA SOCIOLOŠKOG ASPEKTA 9

2.1. Pojam održivog razvoja *9*

2.2. Dimenzije i indikatori integralne održivosti *14*

2.3. Ruralni turizam i mogućnosti implementacije integralne održivosti na područje ruralnog turizma *17*

2.4. Prirodni i društveni kapital *25*

2.5. Indikatori društvenog kapitala *29*

2.6. Obilježja ruralnog prostora *31*

2.7. O fenomenu suvremenog turizma *37*

2.8. Teorijski temelji masovnog i selektivnog (alternativnog) turizma *42*

2.9. Turističke aktivnosti i oblici ruralnog turizma *48*

3. KOMPARATIVNA POVIJEST SELA, TURIZMA I RURALNOG TURIZMA 52

3.1. Kratki osvrt na modernizacijske procese u hrvatskom selu *52*

3.2. Pregled razvoja turizma i ruralnog turizma Europe *59*

3.3. Nastanak i razvoj turizma i ruralnog turizma u Hrvatskoj *63*

4. DIMENZIJE ODRŽIVOSTI RURALNOG TURIZMA U HRVATSKOJ 68

4.1. Osnovna konceptualizacija ruralnog turizma u Hrvatskoj *68*

4.2. Uloga ruralnog turizma u razvoju ruralnih područja primjenom koncepta održivog razvoja *76*

4.3. Načela održivog razvoja u ruralnom turizmu *81*

5. PREGLED RURALNOG TURIZMA U KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKOJ ŽUPANIJI 90

5.1. Prirodni, kulturni i gospodarski potencijali ruralnog prostora Koprivničko–križevačke županije *90*

5.2. Poticanje razvoja ruralnog turizma *101*

5.3. Smještajni i ugostiteljski potencijali županije – pretpostavke razvoja turizma i ruralnog turizma *107*

5.4. Karakteristike ruralnog turizma u Koprivničko–križevačkoj županiji *112*

5.5. Važnost resursa i atrakcija u ruralnom turizmu Koprivničko–križevačke županije *123*

5.6. Pregled turističkih atrakcija u Koprivničko-križevačkoj županiji *126*

5.7. Socio-ekonomski okvir razvoja ruralnog turizma u Koprivničko–križevačkoj županiji *134*

6. O ISTRAŽIVANJU 139

6.1. Opis istraživanja *139*

6.2. Ciljevi i hipoteze istraživanja *139*

6.3. Triangulacijska metoda *141*

6.4. Protokol intervjua *143*

6.5. Uzorak ispitanika *145*

7. REZULTATI, ANALIZA I INTERPRETACIJA PRIKUPLJENIH PODATAKA 147

7.1. Analiza podataka *147*

7.2. Identifikacija aktera *148*

7.3. Pregled institucija zaduženih za potporu i razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj *166*

7.4. Procjena razvijenosti ruralnog turizma u Hrvatskoj i Koprivničko-križevačkoj županiji *170*

7.5. Definiranje pravaca razvoja ruralnog turizma iniciranjem znanstvenih i stručnih projekata *184*

7.6. Održivost ruralnog turizma *189*

7.7. Oslonci održivog razvoja ruralnog turizma u Koprivničko–križevačkoj županiji *192*

7.8. Uloga inovacija u osiguravanju održivog ruralnog turizma *200*

7.9. Poljoprivreda kao resursna osnova u ruralnom turizmu *209*

7.10. Osnovne dimenzije održivog razvoja ruralnog turizma u Koprivničko–križevačkoj županiji *216*

7.11. Ekološka dimenzija održivosti *219*

7.12. Ekonomska dimenzija održivosti *222*

7.13. Socio-kulturna održivost *224*

7.14. Politička dimenzija održivosti *228*

7.15. Ruralni turizam kao doprinos održivom razvoju lokalne zajednice *233*

7.16. Temeljni problemi i preporuke za održiv(ij)i razvoj ruralnog turizma 238

8. ZAKLJUČAK: POTENCIJALI RAZVOJA RURALNOG TURIZMA U KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKOJ ŽUPANIJI 252

9. LITERATURA 260

10. PRILOZI 268

PREDGOVOR

Ruralna područja čine više od 90% ukupne površine Hrvatske i na njima živi oko 40% hrvatske populacije. S obzirom na kontinuirani proces opadanja poljoprivredne proizvodnje i depopulacije hrvatskog ruralnog područja, bilo uslijed migracija prema gradovima, bilo uslijed negativnog prirodnog priraštaja, ubrzani razvoj ruralnog turizma nameće se kao jedan od vjerodostojnih činitelja moguće gospodarske i demografske revitalizacije, ali i kao činitelj očuvanja ruralne tradicije i vjekovne kulture života i rada na ovim prostorima, što je s aspekta sociologije i ruralne sociologije vrlo važna istraživačka tema. Sve veća turistička privlačnost ruralnih područja, o čemu najbolje svjedoče primjeri iz visokorazvijenih zemalja Europske unije, proizlaze ponajviše iz sve izraženije težnje za „povratkom korijenima“ i/ili čežnje za „dobrim starim vremenima“ i „jednostavnim načinom života“ u očuvanom prirodnom okruženju, a kao suprotnost sve ubrzanijem ritmu života u gradovima i rastućoj izloženosti različitim stresnim situacijama u svakodnevnom životu. Iako bi turizam na ruralnom području Hrvatske, osobito u kontekstu raspoloživosti, prirodnih ljepota i ekološke očuvanosti trebao zauzimati važnije mjesto u turističkoj ponudi Hrvatske, riječ je uglavnom o još uvijek slabo valoriziranom potencijalu koji je nedovoljno istražen, osobito iz sociološke perspektive.

Općenito, ruralni turizam je skupni naziv za različite aktivnosti i oblike turizma koji se javljaju izvan gradova i onih područja na kojima se razvio masovni (maritimni) turizam. On obuhvaća sve vidove turizma u ruralnim područjima, uključujući npr. lovni, ribolovni, seoski, ekoturizam itd., i može biti dopunska, ali i jedina – profesionalna djelatnost (Vukonić i Čavlek, 2001.). Ruralni turizam može imati vrlo važnu funkciju u razvoju ruralnih područja zato što lokalnom stanovništvu osigurava dodatne prihode uz osnovnu poljoprivrednu proizvodnju, a sa sociološkog aspekta seljaku vraća dostojanstvo i samopouzdanje koje je izgubio u posljednjih pedesetak godina u različitim akcijama sveopće urbanizacije i modernizacije sela. U dijelovima u kojima se razvija, ruralni turizam treba donijeti blagostanje, osobito putem izgradnje kvalitetnije komunalne i društvene infrastrukture te osiguranjem drugih uvjeta za poboljšanje kvalitete života lokalnog stanovništva, a da se pritom ne degradira prirodni okoliš, odnosno da on ostane održiv.

Sociološka perspektiva turizma upozorava na sve složeniju zbilju turizma kao procesa koji se razvija usporedno s promjenama koje se odvijaju u suvremenom društvu i u strukturi turističke ponude te ističe njegove socioekonomske, sociokulturne i ekološke posljedice na društvo koje ga proizvodi i na društvo u kojemu se realizira (Cohen, 1984:373). Bez obzira na to što se se u svijetu ruralni turizam kao poseban oblik turizma omasovio tek tijekom 1960-ih,

a već 1980-ih ušao u fazu zrelosti i stagnacije, ovaj proizvod svoj pravi procvat ponovno doživljava unazad posljednjih nekoliko godina, a zamjetan je (iako spor) trend njegova razvoja i u Hrvatskoj. Stoga je važno sa aspekta sociologije sela, sociologije prostora i sociologije turizma obratiti pozornost na simultano djelovanje nekoliko činitelja koji će, očekuje se, nastaviti poticati rast potražnje za ruralnim turizmom i u budućnosti.

1. Putovanje postaje emotivna potreba i sastavni dio života koji se više ne smatra luksuzom. Odluke o putovanju sve se više donose na temelju emotivne vrijednosti putovanja, odnosno procjene koliko će putovanje biti u skladu s odabranim životnim stilom te hoće li omogućiti neku vrstu kreativnog, fizičkog ili duhovnog razvoja.
2. Promjene u globalnom svjetonazoru. Gospodarski razvoj, rastuća razina obrazovanja i, općenito, rast blagostanja, posebice u razvijenim zemljama, sve više pridonose tranziciji k post-materijalističkim društvenim vrijednostima ekonomije doživljaja. Temeljna vrijednosna promjena koncepta, od „imati“ k „činiti i doživjeti“, generira nove obrasce ponašanja te pojavu tzv. „novog kupca“. Riječ je o kupcu koji je izrazito ekološki osviješten te koji od svakog turističkog putovanja traži ne samo bijeg od svakodnevne rutine, već i što je moguće više novih iskustva, kvaliteteni doprinos vlastitom samoodređenju, proširivanju vlastitih spoznaja, ali i prvorazrednu zabavu.
3. Naturofilija. Uz to što su kvaliteta okoliša i njegova očuvanost danas općeprihvaćene i sveprisutne vrijednosti koje zauzimaju središnji dio politike turističkog razvoja sve većeg broja zemalja i turističkih regija, povratak prirodi te život u skladu s prirodom predstavlja sve izraženiji trend u velikome broju visokorazvijenih zemalja svijeta. U tom smislu stanovnici velikih urbanih centara najveći su i rastući konzumenti očuvanog, često i idealiziranog ruralnog prostora.
4. Izgubljena veza s ruralnim prostorom. Dok je, barem u većini visokorazvijenih zemalja Europe, još prije četrdesetak godina gotovo svaki stanovnik grada imao neke obiteljske veze s ruralnim prostorom, ove su veze do 1990-ih gotovo potpuno izgubljene. S druge strane, sve je učestalija pojava tvz. urbanih poduzetnika i umirovljenih stanovnika gradova koji investiraju u nekretnine u ruralnom ambijentu pretvarajući ih ili u vlastiti drugi dom ili u objekte za iznajmljivanje gostima.
5. Autentičnost doživljaja. U turizmu toliko bitan „osjećaj za mjesto“ sve više usmjerava i razvoj turizma u ruralnim prostorima. Samim time ambijentalnost smještaja, lokalni „štih“ u opremanju interijera, tradicionalno spravljena hrana te komunikacija s lokalnom populacijom i uranjanje u njihovu svakodnevnicu postaju ključni činitelji u privlačenju potražnje.

6. Sve veća segmentacija turističkog tržišta prema prevladavajućem životnom stilu. U posljednjih desetak godina evidentan je trend razvoja „lifestyle“ turističkih putovanja. Sukladno postavkama ekonomije doživljaja, riječ je o kreiranju doživljaja koji „teče“ od izbora vrste, kvalitete i lokacije smještaja, preko izbora vrste i načina prehrane, do izbora poželjnih aktivnosti u cilju relaksacije, kulturnog uzdizanja, upoznavanja lokalnih običaja i sl.
7. Rast interesa za putovanjima koja „maksimiziraju“ raspoloživo vrijeme. Sve veća opterećenost i svakodnevni stres na radnom mjestu potiče odlazak na veći broj kraćih odmora tijekom godine, osobito u kontekstu „punjenja baterija“ i psihofizičke rekuperacije. Riječ je o odmorima podjednako povezanim s pasivnim opuštanjem, ali i s različtim rekreativnim aktivnostima u prirodi. U tom smislu za sve veći broj radno-aktivnih osoba ruralni prostor predstavlja idealan izbor zbog njegove blizine i mogućnosti za opuštanje, ali i zbog pristupačnih cijena.[1]

[1] Akcijski plan za ruralni turizam, str. 26.

1. UVOD

Ruralni prostor u Hrvatskoj obiluje prirodnom i kulturnom raznolikošću naših regija, bogatom resursnom osnovom za turističke atrakcije, očuvanim okolišem i više od 160.000 upisanih poljoprivrednih gospodarstava. S obzirom na različitosti prirodno-resursne osnove i obilježja ruralne arhitekture i običaja, u Hrvatskoj je moguće, prema Demonji i Ružiću (2010.) razlikovati sedam ruralnih cjelina:

1. Slavonija, Baranja i Srijem,
2. Hrvatsko zagorje, Prigorje, Međimurje i Podravina,
3. Posavina, Pokuplje i Moslavina,
4. Gorski kotar i Žumberak,
5. Lika i Kordun,
6. Istra i Hrvatsko primorje i
7. Dalmacija.

U cjelini koja obuhvaća Hrvatsko zagorje, Prigorje, Međimurje i Podravinu nalazi se manja ruralna cjelina Podravine, Prigorja i dijela Bilogore, smještena u sjeverozapadnoj Hrvatskoj, koja administrativno pripada Koprivničko-križevačkoj županiji. Analizirano područje ima obilježja pretežitog ruralnog područja, a jedan dio njezinog stanovništva pokušava razvijati i diverzificirati nove gospodarske aktivnosti kao što je i ruralni turizam. Iako je ruralni prostor županije prirodno i kulturološki atraktivan, ruralni turizam, osobito onaj na turističkim seljačkim gospodarstvima, razvija se dosta sporo u odnosu na potražnju i ponudu u susjednim županijama, ali i susjednim zemljama poput Austrije, Slovenije ili Italije. Glavni uzrok sporosti razvoja je vrlo malen i usitnjen seljački posjed na kojem se teško može organizirati isplativa poljoprivredna proizvodnja, a još manje pružanje turističkih usluga kao dodatnih djelatnosti. Osim toga, komunalna i društvena infrastruktura je još uvijek nedovoljno razvijena, izostaje državni i lokalni interes, poticaj i značajnija potpora turističkom razvoju kontinentalnoga dijela zemlje, a razvoj turizma u ruralnim područjima je „prepušten stihiji“ na način da se lokalna ruralno-turistička ponuda uglavnom „kaotično“ prilagođava turističkoj potražnji. Za razvoj ruralnog turizma nisu dovoljna samo turistička seljačka gospodarstva i drugi smještajni objekti u ruralnom prostoru, potrebna je i ostala ugostiteljska infrastruktura, tradicija ruralno-turističke djelatnosti, prirodni, ljudski i društveni kapital.

Konkretno, predmet ovoga doktorskog rada je istražiti temeljne sociologijske pretpostavke i poželjne obrasce razvoja ruralnog turizma u ruralnom području Koprivničko-

križevačke županije u smislu identificiranja oblika i objekata ruralnog turizma te potencijala njihova razvoja rukovođenog konceptom održivog razvoja.

Sociologijski pristup temi razvoja održivog ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji i otkrivanje potencijala takvog razvoja kompleksan je i specifičan zbog toga jer se oslanja na mišljenja, potrebe, aspiracije i stavove svih aktera uključenih u istraživanu temu: od pojedinačnih vlasnika turističkih seljačkih gospodarstava, donositelja odluka na lokalnom – općinskom, gradskom i županijskom nivou, do stručnjaka i predstavnika važnih državnih institucija koji se bave temom ruralnog turizma. Temeljna pretpostavka rada jest da su održivi razvoj i ruralni turizam međuzavisne i u velikoj mjeri uvjetovane i ovisne društvene, odnosno gospodarske pojave jer razvoj ruralnog turizma predstavlja značajnu alternativu masovnom turizmu, angažira druge resurse i uključuje korisnike ovoga tipa turizma u strukturu seoskog života, a istovremeno pruža neslućene široke mogućnosti održivog razvoja i sam predstavljajući element toga razvoja.

Održivi razvoj je, općenito, onaj proces zadovoljavanja potreba koji ne dovodi u pitanje vlastite prirodne, fizičke osnove. Time se implicira da je održivi razvoj proces unaprjeđenja kvalitete ljudskog života koji se odvija u okvirima tzv. nosivih, održivih, prijemnih kapaciteta[2] održivih ekosustava. Prema Layju (2007.), održivi razvoj prerasta u integralni održivi razvoj i podrazumijeva uravnoteženi odnos četiriju dimenzija: biološko-ekološke, ekonomske, sociokulturne i političke dimenzije. Nadovezujući se na ranije definiran predmet rada, osnovni cilj ovoga doktorskog rada je: *Utvrditi mogućnosti primjene principa održivog razvoja na seljačkim obiteljskim gospodarstvima i ostalim postojećim oblicima ruralnog turizma na području Koprivničko-križevačke županije* jer se seljačka obiteljska poljoprivredna gospodarstva opravdano smatraju paradigmom ruralnog razvoja. Pretežiti dio sudionika ruralnog turizma, bez obzira bili oni smješteni na turističkom seljačkom obiteljskom gospodarstvu, u ruralnoj kući, pansionu, obiteljskom hotelu, planinarskom domu ili u lovačkoj kući, očekuju da arhitektura sela i okolni kultivirani krajolik sadrže onoliki udio tradicijskih značajki sela koliko je to potrebno da se osigura dojam i doživljaj sela „kakvo je ono nekad bilo“.

Ruralni svijet, odnosno ruralno društvo, u Koprivničko-križevačkoj županiji razlikuje se od onoga u gradu. Obilježja toga svijeta su jasno čitljiva u njegovoj fizičkoj komponenti sastavljenoj od donekle sačuvane tradicijske arhitekture, organizacije stambenog i gospodarskog dvorišta, okućnice, tradicijskog vrta te tradicijskog interijera, a nešto manje su

[2] eng. carrying capacity; sinonimi: kapacitet održivosti, kapacitet nosivosti

čitljiva u sastavnicama nematerijalne kulturne baštine, kao što su tradicijska znanja, umijeće narodnog rukotvorstva, običaji, legende, pjesme, plesovi, odnosi između članova obitelji i odnosi obitelji prema selu. Na tako definiranim obilježjima ruralnog svijeta i ruralnog ambijenta motre se pretpostavke za bavljenje ruralnim turizmom pa su u tom kontekstu definirani posebni (uži) ciljevi ovoga doktorskog rada koje treba realizirati:

1. istražiti i opisati postojeće oblike ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji u skladu s konceptom održivog razvoja u ekološkoj, ekonomskoj, socio-kulturnoj i političkoj dimenziji;

2. istražiti ljudski i društveni kapital i društvene sudionike na lokalnom nivou, a to uključuje donositelje odluka, osobe koje su zadužene za razvijanje ruralnog turizma i ostale sudionike relevantne za ruralni turizam;

3. istražiti i opisati strateške i razvojne pretpostavke za razvoj ruralnog turizma;

4. na temelju empirijskog istraživanja prikazati aktualno stanje i pretpostavke unaprjeđivanja postojećeg društvenog i ljudskog kapitala koji bi implementirao koncept održivog razvoja u ruralnom turizmu i u ruralnom području.

Sukladno ciljevima rada definirana je i opća hipoteza ovoga rada koja glasi: *Ruralni turizam u kontinentalnom području Hrvatske, utemeljen na principima održivog razvoja, predstavlja realnu alternativu masovnom turizmu i počiva na jačanju ljudskog i društvenog kapitala koji bi mogao doprinjeti implementiranju koncepta održivoag razvoja*. Ruralni turizam može biti važan instrument održivog razvoja ruralnih područja i revitalizacije ruralnog društva jer podržava procese očuvanja ruralnih prostora kao primarnih proizvodnih područja hrane i ostalih dobara, područja specifičnog antropogenog pejsaža s naglašenim prirodnim, tradicijskim, kulturnim i povijesnim elementima, oaze zelenila i ekološke ravnoteže i na kraju, područja mira i odmora od dinamičnog i stresnog gradskog miljea.

Stoga će u radu biti istražene pretpostavke održivosti, odnosno održivog razvoja ruralnog turizma kao relativno nove i potencijalne multiplikativne djelatnosti u Koprivničko-križevačkoj županiji, djelatnosti koja nije u dovoljnoj mjeri razvijana i koja se suočava s nizom različitih problema oko strukturiranja i razumijevanja procesa razvoja te načina kako da se ruralni turizam u takvim nepovoljnim okolnostima razvije i održi.

Nadalje, ovaj doktorski rad realiziran je primjenom dviju osnovnih metoda. Prva metoda podrazumijeva teorijski pristup u kojem će se istražiti društvene vrijednosti ruralnog turizma, koje se kroz njegovu praksu reafirmiraju u suvremenosti, te razvoj ljudskogai društvenog kapitala, znanja, umijeća, sposobnosti i drugih elemenata u kontekstu koncepta održivosti i ruralnog (održivog) turizma. Ova veza između ruralnog i održivog će se detaljno teorijski

obrazložiti. Teorijski dio rada uključuje analizu literature, dostupnih istraživanja i druge građe (statističkih podataka, planskih dokumenata o razvoju županije i šire, turističkih potencijala i sl.). Druga metoda odnosi se na konkretno empirijsko istraživanje koje je provedeno kvalitativnom metodom polustrukturiranog intervjua s lokalnim sudionicima razvoja ruralnog turizma u području istraživanja. Intervju je koncipiran kao niz tema o kojima se razgovaralo s ispitanicima sukladno njihovom poznavanju teme. U radu je, zbog prethodnih saznanja o populaciji i temi istraživanja, a vezano za istraživačke ciljeve, odabran namjerni uzorak ispitanika. Tako je, od ukupnog broja subjekata koji se bave ruralnim turizmom, izabran određeni broj ispitanika (30) koji reprezentiraju neke tipične slučajeve. Prvu grupu od 19 ispitanika čine stručnjaci i donositelji odluka u ruralnom turizmu, a drugu grupu ispitanika čine vlasnici različitih turističkih objekata u ruralnom turizmu koji su birani u uzorak na temelju njihove povezanosti i oblika uključenosti u temu. Pretpostavljeno je da će se istraživanje odvijati u dvije prostorno i vremenski odvojene etape, no one su se stopile u jedinstveni istraživački slijed zbog nepredviđenih vremenskih i prostornih ograničenja – raspoloživost ispitanika za intervju umjesto prethodno definiranog redoslijeda intervjuiranja ispitanika sukladno razinama njihova odlučivanja, odbijanje ili odgađanje intervjua od strane ispitanika i slično.

Namjera ovog rada je pridonijeti boljem razumijevanju mogućnosti održivog razvoja ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji, a nadamo se da će se rad moći koristiti i kao podloga za promišljanje budućih strategija održivog razvoja ruralnog turizma u sličnim područjima Hrvatske.

Znanstveni doprinos ovog doktorskog rada sastoji se u kritičkom propitivanju postojećih praksi održivosti u ruralnom turizmu, detekciji problemskih točaka te sistematizaciji inovacijskih postupaka kojima bi se ovaj aspekt turizma uspio bolje razviti u Hrvatskoj. Osim toga, nastoje se utvrditi osnovne znanstvene pretpostavke razvoja ovoga tipa turizma i elementi provedivosti njegova razvoja, ali i stvoriti potpunija slika o fenomenu održivosti ruralnog turizma.

1.1. Teorijska podloga rada

Teorijama, osobito u društvenim znanostima, interpretiramo i pojednostavljujemo svijet kako bismo ga mogli što bolje razumjeti i objasniti, a uz pomoć empirijskih istraživanja dolazimo do određenih podataka, spoznaja i zaključaka te na taj način osnažujemo određenu teoriju. Teorijsku podlogu ovoga rada čini rasprava o konceptu održivog razvoja i integralne

održivosti koja se sastoji od četiri dimenzije: biološko-ekološke, ekonomske, socio-kulturne i političke održivosti. Ove dimenzije se nadovezuju na koncept ljudskog kapitala te se analiziraju na fenomenu ruralnog turizma i njegove aktualne pretpostavke održivog razvoja. Ruralni turizam u Hrvatskoj je, prema dosadašnjim saznanjima, nedovoljno razvijen s obzirom na potencijalne mogućnosti, te predstavlja veliki neiskorišteni resurs kojem se ne pridaje dovoljno pozornosti. Slično stanje ruralnog turizma nalazimo i u Koprivničko-križevačkoj županiji, barem sudeći po dostupnim podacima o broju objekata u ruralnom turizmu i zastupljenosti ove djelatnosti u strateškim i razvojnim dokumentima županije. Iako su takvi objekti malobrojni, nedovoljno razvijeni i različiti, oni ipak predstavljaju potencijalno razvojnu multiplikativnu djelatnost koja je u znatnoj mjeri srodna konceptu održivosti. Smatra se kako su ruralni turizam i održivost u velikoj mjeri međuzavisne i uvjetovane društveno-ekonomske pojave, odnosno djelatnosti, a njihovo značenje i povezanost ćemo teorijski analizirati u narednom poglavlju.

1.2. Struktura rada

Ovaj doktorski rad sastoji se od osam glavnih poglavlja s pripadajućim potpoglavljima, zaključkom rada, popisom korištene literature i prilozima. U uvodnom dijelu rada opisane su opće smjernice rada. Na početku teorijskog dijela rada izlaže se teorijsko-konceptualni okvir održivog razvoja i integralne održivosti, socijalnih aktera, prirodnog i društvenog kapitala. Zatim se pojašnjavaju osnovni pojmovi i koncepti kao što su obilježja ruralnog prostora, ruralnog razvoja, turizma, ruralnog turizma i slično. U sljedećem poglavlju uspoređuje se povijest sela, turizma i ruralnog turizma u Hrvatskoj kako bi se dobio uvid u specifičnosti analizirane problematike. Zatim se konceptualizira ruralni turizam u Europi, Hrvatskoj i Koprivničko-križevačkoj županiji na temelju dostupnih podataka stručnih i znanstvenih izvora. Nakon toga analiziraju se prirodni, kulturni i gospodarski potencijali ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji.

Nakon izlaganja teorijskih koncepata, formuliraju se i određuju glavne hipoteze, ciljevi i metode istraživanja. Slijedi opis kvalitativne metode polustrukturiranog intervjua, koja je primijenjena na uzorku ispitanika, te se objašnjava način na koji su intervjui analizirani. Pretposljednje poglavlje rada posvećeno je interpretaciji rezultata istraživanja prema tematskim cjelinama. Ispreplitanjem iskaza ispitanika dokumentiraju se aspekti održivog razvoja ruralnog turizma i ostvaruje temeljni uvid u fenomen održivog razvoja ruralnog turizma. U završnom dijelu rada nalaze se zaključne napomene te popis priloga i korištene literature.

2. ODRŽIVI RAZVOJ RURALNOG TURIZMA SA SOCIOLOŠKOG ASPEKTA

2.1. Pojam održivog razvoja

Koncept održivog razvoja (eng. *sustainable development*), kao i sveobuhvatni koncept integralne održivosti, prisutan je u znanstvenoj i stručnoj literaturi od 80-ih godina 20. stoljeća, a etabliralo ga je moderno društvo današnjice, suočeno s granicama vlastitog rasta. Riječ dolazi od latinskog sustinere – izdržati, podržati, nositi, očuvati, zadržati, a posebno je bio prepoznatljiv u europskoj tradiciji gospodarenja šumama.[3] Održivi razvoj je najprije shvaćen kao ekološki održiv razvoj i najranije ga nalazimo u izvještaju *Naša zajednička budućnost (Our Common Future).* Izvještaj je napisala Svjetska komisija za okoliš i razvoj Ujedinjenih naroda 1987. godine, poznata i pod nazivom Brundtlandska komisija.[4] Održivi razvoj tada je inicijalno definiran kao „razvoj koji zadovoljava potrebe današnjice bez ugrožavanja sposobnosti budućih generacija u zadovoljavanju njihovih potreba.[5]

Organizacije poput IUCN-a[6] i UNEP-a[7] slično definiraju pojam održivog razvoja i to kao „razvoj u okvirima prihvatnog kapaciteta ekosustava Zemlje“, a WWF[8] kao „poboljšanje kvalitete života, ali u okvirima prihvatnog kapaciteta ekosustava.“ Nešto zornije ovaj je tekst preveo Hans Holzinger (1999.) i istaknuo: „Održivi razvoj znači izbor načina života i gospodarenja, na koji svi stanovnici/e Zemlje mogu imati pravo, a da ne unište globalni ekosustav, koji i budućim generacijama osigurava mogućnost raspolaganja nedirnutim osnovama za život.“ Time je ukazao na to da održivi razvoj zahtijeva potpuno razumijevanje promjene smjera, da ono sadrži ekološke, gospodarske, društvene, političke i kulturne aspekte i da s promjenama treba započeti u našim zemljama blagostanja (Müller, 2004.).

---

[3] Riječ *sustainable* donijela je novum šumarstvu – održivi prirast (sustained yield forestry).

[4] Popularni naziv tog izvještaja je *Brundtland Report* prema prezimenu predsjednice te komisije, inače tadašnje premijerke Norveške. Strateški ciljevi i imperativi održivog razvoja jesu:

a) mijenjanje kvalitete ukupnog rasta i njegovo prestrukturiranje tako da bude energetski manje intenzivan, a po socijalnim učincima uravnoteženiji;
b) oživljavanje rasta u siromašnim zemljama jer siromaštvo pojačava pritisak na okoliš i njegovu upotrebu na neodrživ način;
c) zadovoljavanje egzistencijalnih potreba svih ljudi u svjetskim razmjerima;
d) zaštita, a potom i postupno povećanje prirodnih resursa;
e) reorijentacija i korjenita „ekologizacija“ tehnologije te sustavno i uspješno upravljanje rizicima;
f) sustavno integriranje ekonomije i ekologije.

[5] Više u dokumentu: *Our Common Future, Chapter 2: Towards Sustainable development (*1987:43).

[66] International Union for Conservation of Nature.

[7] United Nations Environment Programme.

[8] World Wildlife Fund.

Nadalje, u Strategiji održivog razvoja EU-a nalazimo definiciju koja uključuje i jednu novu komponentu: „Održivi je razvoj zasnovan na obrascu proizvodnje i potrošnje koji ne degradira prirodne izvore, štiti okoliš, promovira ravnopravnu raspodjelu dobara svima i smanjuje siromaštvo." Nastavno, znanost prema Mülleru (2004.) razlikuje strogi/snažni i blagi/slabi održivi razvoj. Kod blage varijante održivog razvoja polazi se od činjenice da se priroda može zamijeniti kapitalom i da se, na kraju krajeva, sve može svesti na pitanje efikasnosti energije. Kod stroge/snažne, odnosno dosljedne, varijante održivog razvoja priroda se ničime ne može nadomjestiti, odnosno treba uzeti u obzir oskudnost prirodnih izvora. Isti autor skreće pozornost na knjigu *Gospodarstvo onkraj rasta* Hermana E. Dalyja (1999.) u kojoj se ukazuje na dilemu glede neobnovljivih resursa i ukazuje na posljedice: „Iako u neobnovljive resurse ne možemo ulagati, njihovo crpljenje možemo organizirati tako da povećamo direktne, pasivne investicije u obnovljive resurse, a indirektne, aktivne investicije usmjerimo u mjere za povećanje produktivnosti neprekinutog proizvodnog procesa koje nam olakšavaju 'čekanje'." Konkretno, održivi razvoj znači povećanje ukupne ekološko-ekonomske učinkovitosti koji se može prikazati omjerom:

$$\frac{\text{Stečeni rezultati kapitala koji su proizveli ljudi (LJK)}}{\text{Utrošeni prirodni kapital}}$$

Nešto jednostavnije i popularnije Krippendorf i Muller (1986.) opisali su održivi razvoj kao „porast kvalitete života, tj. gospodarskog blagostanja i subjektivnog dobrog osjećaja, koja se postiže smanjenim ulaganjem neobnovljivih resursa i smanjenim opterećivanjem okoliša i ljudi." Održivi razvitak ostvaruje ravnotežu između zahtjeva za unapređivanjem kakvoće života (ekonomska sastavnica), za ostvarivanjem socijalne dobrobiti i mira za sve (socijalna sastavnica) te zahtjeva za očuvanjem sastavnica okoliša kao prirodnog dobra o kojima ovise i sadašnja i buduće generacije. Poštivanje načela demokracije, ravnopravnosti spolova, socijalne pravde i solidarnosti, zakonitosti, poštivanje prava čovjeka te očuvanje prirodnih dobara, kulturne baštine i čovjekova okoliša pridonose očuvanju Zemlje za održavanje života u svoj njegovoj raznolikosti. Na taj se način održivi razvitak ostvaruje pomoću dinamičnog gospodarstva s punom zaposlenošću, ekonomske, socijalne i teritorijalne kohezije, visokog stupanja obrazovanosti građana, visokog stupanja zaštite zdravlja i očuvanja okoliša.

Svjetska komisija za okoliš i razvoj u svojem izvještaju ukazuje na nužnost promjene dosadašnjeg poimanja rasta i razvoja; ističe pitanja održivog i prihvatljivog rasta i razvoja; razmatra u kojem se smislu mogu (i moraju) usklađivati ciljevi ekonomskog rasta i razvoja s

adekvatnom zaštitom okoliša; odbacuje kratkovidnu politiku i logiku maksimalizacije profita na račun opće dobrobiti na duži rok. Ekološka se problematika pokazuje kao planetarna problematika pri čemu se energično ističe kako se ekološka kriza može rješavati samo kao univerzalni problem – problem svih zemalja i naroda, naročito onih ekonomski i tehnološki najrazvijenijih. Od tada pa sve do današnjih dana koncept održivog razvoja postaje dominantna razvojna i ekološka vizija, ali i istraživačka paradigma. Iako je pojam održivog razvoja nastao u međunarodnom kontekstu kao orijentacijski okvir za međunarodnu politiku prema okolišu i razvojnu politiku, tijekom godina ušao je u programe na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini. Osnovna pretpostavka održivog razvoja je globalnost perspektive i nelinearnost razvoja. Prema tome, održivi razvoj predstavlja održavanje ravnoteže između uporabe, štednje i obnavljanja svih naših resursa te razumijevanje da će i generacije koje dolaze uvelike ovisiti o našem današnjem djelovanju. Stoga se eksploatacija resursa, upravljanje investicijama, usmjeravanje tehnološkog razvoja i institucionalne promjene moraju uklapati u buduće i sadašnje potrebe.

Prema Cifriću (2012.) održivi razvoj se s jedne strane ocrtava kao: 1) normativna orijentacija za pravednost, kao vodilja za sva društva (međunarodna pravednost), za današnje i buduće naraštaje – generacijska pravednost (intergeneracijska i intrageneracijska), te za sve ljude u odnosu prema njihovu prirodnom okolišu (ekološka pravednost), a s druge strane kao: 2) pojam koji omogućuje raznolikost djelovanja i strategija promjena kao pravo i mogućnost alternativnog djelovanja u sadašnjosti i budućnosti. Nadalje, isti autor ističe kako u konceptu održivog razvoja postoje tri ključne točke s uravnoteženim međuodnosom nazvanim magični trokut – zaštita ekosfere, stabilan gospodarski razvoj i pravedna raspodjela socijalnih šansi. Stoltenberg i Michelsen (1999.) dodaju i četvrtu dimenziju – kulturnu (Altner, 2004; Brochi, 2007). Autor Richard Heinberg (2007.) stajališta o održivosti sažeo je u pet aksioma o održivosti: 1. neodrživo korištenje najvažnijim resursima vodi društvo u propast (Tainterov aksiom); 2. stopu rasta populacije treba uskladiti sa stopom potrošnje resursa (Bartlettov aksiom); 3. stopa potrošnje prirodnih resursa ne smije prijeći stopu prirodne obnove; 4. treba smanjiti stopu neobnovljivih izvora energije, a stopa smanjenja mora biti veća od stope njihove potrošnje; 5. minimalizirati stope antropogene emisije radi što manje ugroženosti biosfere.

Za potrebe ovoga rada koristiti ćemo sljedeće određenje pojma: „Održivi razvitak je takav proces produkcije potreba i sredstava za njihovo zadovoljavanje čija posljedica nije uništavanje i/ili smanjivanje kvalitete prirodnih resursa do granice ispod koje počinje ugrožavanje zdravlja, obnavljanja i opstanka živog svijeta“ – kraće rečeno radi se o *zadovoljavanju potreba na način da se ne dovode u pitanje vlastite prirodne, fizičke osnove*

(Lay, 1992.). Odatle slijedi jednostavna, ali izuzetno teško izvediva zadaća – populacija i rast moraju se harmonizirati s potencijalima i ograničenjima ekosistema.

Promišljanja održivog razvoja, za razliku od prijašnjih rasprava i poimanja razvoja, u svoj su korpus inkorporirala temporalnu, odnosno intergeneracijsku dimenziju. Pozitivne i negativne konzekvence djelovanja jedne generacije manifestiraju se kratkoročno i vidljive su u prostornim analizama promjena, no kad se u obzir uzme temporalna dimenzija, u vremensko-ekološkoj analizi postaju vidljive dugoročne promjene (pogoršanja ili poboljšanja) djelovanja pojedinih generacija.

Održivi razvoj je „razvoj sposoban za budućnost“, kako to kaže uvaženi njemački sociolog Ugo E. Simonis, i on: „Ne zagovara zaustavljanje ekonomskog rasta apriori, neko poklonstvo primarnoj prirodi uz cijenu zaustavljanja puteva napretku i rastu koji taj napredak u nekim važnim elementima omogućava. Riječ je o razvitku koji podrazumijeva promjenu kvalitete rasta, daljnje razviće kvalitete življenja stanovništva (prvenstveno glede zadovoljavanja temeljnih egzistencijalnih potreba svih), ali uz uvažavanje ograničenosti koje nam nameću zakonitosti opstanka i reprodukcije živog svijeta.“ [9]

Općenito, održivi se razvoj poima na različite načine, a ideja održivog razvoja potaknula je istraživanja i propitivanja mehanizama održivogarazvoja u poljoprivredi, turizmu, energetici, obrazovanju i ostalim područjima. Međutim, pojmu održivog razvoja upućuju se mnogobrojne kritike poput: „To je nejasan pojam kojeg je teško operacionalizirati.“ (Cifrić prema Schellnhuber, 2002) ili teorijski gledano „Održivost je općenit pojam i empirijski neprovjeren na konkretnim modelima modernog društva (na primjer, već na nacionalnoj razini) da bi se mogao primjeniti na globalnom nivou“ (Cifrić, 2002); „zbog prevelike općenitosti pojma, postavlja se pitanje razine osiguranja održivosti – na razini seoske zajednice, određene nacije, cijelog planeta? Održivi razvoj neke zemlje, artikuliran kao nacionalni koncept i praksa, zahtijeva sustavno praćenje promjena stanja i redefiniranje društvenih ciljeva s obzirom na konkretne elemente održivosti u promjenjenim uvjetima“ (Cifrić, 2002:47). Nadalje, smatra se kako je koncept održivog razvoja teorijski koncept, ideja, „(zasada) nije stvarnost; njega u sustavnom, zrelom obliku (još) nema“ (Lay, 1993.), „nerazumljiv (je) izvan granica znanosti“ (Lay, 1993.), te inicira sukobe čije se razrješavanje najčešće nastoji odgoditi. U većini slučajeva riječ je o „konfliktima oko praksi neodrživosti, koje se baziraju na ideji razvoja kao puko materijalnog rasta te vrednota i strategija održivog razvoja“ (Lay, 1993). Usprkos kritici samoga pojma, održivi razvoj čini nam se pretvorivim u konkretne ideje i prakse te ga je

[9] Više :Lay, V. 1992:6.

moguće promatrati na podlogama različitih društvenih i ekonomskih pojava. Jedna od multiplikativnih pojava je ruralni turizam i njegovi trenutno postojeći oblici na kojima ćemo provjeriti koncept održivog razvoja, analizirati stupanj održivosti pojedinih oblika i objekata ruralnoga turizma, ali i ruralnog turizma u cjelini. Koncept održivog i istovremeno umjerenog razvoja sadržan je u ideji integralne ili cjelovite održivosti koju nadalje razmatramo.

Najveću prepreku u samoj implementaciji koncept održivog razvoja i dosezanja integralne održivosti čine ljudi, njihova svijest i znanja. Ljudska ekonomska djelatnost igra važnu ulogu u dosezanju održivosti ili je možda bolje reći da prepreku održivosti predstavlja neoliberalna svjetska ekonomija rukovođena principom „profita pod svaku cijenu".

Zbog navedenih razloga smatramo *učenje za održivost* i *vođenje u smjeru održivosti* temeljnim pretpostavkama postupnoga ostvarivanja ciljeva održivog razvoja.

Prema Layju, *vođenje za održivost*[10] pretpostavlja svjesno i planirano donošenje odluka političkih i demokratski izabranih elita i drugih važnih nositelja razvoja, jednostavnije rečeno, socijalnih aktera, u smjeru implementacije koncepta održivog razvoja i postizanja integralne održivosti. Znanje, koje predstavlja ljudski kapital, od izuzetne je važnosti za vođenje u smjeru održivosti, što pak podrazumijeva visoku razinu ekološke svijesti kao i znanja o ekonomskoj i sociokulturnoj održivosti. Potrebno je, čini se, „odgojiti" neke nove upravljačke elite čije se vođenje temelji na znanju, stalnom i upornom dosezanju i širenju ekološke, ekonomske i sociokulturne održivosti. Takve bi upravljačke elite trebale djelovati na globalnoj, ali i nacionalnoj i lokalnoj razini. [11]

Ovdje dolazimo do drugog stupa održivog razvoja, a to je *učenje za održivost.*[12] Ako vođenje k održivom razvoju shvatimo kao svojevrsno učenje uz pomoć djelovanja, onda učenje za održivost podrazumijeva konkretne rezultate znanstvenih istraživanja, činjenice. Učenje za

[10] Vođenje k održivom razvoju je svojevrsno „učenje kroz djelovanje" (engl. *learning by doing*) (Lay: 2007, 1032)

[11] Socijalni akteri bitni za vođenje prema održivosti su: - znanstvena zajednica suvremenog svijeta – na globalnoj razini (kao što su organizacije UN-a za održivi razvoj i zaštitu okoliša), ali i znanstvenici koji djeluju na nacionalnoj i lokalnoj razini:
- obrazovni sustav svih razina, koji bi trebao širiti održivost kao razvojnu vrednotu:
1) visokoškolski sustav trebao bi nuditi znanja i nalaze koji usmjeravaju prema savladavanju primijenjenih znanja, koja vode prema održivim razvojnim rješenjima
2) osnovnoškolski sustav trebao bi odgajati sasvim nove generacije kojima održivost neće biti strana; koji se na održivost ne bi trebali privikavati, nego bi se ona podrazumijevala
- poduzetničke firme u onom dijelu u kojem ulažu u znanje, s tim da njihovo poslovanje ne ugrožava lokalno stanovništvo niti prirodni okoliš
- udruge civilnog društva, koje, kao predstavnik građana i javnosti, moraju biti prvi i najosjetljiviji terenski alarm ako u razvoju za prirodu i ljude nešto ne ide u dobrom smjeru (prema tome, predstavnici civilnih udruga trebali bi biti upućeni u održive prakse življenja)
- crkva (religijske organizacije općenito), kao ustanova koja u osnovi brani život imat će svoju važnu ulogu u vođenju prema održivosti, osobito na područjima gdje, još uvijek, proces sekularizacije nije smanjio utjecaj religijskih organizacija i institucija (Lay, 2007).

[12] U korijenu riječi edukacija ili produkcija stoji latinska riječ dux, ducis = vođa (Lay, 2007:1039).

održivost, znanje, potrebno je prenositi izravnim učenjem i učenjem uz djelovanje u smislu uključenosti socijalnih aktera u praktične procese izgradnje materijalne infrastrukture te razvojne odabire na polju proizvodnje energije i hrane. Moguće je pretpostaviti kako bi se ovakvim postupanjem dogodila opća društvena promjena, odnosno socijalna inovacija koja bi počivala na održivim razvojnim solucijama. Društvene bi se promjene morale dogoditi, postupno, na razini vrijednosti, ciljeva, interesa, znanja, ideja, vještina, umijeća i novih praksi u idućim godinama ili, bolje rečeno, desetljećima (Lay, 2007). U tom bi trenutku došlo do *uspostave dinamičke ravnoteže između materijalnog rasta i prirodnih osnova življenja*. Drugim riječima, došlo bi do prilagodbe ekonomske komponente konceptu integralnog održivog razvoja. Tada bi povećanje materijalnih dobara i usluga vodilo isključivo ostvarenju pretpostavki za unapređenje kvalitete življenja svih ljudi, uz uvjet da se osigura zdravlje i opstanak ekološkog sustava u cjelini.

Implementacija koncepta održivog razvoja i težnja k postizanju integralne održivosti ne može ostati na nekom općenitom (i globalnom) nivou. Nužno je da se koncept održivog razvoja od ideje postepeno „pretače“ u konkretne razvojne korake. Provesti koncept održivog razvoja u djelo znači stalno unositi promjene prema održivosti u nekom društvu, lokalnoj zajednici i njezinu prirodnom okolišu.

Smatra se kako se koncept integralnog održivog razvoja može analizirati na podlozi ruralnoga turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji. Analizom i usporedbom dimenzija održivosti, ukoliko se one nalaze u dinamičkoj ravnoteži, možemo zaključiti je li ruralni turizam održiv, odnosno, ako nije integralno održiv, u kojoj dimenziji ruralni turizam pokazuje to obilježje. Također, na primjeru ruralnoga turizma vidjet ćemo je li održivost potpomognuta učenjem za održivost i vođenjem u smjeru održivosti te koliko je održivost pretočena u konkretne korake nužne za razvoj ruralnog turizma.

2.2. Dimenzije i indikatori integralne održivosti

Održivost smo odredili kao „sposobnost nekoga živog entiteta (bilo biološkog/biosfera/, bilo društvenog/društvo/) ili procesa što ga ovi entiteti svojim postojanjem, djelovanjem, suproizvode da se načinom življenja i djelovanja (samo)održavaju, (samo)reproduciraju, (samo)obnavljaju. U vezi s tim održivi se razvoj može razumijevati kao onaj tip projekta društvenog razvoja koji svojim unutrašnjim ustrojem, načinom funkcioniranja na sistemskoj

razini, svojim ukupnim učincima i tendencijama smjera tome da samoga sebe (samo)održava, (samo)obnavlja na dugi rok, teorijski beskonačno.“[13]

Održivog razvoja neće biti bez opće prisutnosti jedne (nove) vrijednosne orijentacije koja zagovara obranu života (biosa), mudro korištenje prirodne osnove ukupnog života i podvrgavanje potreba rasta potrebama (zdravog) opstanka čovjeka i čitavog živog svijeta. Dakle, središnja os – vrjednota održivosti – jest život. „ Briga za život jest gravitacijsko središte oko kojeg se oblikuju i organiziraju mnogi osjećaji, stavovi, koncepcije, uključujući koncepte integralne održivosti i održivog razvitka“ (Lay, 2004:296). U tom smislu, čovjek je stožerni akter održivog življenja i tipa razvoja koji će takvo življenje omogućavati. Održivi razvoj, koliko god se oko toga pojma i njegova sadržaja sve čini zamršeno, nedovoljno jasno i komplicirano, ipak je jednostavno pitanje u središtu kojega je sustavno dosezanje dinamičke ravnoteže između prirode i društva, zdrave prirode kao osnovne pretpostavke života i općeg dobra, a na drugoj strani raznih pojedinačnih interesa koji s interesima općeg dobra nisu u skladnom odnosu.

Prema Layju (2003.) integralna održivost cilj je razvoja. Ekološka, okolišna osjetljivost/održivost – gospodarska vitalnost i održivost – socijalna dobrobit/održivost temeljne su dimenzije integralne održivosti. Tome treba dodati i političku (samo)determinaciju kao političku održivost jednoga društva, kulture i države. Ove su dimenzije povezane i funkcioniraju kao jedna velika, kompleksna i ne uvijek i odveć transparentna „spojena posuda“. Nastavno na shvaćanje integralne održivosti, Lay (2007.) razlikuje i precizno definira četiri stožerne dimenzije održivosti:

A) *Biološko-ekološka održivost* nekog društva iskazuje se kroz njegove sposobnosti da se dugoročno samoobnavlja u temeljnim ekološkim karakteristikama (biosfera, hidrosfera, atmosfera, pedosfera) na kojima počiva. Ako to nije na djelu, onda je planetarno društvo, neko lokalno društvo, neki njegov dio biološko-ekološki neodrživ. Postoji bezbroj primjera da se neki lokalni dio okoliša i prirode razvojem onečišćuje ispod razine „nosivih kapaciteta“ prirodnih sustava, odnosno da se samoobnavlja.

B) *Ekonomska održivost* nekog društva, države, gospodarstva, poduzeća ili pak sustava multinacionalnih korporacija jest sposobnost da se svojim načinom funkcioniranja obnavljaju i razvijaju u postojećem ili širem opsegu i tako stvaraju dobit. Sa socijalne razine gledano, postoje dugoročno održive gospodarske dobiti, a postoje i one neodržive, koje impliciraju ekološku destrukciju ili druge razarajuće aktivnosti za dobrobit i kvalitetu življenja ljudi.

[13] Preuzeto iz : Lay, 2004:296.

C) *Socio-kulturalna održivost* neke lokalne zajednice ili društva potvrđuje se kroz takvo stanje u društvu i kroz takve načine ponašanja svojih pripadnika kroz koje se stalno samoobnavljaju i afirmiraju: a) osjećaj smisla i ciljeva življenja, b) društvene vrjednote i prakse koje doprinose socijalnoj integraciji, c) osjećanje i prakse identiteta, ukorijenjenosti, pripadanja nekoj simboličkoj cjelini, uključivši i pripadanje nekom zavičaju, d) prakse i odabiri na razini svakodnevnog života koji vode samorealizaciji a ne samodestrukciji. Načini života koji destruiraju zdravlje, imovinsko stanje ili psihički mir, nisu socio-kulturalno održivi načini življenja. Elementarna socijalna sigurnost, zadovoljavanje osnovnih potreba (hrana, stan, odjeća, zdravstvena njega i sl.) svih građana, bez obzira na uspjeh rezultata vlastitog rada na tržištu, osobnog poduzetništva znak je postignuća elementarne visoke socio-ekonomske održivosti za sve građane nekog društva. Suprotna tome jest socijalna ugroženost, patnja ispod razina minimalne razine kvalitete življenja, koju inače moderni svijet svojim proizvodnim i organizacijskim metodama lako može postići.

D) *Politička održivost* nekog društva, odnosno države ogleda se u funkcioniranju društva/države na način da samoodređuje svoj kulturni identitet i ukupnu sudbinu, uvjete rada i življenja ljudi, stanovništva koje živi na njezinu teritoriju. Riječ je o prakticiranju samoodređenja, odnosno samodeterminacije. Nemoguće je vlastite resurse i živote organizirati na održivi način ako nam uvjete rada i življenja sustavno određuju akteri izvan društva u kojem živimo.

Politička održivost nekog društva, neke zemlje, jest visoka ako je visoka razina političke samodeterminacije uvjeta rada i života ljudi u tom društvu, u toj zemlji. Zagovaranje političke samodeterminacije kao okosnice političke održivosti nekoga društva, odnosno države, čini se, implicira na određen način i praktično rodoljublje i domoljublje. Dakako, ovdje shvaćamo rodoljublje i domoljublje kao afirmativne emotivne prakse koje isključuju mržnju prema drugom rodu i drugom domu. Brinuti o budućnosti svoga roda i doma najbolje može sam domaćin, pripadnik toga roda i toga doma. Briga za svoje i ravnodušnost za tuđe, ma koliko avangardi globalizacije i građanima svijeta to izgledalo čudno i konzervativno, po nama je za većinu pripadnika ljudske rase još uvijek svojevrsna antropološka zakonitost. Ljudima je (još uvijek) potreban osjećaj i praksa ovakve ili onakve ljudske zajednice, određene zavičajnosti i ukorijenjenosti.

„Briga za svoje" jest „sveta zadaća", ključ održivosti i opstanka. „Briga za svoje" u sebi ima uzidanu ljubav za svoje, za „svoj mali svemir" i njegove konkretne dijelove. Uzgred, istraživanja pokazuju da se u Hrvatskoj izrazito visoko vrednuju obitelj i prijatelji.

Razvoj hrvatskoga, ili bilo kojeg društva, mogao bi se sagledati u nekoj vremenskoj sekvenci kao ukupno, integralno, manje ili više održiv ujednoj ili više dimenzija. Pojedine dimenzije održivosti ne mogu biti u stalnoj harmoniji. Održivost u jednoj dimenziji može u nekoj vremenskoj sekvenci rasti, u drugoj istodobno padati. Pad ekološke održivosti dugoročno će ugroziti socio-kulturalnu i gospodarsku održivost, ali ne nužno odmah čim se pojavi na djelu. Međuodnosi dimenzija nisu jednostavni i linearni. Sve četiri dimenzije moraju biti uravnotežene jer samo takve čine integralnu održivost.

Pored četiri dimenzije koncepta održivog razvoja možemo govoriti i o četiri vrste održivosti: biološko-ekološkoj, ekonomskoj, sociokulturnoj i političkoj održivosti. Za svaku od tih četiriju komponenti održivosti mogu se izraziti zasebni indikatori koji sadržajno „pokrivaju" koncept održivosti. Prema Layju (2007.) četiri sastavna dijela integralne održivosti su:

1. *biološko-ekološka održivost* – očuvanost/kvaliteta biosfere, hidrosfere, atmosfere, pedosfere;
2. *ekonomska održivost* – stvaranje dobiti pri čemu se ne destruiraju dimenzije biološko-ekološke održivosti,
3. *sociokulturna održivost* – sastoji se od dvije razine:

– prva razina: *elementarna socio-ekonomska održivost* (zadovoljenje osnovnih životnih potreba: hrana, stan, odjeća, zdravstvena njega);
– druga razina: *socio-kulturna održivost* – načini ponašanja koji vode samorealizaciji i socijalnoj integraciji (zadovoljenje osnovnih kulturnih potreba: smisao i cilj življenja, vrednote i prakse, identitet);

4. *politička održivost* – samorealizacija kulturnog identiteta, samodeterminacija (rodoljublje, domoljublje).

Smatra se kako ove vrste održivosti možemo primjeniti na analizu ruralnog turizma i operacionalizirati ih s ciljem dobivanja preciznih indikatora.

2.3. Ruralni turizam i mogućnosti implementacije integralne održivosti na područje ruralnog turizma

Drugi bitan teorijski okvir u kojem se kreće tema ovoga doktorskog rada je sociološki aspekt turizma, odnosno shvaćanje turizma i putovanja kao sastavnog dijela ljudskog društva, a kojega je Krippendorf (1986:19) pojasnio na sljedeći način:

„Današnje potrebe za putovanjem uglavnom je stvorilo društvo, a pečat im daje svakodnevica. Ljudi putuju jer se ondje gdje žive više ne osjećaju dobro; ondje gdje rade i ondje gdje stanuju.

Prijeko im je potrebno odvajanje od tereta koji ih svakodnevno pritišću na radu, u vlastitu stanu, u slobodnom vremenu, da bi nakon toga mogli krenuti dalje. Radom sve više ovladava tehnika, rad mora biti sve funkcionalniji, njime sve više upravljaju drugi. Ljudi osjećaju jednoličnost dnevnih zbivanja, hladnu racionalnost tvornica, ureda, stambenih zgrada i prometnih postrojenja, osjećaju osiromašivanje međuljudskih odnosa, potiskivanje duše, gubitak prirode i prirodnosti."

Zbog navedenih razloga turizam se smatra „društvenom terapijom", ventilom koji održava sposobnost funkcioniranja svakodnevnoga života. On uravnotežuje ne samo pojedince nego cijelo društvo i njegovu privredu. Sociolozi su dokazali: ako čovjek uspije promijeniti životni okoliš i isključiti se iz svega, u njemu se rađa potreba da se nakon turističke nestalnosti vrati u ugodnu sigurnost svakidašnjice. Putuje da bi potvrdio kako kod kuće i nije tako loše, štoviše, da je tu možda i najbolje. Stoga se dosadašnji ustroj čovjekovog života, u kojem je prethodno opisan turizam njegov sastavni dio, može promatrati kao svojevrsna kulisa: *rad – stanovanje – slobodno vrijeme – putovanja*, na kojoj se taj isti čovjek oblikuje i prima različite utjecaje. Na toj društvenoj pozornici (kulisi) valja razlikovati, prema Krippendorfu,[14] četiri velika polja sile koja su opet međusobno povezana mnogostrukom mrežom uzajamnih djelovanja:

a) društvo sa svojim vrijednosnim stavovima (socijalnokulturni podsustav);
b) privreda i njezin ustroj (ekonomski podsustav);
c) okoliš i prirodni izvori (okolišni podsustav);
d) država i njezina politika (politički podsustav).

Ove mreže djelovanja trebaju funkcionirati sinhrono i uravnoteženo, dakle održivo i za čovjeka i društvo. Za ovaj rad je relevantno da su ovako definirani društveni podsustavi, odnosno dimenzija djelovanja, u stvari dimenzije održivog razvoja shvaćenog kao integralni održivi razvoj (usp. Lay, 2007.) koji se sastoji od prethodno spomenute biološko-ekološke održivosti (okolišni podsustav), ekonomske održivosti (ekonomski podsustav), socio-kulturalne održivosti (socijalnokulturni podsustav) i političke održivosti nekog društva (politički podsustav).

Prema tome društveni sustav, da bi bio uravnotežen, treba biti: „Skladni svijet, u kojemu svi surađuju, a svaki njegov dio središte je što ne živi na račun drugih dijelova, nego stoji u zajedništvu s prirodom i puno obzirnosti prema budućim generacijama."[15] Drugim riječima,

[14] Vidjeti više kod: Krippendorf (1986:18).
[15] Ibid.1986:19.

dimenzije društvenoga sustava imanentne su dimenzijama održivosti, a koje su posljedično imanentne dimenzijama djelovanja, odnosno gospodarskoj aktivnosti. Prethodno iznesene dimenzije održivosti teorijski su i praktično primjenjive na društvo i brojne društvene i gospodarske djelatnosti od kojih posebno, za potrebe ovog rada, valja analizirati gospodarsku djelatnost ruralnog turizma.[16]

Ruralni turizam shvaćamo kao jedan od selektivnih[17] oblika turizma koji se uobičajeno razvija na selu i u prirodi te ovisi o ljepoti krajolika, nasljeđu i kulturi, ruralnim aktivnostima i općenito ruralnom životu. Ruralna područja pružaju mogućnosti za razne aktivnosti koje su oslobođene urbanih utjecaja pa je definicija ruralnog turizma, koja bi mogla obuhvatiti sve pojavne oblike turističkih aktivnosti, zbog toga vrlo zahtjevna. Općenito, ruralni turizam može se definirati prema definiciji ruralnog prostora, ciljevima ruralnog turizma, raznim tržišnim segmentima te društvenom i kulturnom značenju ruralnog područja.

U stručnoj inozemnoj literaturi o turizmu ruralni turizam precizno se navodi u knjizi *Encyclopedia of Tourism* (Jafari, 2000.)[18]: „Ruralni prostor je osnovni resurs za razvoj ruralnog turizma koji se oslanja na potrebu gradskih stanovnika za mirom i prostorom, te za sportsku rekreaciju na otvorenom. Ruralni turizam uključuje posjet nacionalnim parkovima i parkovima prirode te ostaloj baštini u ruralnom prostoru, zatim panoramske vožnje, uživanje u ruralnom krajoliku i boravak na turističkim seljačkim gospodarstvima. Ruralni turizam je dodatni izvor prihoda, osobito žena i važan je u smanjivanju stope ruralne depopulacije. Investicije u turizam mogu u ruralnom prostoru očuvati povijesne građevine i tradicionalne aktivnosti."

U drugoj publikaciji, *Rural Tourism in Europe: Experiencies, Development and Perspectives* (2004.), termin ruralni turizam koristi se u slučajevima kada je ruralna kultura ključna komponenta ponuđenog turističkog proizvoda. „Za turistički proizvod ruralnog turizma specifično je nastojanje da se posjetitelju osigura osobni kontakt, osjećaj za fizičko i ljudsko okružje u ruralnom prostoru, i koliko je god moguće, da mu se pruži prigoda sudjelovanja u aktivnostima, tradiciji i stilu lokalnog stanovništva."[19]

Na razini Vijeća Europe godine 1986. ruralni turizam definiran je kao turizam koji obuhvaća „sve aktivnosti u ruralnom području, a ne samo one koje bi se mogle odrediti kao farmerski ili

[16] Detaljnija rasprava o turizmu i ruralnom turizmu slijedi u poglavlju *Definiranje turizma i ruralnog turizma*

[17] Neki autori koriste pojam selektivni turizam, a neki rabe pojam alternativni turizm. Oba termina koriste se kao opreka masovnom (maritimnom) turizmu i podrazumijevaju drugačiji turistički doživljaj temeljen na drugačijoj turističkoj ponudi.

[18] Ovu definiciju ruralnoga turizma često citiraju hrvatski autori kao na primjer Ružić, Demonja i Kušen u svojim radovima.

[19] Citirano prema: Kušen, 2006:171.

agroturizam.“[20] On zadire u dva gospodarska sektora, turizam i poljoprivredu, koji zajedno oblikuju specifičnu turističku ponudu, a koja se može ostvarivati unutar seljačkog gospodarstva ili u seoskoj/ruralnoj sredini. Također, prema definiciji Vijeća Europe, ruralni turizam je turizam na seoskom području sa svim aktivnostima koje se provode na tom mjestu, a najvažnija obilježja takvog turizma su mirna sredina, odsutnost buke, očuvanost okoliša, komunikacija s domaćinima, domaća hrana i upoznavanje sa seljačkim poslovima. Prema tome, ruralni turizam se ostvaruje unutar prirodnih i kulturnih resursa na ruralnim područjima, a ti resursi omogućavaju brojne turističke aktivnosti i definiraju veliki broj različitih oblika turizma. No, usprkos prethodno navedenom sveobuhvatnom određenju pojma ruralnoga turizma, u različitim se zemljama ovaj termin u praksi različito shvaća i sadrži određene specifičnosti.

• U Finskoj on podrazumijeva iznajmljivanje turistima malih seoskih kućica (tzv. cottages), uključujući usluge cateringa.

• U Mađarskoj navedeni pojam označava ponudu usluga i aktivnosti koje se nude turistima u seoskom ambijentu (cjenovno prihvatljiv/jeftin smještaj, sudjelovanje u poljoprivrednim radovima i sl.).

• U Sloveniji je najvažniji oblik ruralnog turizma upravo turizam na obiteljskim gospodarstvima – farmama – na kojima gosti noće u istoj kući s domaćinima ili u odvojenoj gostinskoj kući (naglasak se stavlja na gastronomiju i posjete imanju).

• U Nizozemskoj ovaj termin podrazumijeva prvenstveno kampiranje u obiteljskim gospodarstvima – farmama – s naglaskom na dodatne aktivnosti kao što su biciklizam, pješačenje, jahanje i sl.

• U Grčkoj je glavni proizvod ruralnog turizma noćenje i doručak uz smještaj u tradicijski opremljenim sobama s tradicijskim doručkom, često utemeljenim na domaćim proizvodima (Jelinčić, 2007.).

Neke definicije ruralnog turizma odnose se jednostavno na turizam u *područjima slabe naseljenosti* ,[21] a ruralne turističke destinacije mogu se široko definirati kao područja koja se posebno identificiraju i promiču turistima kao mjesta posjeta u kojima je primarni motiv uživanje u seoskom krajoliku i pripadajućim aktivnostima. Odredišta mogu biti skupine naselja, predjeli ili male regije, područja definirana vlastitom topografijom ili krajolikom, a koje su u turističkim terminima kohezivne i u kojima je turistički proizvod koordiniran od strane određenih vlasti ili organizacija.[22]

[20] Citirano prema: Demonja, Ružić, 2010:20.
[21] Towards Quality Rural Tourism 2000:15.
[22] Ibid.,16.

No, da bi se o ruralnom turizmu govorilo jedinstveno, doneseni su i prihvaćeni opći kriteriji za definiranje okvira ruralnog aturizma jednaki za Europu,[23] uz toleranciju da države, odnosno regije razvijaju ruralni turizam polazeći od svojih specifičnosti što prikazujemo u tablici niže (tablica 1).

Za potrebe ovoga rada ruralni turizam definiramo kao „skupni naziv za aktivnosti i oblike turizma koji se razvijaju u ruralnom prostoru, a određen je prirodnim i kulturnim resursima koji se tamo nalaze.“[24]

Na temelju ovako široko shvaćenog pojma ruralnog turizma smatramo kako se ranije definirane dimenzije održivosti mogu uklopiti u pojam ruralnog turizma i operacionalizirati te tako dobiti sljedeće indikatore koji su iz tih dimenzija izvedeni:[25]

Biološko-ekološka održivost predstavlja sposobnost aktera/objekta u ruralnom turizmu Koprivničko–križevačke županije da se dugoročno samoobnavlja u temeljnim ekološkim karakteristikama. Te temeljne ekološke karakteristike predstavljaju biosferu, hidrosferu, atmosferu i pedosferu. Pod ekološkim karakteristikama podrazumijevaju se ekološki temeljni mediji života kao što su zrak (čisti zrak!), voda (pitka voda!) i tlo (plodno tlo!). Osnovna pretpostavka jest da na visokoj kvaliteti ekoloških karakteristika počiva održivi ruralni turizam i ekoturizam. Ako su navedene ekološke karakteristike ugrožene ispod razine „nosivih kapaciteta“ onda je ugrožen i opstanak aktera/objekta u ruralnom turizmu, te lokalne zajednice tog područja.

Indikatori biološko-ekološke održivosti su: očuvanost biljnog i životinjskog svijeta, čistoća/nezagađenost vode, zraka i tla, zbrinjavanje otpadnih voda, odvoz i recikliranje smeća, smanjenje buke, smanjenje potrošnje energije, primjena ekološke poljoprivrede, biogospodarstvo i slično. Cilj biološko-ekološke dimenzije održivosti trebao bi biti osiguravanje prirodnih temelja življenja za sve turiste i aktere u ruralnom turizmu Koprivničko-križevačke županije, sada i u budućnosti. Na osnovama ovako shvaćene i prakticirane biološko-ekološke dimenzije Koprivničko-križevačka županija mogla bi se predstavljati kao ekološki održiva ruralno turistička destinacija, što je kvaliteta po sebi, ali i solidan temelj za atraktivan identitet i povoljan imidž među ostalim ruralnoturističkim destinacijama kontinentalne Hrvatske.

[23] Kriteriji za definiranje okvira ruralnog turizma doneseni su na Generalnoj skupštini Europske federacije ruralnoga turizma – *Eurogites* – održanoj 2005. godine, a podržale su ih sve članice Federacije.
[24] Citirano prema: Demonja, Ružić, 2010:17).
[25] Više o biološko-ekološkoj, ekonomskoj, sociokulturnoj i političkoj održivosti vidjeti u Lay (2007: 31-36). Indikatori održivosti u ruralnom turizmu nastali su na temelju predloška iz Lay (2007: 31-36).

Tablica 1: Kriteriji za definiranje okvira ruralnoga turizma

KRITERIJI	TUMAČENJE
Smještaj objekta u prirodnom okruženju, selu ili malom gradu.	Manje od 5 000 stanovnika u selu/gradu ili u vrlo tipičnim/tradicionalnim naseljima.
Ruralno okruženje s izraženim obilježjima tradicionalnog poljodjelstva ili izuzetnim prirodnim vrijednostima.	Prirodne vrijednosti (park prirode, područja pod raznim stupnjevima zaštite). Ne smije prevladavati konvencionalna poljoprivreda.
Turizam nije prevladavajuća aktivnost i izvor prihoda.	Odnos broja stanovnika i turističkih kreveta max. 1:1.
Dobra zaštita životne sredine, odsutnost buke i zagađenja.	Prihvatljivi mirisi i buka tradicionalne poljoprivredne proizvodnje.
Autentičnost smještajnog objekta i ambijenta.	
Gostoljubivost – osobna briga domaćina o gostu.	
Mali kapacitet smještajnih jedinica.	Max. 40 kreveta (ako zakonom nije drukčije određeno).
Poštivanje propisanih kriterija u ocjenjivanju objekata.	Prema prilagođenim standardima Federacije EUROGITES.
Društvena i socijalna održivost u kontekstu multifunkcionalnih aktivnosti na ruralnom prostoru.	Primjena kriterija „Agende 21“ za turizam kada budu propisani.
Povezanost s lokalnom zajednicom i tradicionalnom kulturom.	Gosti imaju mogućnost ostvarivanja kontakta ako žele.
Lokalni proizvodni i gastronomija.	Dostupni u okruženju.
Kultura (folklor, zanatski proizvodi, običaji, nasljeđe...).	Dostupni u okruženju.
Isključujući kriteriji: gradski i industrijski lokaliteti i njihova okolica; područja masovnog i izrazito razvijenog turizma; buka, rizici/opasnosti, vidljiva ili druga zagađenja.	Svi tipični ruralni utjecaji su prihvatljivi.

Izvor: Svržnjak, K., et.al. (2014.)

Ekonomska održivost znači sposobnost pojedinoga društva, države, gospodarstva, poduzeća da se svojim načinom funkcioniranja obnavlja i razvija u postojećem ili širem opsegu i tako stvara određenu dobit. Stvaranje dobiti, pa makar i tzv. „nultog profita“, poticaj je organizatorima poduzetništva. Nažalost, ekonomska dobit „rasta pod svaku cijenu“ ugrožava dobrobit ekološke sigurnosti i ne pridonosi uravnoteženosti ukupne održivosti.

Konkretno, ekonomska isplativost u ruralnom turizmu trebala bi čuvati prirodne osnove života, u procesu produkcije roba i kroz karakteristike robe putem sustavne ekologizacije proizvodnje dobara i usluga u ruralnom turizmu te stvarati inovativna rješenja integralno održivih oblika biogospodarstva. Održati očuvanje okoliša, zdravlja, rekreaciju, edukaciju, koristiti obnovljive izvore energije, ekološki/tradicionalno proizvoditi hranu ili se (p)održivo opskrbljivati putem vlastitih distribucijskih kanala te prakticirati ostale profitabilne aktivnosti koje postoje na

konkretnom ruralnoturističkom području, a istovremeno ne dovoditi u pitanje opstanak i razvoj, to znači biti ekonomski održiv. *Indikatori ekonomske održivosti* su ekonomski dobitci i gubitci u ruralnom turizmu.

Socio-kulturna održivost neke lokalne zajednice ili društva može se prikazati pomoću elementarne sociokulturne održivosti koja je sadržana u pojmu socioekonomske održivosti. Elementarna sociokulturna održivost podrazumijeva elementarnu socijalnu sigurnost i zadovoljenje osnovnih potreba svih građana i to bez obzira na vlastiti uspjeh nekog pojedinca na tržištu rada. Održivost je ovdje povezana s kvalitetom života svakog pojedinca i s kvalitetom života zajednice. Dakle, sigurnost i zadovoljenje osnovnih potreba (hrane, stana, odjeće i pristupa zdravstvenoj njezi) znak su postignuća zadovoljavajuće razine elementarne socioekonomske održivosti u nekom društvu ili zajednici.

Druga razina sociokulturne održivosti ujedno je i viša razine te održivosti, a postiže se na način da građani nekog društva imaju priliku sami sebe samoobnavljati i afirmirati, i to pomoću :

a) pronalaska smisla i cilja življenja;
b) usvajanja (i očuvanja) društvenih vrjednota i praksi koje pridonose socijalnoj integraciji;
c) razvijanja i obnavljanja osjećaja i praksi vezanih uz identitet, ukorijenjenost, pripadanje nekoj simboličkoj cjelini, uključivši i pripadnost nekom zavičaju;
d) korištenja praksi i mogućnosti odabira na razini svakodnevnog življenja koji vode samorealizaciji, a ne samodestrukciji. [26]

Socio-kulturna dimenzija održivosti ukratko znači sljedeće: stalno iznova osiguravati učinkovitu obranu identiteta i ukorijenjenosti. Identitet se afirmira pomoću autentičnog načina i kulture življenja, uključujući i poštivanje tradicije. Društva u kojima dominiraju ljudi bez identiteta i korijena, gdje neposredovana društvenost kao vrejdnota i praksa kopni i nestaje, a ljude često zatječe sudbina življenja „u gomili usamljenika“, nisu nužno socio-kulturalno održiva društva i daleko su od toga da budu društva sretnih ljudi. Socio-kulturalno održiva društva su ona koja iznova stvaraju mogućnosti da pojedinac svoju egzistenciju obogaćuje različitim oblicima samorealizacije.

Primjećujemo kako se ova dimenzija održivosti direktno naslanja na koncept društvenog kapitala i njegove tri dimenzije – dimenziju povjerenja, normi uzajamnosti i mreže povezanosti.

[26] Načini samoregulacije i afirmacije preuzeti iz Lay (2007: 33).

Koncept društvenog kapitala naglašava važnost međuljudskih odnosa te korisnost povezanosti među ljudima, kako za društvo tako i za svakog pojedinca. Socijalna integracija i solidarnost među članovima nekog društva važan su element opstanka, ali i samoga zdravlja društva.

Indikatorima socio-kulturne održivosti na konkretnom objektu/akteru u ruralnom turizmu nastoji se utvrditi autentičnost obiteljskih odnosa, poštivanje običaja i tradicije te kulture življenja u duhovnom i materijalnom smislu. Također, nastoji se otkriti njeguje li se lokalpatriotski identitet Podravaca i Prigoraca u svakodnevnom životu i posebnim prilikama. Elementarni indikator sociokulturne održivosti je pozitivna demografska slika, odnosno mogućnost sukcesije (nasljeđivanja) ruralnoturističke djelatnosti, te posljedično podrška obitelji, susjeda i lokalne sredine.

Politička održivost osobito se odnosi na mogućnosti nekog društva, države, da samoodređuje vlastiti kulturalni identitet i svoju ukupnu sudbinu, uvjete rada i življenja svojih građana, ukupnog stanovništva koje živi na teritoriju te države. Dakle, ovdje se radi o mogućnosti prakticiranja samoodređenja, samodeterminacije, jer je nemoguće vlastite resurse i živote organizirati na održiv način ako uvjete rada i življenja neke države određuju akteri izvan te države, tog društva. Politička održivost nekoga društva, neke zemlje, jest visoka ako je visoka razina političke samodeterminacije uvjeta rada i života ljudi u tom društvu. Okosnica političke održivosti je samodeterminacija i trebala bi podrazumijevati određenu količinu praktičnog rodoljublja i domoljublja. Ali ne u smislu mržnje prema tuđem rodu i tuđem domu, nego u smislu brige za budućnost svojega roda i svojeg doma. Takvu brigu za budućnost najbolje može (i mora) voditi sam domaćin, onaj koji živi u svojem domu, svojoj zajednici. Premda bi se ovakav stav mogao shvatiti kao prilično konzervativan, ljudima je još uvijek potreban osjećaj kao i praksa ljudske zajednice, određene zavičajnosti i ukorijenjenosti. Samoodređenost, odnosno samodeterminacija, u načinu i smjeru razvoja mora biti oblikovana iznutra.

Indikatori političke održivosti utvrđuju postoji li samodeterminacija ili odluka, odnosno dolazi li podrška razvoju i poslovanju „izvana“ ili „iznutra“. Konkretno, podržavaju li razvoj i poslovanje lokalne razvojne političke i poduzetničke elite koje obnašaju dužnosti u lokalnim turističkim zajednicama, županijskoj turističkoj zajednici i resornim ministarstvima ili podrška dolazi od strane članova vlastite obitelji. Zaključno, pokušava se utvrditi čija je podrška važnija i koji su njezini pojavni oblici. Može se primjetiti da se politička dimenzija održivosti i socio-kulturalna dimenzija na ovoj razini analize prepliću.

U nastavku rada slijedi analiza prirodnog i društvenog kapitala koje se nalaze u tijesnoj povezanosti s dimenzijama održivosti.

2.4. Prirodni i društveni kapital

Ruralni turizam koji u sebi treba sadržavati dimenzije održivog razvoja, kako bi i sam bio održiv, počiva između ostalog na prirodnom i društvenom kapitalu kao svojim osnovnim pretpostavkama.

Hrvatska u cjelini, a njezini ruralni prostori posebno, svoju dobru razvojnu sudbinu i napredak mogu esencijalno utemeljiti na vrijednostima hrvatskih prirodnih kapitala. Prirodni kapital Hrvatske je jedno od temeljnih uporišta održivog razvoja Hrvatske. Razlikujemo sljedeće prirodne kapitale u ruralnim područjima:

1. *prirodna sredina* – velike površine koje su još naprosto prirodna sredina; dio njih je proglašen zaštićenim područjima i obuhvaćen nacionalnim parkovima i parkovima prirode;
2. *ugodna klima* (koju već planetarno kvarimo, no možemo je lokalno štititi borbom protiv povećanja stakleničkih plinova u našem malom dvorištu);
3. *lijepi, raznovrsni i posjetiteljima zanimljivi krajolici i ambijenti* (more, otoci, razvedena obala, jezera, rijeke, planine, i sl.);
4. *relativno čisti okoliš*, posebno u ruralnim, a još više u planinskim predjelima;
5. *relativno bogata biološka raznolikost* (flora i fauna) koju počinju ugrožavati veliki građevinski pothvati. [27]

Hrvatski prirodni kapitali, okoliš, priroda, zaštićena područja, mnogi ambijenti i krajolici, od kojih je većina u ruralnim prostorima, osnova su za turističku i poljoprivrednu ponudu. Kapitaliziranje spomenutih prirodnih kapitala moguće je samo ako se oni sustavno i aktivno čuvaju, ako se njihovo samoobnavljanje i održivost kao i estetska strana nikako ne ugrožavaju. Upotreba ovih kapitala mora biti samo i isključivo održiva. Na tim osnovama poželjno je poticati one oblike novih djelatnosti koji se u europskim i svjetskim razmjerima uspješno razvijaju, a koje ćemo ovdje nazvati *bio-gospodarskim granama djelatnosti*.

Što bi to bile *bio-gospodarske djelatnosti*? To su one aktivnosti proizvodnje neke robe ili usluge koje se temeljno oslanjaju na bogate i prirodne kapitale i kvalitetno stanje glede ekoloških medija (zrak, voda, tlo) i koje svoje komparativne prednosti i dobru cijenu postižu upravo na uskoj vezi s prirodnim izvorima. Bio-gospodarska djelatnost je ona djelatnost koja proizvodi (novi) život, zdravlje, užitak, pri čemu nije riječ samo o fiziološkoj ugodi nego i

[27] Citirano prema: Lay, 2004: 298.

psihičkom i duhovnom esencijalnom uživanju u životu. Uzgred, u modernim svjetskim razvojnim scenarijima za 21. stoljeće ova se priča uz svega nekoliko drugih (nanotehnologija, genetski inžinjering i sl.) smatra jednom od tržišno najpropulzivnijih pravaca razvitka. Bio-gospodarska djelatnost je u sebi samoj neupitno ekološki (samo)održiva, ali paralelno mora biti i ekonomski održiva. Veliki profit nije bit bio-gospodarske djelatnosti. Bit je u ravnoteži ekonomske investicije i dobiti te dobrobiti za prirodne osnove života. Kod ovih djelatnosti traži se sinteza koja kod ekološki dugoročno neodrživih djelatnosti izostaje. Djelatnost koju nazivamo bio-gospodarska djelatnost postaje ekološki afirmativna, odnosno donosi dobrobit, a ekonomski postaje profitna, odnosno donosi dobit. Dakako, ovim je djelatnostima apriori zadano, osim ako same sebe ne žele dovoditi u opasnost ugroze – a onda i širi okoliš i prirodu – da prirodne izvore koriste tako što ih temeljito čuvaju i štite, a paralelno i kapitaliziraju.

Konačni produkt bio-gospodarske djelatnosti ne može biti održiv ako i sam proces njegove proizvodnje iznutra nije takav. Ne možemo inscenirati obzirnost i održivost samo u jednom segmentu, ona u slučaju bio-gospodarskih djelatnosti mora biti totalna.[28]

U ruralnim prostorima možemo, primjerice, projektirati sljedeće osnovne bio-gospodarske djelatnosti: proizvodnju hrane, proizvodnju energije te proizvodnju turističke ponude. U interpretaciji ovih djelatnosti kao bio-gospodarskih djelatnosti to su: turizam prijateljski prema okolišu ili ekoturizam; ekološka ili organska poljoprivreda; masovna produkcija energije iz obnovljivih izvora. Za sve tri grane bio-gospodarske djelatnosti Hrvatska ima odlične pretpostavke u prirodnim kapitalima te u samom (ruralnom) prostoru kao resursu. Nadalje, osim prirodnog kapitala, jedan od ključnih čimbenika kvalitetne primjene održivog razvoja je ljudski i društveni kapital, odnosno ljudski potencijali, snaga i sposobnost ključnih društvenih aktera na nekom području. Bez osnaženih i sposobnih ljudi nemamo ni osnažen i primjenjiv održivi razvoj. U tom smislu objasniti ćemo pojam društvenoga kapitala.

Teorija o društvenom kapitalu (eng. *social capital*) jedna je od najutjecajnijih i najpopularnijih koncepcija koje su se u prošlom desetljeću pojavile u društvenim znanostima.[29] Pojam društvenoga kapitala[30] uvriježio se ne samo u znanstvenim raspravama, već i u medijskim analizama društvene stvarnosti, kao i političkim programima i strategijama.

[28] Objasnimo to s nekoliko zornih primjera iz naše sredine: neka eko-turistička aktivnost npr. nije bio-gospodarska kada makar i skriveno onečišćuje okoliš, s jedne strane, a s druge, donosi novčanu korist i plijeni atrakcijom. Masovni posjet Plitvičkim jezerima koji donosi novac, ali koji zbog neadekvatnog sustava kanalizacije ili organizacije i načina ponašanja posjetilaca ugrožava sedreni sustav jezera, ne vodi nikuda (Lay, 2004.).

[29] Društveni kapital afirmiraju sljedeći autori: Putnam, 1993.; Coleman, 1988.; Fukuyama, 2000.; Woolcock, 1998.; Adler i Kwon, 2002.

[30] Društveni kapital (DK) se u nas ponekad navodi i kao sociokulturni kapital. Mi ćemo koristiti sintagmu DK jer ju smatramo jezično najispravnijom.

Društveni kapital se, prema Putnamu, „odnosi na obilježja društvene organizacije, poput povjerenja, normi i mreža koje mogu poboljšati učinkovitost društva olakšavanjem usklađenog djelovanja“ (2003:179).

U sada već klasičnom djelu, *Kako demokraciju učiniti djelotvornom*, Putnam određuje pojam društvenog kapitala te nastoji prikazati važnost njegovog utjecaja na uspješnost institucionalnih programa. Putnam je pokušao doći do odgovora na pitanje je li moguće uspostaviti učinkovitu vladavinu jednostavnim presađivanjem institucionalnih okvira koji postoje u razvijenim gospodarstvima na nerazvijene krajeve i regije.[31] Rezultati istraživanja u regijama Italije pokazali su da, usprkos identičnim institucionalnim aranžmanima i modelima reforme jednakim za sve talijanske regije, sjeverne regije Italije bilježe veći socijalni i gospodarski rast u odnosu na južne. Kako bi otkrio uzroke ovakvoj polarizaciji, Putnam se okrenuo proučavanju povijesnog, kulturnog i društvenog naslijeđa pojedinih regija.

Iz dobivenih rezultata Putnam je izveo zaključak kako se u uvjetima kolektivnog djelovanja mogu razviti dvije moguće ravnoteže (dva ekvilibrija). Koristeći se pojedinim elementima teorije igara, naznačio je odnose u kojima nitko ne surađuje, što je karakteristično za *amoralni familizam* (pojam kojim Putnam određuje tip kulture u južnim regijama Italije), te odnose u kojima svi surađuju i koji odgovaraju *civilnoj zajednici*. Društva koja odlikuje civilnost, u kojima se kolektivna akcija odvija putem stabilnog ekvilibrija suradnje, odlikovat će veći društveni prosperitet i ekonomski rast od onih unutar kojih se nesuradnja uzima kao ekvilibrij.

Putnam zaključuje kako su visoke razine društvenog kapitala u velikoj stopi u korelaciji s razvijenošću civilne zajednice. Pri tome, unutar društvenog kapitala Putnam razlučuje tri dimenzije: *povjerenje, norme uzajamnosti i mreže povezanosti*. Za razliku od drugih oblika kapitala, društveni kapital predstavlja javno, a ne privatno dobro, a svaki njegov korisnik koristi tek jedan njegov dio. Također, ono što razlikuje društveni kapital od drugih oblika kapitala jest činjenica da se društveni kapital putem uzajamnog djelovanja povećava jer se konstantnim korištenjem uvećavaju razine povjerenja koje postoje među umreženim članovima. Odnosi među ljudima su toliko važni da unutar određene zajednice mogu djelovati poput kapitala jer omogućavaju da ljudi budu produktivniji na čitavom nizu područja. Prema tome, *društveni kapital možemo definirati kao skup kulturnih osobina koje stvaraju i održavaju međusobno povjerenje i suradnju među članovima određene društvene zajednice*. Društveni kapital je, drugim riječima, specifična osobina društvene skupine ili organizacije koja ima pozitivan

[31] Predmet njegovog istraživanja bila je regionalna reforma u Italiji krajem 1960-ih i početkom 1970-ih godina prošlog stoljeća.

utjecaj na njezinu djelotvornost (Štulhofer, 2003.). Važno je zapamtiti kako se društveni kapital ne uspostavlja zakonima i političkom voljom, već nastaje i održava se spontano, u svakodnevnim interakcijama, tijekom dužeg vremenskog razdoblja. Njegovo su tkivo društvene vrijednosti i norme koje se oslanjaju na kulturnu tradiciju. Kao što predložena definicija upućuje, *društveni kapital potiče i olakšava svakodnevnu suradnju*. Riječ je, dakle, o zajedničkom resursu ili općem dobru. U tom smislu, društveni kapital valja razlikovati od zatvorene obiteljske povezanosti ili grupne lojalnosti (klike) koje korist za mali krug ljudi mogu ostvarivati na štetu šire zajednice.

Društveni kapital se prema Štulhoferu (2003.), kao što je već spomenuto, sastoji od tri dimenzije. Prva od njih, *povjerenje,*[32] označava inicijalnu spremnost na suradnju, no ne samo s članovima obitelji ili znancima. Druga dimenzija, *udruživanje,* usko je povezana s prvom jer djeluje kao „mala škola" povjerenja i spremnosti na suradnju. Udruživanje i odgovarajuća zajednička akcija omogućuju neposredno iskustvo suradnje i njezinih prednosti, kao što je ostvarivanja interesa koji su izvan dosega pojedinačnih napora. Posljednja dimenzija, *poštivanje normi* ili *norme uzajamnosti* (koju možemo zvati i civilnošću), istodobno je rezultat djelovanja navedenih dviju dimenzija i njihov potporanj. Poštivanje je normi, naime, neodvojivo od uvjerenja da isto čine i drugi, jer se upravo na tome temelji povjerenje i spremnost na udruživanje pojedinaca koji se ne moraju dobro poznavati. Konkretno, u sredini u kojoj većina ne poštuje normu reciprociteta (uzajamni odnos uzvraćanja usluga), povjerenje i suradnja među neznancima nose previše rizika prijevare.

Društveni kapital je ključni čimbenik gospodarskog, društvenog i političkog razvoja iz barem dvaju razloga. Prvi je taj što samoorganiziranje građana, putem udruženja i interesnih skupina, ostvaruje interese sudionika za koje se država ili ne može pobrinuti ili bi to bilo preskupo. Zajednica koja obiluje društvenim kapitalom nema potrebe za sveprisutnom i rastrošnom državom. Takvu zajednicu, primjerice, ne obilježava visoka razina kriminala i odgovarajući društveni troškovi. Drugi je razlog u tome što je dobro povezana i samoorganizirana zajednica odlična kontrola i korektiv vlasti.

Društveni kapital nije neovisan o povijesnom razvoju. Društvene navike, poznaničke i prijateljske mreže, norme i vrijednosti ne nastaju, niti nestaju, preko noći. Njihov kontinuitet se

[32] Šalaj (2007) je između ostaloga proveo istraživanje o najvažnijoj dimenziji socijalnoga kapitala – povjerenju među ljudima – pa s time u vezi kaže: „Socijalno je povjerenje, povjerenje u one članove zajednice koje osobno ne poznajemo. Rezultati istraživanja pokazali su da je stanje u Hrvatskoj – alarmatno. Naime, na pitanje smatrate li da se većini ljudi može vjerovati, 2003. godine samo devet posto ispitanika odgovorilo je potvrdno, a 2007. – 11% što je vrlo zabrinjavajuće". U Hrvatskoj je socijalno povjerenje ne samo nisko, već nema pomaka nabolje, što dodatno zabrinjava.

zasniva na njihovoj korisnosti; norme i ponašanja čija se vrijednost potvrđuje u svakidašnjoj uporabi prenose se s generacije na generaciju. Upravo iz tog razloga – jer je, primjerice, u određenim okolnostima nepovjerenje korisnije od povjerenja – neke zajednice obilježava deficit društvenog kapitala, to jest raširenо nepovjerenje i društvena atomiziranost.

Kada je riječ o Hrvatskoj, razdoblje između 1995. i 2003. godine, prema Štulhoferu (2003.), obilježava negativna dinamika društvenoga kapitala. S obzirom da je društveni kapital opće dobro izrazitog razvojnog potencijala, ključno je pitanje kako ga povećati, osobito u zajednicama u kojima je deficitaran. Podsjetimo se, društveni kapital ne nastaje društvenom reformom niti dogovorom o potrebi njegova rasta ili izglasavanjem novog zakona. Društveni kapital nastaje spontano, u povoljnim uvjetima. Također, za izgradnju društvenog kapitala potrebno je vrijeme. Kako bi se socijalizacijom počele prenositi na nove generacije, korisne se norme i društvene mreže moraju potvrditi u praksi. Da bi se potaknuo rast društvenog kapitala, važna su, prema Štulhoferu (2003), tri čimbenika. Prvi je *obrazovanje*, odnosno povećanje obrazovne razine članova zajednice. Argument koji se pritom ističe jest kako obrazovanje potiče uočavanje povezanosti osobne i opće dobrobiti te povećava sposobnost udruživanja. Drugi čimbenik jest *djelotvoran pravni sustav* koji štiti od zlouporabe i usljeđujuće erozije povjerenja. Treći je faktor djelotvorna, otvorena i pravedna vlast koja mora pružati primjer skrbi za opću dobrobit. Dakako, vremenski rok u kojemu bi navedeni čimbenici trebali dovesti do porasta društvenoga kapitala ostaje nepoznanicom.

U ovom radu želi se istražiti stanje društvenog kapitala u Koprivničko-križevačkoj županiji u segmentu ruralnog turizma, a s obzirom na koncept održivog razvoja, odnosno želi se istražiti postoje li među akterima ruralnog turizma dimenzije povjerenja, norme uzajamnosti i mreže povezanosti. Na temelju tih podataka dobit će se saznanja je li društveni kapital prisutan, u kojoj mjeri je prisutan te na koji način i na kojim razinama doprinosi razvoju ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji. Navedeni pokazatelji objasniti će se u empirijskom dijelu rada, osobito u dijelu koji se odnosi na podršku lokalne zajednice u razvijanju ruralnog turizma.

2.5. Indikatori društvenog kapitala

Društveni je kapital u društvenim znanostima u posljednjih desetak godina postao vrlo popularnim konceptom te se, kao i mnogi drugi koncepti, rabi u vrlo širokom i često vrlo nejasnom značenju. Više različitih autora promovira koncept društvenog kapitala, a kao poseban problem pojavljuje se njegovo mjerenje i primjena u vrlo različitim društvenim

kontekstima. Kao što je već naglašeno, Putnam definira *društveni kapital kao odliku društvenih organizacija izraženu povjerenjem, normama i mrežama koje mogu poboljšati učinkovitost olakšavanjem koordiniranih akcija*.[33] To znači da funkcioniranje društvenih institucija uvelike ovise o odnosima koje grade ljudi međusobno, o mrežama koje stvaraju, o povjerenju s kojim prilaze drugim ljudima i društvenim institucijama. Stoga su glavni indikatori društvenog kapitala sljedeći:

1. *povjerenje u druge ljude*: vjerujemo li onima koje ne poznajemo, a ulazimo s njima u različite odnose ili, češće, smatramo da će nas prevariti;
2. *povjerenje u društvene institucije:* vjerujemo li da društvene institucije učinkovito funkcioniraju i da će obaviti posao za koji su mjerodavne;
3. *pripadanje dobrovoljnim organizacijama*: udružujemo li se s drugim ljudima radi promicanja posebnih i zajedničkih interesa;
4. *obavljanje neplaćenoga rada za dobrovoljne organizacije*: koliko svojega vremena, truda ili novaca ulažemo u dobrobit drugih.

Ukratko, smatra se kako veće povjerenje u ljude i institucije te veća umreženost u dobrovoljne organizacije i dobrovoljni angažman povećavaju društveni kapital. Jednako se tako smatra kako veći društveni kapital omogućuje bolje funkcioniranje društva i njegov brži sveopći napredak jer suvremena društva funkcioniraju ako funkcioniraju društvene institucije, ako ljudi vjeruju jedni drugima, ako se mogu osloniti na druge, nepoznate ljude, a ne samo na mrežu svoje rodbine i prijatelja.

Prema Putnamu i Gossu (2002:9-12) postoji nekoliko vrsta društvenoga kapitala:

1. *formalni i neformalni*: formalni se izražava u dobrovoljnim organizacijama, ali neka društva mogu imati vrlo izražen i neformalni društveni kapital;
2. *jaki i slabi*: veze među ljudima mogu biti jake i slabe;
3. *unutarnje i vanjsko usmjereni*: neke su organizacije usmjerenije na dobrobit ili korist svojih članova, a druge prema korisnicima s kojima rade;
4. *premošćujući i povezujući*: prvi povezuje ljude različitih karakteristika s obzirom na klasu, dob, naobrazbu, podrijetlo, a drugi jača veze samo između članova sličnih društvenih karakteristika.

Za održiv ekonomski i politički razvoj jedne zajednice potrebne su različite vrste kapitala: financijski, fizički, ljudski i društveni kapital. Financijski kapital je u stvari novac, on se može posuđivati i ima ga u izobilju na svjetskim financijskim tržištima. Fizički kapital čine

[33] Zrinšćak prema Putnam, Goss, 2002:4.

materijalna dobra, zgrade, infrastruktura, strojevi i sl., i može se relativno brzo izgraditi. Ljudski kapital, kojeg čine znanja, sposobnosti i vještine ljudi, je najvažniji.[34]

Društveni kapital je, u stvari, vezivni materijal, „ljepilo" koje pomaže ljudima da svoje ostale, financijske, fizičke i ljudske kapitale stave u funkciju unapređenja svoga zajedničkog dobra i, kao takav, on je djelimično i preduvjet razvoja.

Kao jedan oblik kolektivne samopomoći, društveni kapital je posebno važan za nerazvijene zajednice, osobito na ruralnome području. Smatra se kako je društveni kapital važna karika u razvoju održivog ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji te ga je potrebno identificirati i vrednovati, što će i biti učinjeno u empirijskome dijelu rada. Najprije je potrebno razmotriti obilježja ruralnih područja općenito te ruralna područja Koprivničko-križevačke županije u kojima se odvijala spomenuta analiza.

2.6. Obilježja ruralnog prostora

Ruralni turizam je osobito određen ruralnim prostorom, njegovim rasprostiranjem, fizičkim i sociokulturnim obilježjima. Definicije pojma *ruralno* i *ruralni prostor* variraju u opsegu i razumijevanju te imaju tendenciju izražavati kulturne i sociološke različitosti između regija i država kao i funkcionalne potrebe unutar njih. Vlade država koriste posebne kriterije za definiranje ruralnog, često temeljene na gustoći stanovništva. U *akademskom*, istraživačkom diskursu pojam *ruralno*, smatra sociolog Marc Mormont, pojavio se u 1920-im i 1930-im godinama kako bi se definirala ključna obilježja ruralnog društva u vrijeme kada su seoska područja prolazila veliku ekonomsku i socijalnu transformaciju pod utjecajem urbanizacije i industrijalizacije.[35] Od tada pa do danas njegovo značenje se mijenjalo, od prvih dihotomijskih modela konceptualizacije odnosa sela i grada, preko ruralno-urbanog kontinuuma te čak i negacije ruralnog kao analitičke kategorije prostora, do početka 21. stoljeća i ruralnosti kao koncepta čije razumijevanje ovisi o njegovoj materijalnoj i onoj zamišljajnoj, socijalno konstruiranoj dimenziji. Osim sociološkog, pojam *ruralno* određuje se i kao geografski (prostorno-krajobrazni), statistički i agronomski pojam.

Lukić (2012)[36] tumači ruralna područja prema *Rječniku humane geografije*[37] kao područja:

[34] Nekada su 70% vrijednosti jedne kompanije činili njezini opipljivi potencijali. Danas ekonomisti govore kako u prosjeku 63% vrijednosti kompanija čine njihovi neopipljivi resursi, uglavnom ljudi.
[35] Preuzeto od: Lukić, 2012:19 citirano: Woods.
[36] Vidi: Lukić, 2012:19.
[37] Više u: Johnson i dr., 2000:717.

a) u kojima je u sadašnjosti ili bližoj prošlosti bio dominantan ekstenzivan način korištenja zemljišta, posebice putem poljoprivrede i šumarstva;
b) u kojima dominiraju mala naselja nižeg stupnja centraliteta s izraženom povezanošću između izgrađenog i prirodnog pejzaža, i koja većina lokalnog stanovništva smatra ruralnim;
c) koja potiču stil življenja što počiva na kohezivnom identitetu temeljenom na uvažavanju okoliša i vlastitog života kao dijela jedne cjeline.

Istovremeno ruralno ima niz drugih značenja. Ruralno je ono što nije urbano, ruralno je izolirano, odsječeno, zaostalo, nasilno, ruralno je *prostor iza*.[38] Nadalje, ostali diskursi ruralnog mogu biti: *politički* (npr. tumačenje ruralnog kao agrarnog prostora u cilju izdvajanja što više sredstava za poljoprivredu; shvaćanje ruralnog kao tampon zone koja osigurava regenerativni okoliš nužan za ekološku ravnotežu), *hedonistički* (predstavljanje ruralne idile i mjesta idealnog za odmor i rekreaciju), *laički* (doživljaj ruralnog običnih ljudi, „nestručnjaka" na temelju njihovih životnih iskustava) te *popularni* diskursi ruralnosti, odnosno predodžbe o ruralnim područjima producirane i prenošene putem kulture i medija.[39]

Jedan od diskursa u tumačenju ruralnog su i *službene definicije* pojma koje se često koriste kao indikatori za, primjerice, programe ruralnog razvoja i razvoja poljoprivrede. Službena distinkcija između ruralnog i urbanog temelji se na pet kriterija: a) veličina naselja (broj stanovnika ili stanova), b) gustoća naseljenosti, c) administrativni status, d) socio-ekonomska struktura, i mobilnost stanovništva te e) urbana infrastruktura i morfološka obilježja naselja. Primjerice, prema definiciji OECD-a,[40] ruralno područje obuhvaća ljude, zemlju i druge resurse u otvorenim prirodnim područjima i ruralnim naseljima izvan neposrednog ekonomskog utjecaja glavnih urbanih centara. Pojmom *ruralni* označava se kao teritorijalni i prostorni koncept i ne odnosi se striktno ni na koji posebni način korištenja zemlje, stupanj ili ekonomski boljitak, kao ni ekonomski sektor. „Na lokalnoj razini preferira se gustoća naseljenosti od 150 osoba po kvadratnom kilometru. Na regionalnoj razini geografske jedinice grupiraju se u tri tipa: dominantno ruralne (50%), u značajnoj mjeri ruralne (15-50%) i dominantno urbanizirane regije (15%)".[41] Gradovi, sela i infrastruktura u Hrvatskoj zuzimaju 8,4% površina. Dakle, ruralnome prostoru Hrvatske pripada 91,6% njezinog cjelokupnog

[38] Ruralno je predgrađe urbanoga, veliko dvorište, domaće životinje, prostor za igru, dom i obitelj, mir i tišina, sigurnost, zavičaj i sloboda. Ruralno je zeleno. Ruralno je zapuštenost okoliša, smrad i divlja odlagališta otpada. Ruralno je nebriga društva. Ruralno je idila. Ruralno je rijetko naseljeno. Ruralno je poljoprivreda. Ruralno je baština i turizam (Lukić, 2000:20).
[39] Lukić, 2000:20 prema Woods.
[40] Organization for Economic Co-operation and Development – Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj
[41] Prema kriteriju OECD-a Koprivničko-križevačka županija spada u značajnoj mjeri u ruralne regije Hrvatske.

kopnenog teritorija na kojemu se može razvijati poljoprivreda i ostale djelatnosti koje se naslanjaju na poljoprivredu pa tako i ruralni turizam.[42]

Za razmatranje teorijskih pristupa ruralnosti najpogodnijom se čini Clockeova [43] podjela koja prepoznaje tri značajna teorijska okvira za konceptualizaciju ruralnosti: *funkcionalni, političko-ekonomski* i *koncept socijalne konstrukcije ruralnosti*.

Funkcionalni okvir konceptualiziranja ruralnosti podrazumijeva prepoznavanje temeljnih obilježja i funkcija ruralnih područja po kojima se ona razlikuju od urbanih. Među takvim pretpostavkama posebno su važne ideje *ruralno-urbane dihotomije* i *kontinuuma*. U ranoj fazi promišljanja ruralno-urbane konfiguracije temelj razumijevanja čini model ruralno-urbane dihotomije proizišao iz sociologijskih teorija koje počivaju na metodi idealnih tipova. Ističu se unutrašnje razlike između ruralnih i urbanih zajednica. Tönniesova teorija o distinkcijama između *Gemeinschaft* (zajednice temeljene na bliskim vezama, povezanosti s mjestom stanovanja i zajedničkim radom) i *Gesellschaft* (industrijsko društvo u kojem su međusobne veze temeljene na formalnim ugovorima i razmjeni dobara) te Redfieldov koncept *folk-urban society* tipični su primjeri takvih dihotomnih tipologija i podjela na tradicionalno i moderno. U kasnijoj fazi oštre granice između urbanog i ruralnog odbačene su u korist modela ruralno-urbanog kontinuuma koji ukazuje da umjesto suprotnosti postoji postupni prijelaz između urbanog i ruralnog, te stupnjevanje pojava i sadržaja u prostoru. Navedeni modeli doživjeli su brojne kritike koje načelno ističu kako ne postoji točka u kontinuumu, od velikih aglomeracija do malih okupljenih ili disperznih naselja, u kojoj urbano nestaje, a ruralno počinje; podjela između urbanog i ruralnog stanovništva je neminovno arbitrarna.

Socio-kulturne definicije ruralnog razlikuju se od deskriptivnih po tome što prije svega nastoje definirati ruralno društvo putem vrijednosti, načina organizacije, obrazaca ponašanja te socijalnih i kulturnih obilježja lokalnog stanovništva. Funkcionalni koncepti ruralnosti temeljeni su ponajprije na strukturnim razlikama između ruralnog i urbanog. To mogu biti strukture društvenih odnosa u sociološkim teorijama ili pak strukture prostornih i funkcionalnih odnosa između centralnih naselja i ruralne okolice. Za razliku od toga, u socijalno-geografskom koncepu ruralni prostor shvaća se kao refleksija socio-ekonomskih procesa koji u određenom vremenskom razdoblju mogu ostaviti traga i u pojedinim elementima strukture i funkcionalnih odnosa nekog prostora. Drugim riječima, ako su socijalni procesi dovoljno intenzivni i

[42] Statistički kriterij razlikovanja ruralnih od urbanih područja može se naći u brojnim strateškim programima važnima za razvoj poljoprivrede poput: Nacionalnog programa za poljoprivredu i seoska područja (2002), IPARD PROGRAM: Plan za poljoprivredu i ruralni razvoj: 2007.2013. (2009), SAPARD PROGRAM: za poljoprivredu i ruralni razvitak (2005-2006). i slično.
[43] Lukić, 2006:20.

dugotrajni, perzistentni, utječu na redefiniciju prostora. U ovom pristupu riječ je o integriranju grane društvene geografije s konceptom istraživanja osnovnih funkcija ljudskog postojanja: stanovati i u zajednici živjeti, raditi, opskrbljivati se, obrazovati i provoditi slobodno vrijeme.Time je u okvirima geografije fokus s isključivo proizvodne funkcije agrarnih područja proširen na njegovo shvaćanje kao životnog prostora koji zadovoljava sve nužne ljudske funkcije. Umjesto jednodimenzionalnog kontinuuma opisanog u funkcionalnim konceptima ruralnosti, možda je plodnije razmišljati o višedimenzionalnome modelu ruralno-urbanog kontinuuma u kojem određeno naselje, zajednica, može istovremeno biti u jednoj dimenziji bliže, a u drugoj dimenziji dalje od krajnjih točaka.[44]

Političko-ekonomski teorijski okvir konceptualiziranja ruralnosti razlikuje se od prijašnjih pristupa jer obilježja ruralnih područja, koja su u funkcionalnim konceptima smatrana specifičnima za konkretan ruralni prostor, nastoji tumačiti općim zakonitostima nacionalnih i međunarodnih političko-gospodarskih sustava za koje se često predmnijeva da funkcioniraju bez obzira na određenu prostornu stvarnost, neovisno o ruralnom ili urbanomekontekstu.[45] Transformacija ruralnih područja promatra se dakle u političko-ekonomskom pristupu u velikoj mjeri pod utjecajem (urbanih) centara moći i procesa iniciranih izvan ruralnog prostora. Slični prostorni obrasci socijalnih odnosa u kapitalističkome društvu prisutni su i u ruralnim i urbanim područjima, što sve zajedno dovodi u pitanje opravdanost konceptualiziranja ruralnog kao zasebne prostorne kategorije.

Napokon, govoriti o ruralnom prostoru kao *socijalnome konstruktu* znači da on za nas ima određeno značenje koje je uvelike oblikovano tradicijom i socijalnim miljeom kojem pripadamo te dominantnim političko-ekonomskim silama u društvu. I naša osobna iskustva mogu pridonositi značenju koje pridajemo (ruralnom) prostoru. Socijalni konstrukt podrazumijeva da (ruralni) prostor ima i materijalnu dimenziju. Svi izgrađeni objekti, infrastruktura, način korištenja zemljišta, odnosno cijeli socio-kulturni pejzaž, proizvod je društva u kojem egzistira. Prema tome, razumijevanje ruralnosti kao društvenog konstrukta, posebno pod utjecajem postmodernističkih i poststrukturalističkih pristupa „sugerira da je važnost ruralnog u fascinantnom svijetu socijalnih, kulturnih i moralnih vrijednosti koje su povezane s ruralnosti, ruralnim prostorom i ruralnim životom.“[46] Smatra se da prostor ne postaje ruralnim zbog određene ekonomske strukture ili gustoće stanovništva nego zato što ga

[44] Koje su to krajnje točke? V. Lay konstatira: „Neki zamišljeni kontinuum ide ovako: izgrađena sredina (visoko urbanizirana)- izgrađena sredina (nisko urbanizirana, npr. ruralna) – prirodna sredina (Lay, 2002:295).
[45] Lukić, 2006:21 prema Cloke-u.
[46] Ibid. str. 21.

lokalno stanovništvo, ili ljudi koji ga na neki način koriste, smatraju ruralnim. Upravo su višestrukost značenja i multifunkcionalnost materijalne dimenzije ključna obilježja shvaćanja ruralnog prostora temeljenog na socijalnom konstruktivizmu. Još jedno važno obilježje postpristupa je i diferenciranje ruralnog (kao pojma koji podrazumijeva jedinstvo društva i prostora) na tri međusobno odvojene komponente: 1) ruralno kao simbol, 2) ruralno kao značenje i 3) ruralno kao referentni, konkretan ruralni prostor. Stoga se predlaže da se uvede novi pojam *postruralnost* koji ne bi označavao ni jednu standardnu definiciju ruralnog, ali bi obuhvaćao svaki fenomen koji bilo tko smatra ruralnim. Koncept socijalne konstrukcije temelj je za definiranje ruralnog kao socijalne reprezentacije. Za razliku od prethodnih pristupa, ovdje je naglasak na asocijacijama, simbolima i slikama koje ljudi imaju o ruralnom području. Jednom riječju, razumijevanje ruralnosti kao *stanja svijesti*. Ako ljudi smatraju da žive u ruralnim područjima i imaju jasnu viziju o onome što bi ruralni način života trebao biti, onda to umnogome utječe na njihove stavove, ponašanje i konkretne akcije u prostoru.

Pripadnost ruralnom prostoru naziva se *ruralnost*. Ruralnost se, prema Štambuk (1993.), može shvatiti kao pripadnost rurisu, selu, seoskoj zajednici i ruralnom prostoru. Ruralnost je promjenjiva u vremenu i prostoru te ovisi o okolnostima u kojima se oblikuje. S druge strane, njezin temeljni sadržaj, odnosno sastavnice ruralnosti, manje je podložan promjenama. Sastavnice ruralnosti mogu se podijeliti na dvije razine. Prvu čini materijalna dimenzija, temeljna pretpostavka koja „drži ruralnu zajednicu na okupu“. To je, smatra autorica, ponajprije zemlja – poljoprivredno zemljište na koju se nastavljaju poljoprivreda i ostale djelatnosti, što zajedno dobiva odraz u seoskom pejzažu. Drugu, individualno društvenu razinu čini pojedinac, nastavlja se preko obitelji i rodbine sve do seoske (lokalne) zajednice, odnosno sela, ali uključuje i mrežu odnosa na daljinu. Između elemenata prve i druge razine ruralnosti postoji dugi niz odnosa u kojima se stvara i očituje ruralnost. Stoga, autorica zaključuje: „Ruralna pripadnost opći je i stabilni društveni fenomen. Njene pojedinačne manifestacije su, međutim, uvijek nove i drukčije od svih ostalih ruralnosti.“ [47]

Nadalje, ruralni prostori početkom 21. stoljeća u Hrvatskoj su oni prostori i strukture naselja koje karakteriziraju:

a) dominacija poljoprivrede i šumarstva kao grana djelatnosti u kojima radi lokalno stanovništvo;
b) ambijent koji je urbanistički, arhitektonski i estetski organiziran kao naselje koje nema odviše razvijenu osnovnu tehničku i komunalnu infrastrukturu (vodovod, kanalizacija),

[47] Štambuk, M.(1993:181).

kao ni ostale elemente urbane opremljenosti (specijalizirane trgovine, usluge, ustanove lokalne vlasti, poštu i slično);

c) socijalno-kulturalni milje koji prakticira tradicionalne oblike kulture i lokalnu integraciju kroz susjedske i rodbinske odnose i aranžmane te tradicionalne oblike provođenja slobodnog vremena uz oblike koje nameće masovna kultura posredovana masovnim medijima.[48]

Na ovo razmišljanje se nadovezuje Šundalić[49] i zaključuje da se „ruralni prostor prepoznaje kao prostor slabije gustoće naseljenosti u kojemu dominiraju djelatnosti poljoprivrede i šumarstva. To je prostor malih kolektiviteta i kulturne posebitosti koje su nesvodive na masovnu kulturu. Stoga se selo vidi kao prirodna sredina, ili primjerice ruralna idila usporenog ritma življenja u kojoj ljudi radije slijede prirodni tijek događaja nego tržišni. To je organska zajednica u kojoj ljudi imaju vremena jedni za druge i gdje zauzimaju određeno mjesto i imaju svoju ulogu. To je svojevrsni zaklon, brana od moderniteta.“ Ruralni je prostor omeđen sa četiri sastavna elementa: *selo, poljoprivreda, okoliš i tehnologija.* Stoga mu je potrebno pristupiti kroz četiri dimenzije: *sociokulturnu* – koja se pokazuje u narodnoj kulturi i tradiciji, ritualima i ceremonijama, praznovjerju i religiji; *razvojnu* – postojanje prirodnih resursa potrebnih ekonomiji; *ekonomsku* – kontinuirano obnavljanje resursa i *ekološku* – koja se u ruralnom prostoru očituje u ekološkome pristupu proizvodnji i čuvanju bioraznovrsnosti. Ruralni se prostor, dakle, prepoznaje kao cjelina koju čini nerazdvojni odnos sela, tehničkih sustava i prirodnog okoliša. U određivanju ruralnih prostora kao prirodnih i kulturnih resursa osnovno je polazište u shvaćanju kako je to područje mnogostruke uporabe, uključujući i ruralni turizam, pa je ograničeno i osjetljivo, a korištenje je moguće u cilju ograničavanja i minimiziranja mogućih konflikata i osiguravanja održivoga korištenja. [50]

U nastavku slijedi opis fenomena suvremenog turizma i njegove diferencijacije na masovni i selektivni turizam kako bi se razumjela veza ruralnog turizma kao oblika selektivnog turizma koji se realizira na ruralnom području.

[48] Više u: Prostor iza (2002:295).
[49] Šundalić, A.(2006:206-207).
[50] Opis ruralnog prostora Koprivničko-križevačke županije nalazi se u poglavlju 6.1.

2.7. O fenomenu suvremenog turizma

Turizam je već desetljećima razvojni interes svijeta (i Hrvatske) i ključni fenomen suvremenog doba koji se sagledava multidisciplinarno, a u sklopu kojega se artikulira i sociološki pristup. Iako je bilo raširenо mišljenje kako smo naučili živjeti s turizmom i njegovim specifičnostima, u zbilji se nije znalo kakve društvene, ekonomske, psihološke, zdravstvene i ekološke posljedice u emitivno i receptivno društvo donosi njegov rast i razvoj.[51] Prema mišljenjima brojnih domaćih autora (Alfier, Pančić-Kombol, Bartolucci, Čavlek, Jadrešić i drugi) turizam je po uzrocima i mjestu svoga postanka, te po svojoj biti, izrazito urbani fenomen. Turizam se zapravo manifestira kao prostorna, stalna i povratna migracija stanovnika gradova razvijenog svijeta nakon rada i za vrijeme odmora u drugu, posebice prirodno ambijentalnu ili antrosociokulturnu sredinu, koja mu na najbolji način vraća fiziološku snagu, duhovnu ravnotežu i poticaj. Sve teže urbane posljedice koje izaziva bioritam megalopolisa, potenciran socijalnim, kulturnim i prostorno-ekološkim te prometnim tenzijama, stvaraju izrazitiju potrebu za turističkim i drugim rekompenzacijama. Uvjetovanost i međuodnos to je izraženiji što je stupanj industrijskog i tehničko-tehnološkog ili tercijarno-kvartarnog razvitka veći. Naime, u urbanoj sredini trajno se pogoršavaju svi relevantni životni uvjeti. Gradsko stanovništvo gubi vezu s prirodom, prirodnim izvorima i elementima. Pojavljuje se prirodna potreba za odlascima, putovanjima, za odmorom, za susretima i druženjima u mjestima izvan vlastitog domicila. Tako primjerice Alfier[52] s pravom piše: „Turistička je dokolica višestruka potreba modernog čovjeka, teško stečeno i njegovo najvrijednije socijalno pravo. Ona je danas za većinu urbanog stanovništva: jedino slobodno vrijeme... jer s tim vremenom može čovjek raspolagati bilo da uživa u proizvodima svoga rada, bilo da se slobodno razvija, jedina šansa da se čovjek oslobodi od svega onoga što ga zarobljava u svakodnevnom životu, priželjkivana oaza edenske sreće i svih zadovoljstava kojih se čovjek mora odricati, živeći u urbanoj sredini.“[53]

Pojam turizma može se definirati na različite načine, ovisno o tome koji se aspekt želi naglasiti: motivi, vrijeme, prostor, gospodarski, društveni ili neki drugi aspekt. Prema definiciji Svjetske turističke organizacije (WTO) iz 1963. godine, koja je široko prihvaćena u Europskoj uniji i u drugim zemljama zbog lakšeg uspoređivanja i praćenja turističkih kretanja, „turizam čine aktivnosti koje poduzimaju ljudi za vrijeme njihova putovanja i boravka izvan njihova

[51] Prema: Urry (1990).
[52] Vidi u: Uloga turizma u resocijalizaciji i desocijalizaciji suvremenog čovjeka (1977).
[53] Vidi u: Alfier, 1977:30.

stalna boravka tijekom neprekidnog razdoblja (više od 24 sata) do jedne godine zbog razonode, poslova ili drugih razloga.“ Ista organizacija razlikuje „turiste koji putuju i borave izvan domicila duže od 24 sata i izletnike (ekskurzioniste) koji putuju do 24 sata.“[54] Vrlo prihvatljivom smatra se i definicija po kojoj je turizam „privremeno kretanje ljudi u destinacije izvan mjesta njihovog stalnog boravka i rada, aktivnosti koje poduzimaju za vrijeme boravka u destinacijama te usluge i pogodnosti koje se stvaraju za zadovoljenje njihovih potreba.“[55]

Zajedničko obilježje ovih definicija jest da one uvijek ističu privremeno kretanje i boravljenje izvan domicila u kojem se ostvaruju razne aktivnosti koje nisu vezane za zaradu, a to su zabava, rekreacija, neobavezno učenje i druge aktivnosti slobodnog vremena ili dokolice. Uz pojam turizma usko se veže i pojam *turist* koji ulazi u uporabu tek u počecima ubrzanog razvoja turizma kasnih 50-ih i 60-ih godina 20.stoljeća kada se pokazalo da turistička putovanja u životu suvremenog čovjeka postaju vrlo važna, posebno u smislu resocijalizacije urbanog čovjeka koji u dužoj dokolici ne može zadovoljiti potrebe u velikim gradovima pa se svjesno uključuje u turistička kretanja. Prema definiciji Svjetske turističke organizacije: „.Turist je posjetitelj koji ostvari najmanje jedno noćenje u nekom smještajnom objektu u zemlji koju je posjetio. Prošireno, turist je svaka osoba koja putuje u zemlju koja nije njegovo ili njezino stalno boravište, usmjereno je izvan njegova ili njezina uobičajenog okoliša, za vrijeme od najmanje jedne noći ali ne više od godine dana, s glavnom namjerom posjeta drugačijom od obavljanja neke lukrativne aktivnosti u zemlji u koju se putuje.“ Pojam turist označava osobe koje putuju zbog odmora, rekreacije, posjeta prijateljima i rođacima, poslovnih i profesionalnih razloga, vjerskih (hodočasničkih) i drugih razloga. Prema Vukonić i Čavlek (2001.), sociološka definicija turista inzistira na dobrovoljnosti i privremenosti, a zatim i na zadovoljstvu putnika koje mu mogu pružiti novosti i promjene doživljene na relativno dugom i neučestalom kružnom putovanju.

No, *sociološko određenje* pojma turist je mnogo šire i, prema Cohenu (1984.), uključuje šest dimenzija turističke uloge:

1. *turist je privremeni putnik* koji se razlikuje od nomada, lutajućih i od drugih vrsta stalnih putnika jer ima stalni boravak i stalnu adresu;
2. *turist je dobrovoljan putnik* čija mogućnost odlaska na put i povratka ovisi o njegovoj odluci te ga razlikuje od prognanika, izbjeglice ili ratnog zatočenika;

[54] Vidi u:Pančić Kombol, 2000:10.
[55] Ibid.

3. *turist prati zatvoreni put*, odnosno kružni s povratom, a polazna točka je i povratna i to ga razlikuje od emigranata koji putuju samo u jednom smjeru, iz jednoga stalnog mjesta boravka do drugog;
4. *turist putuje relativno dugo*, pa se ne govori više o turistu kada se misli na osobu koja se kreće na kratkim relacijama i tijekom jednoga dana;
5. *turist ne odlazi često na putovanje*, pa ga to razlikuje od radnika-putnika i od vlasnika vikend kuće;
6. *turist putuje bez radne svrhe*, što isključuje poslovne ljude, trgovačke putnike, diplomate, misionare i druge.

Bit turizma je, prema tome,[56] u promjeni u odnosu na rutinu, tj. u nečem sasvim drukčijem, jedinstvenom, egzotičnom i neobičnom. Riječ je o iskustvu koje nije uobičajeno u svakidašnjem životu putnika, odnosno turista. Stoga je mogućnost užitka spojenog s promjenom bit turističkog iskustva i predstavlja razliku u odnosu na svrhe drugih putovanja. Iz toga proizlazi kako objektivne karakteristike putovanja, poput daljine mjesta koja će se posjetiti, nisu najvažnije u određivanju turističkog karaktera putovanja, nego su one uglavnom subjektivne i uključuju očekivanja u terminima nečeg novog i neke promjene u odnosu na svakidašnjicu. Uzimajući u obzir opisane karakteristike turizma, pripisujući im značenje namjere i subjektivnih očekivanja, Cohen (1984.) dolazi do definicije turista prema kojoj je on: "...osoba koja dobrovoljno putuje u ograničenom razdoblju, potaknuta očekivanjem užitka, što je uvjetovano novošću i promjenom."

Turizam putem svojih mnogobrojnih turističkih funkcija (zdravstvene, rekreacijske, sportske, zabavne, kulturne, ekološke, socijalne, političke, moralne, vjerske, edukativne...), u situaciji sve izrazitijih i osmišljenijih intelektualnih, duhovnih i tjelesnih potreba te humanističkih vrijednosti, ostaje sredstvo i izazov sretnije i organiziranije čovjekove sutrašnjice, njegov, rekli bismo, najpotpuniji oblik korištenja slobodnog vremena.

Kako suvremeni i razvijeni svijet sve više karakterizira potrošački mentalitet i opća komercijalizacija vrijednosti, turizam kao jedan od najznačajnijih socio-kulturoloških pojava poprima, uz svoja pozitivna obilježja, sve više i ona s negativnim, pa i patološkim konotacijama. Od stalne komercijalizacije i trošenja brzo se degenerira, uniformira i istroši. Kako se to ne bi dogodilo, potrebno je ponešto mijenjati u njegovoj strategiji i politici razvoja. U tom kontekstu, trajna kategorija i vrijednost u turizmu i turističkoj politici ne može biti samo profit, već

[56] Vidi kod: Cohen,1984.; Urbain,1997.; Wang, 2000., 137-141.

čovjekova potreba za zadovoljenjem antropoloških, sociokulturoloških, i u tom dijelu, rekreativno-relaksirajućih spoznaja, potreba i vizija.

Sociološki razlozi nastanka razvoja turizma nalaze se u spletu različitih čovjekovih sklonosti, tj. mnogi traže nešto novo, nove spoznaje i otkrića, novo druženje i prijateljevanje, jednostavno razvijaju i obogaćuju svoju ličnost novim kulturnim činjenicama. Tako turizam pogoduje uzajamnoj povezanosti ljudi i povezanosti ljudi s prirodom, turizam pomaže oporavku i usavršavanju ljudske osobe, potiče društveno uzdizanje i ujedinjavanje ljudske obitelji, smanjuje udaljenost među društvenim slojevima i među ljudskim rasama, prevladava odvojenost mnogih naroda, razvijajući duh suživota i povezanosti te uvelike utječe na njegov kvantitativni i kvalitativni rast i razvoj.

Raznolikost motiva i potreba za putovanjem upućuju na činjenicu da su u razvijenim zemljama turistička putovanja postala osnovna životna potreba. Područje turističke motivacije se stalno proširuje, a dominiraju one potrebe koje su antropološki ukorijenjene u ljudskoj vrsti i u svakom ljudskom biću kao pojedincu, a to su, prema Pančić-Kombol (2000.), „...potreba za prirodom, potreba za igrom u najširem smislu i potreba za komuniciranjem s drugim ljudima..." Motivi se, prema istoj autorici,[57] oslanjaju na psihološke momente i ovise o subjektivnim (racionalnim i iracionalnim) faktorima, o objektivnim mogućnostima, o osobnoj sklonosti, osobnoj potrebi, socijalnoj sredini, kulturnom naslijeđu, društvenom položaju, političkoj situaciji, znanstvenom interesu, raspoloživom vremenu i slobodnim sredstvima za osobnu i turističku potrošnju, o prirodnim i društvenim odlikama određenog miljea ili sredine, samopotvrđivanju, pojedinim individualnim ostvarenjima, o potrebi za obnavljanjem čovjekovih tjelesnih i psihičkih sposobnosti, o zadovoljavanju čovjekovih hereditrarnih potreba (potrebe za igrama, kontaktom s prirodom i komuniciranjem) te drugim faktorima. Slijedom toga možemo govoriti o ovim motivima: bijegu od svakodnevice i udaljenosti od rodnog mjesta ili domicila, odmoru, razonodi, relaksaciji, zabavi, sportu, putovanju, kulturnoj baštini (s kulturno-povijesnim spomenicima), kulturnom interesu, zdravstvenim uslugama, dokolici, pojedinim misijama, sastancima i mitinzima, ekskurzijama, slobodnom ponašanju, opuštenosti, egzotici, egzibicionizmu, miru, avanturi, zadovoljstvu, znatiželji, familijarnim razlozima, atmosferi u novoj sredini, biotopnim, meteorološkim i hidrografskim motivima, avanturizmu, suncu, moru, plažama, pijesku, novim poznanstvima, raznim oblicima doživljaja, (s naglaskom na doživjeti i živjeti), šetnji, noćnim izlascima, hedonizmu, gastronomiji, ladanju, bijegu u prošlost, životu u punoći, estetskom zadovoljstvu, novom stilu života, uskraćivanju prisile, želji

[57] Ibid.str.11.

za bijegom, raznim individualnim ostvarenjima, modi, mimikriji, pomodarstvu, snobizmu i različitim drugim iracionalnim motivima, zimsko-sportskim aktivnostima, edukaciji, poslovnim, političkim i drugim interesima te raznim drugim turističkim ili neturističkim (npr. shopping) motivima.

Međutim, turizam se može smatrati i čimbenikom *novih oblika alijenacije* jer „moderni *homo turisticus* ne ostvaruje sadržajnije i dublje kontakte s domaćim stanovništvom niti spontano doživljava prirodu, a još manje traži susret s nepoznatim. Svoje socijalne veze on je reducirao uglavnom na dodire sa suputnicima u okviru svoje skupine, a udaljava se čak i od pripadnika drugih agencija.“[58] Putovanje je zapravo postalo statusni i prestižni simbol i pretvorilo se u kupovanje doživljenih senzacija. Dakle, prikupljeni doživljaji i iskustva služe akumulaciji konformističkih simbola prestiža. Autor Knebel[59] izvodi zaključak o jasnom trendu depersonalizacije i otuđenja koji usvaja *homo turisticus.* „Industrija konačenja, industrija prometa i koordinirajuća birokracija menadžera i posrednika“ pobrinula se lansirati dostatan broj stereotipova (Eiffelov toranj, kosi toranj, piramide i dr.) favorizirajući šablonizirane i programirane pseudoosjećaje, transformirajući svijet kao prostor doživljaja u svojevrstan muzej. Turistička dokolica kakvu danas provodi većina urbanog stanovništva otuđena je i otuđujuća. Otuđena je prije svega stoga jer je zatvorena u čvrsti sustav. Organizira ju nekolicina ljudi (turističkih djelatnika) i većini ljudi (onima koji se služe turističkim uslugama) je nametnuta kao turistički proizvod koji se suvremenim nomadima nudi kao i svaka druga roba široke potrošnje.

Neka globalna istraživanja pokazala su kako upravo suvremeni oblici izvandomicilne dokolice najviše utječu na otuđenje suvremenog čovjeka, izuzevši rad. Tu bi se uglavnom mogla navesti tri razloga:

a) naglo omasovljenje turističkog prometa – što je turizam masovniji, postaje sve otuđeniji od ljudi; u masovni turistički promet uključuju se ljudi koji ne posjeduju kulturu odmaranja;
b) masovne vrste turističkog prometa iz dana u dan se sve više „urbaniziraju“; to je često prostorno-vremenski razlog;
c) sadašnje stanje u organizaciji turizma (turističke agencije), osim što ima svoju pozitivnu ulogu, ujedno je jedan od čimbenika otuđenja izvandomicilne dokolice.

Veći dio cjelokupnog golemog turističkog prometa u svijetu i u pojedinim zemljama ostvaruje se u velikim turističkim središtima i na kompaktnim prenapučenim turističkim

[58] Jadrešić prema Elaković, 2001:15.
[59] Citirano prema: Jadrešić, 2001:16.

područjima. To je posljedica ekspanzivnog razvoja masovnih oblika turističkog prometa i ujedno uzrok prostorne i vremenske koncentracije turističkog prometa u onim mjestima i na onim područjima koja su se spontano ili planski turistički izgradila i urbanizirala. Na urbanizaciju turizma najviše utječu urbani stanovnici koji čine apsolutnu većinu turista, ne idu na odmor samo zato da napuste grad nego i zato da na odmoru nađu novi oblik urbanog života ili, u najmanju ruku, iste mogućnosti života i zabave što ih ima u domicilu. Zato se istodobno odvija *proces urbanizacije turizma i urbanizacije turističke dokolice.* Svi nabrojeni negativni čimbenici suvremenog turizma sve više umanjuju opće i posebne pozitivne funkcije i elemente turizma. Zato je na današnjem stupnju društveno-ekonomskog i turističkog razvoja, s obzirom na trendove i tendencije razvoja, vrlo važno kako ćemo i koliko svjesnim akcijama i poticajima djelovati na ublažavanje svih navedenih i mogućih drugih posljedica. Ali i s obzirom na postojeće trendove i nove tendencije, kako ćemo i na koliko doziran način usmjeravati viziju i strategiju razvitka prema turizmu budućnosti, tj. održivom ili selektivnom turizmu, turizmu koji uravnotežuje tijekove i procese u području socijalnih, kulturoloških, prirodnih, ekoloških, infrastrukturnih i ekonomskih čimbenika u kojem čovjek postaje ishodište, mjera i funkcija svakog turističkog promišljanja. Pretpostavljamo kako alternativni oblici turizma, o kojima ćemo govoriti u sljedećem potpoglavlju, pružaju mogućnost drugačijeg turističkog doživljaja.

2.8. Teorijski temelji masovnog i selektivnog (alternativnog) turizma

Poznato je kako se u turistička kretanja uključuje sve veći i veći broj sudionika, a turizam dobiva sve snažnija obilježja masovne i univerzalne pojave. To znači da se mijenja i proširuje sociološki milje, ali i društvena obilježja sudionika u tim kretanjima. Nove socijalne skupine, pri čemu ističemo sve prisutniji srednji sloj, postavljaju nove uvjete, nove zahtjeve i nove oblike organiziranja i pružanja turističkih usluga. Takav masovni turizam kao koncept i praksa u mnogim zemljama je „potrošen“, prilagođava se stoga novim trendovima, te postupno evoluira prema selektivnom turizmu.

Izazvan društvenim i tehničko-tehnološkim razvojem (povećanjem slobodnog vremena i raspoloživih financijskih sredstava), turizam dobiva sve izrazitija obilježja učestalosti, mobilnosti i ekspanzije. S jačanjem organizacijskih i poslovnih formi postaje, kako se često kaže, prava industrija odmora, dokolice i sve punijeg doživljavanja. (futurolozi zato, ne bez razloga, ističu kako će od „triju turista dva biti na moru“). [60]

[60] Prema Geiću (2010.) masovni turizam uz već spomenuta obilježja, izaziva ove (negativne) posljedice:

Već samim time što se u tolikoj mjeri omasovio, turizam je dobio dvije sasvim nove opće i veoma značajne karakteristike. Prvo, prema Geiću (2010.), *turizam je izgubio svoj prijašnji klasni karakter i prerastao u široki socijalni fenomen* u kojemu se odražavaju dostignuća prava, potrebe i nov način potrošačkog ponašanja velikog dijela čovječanstva, i drugo, *turizam se od usko lokalizirane pojave pretvorio u jedan od najširih geografskih fenomena u svijetu*, tako da se ekonomski i drugi utjecaji turizma očituju na gotovo svim prostornim nivoima i u velikim dijelovima svijeta.

Masovni (i uniformirani) turizam danas je prevladavajuća i dominirajuća kategorija i sintetička vrsta suvremenog turizma koja po svojim socijalno-ekonomskim i prostorno-ekološkim značajkama u svemu određuje i opredjeljuje tu pojavu. Za masovni turizam može se reći kako je, za razliku od selektivnog, dostupan svim kategorijama turističkih rezidenata. Osnova masovnog turizma ponajprije je sezonska motivacija – sunce i more te zimsko-planinske aktivnosti i sve ono što neposredno ili posredno pripada tome.

Alternativni turizam[61] je pojam suprostavljen pojmu masovnog turizma, odnosno pojmu konvencionalnog i komercijalnog turizma. U stručnoj literaturi poznat je i pod drugim nazivima: *meki, odgovorni, održivi turizam*. To samo pokazuje kako se radi o pojmu koji za različite autore ima vrlo različita značenja. U suštini, radi se o tome kako je stalan i povećan rast turizma, kojega prate dramatične promjene izazvane novim oblicima prometa, svim vrstama ekološke polucije, povećanom izgradnjom turizmu namijenjenih objekata u turističkim područjima te negativnim sociološkim i kulturološkim posljedicama, naveo stručnjake da zatraže korjenite promjene u postojećem turističkom fenomenu. Upravo zbog toga dio se turističkih teoretičara prije zalaže za raspravu o *alternativnim oblicima turizma* (novim oblicima poznate pojave) nego o alternativnom turizmu (što može implicirati posve novu

- neplansku izgradnju i organizaciju, te nesklad u razvoju ukupne i pojedinačne suprastrukture i infrastrukture;
- narušava autohtonost urbane i ruralne sredine;
- preferira izgradnju novih objekata, a zapostavlja još poželjnija ulaganja u programe revitalizacije, intenzifikacije, odnosno valorizacije postojeće materijalne osnove;
- slabu efikasnost rada nosilaca turističke djelatnosti (bez obzira na često dobre financijske rezultate koji su plod uvjeta privređivanja, tečajnih razlika ili utjecaja turističkih renta);
- slabu kadrovsku i stručnu ekipiranost turističke organizacije – nesuglasja unutar i između njih i širih interesa;
- pojavu lokalnog kampanilizma i lokalne zatvorenosti;
- oponašanje različitih tuđih primjera i neuspješno prenošenje na vlastitu sredinu;
- pojavu „crnih bilanci“ u prometu putnika i turista;
- induciranje političkog i drugog terorizma;
- pojavu raaznih bolesti, trauma i sličnih depresivnih stanja;
- povećanu opasnost od požara i drugih elementarnih nepogoda;
- kulminaciju buke, galame, pijanstva, tučnjava, nehigijenskih uvjeta života i usluživanja, pojava nestašica roba glede asortimana i izbora, i dr.

[61] Engl. *Alternative tourism*, njem. *Alternativtourismus.*

pojavu). U nastavku (tablica 2) donosimo tablicu s nekim tržišnim karakteristikama masovnog i alternativnog, odnosno selektivnog turizma.

Prema definiciji usvojenoj na međunarodnoj konferenciji o turizmu Ujedinjenih naroda u Rimu 1963. godine pod alternativnim se turizmom razumiju: „...poslovna turistička putovanja, konvencije, hodočašća, obiteljska okupljanja, posjete toplicama, te turistička putovanja izletnika i onih skupina turista koji putuju radi 'općeg razgledavanja'. Kasnije, ovim su se pojmom željele istaknuti velike promjene koje je doživio turizam, u širokom rasponu od promjena u ponudi i samom resursu do promjena u motivima putovanja, potrebama i ponašanju turista. Takav novi, alternativni turizam, po svojoj filozofiji i svom sadržaju je posve drugačiji od današnjeg turizma, zalaže se za poštivanje ekoloških principa i kriterija u turističkim područjima, veću zaštitu prirodnih vrijednosti i rijetkosti, te kulturno-povijesnog naslijeđa, podržavanje ideje zaštite autohtonog okoliša. Alternativni turizam zahtijeva obostrano razumijevanje i jednakost između gostiju i domaćina. Po svemu sudeći, ideje alternativnog turizma posve su nalik idejama održivog razvoja.“[62]

Neki teoretičari ovaj pojam zamjenjuju pojmom *odgovorni turizam*[63] koji su smatrali pogodnim za označavanje „svih oblika turizma koji poštuju gostoprimca, prirodno, izgrađeno, kulturno okružje te interese svih uključenih strana: gostoprimce, goste, posjetitelje, turiste, turističke vlade i dr.“ Alternativni turizam, međutim, uvijek označava suprotnost svemu što izgleda negativno ili loše u masovnom turizmu. Tako se smatra da je alternativni turizam „individualni ili selektivni turizam“ u kojem se mogu zadovoljiti posebne želje i potrebe turista. U hrvatskoj turističkoj literaturi i domaćoj turističkoj teoriji i praksi, za razliku od pojma alternativni turizam koji se rabi u europskoj i svjetskoj teoriji, uvriježio se pojam *selektivni turizam*

[62] Vidi kod: Vukonić, 2001:18.
[63] Pančić Kombol, str. 86.

Tablica 2. Neke tržišne karakteristike masovnog i alternativnog/selektivnog turizma

STARI/MASOVNI TURIZAM • masovan • standardiziran • strast za suncem	**NOVI/ALTERNATIVNI/SELEKTIVNI TURIZAM** • segmentiran • fleksibilan • ekološki svjestan
POTROŠAČ • neiskusan • korisnik masovnih paket-aranžmana • krut	**POTROŠAČ** • iskusan putnik • fleksibilan, neovisan, individualan potrošač • nove vrijednostiu • ekološki očuvan prostor • identitet kraja • doživljaj, iskustvo, aktivnosti
TURISTIČKA INDUSTRIJA • jeftina nafta, velika potrošnja benzina • ekstenzivna hotelska izgradnja • internacionalni stil • politika turističke infrastrukture i suprastrukture • paketaranžmanska promocija	**TURISTIČKA INDUSTRIJA** • korištenje novim izvorima energije radi očuvanja ekološke vrijednosti rekreativnog okruženja • revitalizacijski procesi unutar povijesnih jezgri • identitet • politika destinacije • integracija marketinga i razvoja
TURISTIČKI MENADŽMENT • masovni marketing • standardizacija izgleda, dekora, usluga • rigidna politika cijena	**TURISTIČKI MENADŽMENT** • segmentacija tržišta • raznolikost, dojmljivost atmosfere • *upravljanje prihodom*[64]

Izvor: Jadrešić, V. (2001:132)

Selektivni turizam[65] je turizam motiviran različitim razlozima, a njime se želi ukazati na potrebu ili egzistiranje posebnih vrsta turizma, u kojima su turisti motivirani nekim posebnim razlozima. Tim se izrazom[66] željelo pokazati kako je vrlo široka lepeza aktivnosti i sadržaja zbog kojih ljudi odlaze na turistička putovanja, a to je – poput segmentacije – potvrdilo tezu da turizam nije tako homogen, kako se nekada mislilo, te je omogućilo, u gospodarskoj praksi, koncentriranje na pojedine segmente potrošača i njihovu različitu, selektivnu prirodu.

U tom smislu Jadrešić (2001.) zaključuje kako je „selektivni turizam sintetički i generički pojam koji označava novu kvalitetu i obilježje suvremenog i budućeg turizma koja se prvenstveno temelji na serioznoj i razumnoj selekciji programa, na odgovornom i podnošljivom ponašanju svih sudionika, na ekološkom, sociokulturološkom i ekonomskom principu uravnoteženog razvoja, na kvalitativnoj razini usluge, na izvornom identitetu i humanitetu

[64] Engl. *yield management.*
[65] Engl. *Selective tourism*, njem. *Selektive Tourismus.*
[66] Vidi kod: Vukonić, 2001: 348.

turističke usluge, a sve to uz poželjni i zakonomjerni te uravnoteženi odnos broja turista i broja lokalnih žitelja na određenom području.“ Prema istom autoru „selektivni turizam ili selektivne vrste turizma podrazumijevaju kvalitetne i nove forme, odnosno orijentacije u turizmu, a turizam se razvija postupno, selektivno, policentrično, autohtono (s biljegom identiteta), a temeljit će se na ravnoteži prirodnog, društveno-humanističkog, infrastrukturnog i ekonomskog elementa, i to sve u funkciji ponajprije lokalnog, a tek onda globalnog interesa, što sve odgovara u cjelini novom konceptu održivog (podržívog) razvitka.

Selektivne vrste turizma prema Jadrešiću[67] su:

a) ekološke vrste turizma,[68]
b) alternativne vrste turizma,[69]
c) edukativno-komunikacijske vrste turizma,[70]
d) ekskluzivne vrste turizma,[71]
e) zabavno-rekreativne vrste turizma,[72]
f) ostale vrste selektivnog turizma.[73]

[67] Sve skupine i vrste turizma formirane su vrlo elastično i stoga podliježu daljnjoj verifikaciji i promjeni; neke od pojedinih vrsta turizama pojavile su se u više skupina ili zasebnih grupa jer po karakteru i faktoru pretežnosti mogu zadovoljiti zadane kriterije klasifikacije i sistematizacije; redoslijed pojedinih vrsta turizama nije vođen prema kriteriju važnosti i značenju.

[68] Tim vrstama pripadaju ambijentalni turizam, arheološki, cikloturizam, mali turizam, naturizam, individualni, obiteljski turizam, edukativni, robinzonski, ruralni (seoski, težački ili rustikalni), zdravstveni ili lječilišni turizam, sportsko-rekreacijski turizam, konjički, pješački turizam, planinski turizam, Club Mediteranee (povratak prirodi), kulturni turizam itd. Ekološke vrste selektivnog turizma su prikladne i odgovorne vrste koje svoju posebnost temelje na odnosu i interakciji čovjeka – turista s prirodom u najširem smislu riječi, čuvajući prirodu od različitih opasnosti i destrukcija.

[69] Ovdje pripadaju ove vrste selektivnog turizma: alternativni turistički projekti i programi (npr. inclusive programi), alternativno razgledavanje grada i pojedinog odredišta, razni specifični sportskorekreacijski programi, zabavni i edukativni programi, pješački i cikloturizam, avanturistički, polinezijski, argonautski, safari turizam, vinske ture, putovanja pojedinaca, putovanja u ekološki nedirnute krajeve i autohtone ljudske aglomeracije, putovanja u neotkrivena mjesta, izvansezonski turizam, jezerski, riječni, kontinentalni, kupovni (shopping) turizam, umirovljenički turizam ili turizam trećeg doba, iseljenički ili etnički turizam...

[70] S aspekta pretežnosti motivacije i sadržaja, u ovu grupu selektivnih vrsta turizma mogu se svrstati autobuserski turizam, difuzni, dječji, đački, studentski, omladinski, edukativni i školski turizam, ekskurzionizam, ekumenski, religijski, ferijalni i esperanto turizam, hobi programi, kongresni, kulturni i kulturno-umjetnički, manifestacijski, memorijalni, patriotski, politički, poslovni, gospodarski i seoski (ruralni) turizam, turizam susreta, doživljaja i druženja i sl.

[71] To su avanturistički, elitni, gastronomski, hedonistički i jahting turizam, karnevalski, klupski, konjički, hazardni, kulturni i kulturno-umjetnički turizam, turizam tipa beatnika, lovni, mondenski, nautički, otočki, robinzonski, safari i seksualni turizam, turizam tipa Club Mediteranee, visoki turizam…

[72] U te se vrste ubrajaju hedonistički turizam, hobi programi, klimatski, konjički, lječilišno-klimatski, izletnički i pješački turizam, cikloturizam, rekreacijski, seksualni, sportski, sportsko-rekreacijski turizam i velike sportske priredbe, termalni, zabavni, zdravstveni i zdravstveno-rekreacijski te druge vrste turizma.

[73] Te su vrste još heterogenije od prethodnih te ih je podjelom teže obuhvatiti. Razvrstat ćemo ih u dvije podgrupe, one koje su nastale kao rezultat a) organizacijskog i sadržajnog te b) statičkog i vremensko–prostornog obuhvata. U prvu grupu ulaze gradski ili urbani turizam, incentive i inclusive programi, emitivni, inicijativni, grupni, individualni, komercijalni, jezerski, riječni, kolonijalni, kombinirani, komplementarni, kompleksni, nautički i mješoviti turizam, privatni smještaj ili kućna radinost, pogrebni, receptivni i prometni turizam, turizam srednjeg sloja, radnički turizam, zdravi turizam... U drugoj su grupi aktivni, domaći, inozemni, međunarodni,

Predviđanja razvoja turizma do 2020. godine uključuju daljnji rast i razvoj turizma. Čimbenici koji dugoročno djeluju na turističku potražnju su demografske promjene, ekonomski rast u glavnim emitivnim zemljama, slobodno vrijeme te promjene u preferencijama potrošača. Među glavnim čimbenicima koji utječu na potražnju su troškovi putovanja, relativne cijene i devizni tečajevi te marketing, posebno promocija. Čimbenici s negativnim djelovanjem mogu biti veći politički problemi, ratovi, prirodne kataklizme i veliki ekološki problemi. Rastuću želju za putovanjem sve većeg broja ljudi trebalo je omogućavati povećanje slobodnog vremena zaposlenih, rast gradskog stanovništva, životnog standarda i zaposlenosti što je utjecalo na promjene u planiranju politika razvoja turizma kao i na turističku potražnju. Međutim, znanstvenici su počeli upućivati na osjetljivost i nekontrolirano korištenje prirodnih resursa koji bi mogli postati rijetki i nedostatni. Na tragu sve ozbiljnijih ekoloških problema je i Rifkinova tvrdnja o potrebama donošenja brzih odluka o promjeni svjetonazora na razini svijeta. Često je vrlo teško, smatra Rifkin,[74] „načiniti prijelaz s mehanicističkih svjetonazora baziranog na ideji o neprestanom materijalnom rastu, na entropijski pogled na svijet, temeljen na ideji čuvanja ograničenih resursa.“ S time se slaže i Krippendorf koji ističe kako će uz prihvaćanje „ovakvih gospodarskih i tehnoloških kretanja kakva jesu, ekonomska teorija i proračuni uz političke programe i doktrine sve jasnije pružati predodžbu vrlo siromašne budućnosti“, jer ako se nastave isti tokovi razvoja do 2020. godine „svijet će biti prenapučeniji i ekološki ugroženiji te neusporedivo skloniji velikim poremećajima.“ Potrebno je, smatra Krippendorf, težiti usklađivanjima, a „sklad može biti tamo gdje je privreda ponovo u službi čovjeka i društva.“[75] Stoga, budućnost turizma treba tražiti u tri smjera promišljanja i zaključaka:

a) razvojem i oslobađanjem velikog i punog osobnog potencijala koji se nalazi i skriva u svakom čovjeku te njegova usmjeravanja u pravcu humanijeg, čovječnijeg turizma; zato krizu turizma treba tražiti i rješavati u krizi međuljudskih odnosa, krizi ljudskih vrijednosti i postupaka, što je sve i kontinuirani proces i izazov;
b) u oplemenjivanju i redizajniranju postojećeg masovnog turizma i
c) u temeljnoj, postupnoj, odlučnoj i svestranoj orijentaciji i realizaciji prema novome selektivnom ili održivom (podržívom) turizmu, to jest prema *turizmu održivog razvitka*, za što postoje sve pretpostavke i mogućnosti te višestruke prednosti i društveno-ekonomske potrebe, a što sve više u turističkoj teoriji i životu turizma nazire, kreira i

interkontinentalni, interregionalni, jadranski, otočni, obalni, zagorski, jesenski, međunacionalni, narodni ili nacionalni, pasivni, postsezonski, proljetni, zimski, ljetni, regionalni, lokalni, sezonski i dr. turizmi.

[74] Vidi kod: Rifkin, 1986:186.

[75] Krippendorf, 1986:11-24.

postiže; kao jedan od oblika selektivnih vrsta turizama, ruralni turizam biti će objašnjen u sljedećem poglavlju.

2.9. Turističke aktivnosti i oblici ruralnog turizma

Kao što je već prethodno navedeno, selektivne vrste turizma mogu najbolje zadovoljiti dominantne motive u sferi turističke potražnje: želju za ponovnim povratkom u izvornu prirodu, urođenu potrebu svih ljudi za igrom i igranjem, potrebu za komuniciranjem s drugim ljudima, kao i sve ostale vitalne, bioantropološke i psihološke potrebe što ih sve veći broj ljudi, živeći u ekološki degradiranoj i alijeniranoj urbanoj sredini, želi zadovoljiti. Selektivnosti pojedinih vrsta turizama najviše pridonose posebne prirodne i druge odlike područja pa su zbog toga sve vrste selektivnog turizma ujedno izvorne i kvalitetne. Prema Kušenu (2006.): „Ruralni turizam ostvaruje se unutar prirodnih i kulturnih resursa na ruralnim područjima, a ti resursi omogućavaju brojne turističke aktivnosti i definiraju velik broj pojavnih oblika, odnosno sadrži veliki broj osnovnih i složenih vrsta turizma. On se neće moći ravnomjerno razvijati u cijeloj zemlji pa osobitu pozornost treba posvetiti etapnosti toga razvoja.“ Vijeće Europe sastavilo je popis različitih aktivnosti na temelju kojih je moguće osmisliti brojne oblike turizma, a prikazani su u tablici 3.

Mnoge aktivnosti (golf, tenis i sl.) u ruralnom području čine temelj za razvoj raznih oblika turizma koji se podrazumijevaju pod ruralnim turizmom, iako se aktivnosti u tim oblicima turizma ne mogu izjednačiti. S obzirom na značajke pojedinih dijelova ruralnog prostora i turističke aktivnosti koje se u njemu mogu provoditi, Kušen (2006.)[76] razlikuje dvadesetak osnovnih ili selektivnih vrsta ruralnog turizma:

a) seljački turizam (agroturizam), odnosno turizam na seljačkim gospodarstvima,
b) rezidencijalni turizam,
c) sportsko-rekreacijski turizam,
d) kulturni turizam,
e) lovni turizam,
f) ribolovni turizam,
g) edukacijski turizam,
h) zavičajni turizam,
i) nostalgičarski turizam,

[76] Vidi kod: Kušen, 2006: 173.

j) avanturistički turizam,
k) tranzitni turizam,
l) vjerski turizam,
m) gastronomski turizam,
n) vinski turizam,
o) ekoturizam,
p) poslovni (nedokoličarski) turizam,
q) ruralni turizam.

Tablica 3. Turističke aktivnosti na ruralnom području

TURE	• pješačenje (pješačke staze, prirodni parkovi, *fitness* staze) • jahanje (konji, magarci) • ture u kamp kućici • motorizirane ture (terenska vozila, motocikli)
AKTIVNOSTI NA VODI	• ribolov • plivanje • boravak na rijekama (kućice na vodi, čamci, teglenice) • kanu i rafting • jedrenje na vjetru[77] • utrkivanje brzim čamcima • jedrenje
AKTIVNOSTI U ZRAKU	• letenje malim zrakoplovima • letenje jedrilicama, letenje zmajem • letenje balonima na topli zrak
SPORTSKE AKTIVNOSTI	• tenis • golf • spuštanje i penjanje po stijenama
AKTIVNOSTI OTKRIVANJA ZANIMLJIVOSTI, RADNIH PROCESA	• lokalna proizvodnja, poljoprivredna poduzeća
KULTURNE AKTIVNOSTI	• arheologija • obilazak područja pod restauracijom • tečajevi ručnog rada • umjetničke radionice • folklorne skupine • kulturni, gastronomski i drugi izvori i podrijetla
AKTIVNOSTI ZDRAVSTVENOG KARAKTERA	• fitness trening • zdravstvene pogodnosti

Izvor: Prilagođeno prema Ružić (2009:14)

Seljački turizam (agroturizam), odnosno *turizam na seljačkim gospodarstvima*, zauzima osobito mjesto zbog svoje izravne povezanosti sa životom seljaka i svoje dodatne socio-ekonomske uloge. Kao ni kod pojma ruralnoga turizma, tako ni kod turizma na seljačkim gospodarstvima ne postoje jednoznačne definicije, ni po nazivlju ni po sadržaju. U već spomenutoj knjizi *Encyclopedia of Tourism* definira se pojam *farm tourism*, koji se još javlja

[77] Engl. windsurfing.

pod nazivom agroturizam. Njega određuje odsjedanje i jednim dijelom, prema Kušenu: „sudjelovanje turista u radnim aktivnostima na farmama i rančevima. Turisti traže ovu vrstu turizma zbog toga što se odvija na otvorenom i koriste ga za različite aktivnosti na otvorenom. Drugi turisti žele iskusiti život na selu koji je često dio kulturnog imidža regije ili kreću u nostalgični bijeg 'u dobra stara vremena'". Smještaj može biti u obliku noćenja s doručkom ili usluga za kampiranje. Taj turistički proizvod može se prodavati pojedinačno, a može i organizirano, ovisno o lokaciji. Rekreacijske aktivnosti turista kao što su pješačenje, ribolov, jahanje, skijanje, sanjkanje i slično mogu se organizirati ovisno o turistički dostupnim atrakcijama i drugim turističkim resursima. Na taj način seljaci mogu osigurati dodatni dohodak od turizma, a ako su u tome dovoljno uspješni, mogu čak i zamijeniti dosadašnju gospodarsku djelatnost.

Dakle, iako se pojam ruralnog turizma različito tumači (u užem i u širem smislu), turizam na seljačkim gospodarstvima obuhvaća sve vrste turističkih usluga koje seljačko domaćinstvo može pružiti na svom gospodarstvu (imanju) kao cjelini ili na pojedinim svojim dijelovima, a koji mogu biti i fizički razdvojeni. Turistička seljačka gospodarstva uglavnom se smatraju obrascem ruralnog turizma, ali za razvoj ruralnog turizma važni su i drugi smještajni objekti u ruralnom prostoru. Potrebna je i ostala ugostiteljska infrastruktura: restorani, kušaonice vina, uređene turističke atrakcije (realne, turistički dostupne), osmišljene vinske ceste, biciklističke staze, hodočasnički putevi, receptivne turističke agencije, odnosno potrebne su osmišljene i organizirane ruralne turističke destinacije.[78]

Kad promišljamo o vrstama turizma koje su zastupljene u Koprivničko-križevačkoj županiji, dolazimo do zaključka kako je na tom prostoru zastupljen turizam na seljačkim gospodarstvima, rezidencijalni turizam u vlastitim kućama za odmor (koji često prelazi u zavičajnu, odnosno nostalgičarsku vrstu turizma), sportsko rekreacijski, kulturni turizam vezan za brojne kulturne manifestacije u županiji, lovni i ribolovni, edukacijski turizam u okviru „škole u prirodi", avanturistički (paragliding na Kalniku), tranzitni,[79] kamping turizam,[80] vjerski turizam,[81] gastronomski i enogastronomski turizam vezan za vinske ceste Križevaca i Đurđevca, ekoturizam, koji se odvija u zaštićenim dijelovima prirode Koprivničko-križevačke županije, te poslovni (nedokoličarski) turizam koji se razvijao zahvaljujući koncernu *Podravka* iz Koprivnice. Međutim, teško je reći koje su vrste turizma dovele najviše posjetitelja u

[78] Definicije ostalih vrsta ruralnog turizma vidi kod: Kušen (2006).
[79] Županija je vrlo važno tranzitno područje.
[80] U blizini bazena Cerine u Koprivnici postoji kamp namijenjen kamp turistima.
[81] Sveti Marko Križevčanin treći je hrvatski svetac, a na njegov blagdan 7. rujna u gradu se okuplja veliki broj vjernika.

županiju, s obzirom na to da se službena evidencija dolazaka turista ne vodi prema vrsti turizama nego isključivo prema broju noćenja.[82]

Zaključno, za razumijevanje razvijenosti turizma i ruralnog turizma važno je, za potrebe ovoga rada, sagledati današnju sliku sela, te razumijeti sve povijesne, društvene i ekonomske procese koji su oblikovali sliku sela u Hrvatskoj, a što će biti prikazano u idućem poglavlju.

[82] Više o vrstama turizma u županiji može se vidjeti u transkriptima intervjua u empirijskom dijelu rada.

3. KOMPARATIVNA POVIJEST SELA, TURIZMA I RURALNOG TURIZMA

3.1. Kratki osvrt na modernizacijske procese u hrvatskom selu

Kako bismo razumjeli nastanak turizma i ruralnog turizma u Hrvatskoj, bitno je u generalnome pregledu ukratko analizirati modernizacijske procese koji su se odvijali na hrvatskom ruralnom području i definirali okvir razvoja tih djelatnosti. Ovdje naglašavamo razlog zašto rabimo sintagmu ruralni prostor, a ne selo.[83] *U ruralnom se prostoru,* prema Štambuk (2015.), *rasprostire zamršen sustav, koji je zamršen već po samoj definiciji. Naime, u njemu se nalaze tisuće različitih sela, povijesnih otisaka i zapisa, cjelokupna vrlo raznolika poljoprivredna proizvodnja na sitnim i manje sitnim parcelama u različitim geografskim i klimatskim uvjetima, potom šume i sve ostalo prirodno bogatstvo; ondje su ceste, željezničke pruge, veliki komunalni sustavi, zanatski i industrijski objekti itd. Ondje živi gotovo polovica hrvatskog stanovništva, s baštinjenim i novim iskustvima, s mnogim znanjima, idejama, željama, potrebama i problemima. Ukratko, ondje se susreću i nužno suodnose: društvo (u vidu malih društvenih entiteta – sela), tehnički sustav i prirodni okoliš.* S druge strane, selo se definira u užem značenju i podrazumijeva, prema Marinović-Uzelac[84] „...naselje čije se stanovništvo pretežno bavi poljodjeljstvom, stočarstvom ili ribarstvom, dakle, tzv. primarnim djelatnostima." Selo je svakako „društvena zajednica u kojoj su seljaci (poljodjelci) važan, ali ne nužno brojem ili značenjem prevladavajući društveni sloj." Neki dobro opažaju kako selo sve više postaje mjesto stanovanja, a sve manje mjestom poljoprivredne proizvodnje, ali je društveni sloj seljaka bez sumnje dominirajući u gospodarskom izgledu naselja kao što je, u njegovom vanjskom izgledu, poljoprivreda jasno izražen način života. U funkcionalnom pak smislu, selo određuje glavna eksportna djelatnost njegovih stanovnika, a ne njihov brojčani odnos po djelatnostima. Zbog toga, iako manjina stanovnika živi od poljodjelstva, moramo govoriti o selu, iako je u Hrvatskoj i u Europi, poljoprivreda još uvijek više način života nego način proizvodnje. Stoga selo, ruralno naselje, odnosno ruralno područje promatramo više kao antropogeografski fenomen nego kao oblik poljoprivredne naseljenosti.

Za promišljanje moderniteta vrlo su zaslužne teorije proizišle iz temeljne tradicije klasične sociologije u djelima kapitalnih teorijskih figura, poput Marxa, Durkheima ili Webera,

[83] Od 1981. službena statistika ukida riječ, izraz, pojam selo. Dodatna zbrka nastala je 1997. prilikom posljednjih upravnih teritorijalnih promjena. Danas se grad službeno zove „gradsko naselje", grad treba značiti upravnu jedinicu, a selo se skriva iza termina „ostalo naselje".
[84] Vidi kod: Lukić, 2002:134-135.

koji su ponudili odgovore na pitanje o ključnim dinamičkim čimbenicima modernog društva. Kao što je poznato, njihovi odgovori se dosta razlikuju. Ukratko, prema Štambuk (2015.) Marx je modenizaciju vidio u kapitalizmu, Durkheim u industrijalizaciji, a Weber u racionalizaciji. Kada je riječ o hrvatskim ruralnim područjima, Ivan Rogić modernizaciju analizira kao tehničku modernizaciju. Analizirajući hrvatsku modernizaciju, od njenih početaka do danas, smješta je najprije u realni položaj dvostruke periferije (periferan je položaj austro-ugarskog društva u odnosu na zapadnu Europu i periferan je položaj u odnosu na Beč i Peštu), što će dugoročno odrediti ritam napretka. U takvom (početnom) socijalno-gospodarskom okviru, seljaštvo je posve periferni segment (u prostornom i osobito socijalnom smislu) tadašnjeg hrvatskog društva. Ivan Cifrić smatra kako pojam „moderne, odnosno modernosti, podrazumijeva sustavni proces modernizacije društva, a koji se očituje s jedne strane kao potiskivanje i raskid s predmodernim (feudalnim, agrarnim, itd.) društvom, a s druge strane kao proces usmjerenih promjena u formiranju novih empirijskih struktura i načina mišljenja.“ Također smatra kako je modernizacija rezultat ciljno-racionalnog djelovanja i prirodnih uvjeta te je usmjerena prema napretku.

Razlikujući modernost i modernizaciju, Touraine za prvo kaže da je „skup atributa društvene organizacije“, a za modernizaciju da je „određeni pokret, volja, mobilizacija na čelu koje se nalazi država, bez obzira na svoje socijalne oslonce.“ Dakle, država je po Touraineu, glavni akter modernizacije, što je, kad se radi o modernizacijskim procesima koji se izravno tiču sela i poljoprivrede kao strateške djelatnosti, gotovo samo po sebi razumljivo. Zeman određuje modernu kao „socijalno-povijesni realitet koji bitno nadilazi dimenzije pojedinačnih društava ili njihovih gospodarskih, političkih, kulturnih i drugih sastavnica“, a prema istom autoru, moderna je realitet „koji suodređuje narav i sudbinu svega što se zbiva pod njegovom egidom.“ Zaključno, prema Štambuk (2015.) ništa u društvenom prostoru zahvaćeno modernizacijskim procesima ne ostaje netaknuto.

Autorica nadalje navodi kako se u razvojnoj praksi u nas modernizacija[85] tumači kao manje-više zamršen skup društvenih procesa koji će (našu) državu u što kraćem vremenu približiti zapadnoeuropskim društvenim, političkim, gospodarskim i kulturnim standardima. Pritom se pretpostavlja kako postoji jedan zadani model kojemu valja težiti; malo toga se

[85] O shvaćanju modernizacije u Podravini navodimo iskaz jedne ispitanice koja je sudjelovala u istraživanju: „Reći ću vam jednu anegdotu: naša susjeda rekla je da je imala jednu staru peglu na paru i da joj je na tavanu, a ja sam joj rekla da zašto to negdje ne stavi da to vide njezina djeca i unuci, a ona mi je rekla da kad je mogla kupiti prvu peglu na struju ja sam ovu tako bacila da ju ne gledam nikad više zato jer je taj život bio jako težak i mukotrpan**,** *oni su jako teško radili tako da su prigrlili tu nekakvu modernizaciju u smislu nekakvog olakšavanja života, a to što je ona donijela i nekakve druge rezultate kojima se nisu nadali, to je druga stvar.*“

dovodi u pitanje; o maločemu se promišljaju, nude i operacionaliziraju prihvatljivija rješenja. Takav pristup zanemaruje posebnosti baštinjenih kulturnih, društvenih, organizacijskih, gospodarskih, naseljskih obrazaca. Napredak bi se trebao mjeriti, barem u jednom dijelu koliko je sukladan s društvenom, kulturnom i gospodarskom baštinom. Na ovom mjestu nameće se *neoruralistički pogled* na selo (i ruralna područja) i na koncepte njegova razvitka. *Razvitak sela u okvirima tog koncepta zagovara promjene koje se događaju pod utjecajem modernizacijskih procesa a koje čuvaju ruralne posebnosti izrasle u okviru lokalnih i nacionalnih tradicija. I unutar tog koncepta važno mjesto pripada obzirnosti* [86] *u razvojnim projektima i postupcima, što je jedan od temeljnih ujednačavajućih svjetskih kriterija razvitka*. Kad se radi o promjenama unutar ruralnoga društva termin modernizacija ili moderno društvo opozitno se postavlja prema terminu tradicionalno društvo. Ruralni svijet spaja moderno društvo s tradicionalnim, a modernizacija se, prema Štambuk (2004.) odvija u napornom dijalogu tradicije i suvremenosti, male zajednice i velikog društva, sela i grada, poljoprivrede i industrije. Proces prerastanja tradicionalnog u moderan ruralni svijet odvija se postupno i u fazama. Prihvatimo li analitičku shemu za identifikaciju promjena koju je, na temelju proučavanja francuskog ruralnog društva, izradio i provjerio B. Kayser, onda se taj proces može pratiti u tri faze: prva je faza *kompozicija* ruralnog društva; druga je faza *dekompozicija*; treća faza je *moderna rekompozicija*. U tom procesu pretežno zajedničarska obilježja tradicionalnog sela postupno se zamjenjuju obilježjima društva. U nastavku slijedi kratka elaboracija Kayserove sheme.

Do otprilike posljednje četvrtine 19. stoljeća u europskom ruralnom prostoru traje vrlo duga faza relativno mirna i stabilna suživota tradicionalnih socijalnih slojeva: seljaka, obrtnika, trgovaca, radnika, viših slojeva i tzv. uglednika (učitelj, ljekarnik, liječnik, eventualno bilježnik, svećenik pa lokalno plemstvo ili samo veleposjednik, itd.). Oni, po Kayseru, funkcioniraju u neegalitarnoj simbiozi. Tu razvojnu etapu autor naziva *kompozicijom*. U tom dugotrajnom procesu iz različitih se dijelova slaže cjelina i dosiže određeni sklad u društvenom, funkcionalnom, gospodarskom, prosvjetno-kulturnom pogledu. Urbani i industrijski razvitak, kojemu se seosko društvo ne može oduprijeti, izvlači iz sela nepoljoprivredne djelatnosti. Nastupa razdoblje poljoprivredizacije ili, po Mauriceu Jollivetu, razdoblje „seljačkih geta“. Seosko se društvo dekomponira (pa je to faza dekompozicije) postupno, ali neumitno gubi svoje poljoprivredne funkcije i obilježja. Socijalna slika sela postaje krajnje jednostavnom pa se po tome sve više razlikuje od grada; osim seljaka gotovo da ondje nema drugih socijalnih skupina. Ta se druga faza proteže, s manje ili više odstupanja u pojedinoj zemlji, do kraja prve polovice

[86] Obzirni razvoj i održivi razvoj se često shvaćaju kao sinonimi.

20. stoljeća, sve do razvojnog poleta nakon Drugog svjetskog rata. Tada, pod utjecajem gospodarskog procvata, naročito izvangradskog rasprostiranja industrijskih i uslužnih radnih mjesta, seoski prostor ulazi u razdoblje rekompozicije. To je razdoblje tijekom kojega se postupno obnavlja nepoljoprivredna populacija u selu, a poljoprivredna proizvodnja se modernizira s manjim brojem poljoprivrednika u apsolutnom i relativnom smislu. Socijalna slika sela obogaćuje se novim socijalnim skupinama, razvijaju se nove funkcije, obogaćuju se i dinamiziraju odnosi, što stvara preduvjete za posve novi uzlet seoskog društva.

Modernizacijski procesi na hrvatskom prostoru, prema Štambuk (2015.:18), nisu izazvali posljedice kakve su se dogodile u (zapadno)europskim zemljama. Udaljenost – vremenska, geografska, politička, baštinjena – od središta modernizacije, razvukla je ritam i presvukla sivim periferijskim bojama cijelo posljednje stoljeće razvitka Hrvatske: od kašnjenja industrijalizacije, dakle, odgođenog prijelaza iz predindustrijskog u industrijsko društvo, do specifičnog tipa industrijalizacije u kojem je prevladavala proizvodnja po zahtjevima i potrebama jezgre. Industrijalizacija na hrvatskome području započinje tek početkom dvadesetog stoljeća, dakle cijelo stoljeće iza prvih industrijaliziranih zemalja. Već na razini broja stanovništva razabiru se posljedice i podjele između prvih i zadnjih industrijaliziranih zemalja. U zemljama u kojima je započela industrijska revolucija porast broja stanovnika mnogo je veći nego u zemljama u kojima je industrijalizacija započela kasnije. Demografsku tranziciju (kako se naziva faza promjena u stanovništvu koje nastaju upravo pod utjecajem gospodarskog i urbanog razvitka) karakterizira „poremećena ravnoteža između visokog nataliteta i mortaliteta iz predtranzicijske etape“ i to tako da se ponajprije promjene događaju u kretanju stope mortaliteta, a potom i nataliteta. Još je jedna neposredna posljedica vremenski neusklađenog industrijskog razvitka. U zemljama jezgre ubrzano se smanjuje udio poljoprivrednog stanovništva i udio poljoprivrednog dohotka u ukupnom dohotku pa periferijske zemlje preuzimaju većinu poljoprivredne proizvodnje; stoga se dugo vrijeme u njima usporavaju procesi heterogenizacije demografske, gospodarske i naseljske strukture, kao i sve ostale modernizacijske transformacije (školstvo, zdravstvo, prehrana, stambeni standard i dr.). Sve do pred kraj 19. st. mala seoska društva, periferija periferije, tek se izoliranim svojim predstavnicima i osamljenim „filijalama“ javnih službi, povezuju s globalnim društvom. Seljaštvo sa svojim tradicionalnim dopunskim znanjima i iskustvima uspijeva održati koliko-toliko cjelovit društveni, gospodarski i kulturni život. „Feudalna obilježja prve modernizacije“ u hrvatskim krajevima onemogućila su sustavno rješenje seljačkih problema, posebice problem vlasništva nad poljoprivrednim zemljištem, odnosno problem velikog broja seljaka bez zemlje. Ta činjenica također je pridonijela sporom uključivanju u proces industrijalizacije i određivala

karakter usporednih društveno-gospodarskih fenomena. Prevladavajuća samoopskrbna i ekstenzivna proizvodnja usporavala je, sa svoje strane, prijelaz u industrijsko društvo. Budući da je poljoprivredno stanovništvo bilo većinsko u ukupnom stanovništvu, njegov je obrazac potrošnje utjecao na ukupnu potrošnju i značajno je usmjeravao opće trgovačke tokove. Seljačko stanovništvo je brže i prije počelo modernizirati, „industrijalizirati", svoju potrošnju nego proizvodnju.

Na području Hrvatske kasnili su dakako svi procesi: industrijalizacija, urbanizacija, deagrarizacija, demografska tranzicija, skolarizacija, sekularizacija i ostali neizostavni modernizacijski pratitelji. Stradanja stanovništva u Prvom svjetskom ratu, Jugoslavija u nekoliko režimskih varijanti od kojih niti jedna nije omogućavala nesmetani nacionalni razvitak (što je pretpostavka nastajanju samosvjesnog modernog poduzetničkog sloja) te socijalistički poredak zamišljen i ostvarivan po istočnom predlošku – kratka je povijest Hrvatske u za nas prekratkom 20. stoljeću. Suverena nacionalna država, teško izborena tek potkraj 20.st., pred iznimno je zamršenom zadaćom da započete modernizacijske procese preusmjeri i dovrši u periferijskim uvjetima, uz često nejasne i nikad do kraja artikulirane zahtjeve ili kriterije međunarodnih nadstruktura, što opet izaziva u zemlji nedovoljno promišljene, brzoplete, neusklađene i nervozne pa ponekad i neučinkovite akcije i mjere (Štambuk, 2015.).

Modernizacija je proces, nastojanje da se prevlada aktualno stanje, da se poboljšaju postojeće prilike, da se iz raspoloživih ljudskih mogućnosti i endogenih razvojnih izvora dobije što više, da se poboljša ukupna kvaliteta života, obrazovanost, kultura, materijalni standard.[87] Promjene koje su posljedica modernizacije, bilo da je ona spora ili ubrzana, manje ili više korjenita, u konačnici znače napuštanje tradicionalnog društvenog sustava. Sporost kojom se kroz povijest mijenja ruralno društvo dokaz je usporenosti kojom modernizacijski procesi ulaze u taj društveni prostor. Može se, također govoriti i o oprezu i otporu kojim seosko-seljačko lokalno društvo prihvaća promjene koje u pravilu dolaze izvana. Seosko društvo, za razliku od gradskog, nerazvijenije je i zato prilagođava količinu i brzinu promjena vlastitim receptivnim mogućnostima. S vremenom se povećava brzina modernizacijskog procesa jer ruralne socijalne realnosti postaju sve „neotpornije" na promjene. Ipak, glavnom se posljedicom modernizacijske marginalizacije sela i ruralnog prostora preko ubrzane industrijalizacije može smatrati marginalizacija same prirode.

Modernizacijski procesi u ruralnoj Hrvatskoj i nisu dosegli razinu na kojoj bi ruralnu periferiju osposobili koliko-toliko za samorazvoj. Međusobna neusklađenost ritmova seoskih

[87] Modernost i modernizacija: zbornik radova. /priredio Rade Kalanj/ (1990), Zagreb: Sociološko društvo Hrvatske, str.5 (Biblioteka Revije za sociologiju; knj 17).

promjena rezultirala je degradacijom ruralnih područja nekadašnje gospodarske osnovice. „Isključiva“ poljoprivreda u preživjelim ruralnim područjima pretvorila se u neku drugu isključivu djelatnost.[88] Tek krizna faza tranzicijskoga razdoblja osvijestila je prednosti heterogene gospodarske strukture malih ruralnih društava (Štambuk, 2015.).

Kao i u ostaloj Europi, razdoblje kompozicije na hrvatskim se ruralnim prostorima odvija u 19. stoljeću. Seoska socijalna slika nije bila plošna, neizdiferencirana. Osnova stanovništva je, naravno, poljoprivredno stanovništvo. S njima je u neposrednom kontaktu svećenik, učitelj, župnik, bilježnik, trgovac, obrtnik, radnik, plemić. Navodeći sve te društvene slojeve koji su pored seljaka bili vezani uz selo, Mendras ih[89] socijalno smješta na „rub seljačkog društva“. Neseljački dio populacije bio je socijalno izdvojen ,a kulturno inkorporiran. Društvenoj raznolikosti toga doba pridonose i sama seljačka domaćinstva koja se međusobno razlikuju, posjedovanjem/neposjedovanjem zemlje, kvalitetom i veličinom obradivih površina, brojem stoke i raspoloživom radnom snagom. Budući da je tadašnje selo bio svijet za sebe, s minimalnim ili veoma siromašnim socijalnim i ekonomskim kontaktima s ljudima izvan seoskog atara, profesionalna diferencijacija izravno ovisi o unutrašnjoj evoluciji pojedinih potreba. Seoski su se obrti primarno razvijali uz potrebe poljoprivredne proizvodnje. Zatim su se, postupno, odvajali od poljoprivrednog zanimanja, trasirajući samostalni razvitak. To se razdoblje djelomično poklapa s fazom kompozicije u susjednim zemljama Europe. Ona, u Hrvatskoj, međutim, traje nešto duže. Zbog toga drugo razdoblje, *dekompozicija*, počinje kasnije, a razlozi su polaganije prodiranje kapitalističkih odnosa te sporiji razvitak gradova i industrije. I proces poseljačenja sela, odnosno njegove *dekompozicije*, koji u većini europskih država završava pedesetih godina, u Hrvatskoj se produžuje. Nažalost, ne traje dulje zato što je poljoprivreda snažna nego zato jer seoski socijalni sustav slabi na svim razinama. Zakašnjeli procesi industrijalizacije i širenja gradova, urbanizacije, uz, privatnom seljačkom posjedu nesklonu opću i agrarnu politiku, društveno su i gospodarski osiromašili seoski socijalni prostor. Proces propadanja još je uvijek na djelu u mnogim našim ruralnim područjima. Uz opadanje dijela poljoprivrednog stanovništva, opada i udio seoskog. Međutim, decentralizacija industrije i postupni razvitak tercijarnog i kvartarnog sektora djelatnosti stvaraju osnovu na kojoj je moguće zaustaviti opadanje udjela seoskog stanovništva. To je nužni preduvjet za početak razdoblja rekompozicije seoskog društvenog sustava. Njime započinje proces diverzifikacije socijalnih struktura i intenziviranja društvene dinamike na seoskome prostoru.

[88] Primjerice u priobalju i otočkim mjestima uz more turizam je istisnuo sve, pa i turizmu komplementarne djelatnosti.
[89] Citirano prema Štambuk, 2015.

Nažalost, za mnoge je hrvatske krajeve sve to već prekasno; uznapredovale negativne tendencije zaostajanja i slabljenja, posebice u demografskom pogledu, zadobile su ireverzibilni oblik.

Rekompozicija ruralnog prostora u Hrvatskoj, dakle, tek je započela. S obzirom na lokalne prilike, razlike su velike. U nekim regijama seljaštvo je potpuno iščezlo, a nadomjestili su ga nepoljoprivredni socijalni slojevi. Često se taj proces odvija usporedo sa zapuštanjem poljoprivrede. U nekim je drugim krajevima agrarna struktura takva da je i postojeće poljoprivredno stanovništvo prekobrojno. U oba slučaja, na djelu su posljedice nerazvijenost i siromaštvo, ali zbog različitih uzroka. Rijetka su ruralna područja u Hrvatskoj koja su skladno razvijala svoje prirodne i ljudske izvore. Faza rekompozicije ruralnog društva podrazumijeva heterogenizaciju na svakom planu: gospodarskom, društvenom i kulturnom.

Ipak, ondje gdje se seoska slika mijenjala, transformaciju možemo pratiti na dvije glavne razine. Prema Štambuk (2015.), na *prvoj, poljoprivrednoj*, modernizira se proizvodnja, u skladu sa znanstvenim dostignućima na mnogim područjima: profesionalizira se odnos prema poljoprivredi na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu. Istovremeno, opada važnost poljoprivrede u seoskom domaćinstvu, kako u radnom tako i financijskom smislu. Ona je sve rjeđe isključiva djelatnost u domaćinstvu. Sve više članova domaćinstva zapošljava se izvan gospodarstva, u nepoljoprivrednim djelatnostima, sve je veći broj obiteljskih gospodarstava bez poljoprivrednika; njihovi se članovi bave poljoprivredom pretežno sezonski ili hobistički. *Druga je razina seoskih promjena naseljavanje stanovnika nepoljoprivrednika*, različitih seoskih skupina, različita društvenog, geografskog, regionalnog i naseljskog porijekla, različita imovinskog stanja (neki dolaze jer su imućni, a drugi jer su siromašni), itd. Diferencijacijom socijalne strukture nastaju sadržajno bogatiji odnosi i veze, pojačavaju se odnosi s bližom i daljom okolicom, naročito s gradom. Sve to utječe na ukupnu seosku dinamiku koja obogaćuje seoski život, podiže kvalitetu života i pridonosi cjelokupnom napretku ruralnih područja. Cilj napretka je da selo dostigne gradsku razinu opremljenosti komunalnom infrastrukturom i da razvije mogućnosti zadovoljavanja viših potreba.

Primjenjujući Kayserovu tipologiju razvitka sela na mikrorazinu Koprivničko-križevačke županije i uzimajući u obzir aktualno stanje ruralnog prostora u Koprivničko-križevačkoj županiji po pitanju socio-ekonomskih parametara (sociodemografska struktura stanovništva, mreža naselja, gospodarski pokazatelji i sl.), može se reći kako se ona nalazi, poput većine ruralnih županija u *fazi rekompozicije* koja će, sudeći po svemu, trajati još neko vrijeme. I u Koprivničko-križevačkoj županiji seljaštvo postepeno iščezava, a nadomještavaju ga nepoljoprivredni socijalni slojevi koji mijenjaju društvenu i gospodarsku sliku sela. Takvo

heterogenizirano selo je mjesto na kojemu se pokušava diverzificirati poljoprivredna proizvodnja u neke druge djelatnosti kao što je ruralni/seoski/agroturizam. Kako bismo, osim modernizacijskih procesa koji su oblikovali ruralni prostor u Hrvatskoj, razumjeli nastanak turizma i ruralnog turizma u Hrvatskoj, najprije donosimo pregled njegova razvoja u Europi, Hrvatskoj, te u narednim poglavljima u Koprivničko-križevačkoj županiji.

3.2. Pregled razvoja turizma i ruralnog turizma Europe

U svijetu, ali i kod nas, mnogi su se teoretičari turizma bavili pitanjem periodizacije povijesnog razvoja turizma te nastojali odrediti ključne faze razvoja turizma. Neki autori su skloniji postanak razvoja turizma vezati uz antičko doba, dok drugi tu pojavu vežu uz industrijsku civilizaciju. Treća skupina autora nudi kompromisno rješenje i, prema Čavlek i sur. (2011.), razvoj turizma dijele na epohu turizma privilegiranih klasa i epohu suvremenog turizma.

Iako se prva putovanja iz zadovoljstva javljaju već u antičko doba (npr. poznata su putovanja u antičkoj Grčkoj motivirana sportskim događajima, Olimpijskim igrama; ili putovanja starih Rimljana radi odmora i razonode u lječilišna mjesta) što bi se s obzirom na motive putovanja doista moglo uvrstiti u turistička putovanja, ipak nemaju sva ona bitna obilježja prema kojima bi se mogla izjednačiti s turističkim putovanjima.

Većina turističkih teoretičara pretečom tuirističkih putovanja ipak smatra *Grand Tour* (veliko putovanje) koje su u razdoblju od 1547. do 1830. godine uglavnom poduzimali plemići kao završnu fazu svog obrazovanja, a trajala su od dvije pa čak i do osam godina. Obrazovna i istraživačka ruta putovanja obično je uključivala Pariz, talijanske renesansne gradove do juga Italije i u povratku Njemačku te dolinom Rajne ponovno preko Francuske natrag u Englesku. Iako je *Grand Tour* imao znatno više elemenata po kojima bismo ta putovanja mogli označiti turističkim putovanjima, ipak to ne bi bilo ispravno iz temeljnog razloga jer ta vrsta putovanja još nisu imala karakter masovne društveno-ekonomske pojave. Na potrebu strogog diferenciranja putovanja iz davne prošlosti i putovanja koja čine suvremeni turizam upozorio je i Alfier (1994.) ističući kako se nipošto ne može dokazati njihova međusobna genetska i razvojna veza jer se putovanja u prošlosti i turistička putovanja bitno razlikuju, kako po ekonomskoj i društvenoj uvjetovanosti, tako i po broju, karakteru i snazi motiva, po brojčanosti, socijalnom sastavu i ponašanju sudionika, po vremenskoj učestalosti i prostornoj usmjerenosti i razmještaju, po oblicima i pratećim pojavama, posrednim i neposrednim utjecajima i konačnim vidljivim i nevidljivim učincima.

Turizam kao relativno mlada društveno-ekonomska pojava nastala je sredinom 19. stoljeća kao odraz i refleks nastajanja i razvoja društva. Ishodište i pretpostavke turizma nalazimo u Francuskoj buržoaskoj revoluciji 1789. i pojavi novog sloja tj. skupine (najprije u Engleskoj) – poduzetne i lukrativne mlade buržoazije koja je inicirala i financirala mnoge tehničko-tehnološke inovacije, posebice u sferi industrijske proizvodnje i u relativno kratkom vremenu stvorila dotada neviđeni zamah proizvodnih snaga i proizvodnih odnosa. Industrijska proizvodnja izaziva opći rast i razvoj drugih gospodarskih i društvenih djelatnosti, a kumulativni razvoj društva i pojedinca uvjetuje sve veće raspolaganje slobodnim, financijskim sredstvima i slobodnim vremenom, što aktu potrošnje daje šire značenje i karakter masovne potrošnje. Naime, raspolaganje sredstvima u krugu sve većeg dijela stanovništva potencira i tzv. osobnu potrošnju i u tom dijelu sve više dokoličarsku i turističku potrošnju. Tako na društvenu scenu stupaju prvi suvremeni turisti – predstavnici mladog građansko-buržoaskog sloja zapadne Europe, a potom i predstavnici drugih slojeva građanske provinijencije. Počinju teći povratne stalne migracije Engleza u Francusku, a zatim drugih nacionalnosti unutar razvijene Europe, te unutar pojedinih zemalja. Turizam sve više poprima karakteristike prostorne rasprostranjnosti, učestalosti, mobilnosti te sve prisutnije masovnosti. Ona nije više „umjetna“ pojava već bioantropološka i duhovna pretpostavka, sa sve izraženijim racionalnim i iracionalnim činiocima sve većeg broja pojedinaca i grupa, nove klase dokoličara. Tehnički napredak u cjelini snažno utječe na urbanizaciju i formiranje velikih centara te na poboljšanje životnog standarda ljudi u gradovima. Kako je sva ta gibanja izazvala industrijska revolucija, francuski teoretičar Pierrre Defert je s pravom odbacio evolucionističko i historicističko gledanje na turizam[90] ustvrdivši kako je turizam nastao ponajprije kao rezultat ovih činitelja: industrijske koncentracije kapitala i ljudi, bijega iz urbanih sredina i vijka bogatstva, te tehničkog napretka u svemu, a naročito u prometu.

Prema Geiću (2001.) značenjsko shvaćanje biti turizma i njegove društvene i kulturne dimenzije moguće je kroz tri etape od sredine prošlog stoljeća do danas. Prema tom autoru *prva etapa razvoja* turizma od sredine 19. stoljeća do Prvog svjetskog rata imala je ove karakteristike i obilježja: nastaje preslojavanje u turističkom prometu, pojavljuju se buržoaski i dokoličarski sloj, a Thomas Cook 1841. godine osniva prvu turističku organizaciju čime započinje proces prvih organiziranih putovanja; to je vrijeme preobražaja smještajnih kapaciteta, pojave turističkih mjesta, orijentacije prema moru, utjecaja sporta i velikih priredbi, pojave turističkih vodiča, nastanak turističke inicijativne i receptivne organizacije te pojave državnih organa. S

[90] Historicističko gledanje na turizam podrazumijeva turizam kao analognu pojava nastalu u najstarije doba i vezanu za pojedinačna povratna kretanja bez lukrativnih i egzistencijalnih elemenata.

tom etapom turizam sažima fazu stvaranja preduvjeta u svom razvoju i fazu inicijalnog turizma, čime dobiva prve organizacijsko-poslovno-tehničke i institucionalne okvire te postaje značajniji činilac ekonomskog razvoja. U *drugoj etapi razvoja* – između dva rata – turizam sve više postaje životna potreba i navika sve bogatijih slojeva, a u njega se uključuju pripadnici raznih slojeva i klasa; postaje policentričan, polistrukturan, mobilan, nastupa tzv. konverzija sezone i dobiva ljetovališne oblike; radnici dobivaju određena socijalna prava (pravo na godišnji odmor, socijalizacija rada i sl.); turizam poprima sve izrazitiji sezonski karakter; dobiva nove organizacijske okvire; jača utjecaj organizatora putovanja i pojava novih vrsta turizama i organizirane dokolice; sve više tendira masovnosti; biva činiocem socijalizacije čovjeka turista.

U *trećoj etapi* razvoja turizma, odnosno u razdoblju nakon Drugog svjetskog rata, turizam postaje životna potreba velikog dijela razvijenog čovječanstva; svi slojevi društva sudjeluju u turističkim kretanjima; nastupa era društvenog turizma, „turizam za sve“, i povećava se fond slobodnih financijskih sredstava i slobodnog vremena; uz boravišni, razvijaju se mnogobrojne druge vrste masovnog i selektivnog turizma, a turizam definitivno (od 1950.) dobiva obilježje masovnog fenomena, postaje „bijela industrija“, „industrija odmora“ i „privreda svih privreda“; to je vrijeme velikih društvenih i kulturno-civilizacijskih promjena i pomaka te gospodarskih dostignuća koje se odražavaju na biće i organizaciju turizma; turistička potražnja postaje sve individualiziranija i slojevitija, a turistička ponuda i „recepcija“ kruta, homogena i uniformirana – uz sve pokušaje uspostavljanja njihove harmonije, posebice putem marketinške koncepcije. Paket usluga i sve veće značenje turističkih agencija i drugih pravnih subjekata u fazi turističke ekspanzije i u njegovoj zreloj fazi današnjice postaju prepreka čovjekovoj težnji za slobodama, individualitetu i dezalijenaciji, pa sedamdesetih i osamdesetih godina nastupa razdoblje, iako još neuspješnog, prijelaza „kvantitete u kvalitetu“ ukupne i pojedinačne turističke ponude, nastaju novi programi, nove vrste turizma, a razvoj tercijarnog i kvartarnog sektora te globalni proces litoralizacije određuju i specifično mjesto turizma u tom kontekstu. Nastupa vrijeme borbe i proturječja onog masovnog i uniformiranog u turizmu i njegove nužne kreacije, segmentacije i selektivnosti, vrijeme ekološkog, kulturnog i odgovornog u turizmu. Više nego ikada primjetno je kako priroda, kultura i ekologija čine sinonime i stupove turističke budućnosti, a objekti turizma izraženi u ukupnosti turistički izgrađene i izvedene strukture polazište te bazu njegove tekuće postojanosti i razvijenosti.

Razvoj *ruralnog turizma* u Europi može se, prema Ružiću (2009.) promatrati u skladu s razvojem turizma općenito. Ruralni turizam usko je vezan uz selo i ruralna područja koja su u različitim povijesnim razdobljima bila vrlo privlačna za dokoličarenje i ugodno življenje.

Bijeg na selo često se idealizirao kao romantičan bijeg od stvarnosti, bijeg iz grada, povratak sebi i prirodi. Stoga se turizam na ruralnom području počinje u nekim oblicima razvijati vrlo rano. Već u 11. i 12. stoljeću aristokracija u Engleskoj provodi organizirane aktivnosti u prirodi (lov na raznu divljač) i otkriva ruralnu sredinu kao mjesto uživanja u životu. Orijentacija na selo uskoro je, u drugoj polovici 18. stoljeća, rezultirala izgradnjom ljetnikovaca i vila koje su ruralnu sredinu dodatno oplemenile i podigle na višu razinu. Ruralni turizam postaje tako oblik društvene dokolice kojeg Britanci prakticiraju sve do današnjih dana i to kao kraće ili duže odmore u ruralnoj sredini. Do kraja 18. stoljeća dolazak na selo bio je odraz težnje za iskustvom u prirodi koja je ostala zabilježena u mnogim umjetničkim djelima poznatih slikara i pisaca tog doba. Razvoj ruralnog turizma u Njemačkoj veže se uz uvođenje plaćenog odmora za državne službenike (1873. godine) i za sve činovnike (1914.). Turizam od tada postaje sastavnim dijelom njihova života, a odmor se provodi u jeftinom smještaju u malim hotelima ili sobama u selima blizu gradova i na farmama. U drugoj polovici 19. stoljeća odredište turističkih putovanja postaje Švicarska, gdje ruralni turizam bilježi porast, a temelji se na alpskom penjanju, pješačenju i zdravstvenim tretmanima. U to vrijeme otkrivaju se i morske obale i termalni izvori pa se turizam usmjerava prema novim mjestima koja postaju moderna ljetovališta. Selo i uživanje u ruralnim krajolicima pomalo se napušta, ali turizam nikada u potpunosti ne izlazi iz ruralnih područja. Ne računajući razdoblje Drugog svjetskog rata, ruralni se turizam brže ili sporije kontinuirano razvijao u svim europskim zemljama, osim u zemljama realnog socijalizma. Kušen (2006.) smatra kako se razvoj europskog ruralnog turizma odvijao, velikim dijelom zahvaljujući državnim intervencijama, u depopulacijskim područjima zemalja poput Austrije, Njemačke (Bavarska) pa i Slovenije, koje su dobar primjer takve prakse. Radi zadržavanja seljaka u lijepim područjima navedenih zemalja, osmišljen je projekt ciljanog razvoja turizma kao dodatne djelatnosti, poglavito razvoja turizma na seljačkim gospodarstvima. Poticanje razvoja turizma na seljačkim gospodarstvima, koji je započeo 1970-ih i 1980-ih godina, selektivno je bio usmjeravan samo na depopulacijska ruralna područja na kojima poljoprivredna proizvodnja nije mogla biti konkurentna na tržištu zbog prirodno-geografskih značajki prostora. Cilj razvoja bio je osigurati seljacima dodatna sredstva i vratiti ugled njihovu pozivu kako ne bi napuštali selo. Paralelno s razvojem turističkih seljačkih gospodarstava tekao je zaseban proces poticanja razvoja cjelokupnog ruralnog turizma, u okviru šireg razvojnog projekta koji je označen sintagmom „razvoj ruralnog prostora i obnova sela“. Primjerice, Zadružni savez Slovenije već je 1973. postavio okvire i platformu za „razvoj turizma na seljačkim gospodarstvima“, u kojoj su definirani uvjeti koje ta djelatnost mora

ispunjavati.[91] Diljem Europe poduzima se sve više inicijativa za razvoj ruralnog turizma. Međutim, ruralni turizam u Europi je daleko razvijeniji negoli u Hrvatskoj o čemu će biti riječi u nastavku.

3.3. Nastanak i razvoj turizma i ruralnog turizma u Hrvatskoj

Odlasci gradskih stanovnika „na ladanje“ i „odlasci na selo“, o čemu govore mnoga književna djela i koja prikazuju brojne umjetničke slike od prije stoljeća i više, mogu se smatrati pretečama suvremenog ruralnog turizma u Europi pa i u nas. Gradski žitelji osjećali su svojevrsnu privlačnost i izazov „negradskog“ prostora koji se sastojao od poljoprivrednog i šumskog zemljišta te vodenih površina, premreženih sustavom sela i sustavima infrastrukture u početnom stadiju razvoja. Takav ruralni prostor bio je, prema Kušenu (2006.) romantičarski okvir za provođenje slobodnog vremena, uglavnom privilegiranih slojeva društva.

U kasnijim razdobljima sve se više iz grada putovalo rodbini i prijateljima na selo, a motivi posjeta bili su često posve ekonomski, što je osobito bilo vezano uz mogućnost nabave jeftinije i kvalitetnije prehrane. Između dva svjetska rata na selo se odlazilo također iz klasičnih turističkih ponuda. U mnogim ruralnim dijelovima Hrvatske, prema istom autoru, ugostiteljska infrastruktura namjenjena turistima i izletnicima bila je mnogo razvijenija negoli je danas, primjerice, Plješivica, Kalnik i mnoga mjesta u Gorskom kotaru. U ruralni prostor putovalo se radi planinarenja, lova i ribolova, zdravlja, berbe šumskih plodina i slično.

Periodizacijom razvoja turizma u Hrvatskoj bavili su se brojni teoretičari turizma i nisu radili nikakve razlike u fazama u razvoju turizma u svijetu i Hrvatskoj. Međutim, za potrebe ovog rada relevantna je periodizaciju razvoja turizma u Hrvatskoj[92] koja razlikuje šest faza:

a) prva faza: razdoblje preteča turističkog razvoja ili pojava sličnih turizmu;
b) druga faza: kraj 19. stoljeća, odnosno faza znatiželje;
c) treća faza: razdoblje od početka 20. stoljeća do Prvog svjetskog rata, odnosno faza „osvješćivanja“;
d) četvrta faza: razdoblje između dva svjetska rata, odnosno faza prvih dostignuća;

[91] Općenito se smatra kako su razvoju ruralnog turizma u Sloveniji osobito pridonijeli brojni kvalitetni tečajevi iz domaćinstva i rad poljoprivredne savjetodavne službe. U novije vrijeme Slovenija je za razvoj ruralnog prostora pripremila posebnu kampanju pod naslovom „Cjeloviti razvoj ruralnog prostora i obnova sela“, a neke se njezine sastavnice mogu smatrati izravnim akcijama u razvoju ruralnog turizma, primjerice „Vinske ceste Slovenije“ (1995). Paralelno s tim akcijama u razvoju ruralnog turizma u Sloveniji tekle su i druge akcije, primjerice projekt „Putovima baštine Dolenske i Bele krajine“ i „Heritage trail“(1996).
[92] Vidi kod:Vukonić, 2005:21-24.

e) peta faza: razdoblje nakon Drugog svjetskog rata, odnosno faza intenzivnog turističkog razvoja;
f) šesta faza: razdoblje od 1991.godine do početka 21. stoljeća, odnosno faza oporavka i konsolidacije turističkog života u Hrvatskoj.

Vodimo li se analogijom razvoja turizma u svijetu i pokušamo li naći pojave i događaje kojima bismo mogli dokazati kako je i na tlu današnje Hrvatske u *predturističkoj fazi* postojalo nešto nalik na turizam, naići ćemo na mnoštvo primjera. Poznato je naime kako su se još stari Rimljani koristili ljekovitim svojstvima mineralnih vrela, npr. Varaždinskih i Karapinskih toplica za liječenje, odmor i razonodu. Prema tome, turizam se na prostoru današnje Hrvatske najprije i počeo razvijati u kontinentalnom dijelu, i to u mjestima s termalnim izvorima vode. Temeljna obilježja razvoja turizma *krajem 19. stoljeća* na tlu današnje Hrvatske Vukonić (2005.) vidi u iskazanoj znatiželji, prvim ugostiteljskim objektima u lokalnom vlasništvu, razvoju jedriličarstva i parobrodarstva s prvim zabilježenim organiziranim putovanjima, začetku prvih „turističkih mjesta", većinom klimatskih lječilišta, ali i stvaranju prvih većih prostornih obalnih cjelina „rivijera" (Opatijska, Crikvenička, Kaštelanska, Dubrovačka), dolasku stranog kapitala i izgradnji željezničke mreže, početku turističkog buđenja srednje Dalmacije, buđenju svijesti o koristima koje strani gosti donose turističkim mjestima, počecima državnog intervencionizma u području turizma (statistika, takse, zakonske odredbe).

Razdoblje od početka 20. stoljeća do kraja Prvog svjetskog rata obilježeno je prije svega turbulentim društveno-političkim zbivanjima pa stoga i uglavnom tek pojedinačnim akcijama i inicijativama u području razvoja turizma. U tom razdoblju su se afirmirali zdravstveno-turistički centri na Jadranu (Opatija, Crikvenica, Hvar), nastavilo se sa razvojem društvene turističke organizacije, a neka su mjesta svoju viziju razvoja definirala na razvoju turizma.[93]

Razdoblje između dva svjetska rata obilježio je rast turističkog prometa na prostoru današnje Hrvatske, otvaranje mnogih smještajnih kapaciteta, unaprjeđenje pravne regulative kao preduvjeta za poticanje razvoja turizma, a inozemni turistički promet nadmašuje rezultate ostvarenoga domaćeg turističkog prometa. Alfier (1994.) naglašava jednu od ključnih promjena u razvoju turizma u tom razdoblju, a ona se odnosi na konverziju „zimske i klimatske" u ljetnu „kupališnu" sezonu. Ta je konverzija sezona ujedno najvažnija prekretnica i jedna od najvećih mutacija u cjelokupnom dosadašnjem razvoju turizma s dalekosežnim posljedicama".

Razdoblje *nakon Drugog svjetskog rata do 1991. godine* obilježio je vrlo intenzivan razvoj turizma u Hrvatskoj. U prvoj etapi razvoja, nakon obnove ratom porušene zemlje do

[93] Npr. Brijuni, neki istarski gradići, Opatija, Crikvenica, Novi Vinodolski, Mali Lošinj, Rab, Kaštela, Brač, Hvar, Dubrovnik.

poljoprivredne reforme 1965. godine, mijenjaju se načini upravljanja gospodarstvom, potiče se industrijalizacija zemlje pa turizam nije u prvom planu. U tom razdoblju, sve do 1951. godine, domaći turisti dobivaju brojne povlastice (od povlastica u prijevozu do nižih cijena u usporedbi s cijenama za inozemne turiste). Kad su te povlastice ukinute, inozemni turistički promet preuzima primat u ukupnom turističkom prometu i u 1952. godini doseže udio od 66,8%. Nakon 1965. godine Hrvatska ulazi u drugu etapu intenzivnog razvoja koju Vukonić označava „zlatnim dobom hrvatskog turizma" i koje traje do 1975. godine. Nakon privredne reforme država počinje uočavati brojne ekonomske koristi koje turizam donosi gospodarstvu pa turizam dobiva status strateškog pravca razvoja. No, kao što je praksa razvoja turizma pokazala, turizam je taj status dobio samo deklarativno, dok je u stvarnosti odnos države prema turizmu bio maćehinski. Tu prije svega treba istaknuti neriješeni problem statusa izvoznika koji turizmu do danas nije poznat. Bez obzira na sve otegotne okolnosti u kojima se turizam u tom razdoblju razvijao, bitno obilježje te razvojne faze turizma ogleda se u ekspanziji izgradnje smještajnih kapaciteta.[94] Do 1975. godine sagrađeno je 69% svih osnovnih i više od 72% svih komplementarnih kapaciteta kojima je Hrvatska raspolagala 1990. godine. U *idućem desetogodišnjem razdoblju* (1980. – 1990.) u Hrvatskoj je ukupno sagrađeno samo 170 680 smještajnih kapaciteta. Pri tome je važno napomenuti kako je dosegnuta vrlo nepovoljna struktura tih kapaciteta jer su 73% činili komplementarni, a samo 27% osnovni smještajni kapaciteti. U razdoblju od 1980. do 1990. godine turistički promet u Hrvatskoj nije imao ravnomjernu uzlaznu putanju. Ipak, treba istaknuti kako je svoju kulminaciju razvoja hrvatski turizam dosegnuo u razdoblju od 1986. do 1998. godine. Turistička je statistika tako zabilježila da je 1986. godine Hrvatska ostvarila najveći broj turističkih noćenja u svojoj povijesti, dosegnuvši više od 68 milijuna noćenja, što nije nadmašeno ni 2008. godine (57,1 milijuna noćenja). Udio noćenja inozemnih turista iznosio je 89%. Najveći, pak, fizički obujam turističkog prometa Hrvatska je prije Domovinskog rata zabilježila 1987. godine kad je registrirano ukupno nešto manje od 10,5 milijuna turističkih dolazaka, pri čemu su turisti iz inozemstva ostvarili udio od gotovo 84%. Taj je rezultat Hrvatska uspjela nadmašiti tek od 2007. godine kad je registrirano nešto više od milijun turističkih dolazaka, a udio stranih turista ostao je isti.

Faza razvoja koja obilježava *razdoblje od samostalnosti Hrvatske do kraja 20. stoljeća* je razdoblje koje je zasigurno dominantno obilježila privatizacija i restrukturiranje turističkog sustava. Cijeli taj proces obilježile su, nažalost, brojne privatizacijske afere koje su još više

[94] Gotovo 95 000 hotelskih postelja i 285 000 komplementarnih smještajnih kapaciteta, mahom u kampovima, sobama i apartmanima privatnih iznajmljivača.

usporile Hrvatsku u hvatanju koraka s konkurencijom. Osnovni problem razvoja turizma i dalje ostaje nedefinirana vizija njegovog budućeg razvoja koja bi omogućila kreiranje toliko potrebne strategije razvoja turizma na nacionalnoj razini.

Ruralni turizam u Hrvatskoj počinje se razvijati u razdoblju nakon završetka Domovinskog rata, prvo u kontekstu poticanja razvoja kontinentalnog turizma, a poslije kao bitan činitelj razvoja ruralnog prostora i obnove sela. Ruralni turizam u Hrvatskoj razvijao se neravnomjerno, osobito zbog lokalnog i regionalnog utjecaja drugih činitelja. Primjerice, u maritimnom zaleđu (Istra) ruralni turizam počeo se razvijati kao sastavni dio destinacijskog proizvoda priobalnih turističkih mjesta, a u ostalom dijelu zemlje u funkciji podizanja kvalitete života na selu, posebno u funkciji osiguranja dodatnih prihoda tamošnjeg pučanstva. Niz je akcija poduzeto za razvoj turizma na seljačkim gospodarstvima, odnosno obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima (u daljnjem tekstu OPG), u organizaciji udruga seljaka, Hrvatskog farmera, Kluba članova Selo, Hrvatske gospodarske komore, Ministarstva turizma, županija, a u najnovije vrijeme i Ministarstva poljoprivrede. No učinci tih akcija nisu uvijek bili sukladni uloženomu trudu, čemu je uzrok bio u nasljedstvu sredine. Ubrzo se pokazalo kako se iskustva iz Austrije, Bavarske i Slovenije ne mogu mehanički „preslikavati“ u hrvatski ruralni prostor jer u Hrvatskoj nisu postojala seljačka gospodarstva sumjerljive veličine europskim seljačkim gospodarstvima. Najveći problem bila je veličina seljačkih gospodarstava u Hrvatskoj koja je 1991. u prosjeku iznosila 2,8 ha (dodatno rascjepkano na prosječno 5 čestica). Na toj veličini seljačkog gospodarstva nije se mogla organizirati nikakva turistička ponuda, a to je bilo vrlo teško i na onih 5,6% gospodarstava s više od 8 ha poljoprivrednog zemljišta.

Prema Kušenu (2006.), sustavni razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj možemo podijeliti na dva značajna razdoblja. Prvo je započelo 1995. i trajalo do kraja 1999. godine., kada je Hrvatska vlada donijela nacionalni program *Razvoj malog i srednjeg poduzetništva u turizmu* s naglaskom na održivi razvoj turizma u ruralnom prostoru. Drugo razdoblje, koje bilježi vidljive pomake u razvoju ove vrste turizma, započinje potkraj 2003. odnosno početkom 2004., kada nova Vlada Republike Hrvatske putem resora poljoprivrede i turizma, počinje ozbiljnije skrbiti o ruralnom prostoru i gospodarskim djelatnostima na ruralnim područjima. U Hrvatskoj je zasad jedino ruralni turizam Istre postao konkurentan europskom turističkom tržištu. Turističkoj ponudi istarskoga ruralnog prostora osobito pogoduje njegov geoprometni položaj (blizina morske obale, blizina Slovenije, Italije, Austrije, dobra prometna infrastruktura i slično). Ipak, uspoređujući stupanj razvijenosti ruralnog turizma u Hrvatskoj s Europom, proizlazi da se Hrvatska, prema procjenama, nalazi na početku razvojnog puta ovog oblika

turizma jer udio ruralnog turizma u europskim turističkim aktivnostima iznosi 10 – 20%, a u Hrvatskoj je udio ruralnog turizma oko 1%.

Razvoj ruralnog turizma se, prema Kušenu (2006.), odvija prema sljedećem obrascu: na prvo mjesto dolazi razvoj ruralnog turizma u primorskom zaleđu i u okolici nacionalnih parkova i parkova prirode, zatim slijede razvijeni dijelovi planinskih područja, okolice velikih i srednjih gradova te toplica, ali i vrlo atraktivni dijelovi poljoprivrednog područja, osobito u blizini velikih rijeka. Snažna turistička polarizacija hrvatskog prostora na maritimni i ostali, što se poklapalo s naglim razvojem masovnog turizma od pedesetih godina 20. stoljeća, stvorila je čvrstu granicu između maritimnog turističkog prostora i ruralnog prostora, koja je slijedila liniju morske obale na udaljenosti od samo 300, a iznimno, kod većih primorskih mjesta, do 3000 metara. Tako su turistički ostali nerazvijeni svi dijelovi hrvatskog kontinentalnog ruralnog prostora, uključujući cjelokupnu unutrašnjost Istre, neposredno morsko zaleđe i središnje dijelove velikih otoka.

Na temelju prethodno prikazanog osvrta na modernizacijeske procese u ruralnom području Hrvatske, turizam i ruralni turizam te njegove uloge u razvoju ruralnog područja, može se zaključiti kako je ruralni turizam zbog svoje relativno kratke povijesti nastajanja, jedna od najosjetljivijih gospodarskih aktivnosti na selu i u cijelom ruralnom prostoru. Modernizacijski procesi, poput faze rekompozicije u kojoj se ruralna područja Hrvatske i Koprivničko-križevačke županije trenutno nalaze, trebaju pridonijeti stvaranju mogućnosti revitalizacije seoskih naselja i ruralnih područja i otvaranju inovacijama svake vrste, od društvenih i gospodarskih do kulturnih u najširem smislu. Najzanimljivija inovativna aktivnost u tom smislu svakako je ruralni turizam koji u sebi sadrži koncept održivog razvoja.

4. DIMENZIJE ODRŽIVOSTI RURALNOG TURIZMA U HRVATSKOJ

4.1. Osnovna konceptualizacija ruralnog turizma u Hrvatskoj

Za razliku od europske tradicije u definiranju pojma ruralnog turizma,[95] određenje pojma ruralnog turizma u Hrvatskoj je nešto složenije, čemu su, između ostalog, pogodovale i specifičnosti hrvatskog jezika (tablica 4) u kojem je, po Kušenu (2006.), teško razlikovati seoski turizam (ruralni) od seljačkog turizma, odnosno turizma na seljačkom gospodarstvu. Jezični nesporazumi usko vezani uz razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj proizlaze iz činjenice kako riječi seljak i selo imaju isti korijen te se od njih tvore slični, ali različiti pridjevi seoski i seljački. Kako je u proteklih pedesetak godina pridjev seljački poprimao pogrdno, pejorativno značenje, zamjenjivalo ga se riječju seoski što je u stručnim nazivima i pravnim normama izazivalo neželjene nesporazume.

Tablica 4. Usporedba naziva vezanih uz ruralni turizam na hrvatskom, slovenskom, njemačkom, engleskom i talijanskom jeziku

HRVATSKI	SLOVENSKI	NJEMAČKI	ENGLESKI	TALIJANSKI
Ruralni prostor	Podeželje	Land	Rural area	Territorio rurale
Ruralni turizam	Počitnice na podeželju	Urlaub auf dem Land	Rural Tourism	Turismo rurale
SELO	VAS	DORF	VILLAGE	VILLAGGIO
Seoski turizam	KMEČKI	?	?	?
SELJAK	KMET	BAUER	FARMER	AGRICOLTORE
Seljačko gospodarstvo	Kmetija	Bauernhof	Farm	Possesso agricolo
Turizam na seljačkom gospodarstvu	Kmečki turizem	Urlaub auf dem Bauernhof	Farmtourism	Agriturismo

Izvor: Prvi kongres ruralnog turizma, Hvar, 2007. (E. Kušen)

Semantički problem produbljen je i kasnije kad se razvoj turističkih seljačkih gospodarstava počeo izravno povezivati s razvojem cjelokupnog ruralnog turizma u Hrvatskoj. Izbor pojma ruralni, kojim se prema *Strategiji prostornog uređenja Republike Hrvatske* smatra cjelokupnim prostorom izvan gradova, prostorom koji je predmet zanimanja u sociološkom i gospodarskom smislu, u kojem se rasprostiru mala ruralna društva ili ruralne zajednice, i koji je usko životno i radno povezan s pretežno prirodnim okolišem, temelji se na činjenici kako u

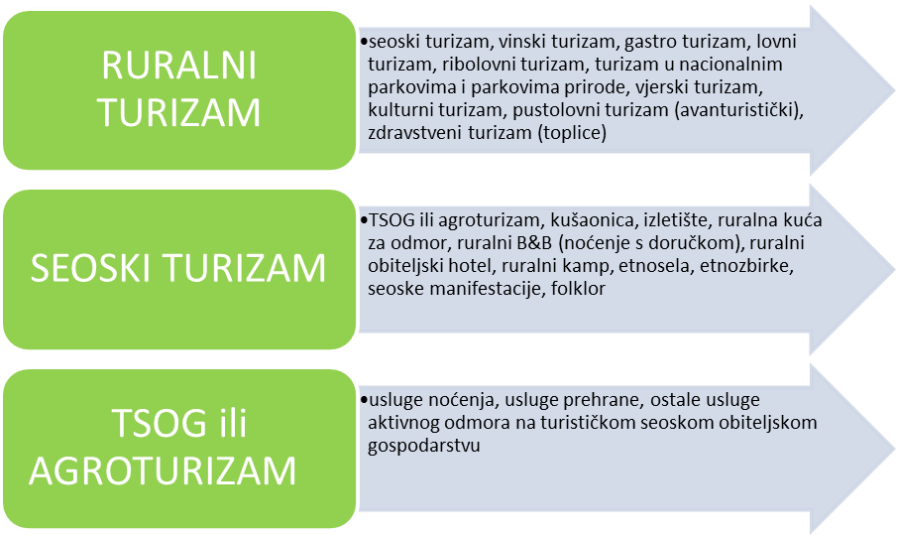
[95] „Gledajte, tu se odmah moramo vratiti na početak definicije. Netko može shvatiti da je ruralni turizam jedan latentni okvir koji ima isto svoju strategiju pa ju prenosi na komponente koje su tu, drugi ga doslovno shvaćaju kao jednu djelatnost, konzistentnost koja ima svoje sve instuticionalne formalne karakteristike što neće biti moguće prihvatljivo i niti bude išlo dalje, a s treće strane opasno je odreć se sada tog termina i njegove ozbiljnosti dok nismo našli supstituciju za takovo riješenje koje je tu“ (ispitanik-ca), preuzeto iz transkripta intervjua.

hrvatskom jeziku ne postoji odgovarajući naziv za cjelokupni izvangradski prostor koji bi naglašavao razliku između dijela naseljenog (seoskog) prostora i cjelokupnog izvangradskog prostora. Stoga se i pod pojmom ruralnog turizma podrazumijevaju doista vrlo različiti nazivi kao što su: seljački turizam, agroturizam, seoski turizam i slično. Osim toga, ruralni turizam ujedno je vrlo širok pojam koji označava svaku turističku aktivnost unutar ruralnih područja i obuhvaća različite vidove turizma.[96] Kao što je već ranije naglašeno, *ruralni turizam skupni je naziv za aktivnosti i oblike turizma koji se razvijaju u ruralnom prostoru, a određen je prirodnim i kulturnim resursima koji se tamo nalaze*. (Demonja, Ružić, 2010.). Kako bi se izbjegli nesporazumi u shvaćanju pojma ruralnog turizma, bitno je istaknuti osnovnu razliku između ruralnog, seoskog i turizma na seljačkom gospodarstvu koji se često koriste kao sinonimi.

Ruralni turizam najširi je pojam koji obuhvaća sve turističke usluge/aktivnosti/oblike turizma unutar ruralnih područja, uključujući npr. lovni, ribolovni, turizam u parkovima prirode, zimski, seoski, ekoturizam, zdravstveni, kulturni itd. Ruralni turizam nije nužno dopunska djelatnost na poljoprivrednom gospodarstvu kojom se stvara dodatni prihod, već može biti i profesionalna djelatnost (npr. mali obiteljski hotel, konjanički centar). Pritom sam pojam ruralnog područja nije strogo definiran, već se pod njim podrazumijevaju područja u kojima prevladavaju: prirodno okruženje, seoski okoliš, mala naselja i sela, zaseoci, izdvojena poljoprivredna gospodarstva s poljoprivredom i šumarstvom kao glavnim gospodarskim granama.

Seoski turizam uži je pojam od ruralnog turizma, a širi od turizma na farmi (turističkom seoskom obiteljskom gospodarstvu) i vezan je uz ambijent sela i njegovu užu okolicu te sve njegove aktivnosti (poljoprivreda, manifestacije, gastronomija, folklor, etnologija, ostala gospodarska aktivnost). *Turizam na seljačkom domaćinstvu* ili turističkom seljačkom obiteljskom gospodarstvu (u daljnjem tekstu TSOG), odnosno agroturizam, isključivo se odnosi na oblik turističke usluge koji je dodatna djelatnost na gospodarstvu sa živom poljoprivrednom djelatnošću, u sklopu koje se nude proizvodi proizvedeni na takvu gospodarstvu. Uključuje usluge noćenja, prehrane, te ostale usluge aktivnog odmora na turističkom seoskom obiteljskom gospodarstvu. Dakle, TSOG ili agroturizam pojavni je oblik seoskog turizma, dok je seoski turizam pojavni oblik ruralnoga turizma. Međuodnos između ruralnog turizma, seoskog turizma i turizma na seoskom obiteljskom gospodarstvu hijerarhijskog je tipa i može se prikazati shematski (shema 1).

[96] Ostali vidovi ruralnog turizma su:lovni, ribolovni,turizam u parkovima prirode, zimski, seoski, ekoturizam, zdravstveni, kulturni itd.



Shema 1. Međuodnos ruralnog turizma, seoskog turizma i turizma na turističkom seoskom obiteljskom gospodarstvu

Izvor: vlastito istraživanje (prilagođeno prema Baćac, 2011.:18)

Međutim ova rasprava o jezičnim nesporazumima se proširuje na još jedan naziv u području ruralnog turizma, blizak turizmu na seljačkim gospodarstvima, a to je (istarski) *agroturizam*. Smatramo da je potrebno dodatno pojasniti razliku između seoskog turizma, seljačkog turizma i agroturizma kako bi se pravilno interpretirala njihova hijerarhija.

Definicija koja nam se čini najprikladnijom za promišljanje seoskog turizma u hrvatskim okvirima i koju smatramo relevantnom za ovaj rad podrazumijeva, prema Jelinčić (2007.),[97] seoski turizam u smislu rekreacije u seoskoj sredini, uživanje u dokolici i miru ruralnih predjela, uživanje u prirodi i raznovrsnim krajolicima, nacionalnim parkovima te parkovima prirode, kulturni turizam te turizam na seoskim domaćinstvima. Također, za seoski turizam važan je spektar aktivnosti, usluga i dodatnih sadržaja koje organizira seosko stanovništvo na obiteljskim gospodarstvima u cilju privlačenja turista u vlastito područje te stvaranja dodatnog prihoda. Seoski turizam razlikuje se od ostalih vrsta turizama prema sljedećim elementima: ruralna/mirna sredina, očuvan okoliš, smještaj u tradicijskim seoskim domaćinstvima, komunikacija s domaćinima, domaća hrana u lokalno prepoznatljivom ambijentu (npr. klijeti, konobe i sl.) te upoznavanje poljoprivrednih poslova. Nadovezujući se na prethodno, navodimo ključne elemente seoskog turizma:

a) lociran je u ruralnim područjima;

[97] Vidi kod: Jelinčić, 2007:270 citirano prema Jafari.

b) funkcionalno je seoski: utemeljen na malom poduzetništvu, na otvorenom prostoru u izravnom dodiru s prirodom, zasniva se na naslijeđu i tradicijskim aktivnostima;
c) dozvoljava sudjelovanje u aktivnostima, tradicijama i načinu života lokalnog stanovništva;
d) osigurava personaliziran kontakt;
e) naselja i građevine su ruralni (malih razmjera);
f) tradicijski je po značenju, raste sporo i organski, povezan je s lokalnim obiteljima;
g) različitih vrsta, predstavlja kompleksan uzorak ruralnog okruženja, ekonomije, povijesti i lokaliteta;
h) visok udio turističkog prihoda koji koristi lokalnoj zajednici.[98]

Prema WTO-u ,[99] koncept seoskog turizma temelji se na bogatim prirodnim resursima, 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, sela; ruralni život odnosi se na obrtništvo, lokalne događaje, gastronomiju, tradicijsku glazbu; ruralne aktivnosti odnose se na jahanje, biciklizam, pecanje, šetnje, sportove. U tom smislu, koncept seoskog turizma u svojim se osnovnim odrednicama bitno razlikuje od gradskog ili odmorišnog turizma (tablica 5).

Tablica 5. Specifičnosti seoskog turizma naspram gradskog i odmorišnog turizma

Tipične značajke gradskog/odmorišnog turizma	**Tipične značajke seoskog turizma**
naselja s više od 10.000 stanovnika	naselja s manje od 10.000 stanovnika
izgrađen (urbaniziran) okoliš	prirodni okoliš
intenzivna infrastruktura	slaba infrastruktura
značajni zabavni i trgovački sadržaji	snažne individualne aktivnosti
veliki objekti	mali objekti
kompanije u nacionalnom/međunarodnom vlasništvu	posao koji je u lokalnom vlasništvu
samopodržavajući turistički interesi	turizam podržava ostale interese
zaposlenici mogu živjeti daleko od radnog mjesta	zaposlenici često žive blizu radnog mjesta
rijetko je pod utjecajem faktora sezonalnosti	često je pod utjecajem faktora sezonalnosti
odnosi s gostima su nepersonalizirani	odnosi s gostima su personalizirani
profesionalni menadžment	amaterski menadžment
etika rasta i razvoja	etika očuvanja/ograničavanja rasta

Izvor: Jelinčić (2007: 273) prema: „Razvoj seoskog turizma u Zagrebačkoj županiji“, prema Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), 1994.

[98] Prilagođeno prema Jelinčić (2007: 275) prema Roberts L., Hall D. (2001.).
[99] Svjetska turistička organizacija, prev.

Za razliku od seoskog turizma, koji je vezan uz ambijent sela, seljački je turizam, odnosno turizam na seljačkom gospodarstvu, u Hrvatskoj zakonski definiran kao *boravak turista u domaćinstvu koje je organizirano kao turističko seljačko gospodarstvo (seljačko domaćinstvo) radi odmora i rekreacije.*[100] Prema Pravilniku o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu,[101] seljačko domaćinstvo može pružati usluge smještaja u sobama i apartmanima do najviše 20 kreveta te u kampovima do najviše 10 smještajnih jedinica (30 gostiju). Gostima kojima se pružaju usluge smještaja mogu se pružati i usluge doručka, polupansiona i pansiona te usluživanja pića i napitaka iz pretežno vlastite proizvodnje (poljoprivredni proizvodi proizvedeni u vlastitom seljačkom domaćinstvu, na drugom seljačkom gospodarstvu s područja iste županije te gljive, samoniklo bilje, puževi, žabe, šumski proizvodi, ribe, divljač, itd.). Seljačko domaćinstvo koje se nalazi u okviru seljačkog gospodarstva ili obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva upisano u Upisnik seljačkih gospodarstava ili Upisnik obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava sukladno Zakonu o poljoprivredi[102] pruža ugostiteljske usluge u seljačkom domaćinstvu sukladno Zakonu o Ugostiteljskoj djelatnosti.[103]

Hrvatska gospodarska komora koristi se pojmom turističkog seoskog obiteljskog gospodarstva u nešto širem značenju: *„Turističko seosko obiteljsko gospodarstvo je manja gospodarska cjelina smještena u turistički atraktivnome kraju koja daje izvoran proizvod ili uslugu gospodarstva, a u čiji su rad uključeni svi članovi obitelji.“* Dakle poljoprivredno, obiteljsko seosko gospodarstvo, koje pruža turistički proizvod ili uslugu, stječe status „turističkoga seoskoga obiteljskog gospodarstva“, a turizam kojim se bavi obitelj na obiteljskom gospodarstvu dopunska je djelatnost vlasnika gospodarstva i njegove obitelji.[104]

S obzirom na činjenicu da kod nas pojam turizam na seljačkom gospodarstvu i pojam agroturizam nisu jednoznačno definirani, Brščić i sur. (2010.) navode definiciju OECD–a prema kojoj je agroturizam sastavnica ruralnog turizma, a „uže (je) definiran kao turistička aktivnost koja je organizirana od strane obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, odnosno poljoprivrednih proizvođača. Ostale spomenute vidove ruralnog turizma mogu organizirati poljoprivredna gospodarstva, ali to najčešće nije slučaj, nego ga uglavnom organiziraju subjekti

[100] Zakon o turističkoj djelatnosti, 1996.
[101] Dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/nn-5-08-Pravilnik-ugost-seljackodom.htm
[102] Narodne novine broj 66/01, 83/02
[103] članak 2 Zakona o poljoprivredi. Osim navedenoga, u seljačkom domaćinstvu mogu se pružati i usluge kušanja vina, voćnih vina, drugih proizvoda od grožđa ili rakije za najviše 50 osoba (izletnika) istodobno.
[104] Vidi kod: Brščić, Franić i dr., 2010:33.

izvan ruralnog prostora i/ili subjekti koji nisu uključeni u poljoprivrednu djelatnost“ (Brščić, Franić i Ružić, 2010.). Na temelju dosadašnje rasprave o pojmovima agroturizma i seljačkog turizma zaključujemo kako se agroturizam kao pojam koristi u marketinškom smislu, a turizam na seljačkom gospodarstvu u stručno-znanstvenom smislu.

Da bi se jedno seljačko gospodarstvo, odnosno registrirano obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo, odlučilo baviti agroturizmom kao dodatnom djelatnošću, mora biti adekvatno opremljeno i organizirano. Brojni činitelji utječu na kvalitetu ponude takvog gospodarstva, a neki od njih su zdrava klima, nezagađeni zrak, tlo i voda, okoliš (ljepota prirode) i atraktivna pozicija poljoprivrednog gospodarstva, prometna povezanost, telefonska povezanost sela, komunalna i servisna opremljenost, vlastita poljoprivredna proizvodnja, (npr. voćarstvo, povrćarstvo, ratarstvo, vinogradarstvo, pčelarstvo, ribogojstvo i dr.), raspoloživost većeg broja domaćih životinja na poljoprivrednom gospodarstvu, opremljenost gospodarskim zgradama, opremljenost stambenim zgradama za boravak i spavanje turista, prehrana domaćim tradicionalnim jelima, prodaja vlastitih poljoprivrednih proizvoda i prerađevina i mnogi drugi. Osim toga, određene skupine turista žele biti uključene u poljodjelske poslove pa tako planiraju svoj posjet obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima u sezoni određenih poljoprivrednih poslova kao što su berba i prerada voća i povrća, šišanje ovaca, žetva i spremanje sijena, mužnja krava i proizvodnja mliječnih proizvoda, proizvodnja i priprema tradicionalnih jela i pića (pečenje kruha u krušnoj peći, proizvodnja sireva, sušenje mesa itd.), upoznavanje tradicionalnih običaja, itd. Bilo koja od navedenih aktivnosti na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima može se obogatiti na više načina zavisno o kreativnosti domaćina i turista. Ljudi koji rade na agroturističkom gospodarstvu, osim znanja potrebnog za obavljanje poljoprivrednih djelatnosti, moraju posjedovati i određene poduzetničke i komunikacijske vještine, ali i kulturu ophođenja s ljudima, naročito ako nastoje pružiti usluge i ponuditi izvorni proizvod u duhu tradicije. Zato je vrlo važno turističko obrazovanje članova turističkih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstva, koje je ujedno predviđeno i zakonskim regulativama.[105]

Nažalost, na državnoj razini ne postoji središnja evidencija takvih domaćinstava, kao niti bilo kakva službena statistika o njima. Sukladno Zakonu, seljačka domaćinstva

[105] Tako je Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti, Zakonom o turističkoj djelatnosti i Pravilnikom o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu određeno da član gospodarstva koje se namjerava baviti pružanjem turističkih i ugostiteljskih usluga polaže ispit o osposobljenosti za pružanje ugostiteljskih usluga na seoskom domaćinstvu u kojemu mora zadovoljiti poznavanje osnovnih sanitarnih, veterinarskih i ostalih važnih propisa, zatim poznavanje gospodarskih kretanja, mjesta i uloge poljoprivrede i turizma u gospodarstvu Hrvatske, poznavanjem izvornih prehrambenih proizvoda te poznavanjem kriterija zaštite okoliša te kulturne i prirodne baštine (Franić, Grgić, 2002:135).

(gospodarstva) moraju biti upisana u Upisnik za obavljanje ugostiteljske djelatnosti koji se vodi na županijskoj razini, što zapravo predstavlja jedinu organiziranu evidenciju seljačkih domaćinstava koja se bave turizmom u Hrvatskoj. Pored službene klasifikacije objekata seljačkog domaćinstva koja se bave turizmom u RH, razvijena je i neslužbena tržišna tipologija domaćinstava u seoskom turizmu, utemeljena na pojavnim oblicima subjekata koji na tržištu pružaju ugostiteljsko-turističke usluge u ruralnim područjima. Sukladno tome,[106] ponuđači ugostiteljsko-turističkih usluga u ruralnim područjima u Hrvatskoj mogu se razvrstati u sljedeće oblike ponude:

a) agroturizam/seosko gospodarstvo/farma,
b) ruralna kuća za odmor,
c) ruralna vila s bazenom,
d) ruralni obiteljski hotel/pansion,
e) objekti koji pružaju usluge noćenja s doručkom (B&B),
f) sobe i apartmani – tradicijska arhitektura,
g) sobe i apartmani – nova arhitektura,
h) punktovi ekoturizma,
i) restorani, konobe, klijeti i sl.

Navedenu je tipologiju u Hrvatskoj jedna od prvih u praksi razvila Istra, a u upotrebi je uglavnom za marketinške svrhe prezentacije objekata seoskog turizma. Također, u Istri se, kao u vodećoj županiji u pogledu razvoja ruralnog turizma, često rabi sintagma agroturizam koja se proširila i na ostala područja u Republici Hrvatskoj.[107] Agroturizam, kao specifičan turistički proizvod Istre, može biti putokaz za stvaranje takve ponude ruralnog turizma, koja se s jedne strane oslanja na tradiciju koja uključuje ruralnu arhitekturu, tradicijski ambijent, kulturnu i prirodnu baštinu te regionalnu kuhinju, a s druge strane nudi najsuvremeniju ugostiteljsku i turističku uslugu.

Turistička seljačka obiteljska gospodarstva, na kojima se ostvaruje agroturizam ili seljački turizam, u proteklom desetljeću zaživjela su kao jedan novi turistički proizvod ruralnog prostora Republike Hrvatske čijem brzom kvantitativnom rastu i kvalitativnom rastu svjedočimo iz godine u godinu. Međutim, ponuda smještajnih kapaciteta u seoskom turizmu u Hrvatskoj, s izuzetkom Istarske, Osječko–baranjske i Zagrebačke županije, još uvijek je

[106] Vidi kod: Jelinčić, 2007:277.
[107] Agroturizam je, prema Geiću (2011:38) definiran kao oblik turističke usluge koji je dodatna djelatnost na gospodarstvu s živom poljoprivrednom djelatnošću uz kombinaciju ambijenta sela te popratnih tradicijskih manifestacija (folklor, gastronomija itd.).

neodgovarajuća. Analiza smještajnih kapaciteta pokazuje postojanje većeg broja TSOG-ova koji ne pružaju usluge prehrane, s isključivom ponudom noćenja, tek ponegdje noćenja s doručkom. Riječ je o uglavnom o objektima bez poljoprivredne proizvodnje, dakle oni nisu registrirani kao obiteljska poljoprivredna gospodarstva, već kao građani iznajmljivači, poput klasičnog ruralnog bed&breakfast-a[108] s pružanjem usluga doručka. U velikom broju TSOG-ova prevladava uglavnom poludnevni i jednodnevni izletnički turizam s uslugom prehrane u objektima izletištima, vinotočja i tematizirane kušaonice (vina, maslinovog ulja, sira, meda i drugih autohtonih proizvoda OPG-ova i TSOG-ova). Najveći problem radnog vremena za većinu TSOG-ova je isključiva najava posjeta, što je razumljivo jer je domaćinima turizam uglavnom dopunska djelatnost i veći dio vremena provode obavljajući poljoprivredne poslove. Radno vrijeme TSOG-ova nije definirano zakonom. Kad je riječ o radnoj snazi TSOG, zapošljavaju samo članove obitelji.

Razvoj agroturizma, odnosno TSOG-ova u Hrvatskoj, sustavno prati i potiče Hrvatska gospodarska komora u kojoj je 25. listopada 1995., radi bolje organizacije i suradnje vlasnika turističkih seoskih gospodarstava u Hrvatskoj, osnovana strukovna udruga pod nazivom Zajednica turističkih seljačkih obiteljskih gospodarstava, a koja 2008. godine mijenja ime u Zajednicu ruralnog turizma. Današnja Zajednica ruralnog turizma obuhvaća različite vrste turizma i oblike registracije djelatnosti, od kojih se posebno izdvaja turizam na seljačkim gospodarstvima Prema podacima Hrvatske gospodarske komore 1998. godine ukupno su registrirana 32 turistička seljačka obiteljska gospodarstava, 2007. registrirano su 352 turistička seljačka obiteljska gospodarstva, a 2014. registrirano je oko 470 turističkih seljačkih gospodarstava u Hrvatskoj (tablica 6). Iako je postotak rasta turističkih seljačkih obiteljskih gospodarstava visok, analize pokazuju kako nije ravnomjeran u svim županijama. U Hrvatskoj nema posebne evidencije turističkog prometa za ruralni turizam, već se njegovom utvrđivanju pristupa prema sličnoj metodologiji kao i za prikaz osnovnih kapaciteta smještaja.

U nastavku ovog rada posvetit ćemo pažnju ulozi ruralnog turizma u razvoju ruralnih područja te analizirati koliko je takva djelatnost održiva u postojećim uvjetima.

[108] Noćenje s doručkom, prev.

Tablica 6. Broj i vrsta objekata u ruralnom turizmu po županijama

ŽUPANIJA	TSOG/ TSOD	VINOTOČJE/ KUŠAONICA	IZLETIŠTE	SOBE	APP	RURALNA KUĆA ZA ODMOR	KAMP	TURISTIČKE USLUGE
BBŽ	20	6	8	11	2	3	0	2
BPŽ	15							
DNŽ	35	1	26	2	11			
IŽ[109]								
KŽ	11	1	1	12	2	1		7
KKŽ	14	6	5	7	3	2		1
KZŽ	14	9	5	19		1		1
LSŽ	9	1	4	6	1	1	1	
MŽ	17	12	4	10				2
OBŽ	78	6	44	90	3	2		5
PGŽ	4	2	1	4				1
PSŽ	18	4	5	10		1		9
SDŽ	52	12	33	13			6	1
SMŽ	42	2	10	24	2	1		21
ŠKŽ	38	32	34	11	6	3		
VŽ	16	7	7					1
VPŽ	5	1	1	2	1	1		
VSŽ	22	10	12	33	2			10
ZdŽ	23	11	7	28	5		2	
ZgŽ	31	14	19	17	2	1		5
GZ	6	2	3	4	1			
UKUPNO	**470**	**138**	**230**	**303**	**41**	**17**	**9**	**85**

Izvor: Ruralni turizam u Republici Hrvatskoj: Tematska sjednica Odbora za turizam Hrvatskog sabora, 4. prosinca 2014.

4.2. Uloga ruralnog turizma u razvoju ruralnih područja primjenom koncepta održivog razvoja

Ruralni turizam zaslužan je za brojne gospodarske i negospodarske učinke u ruralnom prostoru u kojem se odvija. Kao što je već naglašeno, ruralni prostor je osnovna pretpostavka i golem potencijal u razvoju ruralnog turizma. Ruralni prostor zauzima gotovo 90% površina Hrvatske od čega je 57% površina poljoprivredno, a 36% šumsko zemljište. Na tom prostoru živi oko 46% pučanstva koje je izravno ili posredno vezano uz poljodjelstvo. U ruralnom prostoru sve više se 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 negospodarskog, odnosno društvenog jedinstva zemlje, a razvoj ruralnog turizma prepoznat je

[109] Istarska županija još nije dostavila svoje podatke za 2014.

kao model za oživljavanje turističkih potencijala unutrašnjosti Hrvatske. Uzme li se u obzir prirodna i kulturna raznolikost naših regija, bogata resursna osnova turističkih atrakcija, očuvani okoliš i više od 160.000 upisanih poljoprivrednih gospodarstava, Republika Hrvatska ima preduvjete za razvoj ruralnog turizma i svih njegovih oblika. Međutim, u razvoju ruralnog turizma Hrvatska, kao i druge tradicijske zemlje, ima niz naslijeđenih, povijesno uvjetovanih problema; primjerice, vrlo mala (prosječno 2,8 ha) i usitnjena (prosječno 5 ha velika čestica zemlje) obiteljska poljoprivredna gospodarstva, staračka domaćinstva bez poduzetničkog iskustva te slabo razvijena komunalna i društvena infrastruktura. No, unatoč tome, ruralni turizam može postati jedan od osnovnih pokretača gospodarskih aktivnosti u područjima u kojima je do sada bio marginaliziran, te prema Ružiću (2009.), pokrenuti niz važnih gospodarskih i negospodarskih aktivnosti u ruralnoj sredini kao što su:

a) *uzgoj prirodne i zdrave hrane* za kojom je potražnja u porastu, a posebno u visokorazvijenim zemljama,

b) *oživljavanje poljoprivredne proizvodnje* na malim površinama uzimajući u obzir poznato tržište i potrošača,

c) *mogućnost aktivnog odnosa turista* prema prirodi i poljoprivrednoj proizvodnji na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima uključenima u ruralne oblike turizma,

d) *valorizacija svih vrijednosti* ruralnih oblika turizma koje daju ruralne sredine, omogućavajući čovjeku da na današnjem stupnju industrijskog i postindustrijskog društva povratak prirodnim vrijednostima, poljoprivrednim ambijentima, te rasterećenje od pritisaka i stresova urbanih sredina koji uvelike sputavaju vrijednosti njegove slobode,

e) *razvoj ruralnih oblika turizama* uključuje cjelokupnu ruralnu sredinu s ukupnim ambijentom seoskog života: stanovanjem, arhitekturom, vegetacijom i životinjskim svijetom, tradicionalnom kulturom i ostalim.

Najveću privlačnu snagu u ruralnim sredinama imaju obiteljska poljoprivredna gospodarstva u posebnim prirodnim ambijentima na kojima se može nuditi (prodavati) voće, povrće, vino, rakija, kulinarski i drugi običaji. Također, razvojem ruralnog turizma potiče se investiranje u kvalitetu stanovanja na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima i poljoprivredne proizvodnje. Na taj način ruralni turizam nadopunjuje osnovnu djelatnost obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava koja povećanom ekonomskom aktivnošću posluju bolje i uspješnije. Da bi se *ekonomski učinci* ruralnog turizma mogli ostvariti, neophodno je prema Demonji i Ružiću (2010.), usmjeriti ruralno gospodarstvo prema sljedećim strateškim ciljevima:

Poboljšati konkurentnost poljoprivrednog i šumarskog sektora restrukturiranjem i modernizacijom poljoprivrednih gospodarstava, stvaranjem uvjeta za usvajanjem i primjenu standarda zaštite okoliša, dobrobiti životinja, zaštite potrošača, sigurnosti hrane i standarda kvalitete u poljoprivrednom, šumarskom i ribarskom, odnosno prehrambenom sektoru. Dodavanjem vrijednosti poljoprivrednim i šumskim proizvodima, poboljšati upravljanje i povećanje gospodarske vrijednosti privatnih šuma, urediti poljoprivredno zemljište, srediti zemljišno-knjižno stanje i okrupniti poljoprivredni posjed.

Poboljšati kvalitetu poljoprivredne proizvodnje i trženja poljoprivrednih proizvoda potporom, uspostavom funkcioniranja i umrežavanja proizvođačkih organizacija (zadruga, specijaliziranih udruga poljoprivrednih proizvođača, saveza, organizacija proizvođača kao dijela tržnog reda), potporom poljoprivrednicima koji sudjeliuju u programima kvalitete hrane, promocijom hrvatskih tradicionalnih poljoprivredno-prehrambenih i obrtničkih proizvoda i hrvatske tradicionalne kuhinje, potporom marketinškoj pripremi proizvoda za tržište, provedbom postupka registracije oznaka izvornosti, zemljoipisnog porijekla i tradicionalnog ugleda poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, potporom tržnom informiranju.

Održivo koristiti poljoprivredno i šumsko zemljište potporom poljoprivrednicima u područjima s težim prirodnim uvjetima gospodarenja, pripremama provedbe potpora za mrežu Natura 2000 i uz Direktivu 2000/60/EZ, provedbom poljoprivredno-okolišnog programa, kultiviranjem neobrađenog poljoprivrednog zemljišta, poticanjem i promicanjem ekološke proizvodnje.

Proširiti proizvodni program ruralnog gospodarstva na nepoljoprivredne djelatnosti, osigurati potpore razvoju malog poduzetništva, razvijati ruralni turizam i ulagati u obnovljive izvore energije.

Institucionalizirati podršku gospodarskim aktivnostima poboljšanjem i olakšanjem pristupa financijskim i kreditnim sredstvima u ruralnim područjima, osiguranjem stručne potpore proizvođačima-poduzetnicima u ruralnim područjima, obukom i informiranjem za gospodarske činitelje koji djeluju na ruralnim područjima, potporama za pripremu i upravljanje projektima, te osnivanjem institucija: Agencije za ruralni razvoj, Agencije za poljoprivredno zemljište, Instituta za selo, Poljoprivredne komore, Centralne marketinške agencije.

Osim gospodarskih, ruralni turizam ostvaruje i brojne *negospodarske učinke* kao što je na primjer, pozitivan utjecaj na očuvanje prirodnog okoliša, budući da je oko 9,1% kopnenog teritorija Hrvatske zaštićeno, od čega približno 78% čine nacionalni parkovi i parkovi prirode, dok su ostale površine u drugim kategorijama zaštite (zaštićeni krajolici, spomenici prirode i drugo). Ostali *neekonomski učinci*, koji proizlaze iz razvoja ruralnog turizma su, primjerice,

raznolikost krajolika, kulturnog i povijesnog nasljeđa, tradicijskih vještina i proizvoda, šumskih područja za lovni turizam i iskorištavanje drva, raznovrsnosti poljoprivredne proizvodnje, sektora malog i srednjeg poduzetništva u razvoju, porast poduzetničkih inicijativa i drugi. U svrhu ostvarivanja neekonomskih učinaka ruralnog turizma u Hrvatskoj treba, prema istim autorima, olakšati pristup istraživanjima, koristiti inovacije i informacijsko komunikacijske tehnologije, poboljšati izobrazbu, promicati znanje i poboljšati ljudske potencijale, očuvati i obnoviti kulturno nasljeđe, te, općenito poboljšati kvalitetu života u ruralnim područjima.

S obzirom na činjenicu da su se do sada, povijesno gledajući, dogodile brojne promjene u društvenoj i gospodarskoj strukturi sela, primjerice, smanjilo se značenje poljoprivredne proizvodnje, smanjio se udio poljoprivrednih prihoda u ukupnom prihodu, smanjio se broj seljaka, sve je opsežnija lista nepoljoprivrednih zanimanja koja susrećemo na selu te onih za koja znamo da bi se danas mogla obavljati na selu, povećan je interes seoskog stanovništva za školovanje djece, smanjena je privlačnost grada za mlađu seosku populaciju, povećan je interes gradskih stanovnika za život u negradskom okolišu itd., jako je važno da se usvoji „novi pristup“ selu. Razlozi tomu su (osim prethodno navedenih), prema Štambuk (2015.) promjene u odnosu prema selu i prema poljoprivredi, koja sve manje dominira gospodarskim, ali zato ne manje društvenim i kulturnim životom seoskog stanovništva. Promjeni tog odnosa svakako je pridonijela revalorizacija prostora, zemljišta – jer osim klasične namjene – za poljoprivrednu proizvodnju – sve više služi i u druge, vrlo različite svrhe. Također, kako se povećala opasnost za zdravlje ljudi i okoliš, povećala se briga i osjetljivost sve većeg broja stanovnika prema stanju toga prirodnog resursa. Sve se više razmišlja o primjerenom razvitku i o tome kako upravljati tim potencijalima. Novi pristup selu i ruralnom području podrazumijeva socijalnu i gospodarsku diverzifikaciju, odnosno razvoj koji se ne oslanja samo na poljoprivredu (kao što je to bilo evidentno u prošlosti), nego i na ostale gospodarske grane koje se direktno ili indirektno naslanjaju na nju, i koji je u svojoj osnovi, održiv.

Iako ruralni turizam ne može biti rješenje za probleme agrarne politike i razvoja sela, ipak može dati određena rješenja u razvojnoj politici sela i ruralnog područja u stvaranju novih tržišta za tradicionalne (zanatske) proizvode, u traženju novih izvora prihoda domaćinstva, osobito za žene koje na selu teško nađu zaposlenje jer se tradicionalni poslovi ne šire i ne obnavljaju, te u poticanju potražnje za izvornim proizvodima koji se izrađuju i koriste samo na selu i u poljodjelstvu. Prema tome, ruralni turizam u Hrvatskoj može biti značajan činitelj u aktivaciji i održivom razvoju ruralnog prostora koji pomaže očuvanju lokalnog identiteta, tradicije i običaja, štiti okoliš, jača autohtonu, tradicijsku i ekološku proizvodnju te pomaže

razvoju ruralnih krajeva temeljem održivog razvoja, pa ga s pravom možemo nazvati *budućnošću svjetskog turizma.*

Prema Demonji i Ružiću (2010.), važnost ruralnog turizma, prije svega, ogleda se u vrlo važnoj interakciji poljoprivredne proizvodnje, proizvodnje tradicionalnih proizvoda, prezentiranju tradicije, tradicijske gastronomije i turističkih usluga, odnosno korištenju već postojećih resursa. *Razvoj ruralnog turizma temelji se na održivom razvoju. On je vidljiv u revitalizaciji već postojeće, tradicijske gradnje, odnosno baštine, kojoj se daje nova namjena – ona turistička.* Ruralni turizam pokušava na novi način objediniti, obnoviti i organizirati prostor. On nema potrebu za izgradnjom novih kapaciteta, već se susreće s izazovima kako na najbolji i najkvalitetniji način iskoristiti postojeće strukture. Ruralni turizam je velikim dijelom zaslužan za spoznaju o potrebi održivog razvoja jer je najviše zainteresiran za održivost svih resursa koji su temelj njegova razvoja i održivosti. Primjena koncepcije održivog razvoja u ruralnom turizmu treba omogućiti da nekontrolirani razvoj ne uništi resurse na temelju kojih se turizam i počeo razvijati na određenu području jer o prirodnom i kulturnom resursu ruralnog područja ovisi zadovoljstvo turista i turistički razvoj. Ruralni turizam zamišlja se kao čista gospodarska aktivnost koja ne oštećuje okoliš,[110] međutim rastom turističkih kretanja to se viđenje sve više dovodi u pitanje. Ruralni turizam može bitno utjecati na sljedeće resurse i okružje, o čemu treba voditi osobitu brigu:

a) prirodni ekosustav i resursi (zemlja, fauna, flora, krajolik i zrak),
b) izgrađeni okoliš (posebno graditeljsko naslijeđe),
c) lokalne zajednice (kultura, vrijednosni element, stavovi i sl.),
d) lokalno, regionalno i nacionalno gospodarstvo.

U budućnosti će, prema mnogim predviđanjima, utjecaj na okoliš biti još jači, posebno na prirodu, zemlju, vodu i energiju. Negativne se posljedice povećavaju i neizravnim učincima turizma vezanim za razvoj urbanih područja, trgovine, prijevoznih usluga, ali i izgradnju kuća za odmor, infrastrukture i stambenih objekata za one koji se doseljavaju iz drugih krajeva radi zapošljavanja u turizmu. Pozitivne strane zbog kojih se lokalne zajednice odlučuju na razvoj turizma potvrđuju se gospodarskim razvojem: izgrađuju se smještajni kapaciteti i druga infrastruktura, razvijaju pogodnosti i usluge (promet, ceste, kanalizacija i dr.), uljepšava okoliš, povećava se zapošljavanje, razvija se trgovina i druge usluge koje više koriste stanovnici nego gosti (zdravstvo, telekomunikacije i dr.) koji kraći dio godine borave u turističkom lokalitetu.

[110] Kao što ga npr. oštećuje proizvodnja, rudarstvo, sječa šuma i intenzivna agrarna proizvodnja (op.a.).

Prema tome, *koncept održivog razvoja ruralnog turizma* mora voditi računa o sljedećim elementima:

a) kulturi i obilježjima lokalnih zajednica,
b) krajoliku i prirodnim staništima,
c) ruralnom gospodarstvu,
d) turizmu na duži rok,
e) većem razumijevanju koncepcije održivog razvoja među onima koji donose odluke o planovima razvoja.

Bitno je istaknuti kako u novije vrijeme postoje vrlo jaki sukobi između onih snaga koje potiču razvoj ruralnog turizma radi zaustavljanja ruralnog zaostajanja i onih snaga koje traže zaštitu i čija bi nastojanja mogla „fosilizirati" selo i njegove prirodne prostore. Održavanje ruralnog turizma u održivim okvirima predstavlja veliki izazov jer održivi pristup turizmu traži izbjegavanje neuravnoteženih pristupa gospodarskom rastu. S druge strane, gospodarski rast koristi turizam za još veći i širi gospodarski napredak. Prema tome, ruralni se turizam treba razvijati na način koji naglašava razvoj ruralnih područja te mora ostati ruralan po veličini (obuhvatu) i razvoju u skladu s okruženjem. Ruralni turizam treba staviti u upotrebu postojeće objekte i pogodnosti i u razvoj uključiti lokalno stanovništvo. Ruralni turizam treba biti prilagođen mogućnostima prostora i lokalnom *nosivom kapacitetu* održivog ekosustava.

4.3. Načela održivog razvoja u ruralnom turizmu

Održivi razvoj, u užoj perspektivi razvoja turizma i kao noviji pristup razvoju turizma koji se nadovezuje na koncept održivog gospodarskog razvoja, nastao je, prvotno, zbog sve veće brige za budućnost osjetljivih i oštećenih područja na planetu. U početnoj je koncepciji zaštita okoliša bila osnovna komponenta, posebno usmjerena na masovni turizam, ali je cijeli koncept ubrzo usmjeren prema cjelokupnom turizmu te se odnosi jednako na područja netaknute prirode kao i na ruralna i urbana područja, uključuje zaštitu i poznavanje kulturnog naslijeđa i arhitekture te traži promjene u receptivnim područjima i njihovim razvojnim politikama kao i ponašanju turista.

Oblikovanje i implementaciju održivog razvoja najcjelovitije sadržava Agenda 21 koja predstavlja plan aktivnosti na svim područjima vezanim za održivi razvoj na Zemlji, a upućuje na potrebu novog pristupa razvoju i shvaćanju utjecaja ponašanja ljudi na okoliš. Od 27

usvojenih načela[111] navodimo samo ona koja su u neposrednoj vezi s održivim razvojem i turizmom, a čiji su nositelji sve države:

a) *Čovjek* je u središtu interesa održivog razvoja. On mora imati mogućnost zdravog i produktivnog života u skladu s prirodom.
b) *Države* imaju, u skladu s Poveljom Ujedinjenih naroda i načelima međunarodnog prava, suvereno pravo iskorištavati svoje resurse u skladu sa svojom politikom razvoja i zaštite okoliša te imaju odgovornost osigurati da aktivnosti u područjima pod njihovom jurisdikcijom i kontrolom ne uzrokuju štetu okoliša drugih država.
c) Svatko ima *pravo na razvoj* tako da se omogući razvoj i kvalitetan okoliš sadašnjim i budućim naraštajima.
d) Sve države i ljudi moraju surađivati u ostvarenju temeljnog zadatka – prevladavanja siromaštva kao važnog zahtjeva održivog razvoja.
e) *Države moraju surađivati* u duhu globalnog partnerstva na očuvanju, zaštiti i obnovi zdravog i integralnog ekosustava Zemlje. S obzirom na različite utjecaje na onečišćenje okoliša države imaju zajedničke, ali i posebne odgovornosti.
f) Za dosezanje održivog razvoja i više kvalitete života svih ljudi države moraju *smanjiti* i/ili eliminirati *neodržive načine proizvodnje* i potrošnje te promovirati prikladnu demografsku politiku.
g) S problemima zaštite okoliša država se najbolje suočava i rješava ih uz *sudjelovanje stanovništva.* Na nacionalnoj razini svaka osoba mora imati adekvatan pristup informacijama vezanim za stanje okoliša, one trebaju biti dostupne javnosti.
h) Države moraju donijeti učinkovitu *pravnu regulativu* po pitanju zaštite okoliša. Standardi zaštite okoliša, menedžerski zadaci i prioriteti trebaju biti usklađeni sa stanjem okoliša u području na kojem subjekt djeluje.
i) Države moraju efikasno surađivati kako bi *osujetile namjere* i aktivnosti premještanja onih aktivnosti koje su *ekološki opasne* i opasne za ljudsko zdravlje u druge zemlje.
j) Nacionalne vlasti trebaju nastojati promovirati *internalizaciju troškova okoliša* i korištenje ekonomskim instrumentima, prema kojem onečišćivač treba snositi troškove onečišćenja, imajući pri tome na umu javni interes.
k) *Procjenom utjecaja na okoliš* kao nacionalnim instrumentom treba se koristiti u svim slučajevima u kojima postoji i najmanja sumnja da bi određeni projekt mogao imati negativne utjecaj na okoliš.

[111] Usvojena načela treba ugraditi u sve međunarodne sporazume i dogovore u službi očuvanja kvalitete održivog razvoja.

l) Države moraju odmah *izvijestiti* druge države o svim prirodnim katastrofama i ostalim potencijalnim opasnostima koje mogu izazvati iznenadne štetne efekte na okoliš tih država.

m) *Znanje i tradicionalna praksa autohtonog stanovništva* i njhovih zajednica imaju vitalnu ulogu u menadžmentu zaštite okoliša i razvoju.

n) Potrebno je *zaštititi okoliš* i prirodne resurse ljudi koji su ugnjetavani ili pod okupacijom.

o) *Mir, razvoj i zaštita okoliša* su međusobno ovisni i neodvojivi

p) Države moraju *u miru rješavati* sve nesuglasice glede zaštite okoliša u skladu s poveljom Ujedinjenih naroda.

q) Države i ljudi moraju *surađivati u dobroj vjeri i u duhu* partnerstva radi ostvarenja ovih načela te u budućem razvoju međusobnog prava na području održivog razvoja.

Prema UNWTO-u[112] održivi turizam, odnosno održivi turistički razvoj, takav je razvoj koji: „...zadovoljava potrebe turista i njihovih domaćina štiteći i unapređujući razvojne mogućnosti. Želi ostvariti upravljanje resursima na način da ekonomske, socijalne i estetske potrebe budu ostvarene tako da se održi kulturološki integritet, osnovni ekološki procesi, biološka raznolikost te sustavi na kojima počiva život.“ (Održivi turizam u 10 koraka, 2006.) U tom smislu, održivi razvoj turizma i ruralnog turizma može se objasniti kao odnos između različitih aktivnosti u turizmu i svih komponenti održivosti: u ekološkom, sociokulturnom i ekonomskom području, a koji se mogu primjeniti na te aktivnosti. Ključni čimbenik svih tih odnosa su, prema Bartoluciju (2013.) ljudi koji se u turizmu nalaze u različitoj ulozi i aktivnostima, a aktivnu ulogu u održivom razvoju ruralnog turizma imaju:

1. *turisti*

Glavni su korisnici – kupci – proizvoda i usluga koje, u marketinškom smislu, možemo tretirati kao turistički proizvod. Turisti nisu samo kupci, oni su aktivni suakteri svih zbivanja u određenoj turističkoj destinaciji te svojim ponašanjem direktno utječu na održivost.

2. *zaposlenici*

Brojni su djelatnici u različitim turističkim djelatnostima: u hotelima, restoranima, agencijama, kulturnim, sportsko-rekreacijskim i drugim aktivnostima. Svi oni utječu izravno ili posredno svojim djelovanjem ili ponašanjem na održivost turističke destinacije.

[112] UNWTO: United Nation World Tourism Organization: Svjetska turistička organizacija Ujedinjenih Naroda.

3. *organizacije i javne službe*

Imaju također izravan ili posredan utjecaj na održivost u ekološkoj, sociokulturnoj ili ekonomskoj sferi destinacije. Oni tu ulogu ostvaruju svojom djelatnošću i funkcijama u destinaciji putem zajedničkih interesa i aktivnosti.

4. *lokalno stanovništvo*

Lokalno stanovništvo ima važnu ulogu u održivosti destinacije ili turističkog mjesta bez obzira bave li se poslovnim aktivnostima u turističkom sektoru (npr. iznajmljivanje soba) ili u nekoj drugoj djelatnosti. Oni imaju poseban interes jer se održivost destinacije izravno manifestira na kvalitetu života u određenom mjestu.

Na taj način, ljudi kreiraju i realiziraju održivi turizam kao razvoj koji „ ...jednako uzima u obzir način putovanja i potrebe turista, te interese domicilnog stanovništva i turista u destinaciji kada se zadovoljavaju turističke potrebe.“ Sve aktivnosti, prema Čavleku (2011.) u receptivnim područjima moraju biti „kompatibilne s kapacitetom opterećenja prirodne okolice, što znači respektirati načela korištenja resursa što je moguće učinkovitije.“ Dakle, o održivom razvoju turizma općenito, i ruralnom turizmu posebno, trebalo bi govoriti kada su razvojni procesi dugoročno usmjereni na povećanu ekološku odgovornost, socijalnu toleranciju i gospodarsku izdašnost. Načela održivog razvoja (Vukonić, Keča, 2001.), kao što su *načela ekološke održivosti, načela sociokulturne održivosti te načela ekonomske održivosti*, mogu se primjeniti na ruralni turizam i tako činiti koncept održivog razvoja u ruralnom turizmu.

Općenito, *ekološka održivost* podrazumijeva razvoj koji je usklađen s održavanjem ekoloških procesa, biološkim različitostima i resursima. Brojni konflikti u prostoru su posljedica demografske ekspanzije, nekontrolirane urbanizacije, primjene kemijskih i drugih sredstava i načina u poljoprivrednoj proizvodnji, industrijske proizvodnje, snažnog razvoja prometa, ratnih razaranja i slično. Posljedice toga dovode do onečišćenja vode, zraka, tla, flore, faune i drugih prirodnih resursa koji su osnova razvoja brojnih djelatnosti, a posebno turizma. Turizam je najviše zainteresiran za dugoročnu ekološku održivost jer su okoliš i prirodni resursi temeljni uvjeti njegova razvoja. Međutim, turizam je samo jedan od korisnika prirodnih resursa uz brojne druge korisnike istog prostora iz područja gospodarskih, javnih i drugih djelatnosti. Stoga brigu o zaštiti prirodnih resursa i troškove održivosti trebaju preuzeti svi korisnici okoliša, a ne samo turizam. Zbog navedenog se postupno uvodi i *.menadžment okoliša*[113] koji primjenjuje različita menadžerska znanja, tehnike i metode pri upravljanju gospodarskim

[113] Engl. Environmental management.

subjektima radi očuvanja okoliša koji je važan za poslovanje i ima esencijalnu važnost za opstanak čovječanstva (Smolčić Jurdana, 2003.).

Paradigma održivosti okoliša upućuje sadašnje naraštaje da moraju ostaviti budućima ukupnu resursnu osnovu koja nije manja od one koju je sama naslijedila. Međutim, okoliš ima brojna ograničenja u zadovoljavanju sadašnjih i budućih potreba. Stoga bi održivi turizam prema Bartoluciju (2013.)[114] trebao zadovoljiti sve potrebe turista, a istodobno dugoročno održati kvalitetu okoliša kako bi buduće generacije u određenoj zajednici mogle na izvornim karakteristikama i svojstvima prirodnih i antropogenih resursa razvijati turizam.

Nadalje, *sociokulturna održivost* zasniva se na socijalnim i kulturnim odnosima u turizmu. Sociokulturna održivost jamči kompatibilnost razvoja s očuvanjem kulture i sustava vrijednosti ljudi na koje utječe razvoj te trajno održavanje i isticanje identiteta lokalne zajednice (Smolčić Jurdana, 2003.). Upoznavanje lokalne kulture, jezika, običaja i kulturne baštine za turiste mogu biti nove vrijednosti. Jednako tako, komunikacija s turistima i za lokalno stanovništvo može biti zanimljiva.

Autorica se, primjerice, zalaže za tzv. *društvenu održivost* koja omogućuje samokontrolu i vlastitu politiku u upravljanju resursima kao što su kulturološki identitet, institucije, općeprihvaćeni standardi, poštenje, disciplina, itd. Sve to čini moralni kapital koji je najmanje podložan mjerenju, ali je najvažniji za društvenu održivost te zahtijeva održavanje i obnavljanje putem religijskog i kulturnog života zajednice (Smolčić Jurdana, 2003.).

Sociokulturna održivost je podložna promjenama u skladu s promjenama koje nastaju razvojem društva. Zaštita sociokulturnih vrijednosti unutar turističke destinacije nije samo zadaća turizma nego cijelog društva.

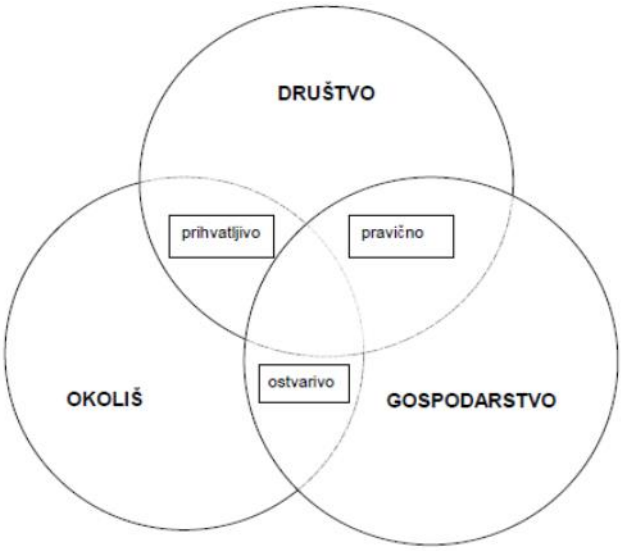
Općenito, *ekonomska održivost* ruralnog turizma zasniva se na zdravom i ekonomski učinkovitom razvoju koji podrazumijeva optimalno upravljanje resursima tako da se njima mogu koristiti i budući naraštaji. Ekonomska održivost treba omogućiti ekonomski uspješan razvoj, a korištenje i upravljanje resursima mora osigurati njihovu očuvanost i za buduće generacije. Ekonomsku održivost, kao i održivi turizam, moraju dugoročno graditi svi suakteri na određenom prostoru jer se jedino tako može osigurati kvaliteta života u sadašnjosti i budućnosti. Ekonomska održivost kompatibilna je s ekološkim i sociokulturnim načelima održivosti. No, da bi koncept održivog turizma općenito i ruralnog turizma osobito bio moguć i provediv, ističu se sljedeće *preporuke* koje je, prema Pančić Kambol (2011.) potrebno uvažiti:

[114] Cit. prema Bilen, Bučar, 2004:90.

a) *upotreba skupnih i pojedinačnih prijevoza na energetski slabiji pogon* (vlak, bicikl);
b) *izbor destinacija bliže domicilu* i u manje ekološki osjetljivim područjima;
c) *konkurencija infrastrukture prihvata* u mjestima koja su već narušena i degradirana, u smislu napuštene poljoprivrede, obnavljanje tradicionalnog krajolika, ponovno sađenje autentičnih, tradicionalnih biljka kako bi se obnovila netaknuta područja;
d) mobilizacija, uz potpunu primjenu menadžmenta prirodnih resursa, vlasnika farmi, povijesnih nastambi, privatnih šuma, dobrovoljnih rezervi u zaštiti vrsta i značajnih prostora iz područja kojima se bave pojedinci i organizacije te *razvoj oblika prihvata na prirodan način*
e) *bolje upravljanje zaštićenih mjesta* koja se već previše posjećuju (nacionalni parkovi, veliki gradovi, povijesni gradovi) uvodeći sredstva vrednovanja posjetilaca, prihoda, kapaciteta opterećenja te stvaranje zona osjetljivosti na održivost;
f) *regionalno planiranje okoliša* u svrhu povezivanja različitih površina kao mjera održavanja krajolika, estetska kvaliteta pojedinih predjela, recikliranje, upravljanje u prijevozu i budući pritisak na prihvatljivim ograničenjima promjena;
g) *norme (dobrog) ponašanja i praksa* usmjerena na sve sudionike u turizmu;
h) *priručnici upravljanja okolicom* za objekte prihvata, a posebno za hotele koji žele istaknuti neku posebnu politiku.

„Na taj način, primjena preporuka vezanih za održivi turizam i održivi ruralni turizam podrazumijeva stvaranje kvalitetne ponude uz primjenu novih tehnoloških rješenja i inovacija (programi uređenja mjesta, nove pogodnosti i turističkih privlačnosti) te uključuje socijalni i politički aspekt široko utemeljenog i usmjerenog na očuvanje okoliša s prioritetnom brigom za očuvanje ekosustava i prirodnih resursa, osiguranje vrijednosti resursa na duže vrijeme usmjeravanjem turističke aktivnosti na raspoznavanje potreba zaštite okoliša kao konkurentnog elementa u marketingu turističkog proizvoda“ (Pančić Kombol, 2001.).

Općenito, kada govorimo o održivom razvoju u ruralnom turizmu, trebamo podsjetiti kako se održivi razvoj može opisati kao ciljni trokut u kojem se uravnotežuju tri naizgled konfliktna područja: okoliš, društvo i ekonomija (slika 1).



Slika 1. Tri sastavnice održivog razvoja

Izvor: http://odraz.hr/media/21831/odrzivi_razvoj.pdf

Ta tri elementa u turističkom razvoju moraju biti iskorištena tako da promoviraju ekološku odgovornost, ekonomsku efikasnost i društveno osjetljiv turizam na svim razinama. Prema tome, (Čavlek, 2011.) održivi razvoj ruralnog turizma trebao bi se temeljiti na sljedećim načelima:

a) Planiranje u turizmu potrebno je usmjeriti prema adekvatnom korištenju resursa;
b) Koncepcija održivog razvoja nije „antirazvojna“ nego ističe limite koji se odnose i na turizam;
c) Koncepcija mora obuhvatiti dugoročni razvoj turizma;
d) Menadžment održivog razvoja turizma treba voditi računa o problemu zaštite okoliša, ali i o ekonomskim, socijalnim, kulturnim i drugim načelima održivosti;
e) Svi relevantni subjekti trebaju biti uključeni u donošenje odluka o održivom razvoju;
f) Potrebna je realna procjena mogućnosti promjene održivog razvoja u praksi u sadašnjosti i u budućem razvoju;
g) Destinacije trebaju iskoristiti tržišne prednosti primjene održivog razvoja;
h) Zbog mogućih sukoba u korištenju resursa, nužni su ustupci i kompromisi;
i) U ocjeni koristi i troškova održivog razvoja u turizmu treba poštivati sve subjekte koji imaju utjecaj na održivi razvoj.

Međutim, ovdje treba voditi računa i o *kapacitetu održivosti ili prihvata* u ruralnom turizmu koji predstavlja vrlo bitnu dimenziju održivog razvoja ruralnog turizma. Svaka turistička destinacija ima granice iznad kojih ne može razvijati svoje aktivnosti. Te se granice

izražavaju kapacitetom održivosti ili prihvata nekog područja, odnosno stupnjem iskorištavanja, količinom prijema ljudi, sadržaja, aktivnosti i sl., a da se pritom „ne ugrožava okoliš, kultura, te interaktivni sklad gospodarskih sektora, organizacija i pojedinaca.“ Turizam je posebno osjetljiv na kapacitet održivosti resursa zbog čega se njegove funkcije moraju planski određivati na duže razdoblje i tako osigurati kontinuitet u turističkim privlačnostima. Kapacitet održivosti treba jasno odrediti na duže razdoblje te uspostaviti kontrolu okoliša koja čini povratnu spregu onima koji odlučuju i kontroliraju gospodarske aktivnosti. Koncepcija kapaciteta održivosti turističke destinacije razmatra se s aspekta bioloških, ekoloških i kulturnih ciljeva te s aspekta razvojnih planova, politika i projektiranja. Kapacitet održivosti prirodnih resursa u turizmu je razina posjeta iznad koje će se dogoditi neprihvatljivi ekološki i društveni utjecaji, što znači da, prema Smolić Jurdana (2003.), obuhvaća „dopušteni obim razvoja koji se određuje stanjem granica okružja i potražnje“, a društveni kapacitet održivosti nekog područja je „veličina na kojoj dolazi do društvenog raskola iznad kojeg su iskustva posjetitelja i stanovnika negativna.“ Prema istom autoru, pristupi koncepciji i definiranju su različiti i zbog različitih interesnih strana te zbog velikih različitosti područja i resursa. Za neke ekosustave kapacitet održivosti može biti njihov ekološki (biološki) kapacitet, kapacitet prihvata turista, kapacitet održivosti smještaja i prijevoza te psihološki kapacitet održivosti.

Ekološki (biološki) se kapacitet održivosti prelazi onda kada se dogode promjene u ponašanju životinja u divljini, kada vrste počinju nestajati, a erozija tla postaje vidljiva. *Prihvatni se kapacitet* turističkog mjesta definira i kao maksimalni broj turističkih korisnika koji istodobno posjećuju turističko mjesto bez neprihvatljivih poremećaja fizičkog, ekonomskog i sociokulturnog okoliša, kao i bez neprihvatljivog smanjenja kvalitete zadovoljstva posjetitelja. *Kapacitet održivosti smještaja i prijevoza* određuje se na temelju raspoloživog broja kreveta i broja turista koji se mogu prevesti i smjestiti. *Psihološki kapacitet održivosti* je razina ispod koje pada zadovoljstvo turista kao rezultat prenapučenosti. To se događa u mnogim nacionalnim parkovima. *Sociološki kapacitet održivosti* je razina ispod koje neprihvatljive promjene uzrokuju nestabilnost u lokalnoj kulturi i negativan stav prema turistima.

Općenito, kapacitet održivosti prema Pančić-Kombol (2000.) definira se i kao „maksimalna razina turističkog korištenja koje neko područje može prihvatiti uz visoku razinu zadovoljstva posjetitelja uz malo negativnog utjecaja na resurse“, a u određivanju kapaciteta održivosti autorica smatra kako se „...najteže procjenjuje gornja granica korištenja ili 'granica tolerancije' koja se može održati na duže vrijeme. Procjena je moguća ako su poznate varijable; veličina područja koja se koristi, osjetljivost okoliša, resursi divljine, topografija i vegetacijski

pokrov, osjetljivost pojedinih vrsta (biljnih i životinjskih) na prisutnost ljudi i osjetljivost kulturne lokalne zajednice. Neki se od ovih elemenata mijenjaju tijekom godine, što znači da je kapacitet održivosti različit u pojedinim godišnjim dobima."

U tom smislu „ruralni turizam treba biti unaprijeđen tako da je sukladan s osobnošću i kapacitetom područja namijenjenog za prihvat gostiju."[115] Dakle, da ruralni turizam bude održiv.

Zaključno možemo naglasiti kako se održivi turizam treba ostvariti u budućnosti na način da se tako postave i svi suakteri turizma: na strani turističke ponude i na strani turističke potražnje.

Tako shvaćen ruralni turizam, prema Vukoniću (1994.), *pretpostavlja međusobno razumijevanje, solidarnost i jednakost među svim suakterima tog fenomena*. Održivi razvoj nije tek globalni pojam ili koncept nego je prisutan i na regionalnoj razini, a regije imaju različite ekonomske, ekološke i društvene resurse, interese, brige i težnje. To znači da regionalni razvoj ako želi biti održiv, mora uzeti u obzir različite regionalne perspektive i regionalne gospodarske djelatnosti, a jedna od njih može biti ruralni turizam. Prema tome, održivi razvoj reflektira kompleksne, različite i diferencirane socijalne, ekonomske i ekološke interese i zbog toga održivi turistički razvoj mora biti dio političkog procesa dogovora i postupaka usklađivanja u određenoj regiji ili destinaciji. Stoga se i turistička politika koja regulira održivi razvoj u turizmu provodi na svim razinama turističkog razvoja. Primjena koncepta održivog turističkog razvoja u županijama, pa i u Koprivničko–križevačkoj županiji, sociopolitički je izazov u kojem različiti interesi i vrijednosti otvaraju put primjeni održivog razvoja kao elementa turističkog razvoja. U sljedećem poglavlju analiziraju se potencijali ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji, a u 7. i 8. poglavlju metodološki se istražuju dimenzije održivosti na podlozi ruralnog turizma.

[115] Vidi u: Strategija za ruralnu Europu Europskog vijeća za sela i male gradove – ECOVAST (1994.).

5. PREGLED RURALNOG TURIZMA U KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKOJ ŽUPANIJI

5.1. Prirodni, kulturni i gospodarski potencijali ruralnog prostora Koprivničko–križevačke županije

Koprivničko–križevačka županija smještena je na sjeveru Hrvatske, većim dijelom u dravskoj ravnici, a manjim u brežuljkastom i blago valovitom prigorskom prostoru na obroncima niskih panonskih gora Kalnika i Bilogore. U skladu s time, veći dio županije je izrazito heterogen i obuhvaća Srednju Podravinu, a manji, prijelazni, istočni dio obuhvaća Prigorje. S površinom od 1.746 km² (3,2 % ukupne kopnene površine RH), pripada manjim županijama Republike Hrvatske (prosječna površina županija 2.795 km2) i graniči s ukupno pet susjednih županija (Međimurska, Varaždinska, Virovitičko-podravska, Bjelovarsko-bilogorska i Zagrebačka) te s Republikom Mađarskom koja joj otvara značajne mogućnosti prekogranične suradnje. Administrativno, s Varaždinskom, Međimurskom, Krapinsko-zagorskom i Zagrebačkom županijom čini regiju na NUTS II[116] razini pod nazivom Sjeverozapadna Hrvatska. Nadalje, Koprivničko-križevačka županija sastoji se od 25 jedinica lokalne samouprave (u daljnjem tekstu: JLS) – tri grada (Koprivnica, Đurđevac, Križevci) i 22 općine (slika 1). Sjedište Županije je grad Koprivnica.

Kao što je već naglašeno, ukupan prostor u Koprivničko-križevačkoj županiji podijeljen je na većinski ruralni prostor i seoska naselja te vrlo mali udio koji čine gradovi,[117] odnosno na:

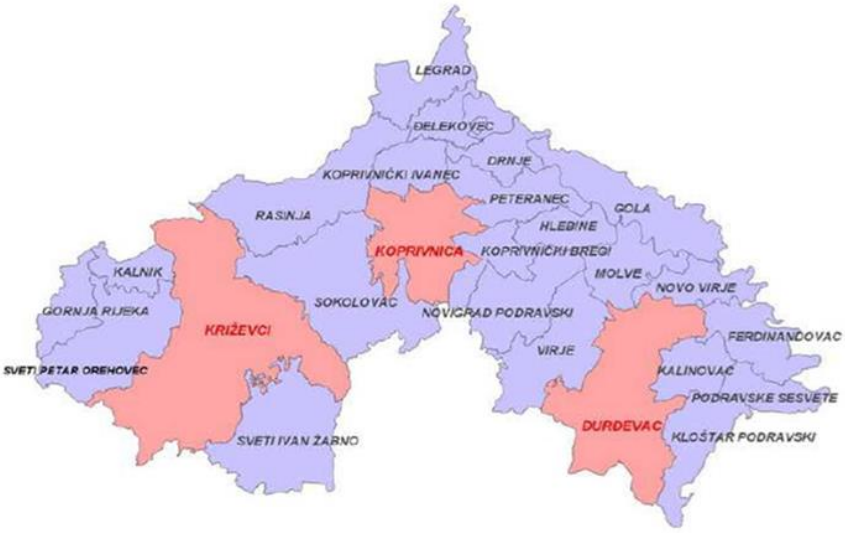
a) ruralni prostor i mrežu seoskih naselja,
b) gradove i urbani prostor kao žarišta razvoja.

Županija ima ukupno 265 naselja od kojih su samo tri gradska, a neka su i veća agrarna naselja, posebice ona u središnjem dijelu i uz važnije magistralne prometnice. Više od polovine ukupnog skupa su seoska naselja do 200 stanovnika, a približno jedna trećina su ona koja imaju

[116] Fr. Nomenclature des unites territoriales statistiques –nacionalna klasifikacija prostornih jedinica za statistiku prema kojoj je Republika Hrvatska podijeljena u tri statističke regije: 1. Sjeverozapadna Hrvatska koja obuhvaća sljedeće županije: Grad Zagreb, Zagrebačka županija, Krapinsko-zagorska, Varaždinska, Koprivničko-križevačka, Međimurska županija, 2. Središnja i Istočna (Panonska) Hrvatska koja obuhvaća sljedeće županije: Bjelovarsko-bilogorska, Virovitičko-podravska, Požeško-slavonska, Brodsko-posavska, Osječko-baranjska, Vukovarsko-srijemska, Karlovačka, Sisačko-moslavačka županija 3. Jadranska Hrvatska koja obuhvaća sljedećežupanije: Primorsko-goranska županija, Ličkosenjska, Zadarska, Šibensko-kninska, Splitsko-dalmatinska,Istarska, Dubrovačko-neretvanska županija.

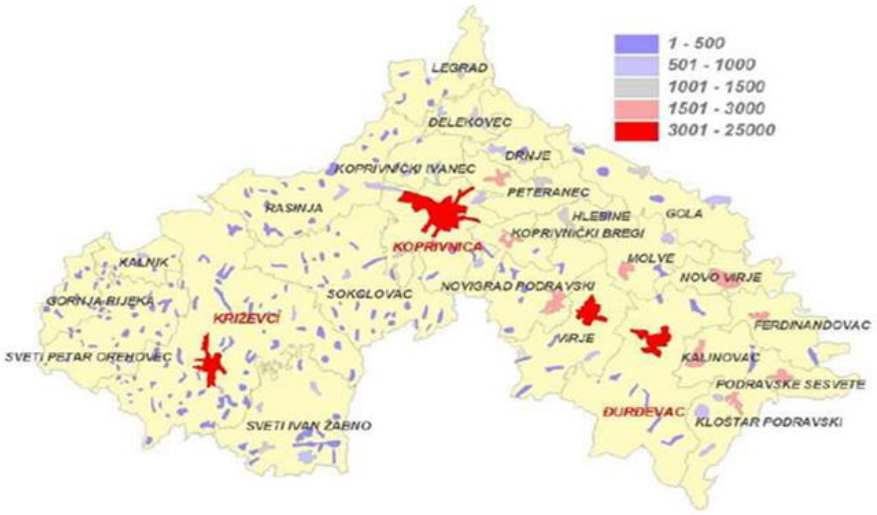
[117] Ako se OECD definicija za regionalnu razinu primjenjuje za Hrvatsku na županijskoj razini, dobiva se diferencirana slika o ruralnim i urbanim područjima. Ako se sve općine i gradove rasporedi u razrede (kako je dostupna najniža razina statističkih informacija o području i stanovnicima) na temelju gustoće naseljenosti u te dvije kategorije, tj. urbane zajednice (gustoća naseljenosti > 150 osoba/km²) i ruralne zajednice (gustoća naseljenosti < 150 osoba/km²), onda je Koprivničko–križevačka županija uglavnom ruralna županija.

do 500 žitelja. Dvadesetak naselja ima više od tisuću stanovnika, od čega, pored tri grada, još samo tri naselja imaju više od 2.000 stanovnika.



Slika 2. Administrativna podjela KKŽ na gradove i općine
Izvor: ROP Koprivničko-križevačke županije 2006.-2013., str. 26.

Prema posljednjem popisu stanovništva iz 2011. godine županija ima 115.582 stanovnika (2,69% ukupnog broja stanovnika RH), a s prostornom gustoćom naseljenosti od oko 66,19 st./km² pripada srednje gusto naseljenim područjima RH (prosjek je 75,81 st./km²). Ta je županija i površinom i brojem stanovnika jedna od manjih hrvatskih županija (16. – 17. mjesto), a za nju je znakovit i stalan pad broja stanovnika od oko 0,4% godišnje. Osnovna karakteristika prirodnog kretanja stanovništva županije je da se ono već dulje vrijeme generacijski ne obnavlja, odnosno pokazuje obilježja tzv. generacijske depopulacije, te je u posljednja tri desetljeća prisutan negativan demografski trend. Iz većeg dijela županije odvija se i emigracija tako da, kao rezultanta negativnog prirasta i prisutne emigracije, slijedi depopulacijski proces. Također se kontinuirano smanjuje prosječna veličina domaćinstva pa sve više prevladavaju samačka staračka domaćinstva. Posljedica takvog negativnog trenda smanjenja broja stanovništva je smanjenje broja radno aktivnog stanovništva. Također je prisutan trend starenja stanovništva, a prosječna starost stanovništva županije iznosi 39,7 godina i nešto je veća od prosječne starosti hrvatske populacije (39,3 godine). Stanovništvo je koncentrirano na području triju gradova (Koprivnice, Đurđevca i Križevaca), dok većina općina ima manje od 3.000 stanovnika. Jedina naselja s više od 3.000 stanovnika jesu Koprivnica, Križevci, Đurđevac i Virje (slika 3).



Slika 3. Prikaz stanovništva po naseljima Koprivničko-križevačke županije
Izvor: ROP Koprivničko-križevačke županije 2006.-2013., str. 28.

Bitno je istaknuti kako su se u Koprivničko-križevačkoj županiji općine dosta često preustrojavale,[118] stare su nestajale, neke nove napuštale županiju i odlazile u susjedne,[119] dok su neka mjesta htjela osnovati vlastite općine. Razlozi tome su:

a) *ekonomski interesi* – podrazumijevaju da bogatije općine žele biti slobodnije ili se priključiti drugim bogatijim općinama, dok se neke siromašnije općine žele povezati s bogatijima ne bi li profitirale;

b) *politički interesi* – odnose se na želju lokalnih elita da imaju kontrolu nad vlastitim teritorijem i da mogu donositi vlastite odluke;

c) *interesi prestiža* – oslikavaju situaciju u kojoj svatko želi svoju općinu i pripadajuće joj institucije i funkcije;

d) *socio – psihološki interesi* – ocrtavaju netrpeljivost ili simpatije prema određenim dijelovima teritorija kao što su na primjer često spominjane i pretpostavljene razlike između Prigoraca i Podravaca.[120]

Svi nabrojani interesi idu u prilog činjenici da je Koprivničko-križevačka županija kreirana po administrativnom kriteriju i nije u potpunosti povijesno, geografski i gospodarski cjelovita.

Što se tiče obrazovne strukture (tablica 7), općepoznato je da postotak višeobrazovanoga i visokoobrazovanoga stanovništva u ukupnom stanovništvu starijem od 15 godina izravno

[118] Npr. općina Legrad se prije nalazila u Međimurskoj županiji, a sada se nalazi u Koprivničko-križevačkoj županiji.
[119] Izlazak nekih općina iz županije (npr. Pitomače) i izostajanje drugih općina (npr. Ludbrega) smatra se velikim gubitkom za županiju jer se time gubi njezina logička gospodarska cjelina.
[120] Preuzeto iz: Sociološka studija Koprivničko-križevačke županije, str. 40.

pokazuje društvene učinke modernizacije, a neizravno i razinu kvalitete života u promatranom području. Obrazovna struktura stanovništva zaostaje za prosjekom Republike Hrvatske, a naročito u odnosu na druge županije u čijim su središtima najveća hrvatska sveučilišta i županije koje prednjače prema gospodarskim pokazateljima (npr. Istarska), te kao takva predstavlja značajno razvojno ograničenje i razvojni prioritet.[121] Veliki je udio onih s nezavršenim osnovnoškolskim obrazovanjem, a nizak je i udjel onih sa srednjom stručnom spremom.

Tablica 7. Obrazovna struktura stanovništva KKŽ-a starijeg od 15 godina (2011.)

	Bez škole	1-3 raz. OŠ	4-7.raz. OŠ	Osn. Škola	Zanat, KV, VKV	Sred. škola	Gimn.	VŠS	VSS	Mr.sc.	Dr.sc.
Zagreb	1,1	2,2	5,3	16,3	24,8	18,9	8,3	5,8	14,9	1,0	0,7
IŽ	1,5	3,0	9,5	22,8	30,3	15,1	4,9	5,3	6,9	0,25	0,1
PGŽ	1,1	3,0	7,4	18,5	30,8	18,1	5,3	5,3	9,3	0,35	0,22
KKŽ	**2,0**	**4,8**	**20,1**	**30,9**	**20,8**	**10,6**	**3,1**	**2,9**	**3,9**	**0,16**	**0,03**
RH	**2,9**	**4,5**	**11,2**	**21,8**	**27,2**	**15,0**	**4,8**	**4,1**	**7,3**	**0,3**	**0,2**
OBŽ	3,0	4,3	13,0	25,5	25,7	14,6	4,2	3,0	6,0	0,2	0,1
SDŽ	3,5	4,9	7,6	17,8	29,8	17,1	5,2	5,0	8,0	0,3	0,17

Izvor: Popis stanovništva 2011. (DZS: 2013.)

Dakle, većina demografskih trendova u Koprivničko-križevačkoj županiji je negativna: ukupan broj stanovnika županije kontinuirano se smanjuje tijekom posljednjih gotovo 40 godina, obrazovna struktura stanovništva je nezadovoljavajuća i predstavlja prepreku njegovu uključenju u konkurentne gospodarske djelatnosti, a nažalost, nastaviti će se kretati u tom smjeru i u narednom razdoblju. Ljudski kapital kojeg čine znanja, sposobnosti i vještine ljudi je, prema statističkim pokazateljima, nezadovoljavajući u demografskom[122] i obrazovnom smislu te izložen brojnim negativnim procesima, ali i obilježen relativno slabim obrazovnim postignućem podjednako i u višim i u nižim obrazovnim kategorijama. Ljudski kapital je od izuzetne važnosti za realizaciju održivog razvoja ruralnog prostora općenito, a za ovaj rad važnog, ruralnog turizma posebno, te ga je u skladu s time važno ojačati.

Prostor Koprivničko-križevačke županije ima tipično ruralna obilježja te obuhvaća seoska naselja, zemljišta, šume i vode, i svu onu infrastrukturu koja služi seoskom stanovništvu. U ruralnom prostoru obitava oko 65% stanovništva županije (manje je urbanizirana od hrvatskog prosjeka), u njemu su smještene vrlo značajne prirodne vrijednosti u sklopu kojih

[121] Ukupni broj stanovnika KKŽ starijih od 15 godina je 103.403, a vrijednosti za pojedinu kategoriju izražene su kao % OD ukupnog broja. Podaci za RH, Grad Zagreb te Osječko-baranjsku, Primorsko-goransku i Splitsko-dalmatinsku županiju (kao županije u čijim su središtima najveći gradovi i najveća sveučilišta u RH) te Istarsku županiju kao jednu od predvodnika gospodarskog razvoja u RH, dani su kao reference za usporedbu.

[122] U posljednjih desetak godina u Koprivničko–križevačkoj županiji nestao je grad veličine Đurđevca (cca 5.000 stanovnika) – vidjeti transkripte intervjua.

mnogi stanovnici gradova i urbanih područja provode svoje slobodno vrijeme, odmaraju se i rekreiraju. U ruralnom prostoru Koprivničko-križevačke županije poljoprivreda je najvažnija djelatnost, ali ruralni prostori su i mjesta obrta, male industrije, trgovine i turizma. Posebno valja istaknuti važnost poljoprivrede kao djelatnosti koja zapošljava veliki broj ljudi (i više nego što pokazuju statistike), a sve više dobiva i druge funkcije vidljive iz sljedećih tvrdnji. Seljak nije, prema Župančiću (1998.) samo proizvođač hrane, već postaje i „čuvar pejzaža" i „vrtlar planete". Međutim, ruralna područja u Hrvatskoj općenito, a u Koprivničko-križevačkoj županiji posebno, imaju tri standardne grupe problema prema kojima se mogu klasificirati. Problemi ruralnog područja prema Štambuk (2015.) su sljedeći:

Pritisak modernog života. Taj sindrom zahvaća ruralna područja koja su lako dostupna iz velikih gradova ili uz glavne prometnice, potom doline u blizini glavnih gradova i priobalna područja Sredozemlja. Obično su gusto naseljena, gospodarski razvijena, često s intenzivnom i onečišćujućom poljoprivredom, masovnom izgradnjom sekundarnih rezidencija, mnogim turističkim i rekreacijskim objektima, s nečistim industrijskim pogonima, s razvijenim uslužnim sektorom. U takvim ruralnim krajevima visoka je zastupljenost domaćinstava s mješovitim izvorom prihoda, iz poljoprivrede i nepoljoprivrede.

Ruralno propadanje. Osnovni sindrom je odlazak sa zemlje, agrarna depopulacija. Neki odlaze u udaljene velike gradove, a drugi migriraju unutar regije. Pa ipak, u oba slučaja, poljoprivreda i dalje ostaje relativno važna djelatnost. Obiteljski posjedi su uglavnom mali i ne osiguravaju punu zaposlenost članovima kućanstava. Radnih mjesta izvan poljoprivrednog gospodarstva je premalo. U takvim krajevima stoga je malo domaćinstava s dvojnim izvorom prihoda, što generira siromaštvo kraja. Svi koji mogu i žele napuštaju selo, ostaje većinom starije stanovništvo, sve je niži natalitet, a mortalitet raste. Takva demografska situacija ubrzava daljnju degradaciju lokalnog seoskog svijeta, smanjuje se razina životnog standarda i razina kulture stanovanja. Poljoprivredno zemljište se zapušta. Ti znakovi propadanja javljaju se pretežito u krajevima udaljenijim od gradova.

Položaj marginalnog područja, prostorno teže pristupačnog. Znakovi su slični, ali naglašeniji i složeniji nego u prethodnom slučaju. Izgledi za ekonomsku heterogenizaciju su vrlo slabi jer je ulaganje u osnovnu infrastrukturu, socijalnu i tehničku, vrlo skupo. Postavlja se pitanje i koliko je racionalno. Najbolji primjeri marginalnih područja su otoci i planinska područja.

Primjenjujući navedenu klasifikaciju na ruralno područje Koprivničko-križevačke županije, možemo reći kako svojim prostornim smještajem županija pripada prvoj skupini pritiska modernog života zbog blizine glavnog grada Republike Hrvatske – Zagreba, međutim

ostala ga obilježja približavaju obilježjima ruralnog propadanja, a najnoviji uvid u gospodarsko i socijalno stanje sugerira kako se neki dijelovi Koprivničko-križevačke županije (planina Kalnik i okolna sela pripadaju području od posebne državne skrbi) ubrzano približavaju obilježjima marginalnih područja koja su prostorno teže pristupačna. U svom najvećem dijelu županija je prostor očuvanog okoliša (tablica 8) čije se prirodne ljepote i ambijentalne vrijednosti sigurno mogu smatrati jednom od županijskih „jakih strana".

Tablica 8. Posebno zaštićeni dijelovi prirode na području KKŽ-a

KATEGORIJA ZAŠTITE	NAZIV ZAŠTIĆENOG DIJELA PRIRODE
Posebni rezervat	Đurđevački pijesci, Mali Kalnik, Dugačko Brdo, Crni Jarki i Veliki Pažut, Park šuma Župetnica
Značajni krajobraz	Kalnik i Čambina
Spomenik prirode	Skupina stabala hrasta lužnjaka, Mali zoološki lokalitet livade u Zovju, Staro stablo pitomog kestena u Močilama i Staro stablo lipe u Novigradu Podravskom
Spomenik parkovne arhitekture	Park kraj Osnovne škole „Vladimir Nazor" u Križevcima i Park kraj Visokoga gospodarskog učilišta u Križevcima

Izvor: ROP Koprivničko-križevačke županije 2006.-2013., str.36

Činjenica je međutim da se industrijski razvoj županije, ali i opći društveni razvoj, odvijao, a i danas se u određenim slučajevima odvija, na račun prirode: kako ga ne prate odgovarajuće mjere zaštite, uzrokom je nekih zabrinjavajućih slučajeva onečišćenja okoliša. Prije svega valja istaknuti zagađenje zraka koje je u najvećoj mjeri prisutno u ravničarskom dijelu županije, a uzrokovano je eksploatacijom i rafiniranjem zemnog plina u postrojenjima „INE-Naftaplin" kod Molva. Povrh industrijskih zagađenja, činjenica je da se otpadne vode iz naselja ili uopće ne pročišćavaju ili se to čini samo parcijalno te je uzrokom dodatnog zagađenja. Jednaka je situacija s odlaganjem krutog otpada. Na ovom se mjestu valja osvrnuti i na oblike tzv. „vizualnog zagađenja". Najčešće je riječ o neprimjerenoj izgradnji kuća („divlja gradnja"), a posebice kuća za odmor i „klijeti", kojom su bitno degradirani najatraktivniji krajolici u županiji, a osobito u vinogradarskim predjelima ili uz obale eksploatacijskih jezera. Različitih oblika ove vrste „zagađenja" ima, međutim, i na ostalim županijskim prostorima. [123]

[123] Rasprostranjenost takvih oblika „vizualnog zagađenja" uvelike narušava prirodni sklad i slikovitost prostora, bitno umanjujući stvarnu turističku atraktivnost.

Osim bogatstva i raznolikosti prirodnih datosti, Koprivničko-križevačku županiju karakterizira i bogatstvo kulturno-povijesne baštine, lokalne tradicije, ali i suvremenih kulturno-društvenih aktivnosti.

Zemlja je ovdje oduvijek bila temelj opstanka, a time je i život vezan uz zemlju ponajviše oblikovao kulturno nasljeđe i tradiciju toga kraja poštivanu i danas: bogatstvo domaćih jela, gostoprimstvo, pučke veselice, naivno slikarstvo, folklor, vjera. U Podravini i Prigorju je visoko razvijena kultura stola, ali postoji prije toga i kult rada koji se ogleda u poslovici: *Koji ni za delo, nije nit za jelo*. Jedno i drugo pripadaju zavičajnom duhu, životnoj filozofiji i pogledu na svijet, a zavičaj i čovjek u Podravini i Prigorju oduvijek su se prožimali. Običaji i priredbe s ljubavlju se poštuju i obnašaju te na taj način ljudi čuvaju vlastiti kulturni identitet. Jedan od najpoznatijih običaja u Koprivničko-križevačkoj županiji su poznati „Križevački štatuti“, prva zapisana šaljiva pravila o tome kako se treba ponašati u društvu i pri punome stolu i koja zbog toga imaju važan sociološki predznak. U križevačkom kraju i poznatom kalničkom vinogorju oduvijek su bile raširene martinjske zabave („krštenje mošta“) na kojima su se u punoj mjeri koristili „Križevački štatuti“. Danas se takve zabave i dalje održavaju na dan sv. Martina na čitavom području županije. Drugog vikenda u lipnju u Križevcima se više od 30 godina održava „Križevačko spravišće“, središnja godišnja turistička manifestacija. Grad tada postaje otvorenom pozornicom za sva kulturna, zabavna, izložbena, gastronomska i sportska događanja. Zadnjeg vikenda u lipnju u Đurđevcu se odvija slavna „Picokijada“, nastala u slavu branitelja Đurđevca koji su organizirali obranu od Turaka u svom Starom gradu, jedinoj sačuvanoj srednjovjekovnoj utvrdi na području županije. Posluživši se lukavstvom, prevarili su Turke ispalivši među njih živoga pijetla, natjeravši ih tako da odustanu od opsade. Danas su tu legendu pretvorili u jedinstveni scenski prikaz koji privlači oko desetak tisuća promatrača. Pijetao kojeg su ispalili pred Turke postao je simbolom Đurđevca i cijele Podravine. Trodnevna manifestacija završava prikazom starih običaja i zanata te folklornim nastupom brojnih izvođača. Ono što je doista dalo pečat čitavom ovom kraju jest fenomen naive i Hlebina kao njenog ishodišta. Djelić tog likovnog bogatstva može se vidjeti svakog prvog vikenda u srpnju u županijskom središtu, Koprivnici, na jedinstvenoj kulturno-turističkoj manifestaciji „Podravski motivi“ koja u četiri dana svoga trajanja u sklopu Sajma naive okupi na otvorenom prostoru stotinjak autora i još više njihovih slikarskih ostvarenja. Također, sajam afirmira i izvorna gastronomska postignuća, ali i izvorni folklor ovoga kraja. U Koprivnici se krajem kolovoza održava i „Renesansni festival“, povijesni megaspektakl u kojem se sljubljuju kasnosrednjovjekovni povijesni fakti i originalnost Koprivnice, Podravine i Hrvatske s baštinskim vrijednostima zapadnoeuropskog kulturnog civilizacijskog kruga, a koje se

manifestiraju brojnim nastupima viteške, obrtničke i muzičke skupine iz desetak europskih zemalja. Manifestacija je pravi primjer razvijanja europskog identiteta grada i regije. Mnogi će na ovo područje dolaziti i zbog vjerskih razloga. Križevci su rodni grad trećega hrvatskog sveca Marka Križevčanina. Na dan njegove mučeničke smrti Križevce pohode brojni vjernici. Ipak, najdužu tradiciju okupljanja vjernika imaju Molve. Naselje je to nadomak Drave, sa svojom župnom crkvom, najvećom sakralnom građevinom ovog dijela Hrvatske i jedno od najvećih Marijanskih svetišta kontinentalne Hrvatske.

Osim običaja i priredaba, posebno mjesto u kulturnom identitetu županije zauzimaju kulturno-povijesni spomenici koji su smješteni u mreži sela i naselja u okolici triju urbanih aglomeracija: Koprivnice, Križevaca i Đurđevca. Kultura i umjetnička ponuda u Podravini i Prigorju svjedoče o postojanju temelja, o činjenici kako je ovaj kraj prostor kontinuiteta i o tome da njezini stanovnici pamte iskustvo prethodnih generacija. Sve ove vrijednosti i specifičnosti integrirale su se u svakodnevno iskustvo pojedinaca i grupa kao stabilna uporišta simboličke identifikacije bilo lokalnog značaja, bilo puno šireg, kada se na primjer cijela Podravina simbolički doživljava preko naivne umjetnosti, posebno Hlebinske škole.

Danas, s gledišta modernog globaliziranog svijeta, Podravina i Prigorje iskazuju se kao regije visoke autentičnosti i prepoznatljivosti.[124]

Prema tome, prirodne i društvene atraktivnosti koje nalazimo u Koprivničko-križevačkoj županiji, mogu i trebaju biti temelj razvoja ruralnog turizma. Prirodne i društvene atraktivnosti su turističke atrakcijske osnove ruralnoga prostora i potencijal razvoja ruralnoga turizma, te se prema Kušenu (2007.), uglavnom nalaze u ruralnom prostoru koji je izvorno služio kao životni prostor poljoprivrednika. Ruralni prostor je prema ovom autoru zapravo cjelokupni obradiv i naseljiv prostor izvan gradova, a u njemu su nastali: tradicijsko selo, ruralne cjeline, tradicijska ruralna arhitektura i tradicijski interijeri, tradicijski vrtovi te ekološki, proizvodno i oblikovno uravnoteženi kulturni pejzaž. Na tom materijalnom temelju paralelno se razvijala tradicijska kultura života i rada seljaka (tradicijska znanja i tehnologije poljoprivredne proizvodnje i načina stanovanja, odijevanja, prehrane i zajedništva) koja je u konačnici rezultirala i nematerijalnim dobrima, kao što su plesovi, pjesme, legende, i slično. Sve to predstavlja pretežni, prepoznatljiv i najvrjedniji dio turističke atrakcijske osnove ruralnoga prostora koja čini razvojni resurs ruralnoga turizma.[125]

[124] Vidi u: Jelušić-Kranželić, B. (2001)

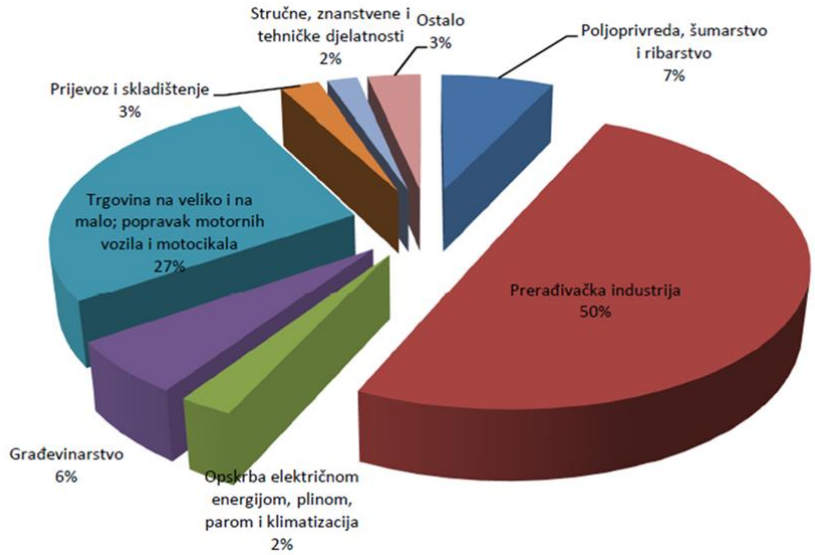
[125] Više o prirodnoj i antropogenoj osnovi turizma vidjeti u poglavlju o važnosti resursa i atrakcija u ruralnom turizmu Koprivničko-križevačke županije.

Analizirajući gospodarski potencijal Koprivničko-križevačke županije, ona se, prema Poljanec-Borić (2011.) nalazi u skupini devet najrazvijenijih županija u Hrvatskoj[126] s vrlo dobrim pokazateljima endogenog razvitka poput: opće stope aktivnosti stanovništva koju autorica smatra „baznim" pokazateljem socioekonomske vitalnosti promatranog prostora u uvjetima demografskog gubitka (hrvatske populacije općenito), a koja iznosi 45,9 %, zatim podjednakog udjela zaposlenih u primarnom (30,1%), sekundarnom (29,6%) i tercijarnom sektoru (34,3%), ali istovremeno nezadovoljavajućeg udjela višeobrazovanoga i visokoobrazovanoga stanovništva u ukupnom stanovništvu starijem od 15 godina, a koji iznosi 7,0%.[127] Kao što je već prethodno spomenuto, postotak višeobrazovanoga i visokoobrazovanoga stanovništva izravno pokazuje društvene učinke modernizacije, a neizravno i razinu kvalitete života u županiji te se rangira u skladu s veličinom (i količinom) gradova koji se nalaze na njihovu teritoriju. To znači kako najvitalnije županije u Republici Hrvatskoj, među kojima se nalazi i Koprivničko-križevačka županija, zaostaju za jače urbaniziranim županijama kad je u pitanju obrazovna struktura. Nadalje, ekonomski pogled na razvojni status društveno uspješne županije, mjeren pokazateljima per capita [128] pokazuje kako Koprivničko-križevačka županija (zajedno s Varaždinskom županijom) predstavlja gornju granicu razvojnog standarda za kontinentalnu Hrvatsku u predintegracijskim uvjetima,[129] no kada se ti podaci usporede s brojem poduzetnika (1.168 poduzetnika, odnosno 1,5% ukupno u Republici Hrvatskoj) može se reći kako je županija jedna od poduzetnički slabije aktivnih u odnosu na ostale županije u smislu razvoja malog gospodarstva. Međutim, kada neveliki broj poduzetnika u županiji dovedemo u vezu s poduzetničkom održivošću,[130] možemo zaključiti da županija pokazuje relativno visoku stabilnost poduzetničke „održivosti". Iz toga slijedi da je endogeni razvojni standard za kontinentalnu Hrvatsku smješten u trokutu: Varaždinska, Koprivničko-križevačka i Bjelovarsko-bilogorska županija. Osim „zapadnog graničnog položaja" (blizina granice s Austrijom, Slovenijom i Mađarskom) koji sam po sebi sugerira veću izloženost suvremenim društvenim utjecajima sa zapada europskog kontinenta, endogeni razvojni faktori su uravnotežena sektorska distribucija zaposlenosti, odgovarajuća zastupljenost i održivost poljoprivrednog stanovništva u ukupnoj populaciji (do 1/3 ukupne zaposlenosti).

[126] Ostale županije su: Međimurska, Krapinsko-zagorska, Bjelovarsko-bilogorska, Zagrebačka, Istarska, Primorsko-goranska, Grad Zagreb i Varaždinska županija.
[127] Na primjer, Grad Zagreb ima 22,5 % višeobrazovanih i visokoobrazovanih stanovnika, Primorsko-goranska županija 15,2, a najmanji postotak u skupini devet iznadprosječnih županija ima Krapinsko-zagorska županija s 5,8%.
[128] npr. BDP per capita iznosi 42.817,00 kn, odnosno 2,6% udjela apsolutnog županijskog BDP-a u nacionalnom BDP-u.
[129] Misli se na uvjete prije ulaska Hrvatske u Europsku uniju.
[130] Poduzetnička održivost podrazumijeva petogodišnje kontinuirano poslovanje tvrtke.

Najveća koncentracija gospodarskih aktivnosti bilježi se na području tri grada: Koprivnice, Križevaca i Đurđevca. Između općina i gradova Koprivničko-križevačke županije postoje znatne razlike u razvijenosti. Postoji različitost u gospodarskoj aktivnosti i razvijenosti, mjereno prema indikatorima dohotka po stanovniku, te ukupnog prihoda lokalnog proračuna. Prema apsolutnim podacima Koprivnica bilježi 3,4 puta veće proračunske prihode od Križevaca, odnosno šest puta veće od Đurđevca. Uzme li se u obzir relativni pokazatelj ukupnih prihoda po stanovniku, Koprivnica bilježi 47,3% veće prihode po stanovniku od Križevaca, odnosno 44,5% veće prihode od Đurđevca. Koprivnica je gotovo dva puta „jača" od Križevaca, a Križevci više od tri puta, „jači" od Đurđevca. Koprivničko-križevačka županija, s bruto domaćim proizvodom po stanovniku od 12.498 USD, pripada skupini vodećih županija u Republici Hrvatskoj, dok je unutar svoje NUTS II regije na drugom mjestu, odmah iza Grada Zagreba. U Koprivničko-križevačkoj županiji u 2012. godini aktivno je bilo ukupno 1.383 poduzeća što je 1,4% od ukupnog broja poduzeća u Republici Hrvatskoj, a ti su poduzetnici ostvarili prihod od 9,4 milijardi kuna, odnosno 1,5% ukupnih prihoda na razini RH te su zapošljavali 16.126 radnika što čini udio od 1,9% ukupno zaposlenih u gospodarstvu RH. Od ukupno 1.383 poduzetnika njih 870 je poslovalo s dobiti (62,9%), odnosno 513 s gubitkom.

Sektor poljoprivrede, lova i šumarstva sudjeluje u ukupnim prihodima s nešto više od 5%, a u dobiti prije oporezivanja s 3%. Od 2001. raste broj registriranih tvrtki, kao i ukupni prihodi u djelatnosti poljoprivrede, lova i šumarstva, dok bruto dobit, zaposleni i isplaćene plaće bilježe oscilacije uz pozitivan trend od 2012. nadalje.



Grafikon 1. Struktura ukupnih prihoda gospodarstva Koprivničko-križevačke županije po djelatnostima u 2012.g.
Izvor: ROP Koprivničko-križevačke županije 2006.-2013.

Oko 65% prihoda ostvaruju obiteljska poljoprivredna gospodarstva, a 35% trgovačka društva. Poljoprivredno zemljište obuhvaća 76.209 ha (44% ukupne površine županije), od čega oko 70 % čine oranice i vrtova (52.129 ha), nešto više od 20 % livade (15.794,96 ha), oko 1 % pašnjaci (344 ha), 1,5% voćnjaci (1.131 ha) i 2% vinogradi (1.554 ha). Oko 93% poljoprivrednog zemljišta u privatnom je vlasništvu. Posjed je rascjepkan (prosječna veličina posjeda je 3,73 ha) pa oko 74% poljoprivrednih kućanstava raspolaže s manje od 5 hektara poljoprivrednog zemljišta. Na usitnjenim obiteljskim kućanstvima živi 51.638 osoba, od kojih je 31% osoba starijih od 55 godina.

Popisom poljoprivrednog stanovništva iz 2011. godine na području županije evidentirano je 22.400 poljoprivrednih kućanstava na kojima živi 77.330 stanovnika, odnosno 62% stanovništva županije, od kojih je 22% (16.871 osoba) starije od 55 godina. Od ukupno 11.800 gospodarstava, koja su upisana u Upisnik obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, 5.600 su komercijalna gospodarstva i korisnici su potpora proizvodnji, 1.400 obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava je u sustavu potpore dohotku, a 4.800 gospodarstava, koja su evidentirana kao komercijalna, ne koriste potpore jer ne mogu udovoljiti propisanim kriterijima. Značajna je skupina nekomercijalnih gospodarstava,[131] njih 13% upisanih u Upisnik uživa tzv. socijalnu komponentu potpore. Ta gospodarstva mogu postati čimbenik na tržištu ukoliko promijene asortiman zavisno o veličini posjeda i svojim sposobnostima ili mogu ostvariti potporu u modelu ruralnog razvitka.

Sukladno kontinuiranom rastu stočarske proizvodnje (meso i mlijeko), ratarska proizvodnja orijentira se dominantno (65 – 70% ukupnih površina; od kultura dominira kukuruz na oko 40.000 ha ili 53% oranica) na kulture koje su namijenjene ishrani stoke. Prema tome, *Koprivničko-križevačka županija ima najveći udjel poljoprivrednog stanovništva u cijeloj Hrvatskoj, a i udio zaposlenih u poljoprivredi je među najvišima u zemlji.* [132]

Općenito, u pogledu vrsta i oblika privredne djelatnosti koje bi trebalo prioritetno razvijati predlažu se: poslovno industrijske zone i manji proizvodni pogoni koji ne zagađuju okolinu, obrt, poljoprivreda, stočarstvo i *turizam*. To govori kako se razvojne projekcije i aspiracije sagledavaju kao ekološki osjetljiv tip gospodarskog razvitka, što je u skladu s prirodnim vrijednostima i specifičnim obilježjima prostora županije. Ovakva orijentacija, prema Seferagić (1998.) „...pogoduje revitalizaciji ruralne ekonomije i njezinoj integraciji s urbanom ekonomijom, što upućuje na korištenje vlastitih resursa i prednosti te stabilizira

[131] To su korisnici potpora po dohotku.
[132] Vidi u: Regionalni operativni plan Koprivničko–križevačke županije (2006-2013).

ukupni regionalni razvitak“. Potrebno je inzistirati na jačanju lokalnog poduzetništva i sitnog gospodarstva u poljoprivredi i drugim privrednim granama. Realizacija ovih aspiracija, uz druge ekonomske i socijalne pretpostavke i veću participaciju lokalnog stanovništva u kreiranju i provođenju razvojne politike, vodila bi jačanju seoskog gospodarstva, oživljavanju mnogih seoskih područja i ukupnom razvoju županije.

U nastavku ovoga doktorskog rada obratit ćemo pozornost na elemente poticanja razvoja ruralnog turizma.

5.2. Poticanje razvoja ruralnog turizma

Subjekti razvoja ruralnog turizma u Hrvatskoj su ponajprije pojedini ponuđači, tj. turistička seljačka obiteljska gospodarstva te udruge seljačkih gospodarstava (Klub članova Selo, konzorcij Ruralis...), zatim lokalna samouprava, turističke zajednice, turističke agencije, županije, javne institucije (Hrvatska gospodarska komora, HBOR), Vlada, razna ministarstva (posebice Ministarstvo turizma, te Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodnog gospodarstva), međunarodne organizacije (kao EUROGITES[133] i ECEAT [134]) te razni drugi akteri.

U kontekstu razvoja ruralnog turizma važno je istaknuti i nezaobilaznu ulogu sustava Hrvatske turističke zajednice koji promiče i potpomaže ove aktivnosti zajedno sa županijskim strukturama zaduženim za gospodarstvo, poljoprivredu i turizam, a posebice ulogu Hrvatske gospodarske komore u sklopu koje djeluje Zajednica seoskog turizma. Tu su i specijalizirane udruge ruralnog turizma kao što su primjerice Hrvatski farmer, Ruralis i slično.

Ovu aktivnost, osim Ministarstva turizma i poljoprivrede, prepoznali su i organi lokalne i regionalne uprave koji implementiraju ovaj selektivni vid turizma u prostorne planove te uz odgovarajuće poticajne mjere potiču i agrogospodarsku i turističku politiku na nerazvijenim područjima. Time se nastoji revitalizirati ruralni prostor kroz interakciju poljoprivrede i turizma, koristeći domaća i inozemna poticajna sredstva iz različitih izvora. Sve razvijene zemlje svijeta (članice OECD-a i EU-a) davno su uvidjele nužnost sveobuhvatnog pristupa pa ulažu znatne napore u integralni razvitak svojih ruralnih sredina koji se temelji na optimizaciji svih prirodnih, stvorenih i aktualnih ljudskih resursa, a može se svesti i pod pojam održivog razvitka.

[133] Europska federacija za ruralni turizam.
[134] Europski centar za eko i agro turizam.

Upravljanje takvim razvitkom pretpostavlja osposobljavanje institucija sustava na svim razinama, od sudionika na selu do središnje uprave i vlasti. To, prema Župančiću (1998.), uključuje prijelaz od tradicionalnog (monosektorskog) na teritorijalni pristup i međusektorsku suradnju. Integralni razvitak nadilazi jednostrani pristup turističkom planiranju i zahtijeva suradnju na više razina i to horizontalno (znanstvene i stručne podloge razvoja, interakcija vladinih institucija...), te vertikalno (suradnja državne, regionalne i lokalne vlasti, interakcija lokalne zajednice, pojedinaca i grupa međusobno i s planerima), a što bi trebala slijediti i Hrvatska. Europska komisija počela je poticati razvoj ruralnog turizma 1990. godine (Godina turizma) u Planu akcija u kojem je ruralni turizam označen kao „prirodna alternativa masovnom turizmu“, a europska ruralna područja imaju „veliki potencijal koji je potrebno promicati: kao što je autentičnost, lokalna kultura, ruralna arhitektura i osobni kontakti između lokalnog stanovništva i turista“. Planovi održivog razvoja i drugi slični programi pružaju uvid u način unapređenja kvalitete područja koja su upisana u projekte razvoja, a istodobno idu u korist poljoprivrednika, stanovnika i turista. Planovi razvoja ruralnih prostora za razvoj ruralnog turizma uglavnom predviđaju obnavljanje arhitekture poljodjelskih objekata, te uz pomoć poljoprivrednika, uređivanje otvorenih prostora pašnjaka, poljepšavanje predjela oko područja koji se koriste, sadnju drveća radi ukrašavanja, stvaranje i održavanje pješačkih staza i šetnica koje omogućuju rekreativno pješačenje, šetnju te otkrivanje krajolika, osobito na obalama rijeka ili jezera. Europska iskustva u proteklom desetljeću pokazuju kako su prihodi u ruralnom turizmu još uvijek vrlo niski, ali se mogu povećati razvojem trgovine, smještajem u kućanstvima i seoskim gostionicama, otvaranjem seoskih muzeja, ponudom šetnji i pješačenja s pratiocima – specijalistima te direktnom prodajom gastronomskih i drugih seoskih proizvoda. Tako je danas turizam ipak postao prioritet mnogih seoskih područja, čime se privremeno pokriva opadanje poljodjelstva, a za daljnji je razvoj potrebno strateško promišljanje i određivanje ciljeva, odnosno planiranje i programiranje razvoja turizma na duže vrijeme. Europska unija podržava razvoj ruralnih područja raznim fondovima, kao što je npr. Fond za razvoj europskih regija (*ERDF – European Regional Development Fund*) i Europski socijalni fond (*ESF – European Social Fund*). Njima se podupiru područja koja se smatraju zaostalima, a to su ona u kojima je bruto prihod po glavi stanovnika 75% niži od prosjeka u zemljama Europske unije. Programu LEADER (*Laisons Entre Actions pour le Developpment des Economies Rurales*), ustanovljenom 1990. godine, namjera je promicati integrirani pristup razvoju ruralnih područja s posebnim naglaskom na poticanje uključivanja pojedinih lokaliteta u planove razvoja. Osnovane su lokalne akcijske grupe (*Local Action Group*) putem kojih su se ostvarili mnogi planovi u europskim zemljama korištenjem fondova Europske unije kao i

nacionalnih i privatnih fondova. Europska komisija (*European Commision, the Directorate General for Agriculture*) 1994. godine potakla program aktivnosti i mjera (*Objective 5b Programmes*) usmjerenih, između ostalog i na razvoj turizma u ruralnim područjima. Osnovni ciljevi programa su: *restrukturiranje te stvaranje i održavanje zaposlenosti putem turizma, stvaranje alternativnih zarada za seljake (farmere) koji se bave poljodjelstvom.*

Nacionalni programi kao potpora ruralnom turizmu u Hrvatskoj postoje u različitim oblicima, a njihov utjecaj seže od Ministarstva turizma do ostalih ministarstava, javnih ustanova i institucija. Najprije treba istaknuti programe bespovratne potpore koji se dodjeljuju za kvalitetne razvojne projekte, a za koje se natječaji objavljuju u pravilu jednom godišnje. Bespovratne potpore dodjeljuju sljedeći subjekti:

• *Ministarstvo turizma* ,[135]

• *Hrvatska turistička zajednica*, [136]

• *Ministarstvo poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja,* [137]

• *Ministarstvo regionalnog razvoja, šumarstva i vodnog gospodarstva.* [138]

Osim programa na nacionalnoj razini, postoje različiti oblici pomoći u financiranju projekata (sektor turizam) iz pretpristupnih fondova Europske unije. Program pretpristupne pomoći (IPA) odnosi se na razdoblje od 2007. do 2013. godine i zamjenjuje dosadašnje programe CARD, PHARE, ISPA i SAPARD.[139] Osnovni ciljevi IPA programa su pomoć državama kandidatkinjama i državama potencijalnim kandidatkinjama u njihovom usklađivanju i provedbi pravne stečevine EU-a, te priprema za korištenje Strukturnih fondova.

---

[135] Program poticanja stvaranja novih turističkih proizvoda, Program dodjele bespovratnih sredstava turističkim projektima koji imaju utjecaj na podizanje kvalitete turističke ponude, a kojima su prethodno odobrena sredstva iz fondova EU, Program obrazovanja i obuke kadrova u turizmu „Promocija zanimanja“, Program poticanja djelovanja strukovnih udruga i drugih neprofitnih organizacija u području turizma, Program unaprjeđenja kvalitete ugostiteljske industrije, Program poticanja zaštite, obnove i uključivanja u turizam baštine u turistički nerazvijenim područjima „Baština u turizmu“, Program poticanja izrade i plasmana suvenira „Izvorni suveniri“, Program poticanja razvoja posebnih oblika turizma na kontinentu „Zelena brazda“, Program poticanja razvoja posebnih oblika turizma na moru „Plava brazda“, Program dodjele bespovratnih sredstava manifestacijama i drugim promotivnim aktivnostima, Program poticanja ulaganja u javnu turističku infrastrukturu, Program pripreme javne turističke infrastrukture za strukturne fondove EU, Program poticanja plasmana certificiranih ekoloških proizvoda u turizmu „Eko proizvod“.

[136] Program potpore manifestacijama, Program potpore turističkim zajednicama na nerazvijenim područjima, Program potpore za poticanje razvoja kulturno-turističkih inicijativa.

[137] Program poboljšanja turističke ponude na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, Program potpora organizatora znanstveno-stručnih skupova, gospodarskih manifestacija i lokalno tradicijskih manifestacija.

[138] Sufinanciranje programa promidžbe i informiranja.

[139] Cilj programa PHARE je pomoći državama korisnicama pri provedbi reformi nužnih za pristupanje Europskoj uniji te ih pripremiti za korištenje strukturnih fondova Europske unije, ISPA osigurava financijska sredstva za infrastrukturna ulaganja na području prometa i zaštite okoliša (ulaganja u cestovnu i željezničku infrastrukturu, upravljanje otpadnim vodama, gospodarenje krutim i opasnim otpadom, vodoopskrba i odvodnja) te priprema državu kandidata za korištenje Kohezijskog fonda EU; SAPARD je pretpristupni program usmjeren na ruralni razvoj, napredak u poljoprivredi i pripremu države kandidata za korištenje sredstava iz fondova Zajedničke poljoprivredne politike (CAP).

Republika Hrvatska korisnica je IPA programa i to od 2007. godine do trenutka stupanja u članstvo EU-a. IPA program sastoji se od pet komponenti: jačanje kapaciteta i izgradnja institucija, prekogranična suradnja, regionalni razvoj, razvoj ljudskih potencijala i ruralni razvoj. S uvođenjem IPA programa financijska sredstva namijenjena Hrvatskoj se povećavaju. Dok smo u PHARE-u, ISPA-u i SAPARD-u imali u prosjeku oko 100 milijuna eura godišnje, u IPA-i imamo oko 150 milijuna eura godišnje. U razdoblju od 2007. do 2011. godine Europska unija je, prema Šostar, Devčić (2011.), za Hrvatsku izdvojila ukupno 750 milijuna eura. [140] Iz pobrojanih potpora, programa i subvencija na europskom i nacionalnom nivou mogu se povući značajna sredstva za razvoj i unaprjeđenje razvoja ruralnog turizma na temelju kvalitetno osmišljenih projekata.

Općenito, na regionalnoj i lokalnoj razini turističkim razvojem upravljaju turističke organizacije i poslovni subjekti, turističke zajednice županija, gradova i općina, uredi za prostorno planiranje županija i gradova, pojedina velika npr. hotelska poduzeća i drugi. U Koprivničko-križevačkoj županiji upravljanje turističkim razvojem i posljedično, ruralnim turizmom, jednim je dijelom u ingerenciji Ureda za poljoprivredu, ruralni razvoj i turizam koji djeluje na razini županijske uprave i Upravnog odjela za gospodarstvo i komunalne djelatnosti. Od ostalih županijskih ustanova koje su uključene u razvoj turizma treba spomenuti Razvojnu agenciju Podravine i Prigorja (PORA) te Javnu ustanovu za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima, ali i ostale ustanove koje na neizravan način podupiru razvoj turizma. U sklopu lokalne samouprave djeluju Upravni odjel za financije i poticanje poduzetništva u Koprivnici, Upravni odjel za gospodarstvo i financije u Križevcima te Upravni odjel za gospodarstvo, financije i razvojne projekte u Đurđevcu koji su zaduženi za razvoj turizma. Na gradskoj razini ustrojene su turističke zajednice Koprivnice, Križevaca, Đurđevca, te područja Središnje Podravine,[141] a na općinskoj razini formalno djeluje deset turističkih zajednica općina Drnje, Ferdinandovac, Gola, Hlebine, Kalnik, Kloštar Podravski, Legrad, Molve, Rasinja i Sv. Petar Orehovec. Rad gradskih turističkih zajednica je kadrovski i tehnički profesionaliziran, za razliku od općinskih turističkih zajednica koje, osim što su ustrojene, nisu adekvatno opremljene za svoje funkcioniranje, neke su više ili manje aktivne, a njihov broj se mijenja u skladu sa zahtjevima turizma u njihovoj ingerenciji.

Turistička zajednica Koprivničko-križevačke županije radi na jedinstvenoj koncepciji razvoja i promocije županije te pokušava pozicionirati županiju kao:

[140] Vidi kod: Središnja agencija za financiranje i ugovaranje, 2011.
[141] TZ područja Đurđevačke Podravine obuhvaća područje općina Legrad, Drnje, Hlebine, Molve, Gola, Virje i Novigrad Podravski, a sjedište i turistički ured je smješten u Virju.

„Cjelogodišnju izletničku, športsko-rekreacijsku destinaciju očuvane i raznolike prirode, te naglašenih tradicionalnih vrijednosti oplemenjenih u suvremenom izrazu naivnog slikarstva, domaće kuhinje, manifestacija, folklora, gostoljubivosti i vjere.“ [142]

Jedini (ali ne i ključni) dokument za upravljanje turističkim razvojem Koprivničko-križevačke županije je *Strateški marketinški plan turizma Koprivničko-križevačke županije* (1997.) koji je utjecao na razvoj turizma u ovom području, ali je zastario. Strateški marketinški plan analizira turističko tržište županije putem turističke ponude, potražnje i potrošnje, analizira konkurentsko okruženje, tržišno pozicionira te marketinški vizionira i operacionalizira strategiju razvoja uz obvezujuće preporuke i očekivane učinke. Drugi strateški dokument od užeg lokalnog značaja za razvoj turizma je *Studija razvoja turizma Kalničko-križevačke regije* iz 2004. godine koji analizira stratešku ulogu turizma u gospodarskom razvoju križevačkog kraja. Pored toga, izrađena je i *Strategija razvoja cikloturizma za područje Podravine* (2008.) koja se bavi cikloturizmom kao važnim segmentom turističke ponude koji se na području Podravine pokušava aktivnije razviti i afirmirati, zbog velikog razvojnog potencijala kojeg ima na ruralnim i ekološki očuvanim područjima, a istodobno ga je moguće uspješno integrirati s brojnim drugim tipovima turističke ponude, kao npr. „zelenim turizmom“, ruralnim turizmom, zdravstvenim turizmom i slično. Razvoj turizma i ruralnog turizma sporadično se spominje u *Županijskoj razvojnoj strategiji* i strategijama gradova Koprivnice, Križevaca i Đurđevca.

Smatramo da je nužno iznova artikulirati strateški dokument kojim će se trasirati put razvoju turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji, a posebno ruralnog turizma za koji ova županija ima komparativne prednosti u odnosu na ostale vrste turizma. Međutim, usprkos nepostojanju takvog dokumenta, svjedočimo stručnoj istraživačkoj aktivnosti u posljednjih desetak godina koja pruža korisne uvide u potencijale razvoja turizma i ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji.[143] Primjerice, prema istraživanju Svržnjak i Kantar (2013.)[144] u planiranje razvoja turizma u županiji prvenstveno bi trebali biti uključeni predstavnici gradova i općina (shema 2) i to boljom organizacijom i osmišljavanjem ponude za posjetitelje, financiranjem promotivnih materijala i aktivnosti te planiranjem i realizacijom turističkih aktivnosti i programa. Također, predlaže se da lokalne vlasti usmjere financijska sredstva u sufinanciranje svih onih aktera koji žele kvalitetno i planski provoditi zadane mjere

[142] Strateški marketinški plan turizma Koprivničko-križevačke županije, Institut za turizam, Zagreb, 1997.
[143] Tijekom 2013. i 2014. godine nastavnici Visokoga gospodarskog učilišta u Križevcima sudjelovali su u provedbi triju prekograničnih projekata (IPA) s partnerima iz Mađarske u kojima su istraživali investicijske, destinacijske i ekološke pretpostavke razvoja turizma i ruralnbog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji.
[144] Studija o neiskorištenim turističkim potencijalima i mogućnostima investiranja u turizam na prekograničnom području Mađarska – Hrvatska (Svržnjak, Kantar) izrađeno u okviru IPA projekta „INVEST-PRO“: HUHR/1101/1.2.5/0003.

u razvoju turizma (izraditi turističke planove, izraditi javne natječaje, transparentno oglašavati, davati subvencije i olakšice za zainteresirane za turističku ponudu). Osim toga, glavnu ulogu gradova i općina u razvoju turizma autorice vide u sufinanciranju doškolovanja za turističke stručnjake, a naročito za provoditelje turističkih projekata čime će se „otvoriti vrata“ stranim i domaćim investitorima.

Shema 2. Akteri turističkog razvoja Koprivničko-križevačke županije
Izvor: Svržnjak, Kantar (2013.)

Na drugom mjestu po važnosti u turističkom razvoju Koprivničko-križevačke županije nalaze se turističke zajednice koje bi u razvojnom smislu mogle dati veliki doprinos zajedničkom suradnjom s turističkim zajednicama općina i gradova u županiji putem zajedničkog promoviranja, izlaganja i dogovaranja turističkih aktivnosti, zajedničke marketinške podrške i informiranja, uključivanjem svih mjesta u turističke rute, doškolovanjem stručnog kadra i zapošljavanja mladih u turizmu. Važnu ulogu turističkih zajednica autorice vide i u provođenju kontinuiranog praćenja turističkih potreba stanovnika Koprivničko-križevačke i susjednih županija. Shodno tome, trebalo bi osmišljavati turističke programe prilagođene potrebama i trendovima u turizmu, postaviti ciljeve za razvoj turizma i rokove za njihovo ostvarivanje. U planiranju turističkog razvoja autorice nikako ne izostavljaju i lokalno stanovništvo, organizirano u udruge i mjesne odbore, koje bi trebali biti neizostavni faktor u razvoju turizma, izražavanjem svojih ideja i želja putem internetskih foruma. Zanimljivi su i

prijedlozi da bi općine i gradovi mogli otvoriti natječaj uz simboličnu novčanu nagradu za najbolje turističke ideje ili uređenje okućnica.[145]

Vrlo je važno da lokalno stanovništvo aktivno sudjeluje u razvoju i planiranju strategije turizma, a osim njih autorice smatraju kako bi se u planiranje, promociju i realizaciju turističkog razvoja županije trebali uključiti i lokalni poduzetnici investiranjem i razvojem ponude turističkih proizvoda, te da bi trebalo koristiti primjere dobre poduzetničke prakse u realizaciji poduzetničkih ideja u svrhu turističkog razvoja. Jedan od oslonaca razvoja (ruralnog) turizma su i smještajni i ugostiteljski kapaciteti koji, u narednom poglavlju, ilustriraju situaciju glede stanja turizma (i ruralnog turizma) u županiji.

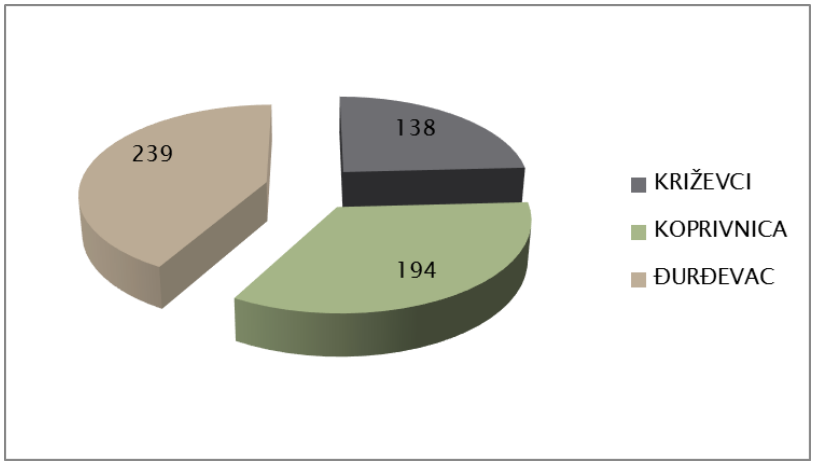
5.3. Smještajni i ugostiteljski potencijali županije – pretpostavke razvoja turizma i ruralnog turizma

U najvažnije pretpostavke za razvoj turizma svakako ulaze smještajni i ugostiteljski kapaciteti kao osnovni elementi turističke infrastrukture. Koprivničko-križevačka županija raspolaže sa svega 571 ležajem (grafikon 2) u registriranim komercijalnim smještajnim objektima, što je izrazito skroman dio (0,07%) u ukupnoj smještajnoj ponudi Hrvatske. Međutim, u odnosu da podatke iz 1997.[146] kada je županija raspolagala s 387 statistički registriranih ležaja, riječ je o povećanju kapaciteta za 67% što predstavlja značajan iskorak u turističkoj nadgradnji županije. Na području Koprivničko-križevačke županije ukupno se nalazi 17 smještajnih objekata, najviše ih ima u Koprivnici (8), zatim u Križevcima (5), potom u Đurđevcu (4). Od tog broja, najviše ima osnovnih smještajnih objekata – hotela (7), zatim seoskih turističkih gospodarstava (6), lovačkih domova, apartmana, planinarskih domova i pansiona. Hoteli se nalaze u svakom od značajnijih gradskih središta, a to su: hoteli „Podravina“ sa 104 ležaja, „Bijela kuća“ s 28 ležaja i ugostiteljstvo „Zlatan“ s 22 ležaja u Koprivnici; hoteli „Kalnik“ sa 60 ležaja i „KTC sobe i apartmani“ sa 64 ležaja u Križevcima; hotel „Picok“ s 200 ležaja i hotel „Crna mica“ (Hampovica) s 10 ležaja u Đurđevcu. (grafikon 2) S obzirom na veličinu objekta, u Đurđevcu je najveća koncentracija osnovnog smještaja i najveći broj ležaja u županiji (40,8%), a to je ujedno i jedini hotel sa četiri zvjezdice u županiji. Hotel „Picok“ u Đurđevcu posebno ističe ponudu izvrsnog smještajnog kapaciteta s 200 kreveta, odnosno 74

[145] Jedan od najboljih primjera je akcija Turističke zajednice općine Molve - „Molvarska jalša“, kojom se želi utjecati na uređenost općine Molve. Nagrada se dodjeljuje za najljepši balkon, najljepši prozor, najljepšu gredicu, najljepši detalj i najljepši opći dojam. Marljivost stanovnika Molvi oko uređenja okoliša kuća, uzgoja cvijeća, održavanju urednosti balkona i prozora dovela je do toga da su Molve proglašene za jedno od najuređenijih manjih mjesta Europe.

[146] Prema: *Strateški marketinški plan turizma Koprivničko–križevačke županije* (1997).

dvokrevetne sobe i 2 posebno uređene za osobe s invaliditetom, sobama koje su klimatizirane, opremljene TV i satelitskim prijemnikom, telefonom s direktnom linijom, wirelles internetom, sefom i mini barom s bogatom ponudom pića.[147]



Grafikon 2. Struktura smještajne ponude prema naseljima
Izvor: Svržnjak i sur. (2014.)

Nažalost, ostali hotelski smještaj na području županije još uvijek ima zastarjeli koncept poslovanja koji se nije bitnije mijenjao od otvorenja objekta, a ponuda je uniformna i stereotipna u dizajnu, gotovo nepostojećem hortikulturnom uređenju, zatim u siromaštvu popratnih sadržaja ili pak u koncepciji ponude hrane i pića. Za sadašnje društveno-ekonomske prilike u županiji visoke cijene smještaja[148] i niska iskorištenost smještajnih kapaciteta, dijelom su odraz i njihove nezadovoljavajuće kvalitete smještajne ponude. Od dodatnih usluga i sadržaj, hoteli uglavnom nude korištenje dvorana za sastanke, prodaju suvenira i mogućnost organizacije izleta na bliže destinacije.

Objekti za smještaj su osnovni i karakteristični receptivni činitelj turističkog mjesta što znači da od njihove veličine, većim dijelom, ovisi i turistički promet, dok njihove vrste, oblici i kvaliteta izravno utječu na vrste i oblike turizma te tako i na njihove ekonomske učinke (Demonja i Ružić, 2010.). Stoga su ispitanici pitani koja vrsta i kategorije smještaja nedostaju i potrebne su za budući razvoj turizma u okolici 20 kilometara od mjesta njihovog življenja (tablica 9). Za hrvatske ispitanike na prvom mjestu je smještaj vezan uz seoski turizam, zatim kamp i hoteli s četiri i tri zvjezdice.

[147] Kupaonice su opremljene tuš kabinama ili kadama, sušilom za kosu, ogrtačem za welnes i papučama.
[148] Raspon za uslugu polupansiona u dvokrevetnoj sobi: 255,00 – 430,00 kn.

Tablica 9. Najnedostatnije vrste i kategorije smještaja ključnih za razvoj turizma

	VŽ	KKŽ	Somogy	Zala	Ukupno
Seoski smještaj	34	80	5	22	141
Hotel ****	29	26	43	14	112
Kamp	44	25	3	17	89
Wellness hotel	32	12	16	19	79
Pansioni	38	13	0	15	66
Kuća za odmor, apartman	13	22	4	26	65
Hotel ***	32	21	0	11	64
turističko naselje	15	7	3	17	42
Odmaralište	2	14	0	9	25
Hotel **	5	1	0	3	9
Hotel *	2	3	0	2	7

Izvor: Svržnjak, Kantar (2013)

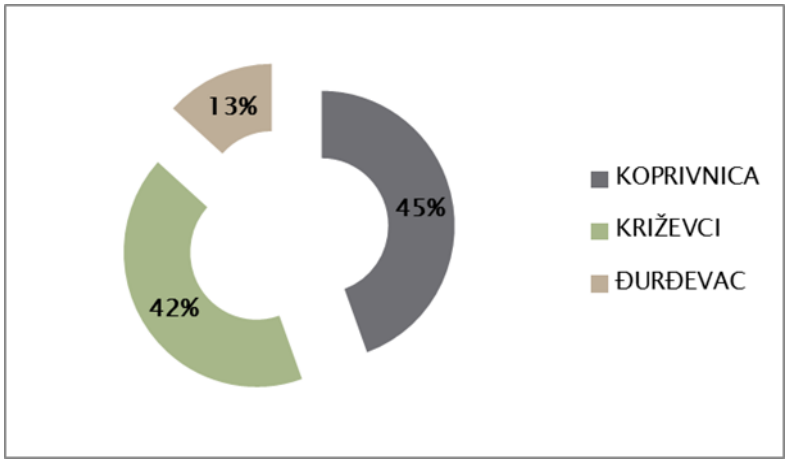
Novost u turističkoj ponudi županije svakako su i turistička seljačka gospodarstva koja se nalaze u okolici triju gradova i nadopunjuju smještajnu ponudu u ruralnom dijelu županije. Za razliku od hotela koji su moderno uređeni objekti u pravilu namijenjeni odmoru poslovnih ljudi i većih turističkih grupa, turistička seljačka gospodarstva promoviraju se kao smještaj tradicionalnog izgleda i ugođaja za sve one koji se vole aktivno odmarati. Starinska seljačka domaćinstva okružena poljima odlična su za miran odmor i šetnje u prirodi, te ostale aktivnosti koje se realiziraju u skladu sa željama gostiju. Zajedno s ostalim tipovima smještajnih kapaciteta predstavljaju pozitivan pomak u kvaliteti i vrsti smještajne ponude koja je postignuta u proteklih desetak godina, a i cjenovno je nešto povoljnija. Ugostiteljska ponuda (tablica 10) u Koprivničko-križevačkoj županiji je relativno ujednačena po vrsti ugostiteljske ponude, ali vrlo raznolika po svim ostalim parametrima.

Tablica 10. Ugostiteljska (gastronomska) ponuda u Koprivničko-križevačkoj županiji

R.br.	Vrsta restorana	Križevci	Koprivnica	Đurđevac
1.	RESTORAN	11	13	5
2.	PIZZERIA	3	5	2
3.	FAST FOOD	0	5	0
4.	OPG	0	2	0
5.	NEŠTO DRUGO	0	0	2
	UKUPNO	**14**	**25**	**9**

Izvor: Svržnjak i sur. (2014.)

Najviše ugostiteljskih objekata ima Koprivnica (25), gotovo dvostruko manje Križevci (14), a na kraju liste je Đurđevac (9). U strukturi ugostiteljskih kapaciteta dominiraju restorani kao samostalni objekti ili objekti koji se nalaze u okviru smještajnih objekata s više od 50% zastupljenosti, pizzerie i restorani brze prehrane (fast food restorani) su prisutni u puno manjoj mjeri, dok su najmanje zastupljeni restorani unutar turističkog seljačkog domaćinstva i bistro-pizzerie-zalogajnice. Zanimljivo je istaknuti kako fast food restorana najviše ima u Koprivnici, a gotovo da ne postoje u Križevcima i Đurđevcu, barem ne u „čistom obliku". Specifičnost koju vlasnici restorana u županiji vole isticati jest njihov odličan ambijent i opuštajući interijer koji omogućuje osjećaj privatnosti te uživanje u kvalitetnoj hrani i usluzi. Najveći broj ukupnih sjedećih mjesta u ugostiteljskim i smještajnim objektima (grafikon 3.) nalazi se u Koprivnici (2.513), Križevcima (2.385), a najmanje u Đurđevcu (754). Od tog broja, najveći udio sjedećih mjesta nalazi se u zatvorenom, a manji broj u otvorenom prostoru poput terasa, verandi i slično. Bitno je naglasiti kako je najveći broj sjedećih mjesta zabilježen u restoranima i sličnim ugostiteljskim objektima izvan smještajnih objekata. Tako na primjer, najveći broj sjedećih mjesta izvan smještajnih objekata (npr. hotela i sl.) imaju Križevci (84%), zatim Đurđevac (58%) i na kraju Koprivnica (51%). [149]



Grafikon 3. Struktura ugostiteljske ponude prema naseljima
Izvor: Svržnjak i sur. (2014.)

[149] U prilog ovim brojkama idu i sljedeće činjenice: npr. „KTC sobe i apartmani" u sklopu hotela nemaju restoran, već se on nalazi 100 metara od hotela i stoga ne predstavlja hotel u klasičnom smislu kao mjesto objedinjene ponude sjedećih i ležajnih kapaciteta, već samostalni restoran. Nadalje, u Đurđevcu hotel „Picok" ima povoljan omjer sjedećih i ležajnih mjesta, no primjerice hotel „Crna Mica" ima daleko veći broj sjedećih mjesta od ležajnih, ali istovremeno puno manji broj sjedećih mjesta u hotelskom smještaju nego izvan njega. Na kraju, najpovoljniji odnos između ugostiteljskih sadržaja i smještajnih objekata, te broja sjedećih mjesta u /izvan smještajnih objekata ima Koprivnica. To ujedno znači kako se u Koprivnici, u prosjeku, nalazi veći broj sjedećih mjesta u restoranima unutar smještajnih objekata i restoranima izvan smještajnih objekata, te da se jedino u Koprivnici podjednako prakticiraju ugostiteljske usluge u/izvan hotelskih objekata.

Međutim, što se tiče *ponude jela* koja se nude u restoranima, zamjetnije su neke razlike između gradova županije. Najraznovrsniju ponudu jela nude restorani u Koprivnici. Tu su podjednako zastupljena jela s ražnja, jela s roštilja, regionalna jela, internacionalna jela, talijanska jela, a od ostalih jela to su jela od ribe, zelena kuhinja i autohtoni program. U križevačkim restoranima uglavnom se nude jela s ražnja, jela s roštilja, regionalna i internacionalna jela, dok je u Đurđevcu ponuda jela jednostavnija i podrazumijeva jela s roštilja, jela s ražnja i rijetko riblje specijalitete.[150] Po pitanju lokacije ugostiteljskih objekata, najlošije su smješteni restorani u Križevcima jer se više od polovice njih nalazi na sporednoj cesti, za razliku od Đurđevca i Koprivnice gdje su ugostiteljski objekti uglavnom smješteni na glavnoj cesti. No, bez obzira na lošiju lokaciju, udaljenost od glavne ceste ne premašuje 200 metara i istovremeno je uočljivo signalizirana na glavnoj cesti. Isto vrijedi za ugostiteljske objekte u gradovima i selima.

Na pitanje o načinu preporuke svog restorana potencijalnom turistu koji želi navratiti u ovaj kraj, vlasnici su bili vrlo skromni u reklamiranju vlastitog restorana. Naime, vlasnici bi svoj restoran uglavnom preporučili onima koji žele nešto pojesti i nastaviti dalje, u manjoj mjeri kao restoran kojeg svakako trebaju posjetiti oni koje put nanese ovamo, te oni kojima je važan prigorsko/podravski ugođaj i priroda. Zanimljivo je spomenuti kako se najveći broj vlasnika koji smatraju da je njihov restoran vrijedan posebnog putovanja u ove krajeve nalazi u Križevcima. Objašnjenje ovakvog stava vjerojatno leži u iznimnoj gostoljubivosti koju ne mogu omesti relativno loše komparativne prednosti u odnosu na restorane u ostalim gradovima županije.

Ipak, činjenica jest da Koprivničko-križevačka županija i dalje održava reputaciju mjesta s dobrom, domaćom kuhinjom koja je uglavnom locirana u vrlo kvalitetnim restoranima u Koprivnici, te da u Koprivnici postoji dugogodišnja tradicija u proizvodnji (prehrambena industrija „Podravka“ d.d.) i pripremi domaćih jela. Nekoliko restorana s tog područja, čija se ponuda temelji na regionalnim gastronomskim podravskim specijalitetima, svrstava se među prvih 100 u Hrvatskoj: „Podravska klet“ i „Štagelj“ u sklopu Podravkinog rekreacijskog centra u Koprivnici te pivnica „Kraluš“ u Koprivnici, a vjeruje se da će se sve više razvijati i gastronomska ponuda Đurđevačke Podravine te Kalničkog Prigorja.

U tom smislu, jedan od osnovnih razvojnih izazova u turizmu jest nedovoljno razvijeno ugostiteljstvo i neadekvatni smještajni kapaciteti za potrebe intenzivnijih turističkih aktivnosti

[150] Minimalna cijena predjela je od 6,00 – 36,00 kn, a maksimalna cijena od 42,00 – 82,00 kn. Glavno jelo može se kupiti u minimalnom rasponu od 21,00 – 250,00 kn, međutim, s obzirom da je istraživanje obuhvatilo različite vrste ugostiteljsko – gastronomskih objekata – nije ih moguće preciznije usporediti.

(nedovoljno registriranih ležaja po broju i kvaliteti, svega nekoliko hotela i nekoliko seoskih domaćinstava, više planinarskih i lovačkih domova, ali niska kvaliteta usluga, bez popratnih sadržaja) koju je nužno povećati i unaprijediti. Koja su ostala obilježja ruralnog turizma u županiji, može se vidjeti u nastavku.

5.4. Karakteristike ruralnog turizma u Koprivničko–križevačkoj županiji

Ruralni turizam u Koprivničko-križevačkoj županiji se, prema dosadašnjim istraživanjima, nalazi u uzlaznoj fazi. O tome zorno svjedoči jedno od prvih istraživanja poduzetih s namjerom da se istraži navedena tematika (Svržnjak, Kantar, 2006.)[151], čije je težište bilo na analizi projekata vezanih uz ruralni razvoj, a u okviru kojeg je bilo postavljeno pitanje o postojanju lokalne inicijative za prijavu na projekte koji se izravno i neizravno odnose i na razvoj ruralnog turizma. U tom su istraživanju analizirane profitne i neprofitne organizacije koje su kao glavne prepreke prilikom prijavljivanja na projekte istaknule: neiskustvo u prijavljivanju projekata, neinformiranost te nedostatak vlastitih financijskih sredstava. Međutim, uočava se motivacija analiziranih organizacija da kroz redovito i povremeno praćenje natječaja i kreiranjem vlastitih projektnih ideja utječu na razvoj ruralne sredine. S obzirom da je za sada razvitak sela više spontan nego društveno organiziran i vođen, ohrabruje činjenica kako su lokalni akteri prepoznali ruralni turizam kao mogućnost razvitka alternativnih zaposlenja, promoviranja visokokvalitetnih autohtonih proizvoda, te očuvanja običaja i kulturne baštine svojeg kraja.

Lokalni akteri (profitne i neprofitne organizacije) sve više sudjeluju u planiranju dugoročnog razvoja na lokalnoj razini,[152] međutim njihovo aktivnije djelovanje sprečavaju problemi koji se većinom odnose na preopterećenost državnim propisima (23%), nedostatak investicija (17%), kompliciranu administraciju (14%) i (pre)oštro tržišno natjecanje (13%). Dosadašnja razina aktivnosti istraživanih organizacija u području ruralnog razvoja nije zadovoljavajuća. Na projekte koje financira Europska unija ili Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodnoga gospodarstva RH većina ispitanika se nije prijavila ili to planira uskoro učiniti, odnosno manje od trećine ispitanika potvrdilo je da će to stvarno i učiniti. Ispitanici kao najčešće razloge neprijavljivanja na natječaje za projekte ruralnog razvoja spominju vlastito

[151] Istraživanje je provedeno u sklopu Interreg III A projekta pod nazivom *Development features of cross-border regions*, a istraživano je granično područje Hrvatske i Mađarske kao „case study“ s posebnim naglaskom na društveno-ekonomsku situaciju te ruralni razvoj u Koprivničko-križevačkoj, Virovitičko–podravskoj i Međimurskoj županiji (Svržnjak, Kantar, 2006.).
[152] Analizirano je područje Koprivničko-križevačke, Virovitičko-podravske i Međimurske županije.

neiskustvo (37%), nedovoljno vlastitih sredstava (30%) i neraspolaganje informacijama (27%). Pozitivna je činjenica što je najmanje ispitanika kao razlog neprijavljivanja na projekte istaknula nedostatak pomoći i podrške nadležnih institucija u svojoj sredini (5%).

Navedeni općeniti problemi u poslovanju i prepreke prilikom prijava na projekt rezultiraju činjenicom da je u svim analiziranim organizacijama prijavljen samo 31 projekt vezan uz ruralni razvoj (najčešća godina prijavljivanja projekata bila je 2005. godina), s tim da se na ruralni turizam i tradicionalne proizvode u funkciji ruralnog turizma odnosi čak 9 projekata za koje je dobiveno ukupno nešto više od 4.000.000,00 kuna. Većina tih projekata je samostalno prijavljena kao vlastita ideja ispitanika ili je pomoć oko prijave dobivena od strane lokalne samouprave. Iz tablice je vidljivo kako se izravno (propagiranje ruralnog turizma i tradicionalnih seoskih obrta, promoviranje turističkih vinskih cesta) i neizravno (restauracija i razvoj sela, kulturna baština i očuvanje običaja, promoviranje visokokvalitetnih autohtonih proizvoda) na ruralni turizam odnosi 16 (od ukupno 31) projektnih ideja. Za njihovu bi realizaciju trebalo osigurati 30% vlastitih sredstava (oko 2,85 milijuna kuna trebaju osigurati sami ispitanici) i 70% ostalih sredstava (oko 7,25 milijuna kuna uglavnom iz proračunskih sredstava). Također 20,2% odgovora ispitanika na pitanje „Što bi konkretno trebalo učiniti za poticanje ruralnog razvoja u vašem kraju?“(tablica 11) izravno i neizravno se odnosi na iskorištavanje turističkih potencijala u ruralnim sredinama.

Tablica 11. „Što bi konkretno trebalo učiniti za poticanje ruralnog razvoja u vašem kraju?“

Opis prijedloga	Frekvencija	%	Projektne ideje
Restauracija i razvoj sela, kulturna baština i očuvanje običaja	30	9,6	5
Poticaj subvencioniranju poljoprivrednih gospodarstava	48	15,3	*41*
Poticanje poduzetništva – općenito	46	14,7	
Poticanje malih i srednjih poduzetnika	32	10,2	
Obrazovanje, napredovanje i obučavanje ljudi na selu	36	11,5	4
Povećanje broja radnih mjesta u ruralnim područjima	21	6,7	7
Obrazovanje stručnjaka za ruralni razvoj	19	6,1	0
Poboljšati mjere upravljanja zemljom	10	3,2	1
Ustanoviti mjere zaštite okoliša na području poljoprivrede i šumarstva	7	2,2	8
Propagiranje ruralnog turizma i tradicionalnih seoskih obrta	***15***	***4,8***	***9***
Promoviranje turističkih vinskih cesta	5	1,6	7**
Poboljšanje ruralne infrastrukture koja je u vezi s razvojem poljoprivrede	16	5,1	
Promoviranje visokokvalitetnih autohtonih proizvoda	16	5,1	8
Poboljšanje socijalnih uvjeta na selu	20	3,8	2
Integracija Roma i ostalih siromašnih slojeva	0	0	0
Ukupno	**313***	**100**	**92**

*Ispitanici su mogli zaokružiti najviše 3 odgovora

** Projekti se odnose općenito na infrastrukturu u ruralnim sredinama

Izvor: Svržnjak i sur. (2007.): Prvi kongres ruralnog turizma

Stoga, ruralni turizam bi trebao biti jedna od „najjačih karika“ ruralnog razvoja u smislu zadržavanja ruralnog stanovništva u ruralnim područjima i osiguravanja njihove egzistencije jer se čak četvrtina projektnih ideja odnosi na stvaranje nepoljoprivrednih mogućnosti zapošljavanja u ruralnim područjima koji se izravno i neizravno odnose na razvoj ruralnog turizma. Nadalje, osim inicijalnog pozicioniranja ruralnog turizma kao jednog od oblika diverzifikacije ruralne ekonomije, važno je istaknuti kako je za razvoj ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji bitno razvijati strategiju pozicioniranja ruralno turističke destinacije (Jerčinović, Svržnjak, 2006.), te definirati identitet regije i skup vrijednosti koje bi u budućnosti trebalo kvalitetno komunicirati prema postojećim i potencijalnim potrošačima, u ovom slučaju turistima. Prema autorima, identitet mjesta je jedinstveni set asocijacija koje mjesto, odnosno njegove upravljačke strukture žele stvoriti, te predstavlja neku vrstu obećanja potencijalnim potrošačima/korisnicima. Važnost građenja pravog identiteta mjesta ogleda se u potrebi prepoznavanja turističke destinacije u misaonoj sferi potrošača, odnosno turista. Naime, imidž mjesta je rezultat kompleksnih dugotrajnih aktivnosti koje mogu izraditi jedinstven karakter mjesta i stoga je imidž jedinstven i drugačiji za svako pojedino mjesto.

Koprivničko-križevačka županija se u perspektivi treba marketinški izgrađivati kao ruralno-turistička destinacija ovog dijela Hrvatske i stoga je potrebno razmišljati o izgradnji pravog i jakog identiteta jer se jedino na taj način može izvršiti njezino pozicioniranje. Primjerom SWOT analize (tablica 12) predstavljeni su elementi koji direktno ili indirektno utječu na formiranje identiteta te nam pokazuju pozicioniranost županije u kontekstu ruralno turističke destinacije. Županija raspolaže različitim prirodnim znamenitostima kao što je rijeka Drava, jezero Šoderica, Kalnik, Jezero Čambina, Đurđevečki peski, itd., zatim kvalitetnim poljoprivrednim proizvodima (npr. sir „prgica“) koji se proizvode na brojnim poljoprivrednim gospodarstvima, međutim, trenutna nedovoljno razvijena turistička infrastruktura, manjak turističkih sadržaja, mali broj smještajnih kapaciteta, neadekvatne aktivnosti pojedinih turističkih zajednica, znatno umanjuju njezin turistički potencijal. Povoljan zemljopisni položaj, blizina jakih tržišta te izgradnja novih prometnica i obnova postojeće željezničke infrastrukture predstavljaju komparativne mogućnosti da se postojeći poljoprivredni i prehrambeni imidž županije iskoristi za proizvodnju ekološke hrane i razvoj turizma kao dodatnog izvora zarade. Članstvo u Europskoj uniji i pogranični položaj županije može znatno unaprijediti ova nastojanja. Neki od pozitivnih elemenata i karakteristika županije je uporaba vizualnih simbola (tvrđava u Đurđevcu) jer oni služe kao najbrža i najjednostavnija asocijacija na neko mjestom. Županija ima logotip stiliziranog pijetla s imenom županije. Osim simbola i logotipa, različita događanja također privlače pozornost te na temelju njihova sadržaj

posjetitelji stvaraju iskustva koja se sublimiraju u imidž. Pozitivni su primjeri u cijeloj županiji: Picokijada u Đurđevcu, Spravišće u Križevcima, Podravski motivi i Renesansni festival u Koprivnici, itd. No, sukladno teoretskim postavkama identitet nije izgrađen u cijelosti te se zato javlja problem kreiranja pravog imidža kod ciljnih skupina i domaćeg stanovništva. Kada identitet županije bude snažan i konkretan, možemo očekivati i formiranje pozitivnog imidža, za što je nužno sinergijsko djelovanje ne samo turističkih djelatnika i organizacija već i stratega i planera unutar institucija županije o kojima ovisi razvoj. Dakako da u ovaj proces mora biti uključeno lokalno stanovništvo i proizvodni sektor jer su svi oni zainteresirani za gospodarski razvoj svoje sredine.

Nadalje, potencijali ruralnog turizma Koprivničko-križevačke županije analizirani su i u širem kontekstu *prekograničnog razvoja ruralnog turizma* kao mogućeg inovativnog modela razvoja turizma[153] koji[154] bi mogao biti potencijalni pokretač gospodarske i društvene koristi za širu zajednicu. Razvojem prekograničnog turizma mogli bi se unaprijediti postojeći i osmisliti novi sadržaji koji bi trebali privlačiti sve veći broj posjetitelja, ostvariti veći broj višednevnih boravaka, te postići veću potrošnju i ukupni razvoj. Turizam prekograničnog područja na taj način postaje značajnim segmentom lokalnog i regionalnog gospodarskog razvoja, doprinosi zapošljavanju, otvara nove mogućnosti proizvodnom i uslužnom sektoru, te potiče dodatna ulaganja u infrastrukturu (komunalnu, sportsku, ugostiteljsku, kulturnu, ljudsku) i time povećava kvalitetu života stanovništva.

Tablica 12. SWOT analiza Koprivničko-križevačke županije kao ruralno turističke destinacije

SNAGE	SLABOSTI
- netaknuta prirodna baština - veliki broj područja s komparativnim turističkim prednostima - županija raspolaže brojnim kvalitetnim poljoprivrednim proizvodima - županija je sjecište prometnih pravaca - blizina glavnog grada, mađarske i slovenske granice - poduzetnički duh - veliki broj poljoprivrednih domaćinstava	- mali broj smještajnih kapaciteta - slaba razina educiranosti - nerazvijenost turističke ponude - nepoznavanje stranog jezika djelatnika u ruralnom turizmu - slabe kreditno-financijske potpore institucija - izostanak ozbiljnih turističkih projekata

[153] Ruralni turizam u prekograničnom području Mađarska-Hrvatska predstavlja oblik strateškog promišljanja turističkog sektora koji se uspostavlja zahvaljujući brojnim inicijativama u okviru IPA programa za prekograničnu suradnju Mađarska-Hrvatska 2007 – 2013.

[154] U okviru Interreg projekta analizirano je prekogranično područje Mađarska – Hrvatska, konkretno, županija Zala i Koprivničko-križevačka županija.

MOGUĆNOSTI	OPASNOSTI
- povoljni zemljopisni smještaj - blizina jakih tržišta - izgradnja novih prometnica i obnova postojeće željezničke infrastrukture - članstvo u Europskoj uniji - proizvodnja ekološke hrane - turizam kao dodatni izvor zarade	- negativna demografska slika - moguća izgradnja HC Novo Virje - zapošljavanje mlade radne snage u gradovima - doseljenje prljavih industrija

Izvor: Jerčinović, Svržnjak, 2007.

Nažalost u prekograničnom Mađarsko – Hrvatskom (osobito ruralnom) području[155] zamijećeno je kako najveće prepreke lokalnom razvoju čine demografske karakteristike stanovništva koje se odnose na velike razlike u dobnoj strukturi, nezadovoljavajući obrazovni potencijal stanovništva te kritično visoki udio nezaposlenih u mnogim mikroregijama s obje strane granice.[156] Osim toga, prihodi stanovništva su relativno niski i uglavnom se baziraju na prihodima od tradicionalnih poljoprivrednih aktivnosti koje nisu dovoljne za povećanje životnog standarda. Na obje strane u prekograničnom području najbolje mogućnosti za suradnju i razvoj nalaze se u području turizma, prometne infrastrukture, te u obrazovanju i kulturi. Za realizaciju navedenih mogućnosti suradnje i prekograničnog razvoja potrebno je, prema Bacsi, Kovacs (2006.) učiniti sljedeće:

a) obnoviti (revitalizirati) gradove i sela,
b) raditi na sinergiji u razvijanju novih atrakcija,
c) valorizirati postojeće atrakcije,
d) razvijati prekogranični prijevoz.

Kao glavne turističke atrakcije, na kojima se mogu promovirati potencijalna ulaganja i iskoristiti uočene razvojne prilike te mobilizirati investicijski kapital, naglašava se prirodni i izgrađeni okoliš u funkciji turizma. Koprivničko-križevačka županija ima povoljne uvjete za razvoj različitih oblika kontinentalnog turizma (lov, ribolov, planinarenje, biciklizam, plivanje). Međutim postojeći prirodni resursi – u prvom redu rijeka Drava, ravničarski tereni, jezera, planinski pejzaži na obroncima Bilogore i Kalnika – još uvijek nisu dovoljno iskorišteni u tu svrhu.[157] Osim toga, područje županije bogato je kulturno-povijesnom baštinom (niz sakralnih objekata) i razvijenom umjetničkom tradicijom, s obzirom da se u Hlebinama nalazi središte

[155] Ekonomsko-sociološka analiza hrvatsko-mađarskih pograničnih regija izrađena je u okviru INTERREG projekta SLO/HU/CRO-4012-106/2004/01/HU-74. Kestzhely: Mikroregionalna multifunkcionalna i razvojna asocijacija Keszthely-Heviz: Zapadno-balatonska radionica za društveno-znanstvena istraživanja, 2007.
[156] http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2011/SI-1441.pdf
[157] Za potrebe ovog doktorskog rada navode se samo zaključci vezani za Koprivničko-križevačku županiju.

naivnog slikarstva, pa je to za sada glavna turistička atrakcija i orijentacija. Zaključno, cjelokupni turistički potencijal županije nije značajnije iskorišten, što se reflektira i u činjenici kako se preko 90% turističkog prometa odvija u formi jednodnevnih izleta bez noćenja.

Nadalje, u okviru kronološki sljedećeg IPA projekta pod nazivom INVEST-PRO išlo se korak dalje u istraživanju zajedničkih karakteristika turističkih potencijala prekograničnog područja[158] vezanih za buduće mogućnosti razvoja turizma i investiranja. Podrškom postojećim i razvijanjem novih oblika turističke ponude cilj je aktualizirati neiskorištene potencijale u ruralnom turizmu. Rezultati istraživanja u okviru projekta pokazali su kako bi se budući razvoj turizma prekograničnog područja trebao prvenstveno temeljiti na rekreacijskom/aktivnom turizmu, kulturnom, vodenom i agroturizmu, a najmanje atraktivan za budući razvoj i investiranje navodi se vjerski turizam. (tablica 13)

Tablica 13. „Koju biste vrstu turizma prvenstveno razvijali u regiji?“

Oblici turizma	VŽ	KKŽ	Somogy	Zala	Ukupno
Rekreacijski (aktivni)	9	39	26	39	113
Kulturni	38	23	16	35	112
Vodeni	21	23	17	34	95
Agroturizam	0	38	9	24	71
Zdravstveni	7	10	30	21	68
Vinski	25	24	7	12	68
Lovni	13	26	4	3	46
Vjerski	4	9	0	0	13
Ostalo		Zimski turizam	Ekoturizam		

Izvor: Svržnjak, Kantar (2013)

Velike razlike u rezultatima istraživanja između hrvatskih i mađarskih ispitanika/poduzetnika bile su u odgovoru na pitanje o načinu na koji bi poduzetnici, odnosno njihovo poduzeće, mogli doprinijeti razvoju turizma. Mađarski ispitanici/poduzetnici nisu uopće odgovorili na postavljeno pitanje dok su ispitanici iz Hrvatske iskazali maštovite i konkretne prijedloge za razvoj turizma koji uključuju promocijske, gastronomske, organizacijske, infrastrukturne i proizvodne aktivnosti s osobitim naglaskom na lokalnu podršku turizma. Trebalo bi uvažiti sljedeće prijedloge (nije rang-lista!):

[158] U istraživanju su sudjelovali poduzetnici iz četiri pogranične županije: županija Zala i Somogy iz Mađarske i Koprivničko-križevačka i Varaždinska županija iz Hrvatske.

1. bolje promovirati turističke proizvode, lokalne vrijednosti, tradiciju, prirodne ljepote, općenito promovirati županije i sama poduzeća,
2. smanjiti cijene, odnosno davati popust/akcije na turističke proizvode, te davati neke proizvode gratis,
3. proširiti ponudu tradicionalnih proizvoda, domaćih jela i pića (gastro ponudu), općenito poboljšati i proširiti turističku ponudu uređenjem postojećih i izgradnjom novih smještajnih kapaciteta, restorana; poboljšati kvalitetu ponude i usluga edukacijom turističkih djelatnika,
4. osmisliti zanimljivije sadržaje na manifestacijama s više atrakcija (općenito više sajmova, sajamovi/izložbe cvijeća, više glazbenih događanja, modne revije, organizacija više kvalitetnih događaja u vrijeme trajanja već tradicionalnih manifestacija kao npr. radionica tradicionalnih jela, radionica izrade unikatnih proizvoda, općenito upoznavanje s tradicijom kraja),
5. bolje se povezati s turističkom zajednicom,
6. razvijati ekološku poljoprivredu i proizvoditi zdravu hranu,
7. uključiti volontere, udruge ili samostalno sudjelovati na lokalnim manifestacijama skupovima, sajmovima, koncertima i slično (degustacije, njega konja i slično).

U nastavku istraživanja ispitanicima je postavljeno pitanje i o najvažnijim asocijacijama koje bi ispitanici istaknuli kao turističke vrijednosti (atrakcije ili lokalitete), a vezane su za razvoj turizma u sredini u kojoj žive. Prema Kušenu (2002.) *turističke atrakcije* su turistički resursi koji mogu privući ili već privlače turiste da posjete turističku destinaciju u kojoj se one nalaze. Stoga su i ispitanici u svojim prvim asocijacijama bili usmjereni na one turističke vrijednosti koje prepoznaju i karakteristične su za bližu okolicu njihovog mjesta stanovanja. Prema Ružiću (2011.) za razvoj turizma značajni su sljedeći činitelji:

a) *prirodni* – koje čini klima, hidrografija, reljef, flora, fauna i slično,
b) *društveni* – koje čine povijesni spomenici, ustanove, manifestacije i slično,
c) *prometni* – koje čini prometna infrastruktura,
d) *ponudbeni* – koje čine objekti i kapaciteti i njihova ponuda; usluge smještaja, prehrane, pića, trgovine robom u funkciji snabdijevanja turista i slično.

Ispitanici Koprivničko-križevačke županije na *prvo* mjesto atraktivnih turističkih destinacija stavljaju grad Đurđevac, odnosno Stari grad u kojem se odvija tradicionalna kulturno-turistička manifestacija „Picokijada – Legenda o picokima“. Kao vrlo značajne ističu prirodne ljepote i čisti okoliš s naglaskom na blizinu rijeke Drave i njezine neiskorištene turističke potencijale. Također, među važnim asocijacijama ističu i zaštićeno botaničko

područje Đurđevački pijesci tzv. „hrvatsku Saharu“ te Galeriju naivne umjetnosti u Hlebinama. Kao *drugu* asocijaciju, osim spomenutog rezervata Đurđevački pijesci i blizine rijeke Drave, ispitanici Koprivničko-križevačke županije ističu sakralne objekte od kojih se najčešće spominje Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije u Molvama te kapela nazvana po hrvatskom svecu Marku Križevčaninu. *Treća* asocijacija koju su ispitanici istaknuli kao osobitu vrijednost sredine u kojoj žive je razvijena poljoprivreda, pri čemu posebnu vrijednost vide u vinogradarstvu, vinogradima, vinskim cestama i očuvanim starim klijetima.

Dakle, ako primijenimo Ružićevu tipologiju činitelja za razvoj turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji, riječ je primarno o prirodnim i društvenim faktorima, odnosno prirodnoj i antropogeografskoj osnovi (Demonja, Ružić, 2010.). Ispitanici su, osim razvojnih potencijala u turizmu, istaknuli i glavne nedostatke kako slijede:

- slaba promocija područja,
- općenito loša infrastruktura (najčešće se spominje nedostatak vodovoda i kanalizacije),
- nedostatak financijskih sredstava za ulaganje u razvoj turizma,
- prometna nepovezanost i nedostupnost (nema brze ceste),
- nedovoljna zainteresiranost lokalne vlasti i stanovništva za turizam,
- nezaposlenost koja utječe na odlazak mladog stanovništva iz manjih sredina ima za posljedicu nepovoljnu strukturu stanovništva za razvoj turizma,
- nedostatak razvijene turističke infrastrukture (kulturni sadržaji, ugostiteljska ponuda, manjak smještajnih kapaciteta i restorana,
- nedostatak stručnih osoba za bavljenje turizmom.

Primjenjujući Ružićevu tipologiju činitelja razvoja turizma, primjećujemo kako su prometni i ponudbeni činitelji u stvari izostali u razvoju turizma, a oni su ključni za razvoj ruralnog turizma. Na ovu činjenicu nadovezuje se i rasprava o sljedećem pitanju: Koje su to zajedničke prednosti, a koji su to nedostaci bitni za razvoj turizma u prekograničnom području? U prednosti koje su karakteristične za prekogranično područje mogu se ubrojiti prirodne ljepote i čisti okoliš, bogata kulturna baština i razvijeno vinogradarstvo, vinarstvo, vinski turizam i gastronomija, a zajednički nedostaci su slaba turistička promocija, nerazvijena turistička infrastruktura s naglaskom na nedostatak smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta, loša cestovna infrastruktura i nedostatak financijskih sredstava za razvoj turizma. Na žalost, zajedničkih nedostataka u smislu preduvjeta za razvoj ruralnog turizma ima daleko više negoli prednosti. Slijedom navedenog, identificirani su potencijali razvoja ruralnog turizma u pograničnom području (tablica 14).

Tablica 14. Oblici turizma privlačni za turiste

	VŽ	KKŽ	Somogy	Zala	Ukupno
Kulturni	2,2	4,3	3,7	4,4	3,7
Zdravstveni	5,0	6,8	2,2	1,6	3,9
Vodeni	4,8	5,0	3,3	2,9	4,0
Vinski	2,4	4,0	5,3	4,5	4,1
Rekreacijski (aktivni)	5,0	3,9	3,6	4,0	4,1
Lovni	4,2	3,9	4,0	4,5	4,2
Agroturizam	6,5	5,1	4,6	4,6	5,2
Vjerski	6,5	6,0	7,5	7,6	6,9
Ostalo	Planinarenje, turizam likovne i glazbene umjetnosti	Zimski, konjički, biciklistički, moto susreti, turizam naivne umjetnosti	party turizam	-	-

Izvor: Svržnjak, Kantar (2013)

U Koprivničko-križevačkoj županiji ispitanici vrlo različito rangiraju ponuđene oblike turizma, tako da prosječni rangovi pokazuju vrlo mala odstupanja između lovnog, rekreacijskog (aktivnog), vinskog i kulturnog turizma koji su istaknuti kao najatraktivniji oblici turizma. Najmanje privlačnim turisti smatraju zdravstveni i vjerski turizam. Među ostalim oblicima turizma spominju se zimski, konjički, biciklistički turizam, turizam naivne umjetnosti te turizam vezan uz motorističke susrete.[159]

Na pitanje na koji način posjetitelji mogu doći do informacija o raznim znamenitostima kraja u kojem ispitanici žive (tablica 15), hrvatski ispitanici na prvo mjesto stavljaju informacije koje turisti mogu dobiti od *lokalnog stanovništva*, što je trend novog tzv. „mekog" turizma karakterističnog za današnji turizam, pri čemu turisti žele upoznati i stjecati prijatelje među lokalnim stanovništvom. Na drugo mjesto stavljaju internetske stranice, svjesni činjenice kako je poslovanje na svim razinama danas nemoguće zamisliti bez pomoći informatičke tehnologije i interneta. Također, kao vrlo značajan izvor informacija o znamenitostima svojeg kraja spominju prijašnje posjetitelje destinacije, odnosno snagu komunikacije „od usta do usta" kao najbolji, najpouzdaniji i najvjerodostojniji izvor informacija općenito o proizvodima i uslugama, te tiskane materijale.

[159] Ako promatramo dobivene odgovore na razini cijelog istraživanog područja, može se zaključiti kako su ispitanici jedinstveni u tome da je vjerski turizam najmanje privlačan za turiste (6,9), a zatim slijedi agroturizam (5,2). Prosječni rang svih ispitanika pokazuje da je u prekograničnom području najatraktivniji za turiste kulturni turizam (3,7), zatim zdravstveni (3,9) i vodeni turizam (4,0), slijedi vinski i rekreacijski turizam (4,1), te lovni turizam (4,2). Međutim, ovaj pristup isključuje nacionalne i regionalne različitosti.

Tablica 15. Najvažniji načini dobivanja informacija o raznim turističkim znamenitostima

	HR	HU	Ukupno
Internetska stranica	124	72	196
Lokalno stanovništvo	125	46	171
Prijašnji posjetitelji destinacije	84	57	141
Tiskani materijali	60	73	133
TV, radio	56	44	100
Putnička agencija	23	66	89
Internetske stranice turističke zajednice	60	26	86
Poznanici (nisu bili na određenoj destinaciji)	27	53	80
Turističke izložbe, sajmovi	58	14	72
Internetski forum	11	54	65
Turistički vodič	11	38	49
Publikacije i časopisi	13	16	29

Izvor: Svržnjak, Kantar (2013)

Vezano za trenutno postojeće oblike turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji kao najzanimljivije aktivnosti u krugu od 20 kilometara od mjesta življenja, ispitanici su trebali izabrati četiri najznačajnije aktivnosti u privlačenju turista (tablica 16). Prema njihovu mišljenju, najznačajnija aktivnost u krugu od 20 kilometara su lov, kulturne manifestacije, *seoski turizam*[160] te vino i gastronomija. Ovdje je važno naglasiti kako ispitanici, odnosno lokalni stanovnici, najbolje poznaju i preporučuju lokalne aktivnosti koje mogu biti zanimljive za goste i u tom smislu su najbolji turistički promotori područja u kojem žive.

[160] Ispitanici napominju da bi se u okviru seoskog turizma mogle osmisliti aktivnosti u smislu pripremanja zimnice, tjestenine, sira, domaćih pekmeza i slično.

Tablica 16. Zanimljive aktivnosti u krugu od 20 km

	VŽ	KKŽ	HR	Somogy	Zala	HU	Ukupno
Kulturne manifestacije	46	40	86	14	14	28	114
Vino i gastronomija	31	37	68	11	27	38	106
Lov	8	47	55	22	21	43	98
Razgledavanje	34	30	64	9	22	31	95
Jahanje	3	28	31	29	29	58	89
Izložbe i muzeji	29	26	55	5	25	30	85
Seoski turizam	22	38	60	12	13	25	85
Kupališta	4	20	24	20	34	54	78
Ribolov	9	35	44	12	13	25	69
Biciklizam	16	25	41	10	17	27	68
Zdravstveni turizam	9	1	10	15	43	58	68
Festivali i priredbe	13	14	27	15	23	38	65
Plaže	2	3	5	21	36	57	62
Folklorni običaji	21	24	45	6	5	11	56
Povijesni spomenici	28	18	46	3	6	9	55
Šetnja, planinarenje	4	13	17	8	21	29	46
Poučne staze	0	5	5	2	4	6	11
Veslanje	1	0	1	0	1	1	2
Pasivno odmaranje	0	0	0	1	1	2	2
Organizirani programi sa stručnim vodičem	0	0	0	0	1	1	1

Izvor: Svržnjak, Kantar (2013.)

Za daljnji razvoj različitih oblika turizma u prekograničnom području bitno je u procese odlučivanja uključiti sve zainteresirane i odgovorne za pitanja turizma, okoliša i baštine analiziranih županija. Prema priručniku *Održivi turizam u deset koraka* (2006.) bitno je sustavno i strateški identificirati i uključiti one koji imaju udjela u određenoj destinaciji, regiji ili turističkom proizvodu, jer će se na taj način moći:

- osigurati uključivanje relevantnih osoba u procese planiranja i u aktivnosti,
- pomoći određivanju važnosti baštine na odabranim lokalitetima,
- pomoći osigurati da su sve važne teme uzete u obzir pri planiranju turističkog razvoja,
- pomoći pri odlučivanju koje aktivnosti su realne i mogu zadovoljiti specifične potrebe,
- pomoći procesima regionalnog planiranja, te planiranju upravljanja i razvoja.

Mišljenja i ideje lokalnih stanovnika i poduzetnika vezanih za realizaciju investicija u turističke namjene pokazuju kako je razvoj turizma neodvojiv od karakteristika i kapaciteta lokalne društvene strukture. U nastavku, pozornost ćemo usmjeriti prema važnosti resursa i atrakcija u ruralnom turizmu Koprivničko-križevačke županije.

5.5. Važnost resursa i atrakcija u ruralnom turizmu Koprivničko–križevačke županije

Analiza resursa je vrlo bitna s aspekta turističke destinacije jer se na taj način mogu identificirati oni resursi ili atrakcije koji za pojedinačnu destinaciju predstavljaju trenutnu snagu ili turistički potencijal. Treba se naglasiti kako se pri planiranju razvoja turizma često termini turistički potencijali, turistički resursi i turističke atrakcije koriste kao istoznačnice. Međutim, Kušen (2002.) ističe kako to nije ispravno jer su sve turističke atrakcije turistički resursi, no svaki turistički resurs ne mora biti turistička atrakcija pa se prema ovom autoru turistički resursi mogu podijeliti na sljedeće grupe:

1. temeljni: turističke atrakcije (potencijalne i realne),
2.ostali izravni: turističko-ugostiteljske građevine, turistički uređaji, turističke zone, turistička mjesta, turističke destinacije, turističke agencije, turističke informacije i promidžbeni materijali, turistički kadrovi, turistička educiranost lokalnog stanovništva, turistička organiziranost destinacije i sustav turističkog informiranja,
3. neizravni: očuvani okoliš, komunalna infrastruktura i sadržaji društvenog standarda, geoprometni položaj, prometna povezanost, dobra prostorna organizacija kraja, privlačno oblikovanje zgrade, ulice, trgovi, perivoji, gradski parkovi i očuvani kulturni krajolik, mirnodopsko stanje i politička stabilnost i ostali resursi.

Prema Ružiću (2011.) turizam se ne bi mogao razviti bez minimalne atraktivnosti prostora, bez interesa i sklonosti stanovništva prema razvoju te liberalne politike i zakonske regulative koje dopuštaju razvoj. Autor navodi kako razvoj ruralnog turizma omogućuju sljedeće pretpostavke:

a) atraktivnost prostora za razvoj ruralnog turizma,
b) atraktivnost objekata ponude ruralnog turizma,
c) atraktivnost i prihvatljiva ponuda ruralnog turizma,
d) liberalna turistička politika i zakonska regulativa koja omogućuje razvoj te
e) interes i sklonosti stanovništva i zajednice za razvoj ruralnog turizma i dr.

Atraktivnost prostora za razvoj ruralnog turizma i atraktivnost objekata ponude ruralnog turizma sjeverozapadne Hrvatske (u koju spada i Koprivničko-križevačka županija) istraživali su Svržnjak, Kantar i Jerčinović (2010.) putem metodologije ocjenjivanja izvornosti i ambijentalnosti primjenjujući „Okvir za ocjenu ambijentalnosti i izvornosti u agroturizmu“ (Ružić, Dropulić, 2007.) Istraživanje je provedeno na 13 registriranih turističkih seljačkih gospodarstava (TSG) i 48 obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava (OPG) koji u budućnosti imaju potencijale i „skrivenu“ želju za bavljenjem turizmom. Svaki element atraktivnosti

lokacije i agroturističkih objekata ocjenjuje se ocjenom od 1 do 5, s tim da je dan točan okvir, odnosno kriterij za svaku ocjenu svakog elementa (prilog 5). Ocjenjuje se sljedećih 13 elemenata atraktivnosti lokacije: zdrava klima, nezagađeni zrak i voda, odsutnost opasnosti od eksplozija, poplava, radijacija, odsutnost buke i vibracije, očuvana priroda, očuvano graditeljsko nasljeđe, očuvane socio-kulturne značajke, slikovit krajolik, mogućnost slobodnog kretanja po okolici, osigurani uvjeti za zabavu, sport i rekreaciju, izgrađeni ugostiteljski objekti s ponudom regionalnih jela i pića s tradicijskim interijerom, dobra cestovna i telekomunikacijska povezanost (udaljenost ambulante, pošte, trgovine, ugostiteljskog objekta) te zainteresiranost većeg broja obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava za bavljenje turizmom (tablica 17). Kao elementi atraktivnosti agroturističkog objekta ocjenjuje se 10 elemenata i to: posjed poljoprivrednog zemljišta uz stambeni objekt, posjed gospodarskih objekata uz stambeni, posjedovanje životinja na gospodarstvu, mogućnost uvida u poljodjelske radove i proizvodnju, atraktivnost lokacije poljodjeljskog gospodarstva, osiguran pristup automobilom do gospodarstva i parkirališta, osigurani voda, struja i telefon na gospodarstvu, atraktivnost ponude smještaja, prehrane i pića, atraktivnost zabavno-sportsko-rekreacijske ponude te broj mlađih članova domaćinstava na gospodarstvu sa sklonostima za bavljenje turistima (tablica 17).

Tablica 17. Ocjena atraktivnosti lokacije u sjeverozapadnoj Hrvatskoj

Atraktivnost lokacije	Prosječna ocjena	Objašnjenje ocjene
Zdrava klima	4,2	Klima s umjerenim padalinama i većim brojem sunčanih sati
Nezagađeni zrak i voda	4,0	Udaljenost od industrijskih i ostalih zagađivača zraka i vode oko 15 kilometara
Odsutnost buke i vibracija	4,3	Ne čuje se buka i ne prijete opasnosti iz obližnjih izvora*
Odsutnost opasnosti od eksplozija, poplava, radijacija	4,6	
Očuvana priroda	4,3	Djelom očuvana flora i fauna i vidljiva prirodna harmonija
Slikovit krajolik	4,6	
Očuvano graditeljsko nasljeđe	3,7	Graditeljsko nasljeđe očuvano u većem dijelu s primjesama modernizma
Očuvane socio-kulturne značajke	3,7	
Mogućnosti slobodnog kretanja po okolici	4,4	Opušteno kretanje po okolici, a zabavni, sportski i rekreativni sadržaji na udaljenosti od 5 kilometara
Osigurani uvjeti za zabavu, sport, rekreaciju	3,8	
Izgrađeni ugostiteljski objekti s ponudom regionalnih jela i pića s tradicijskim interijerom	3,3	Objekti s lošim kopijama elemenata ambijentalnosti i izvornosti
Dobra cestovna i telekomunikacijska povezanost, udaljenost do ambulante, pošte, trgovine, ugostiteljskog objekta	4,3	Udaljenost oko 5 kilometara
Zainteresiranost većeg broja OPG-ova za bavljenje turizmom	2,5	4 – 6 OPG-ova

* kamenolom, autoceste, željeznice, aerodromi, opasne životinje, blizina rijeka, jezera

Izvor: Svržnjak i sur. (2010.)

Autori zaključuju kako sjeverozapadna Hrvatska općenito, a Koprivničko- križevačka županija posebno, ima velike potencijale za bavljenje ruralnim turizmom, s obzirom na visoke ocjene dobivene prilikom ocjenjivanja atraktivnosti lokacije. Visoke ocjene dobivene su za *slikovit krajolik* (4,6) i *očuvanu prirodu* (4,3), što upućuje na vrlo mali utjecaj urbanizacije i općenito ljudskog faktora na biljni i životinjski svijet, odnosno flora i fauna su skoro u potpunosti očuvane te je vidljiva prirodna harmonija. Istraživane lokacije su vrlo atraktivne i zbog odsutnosti opasnosti od eksplozija, poplava, radijacija (4,6), odsutnosti buke i vibracija (4,3) te mogućnosti opuštenog kretanja po okolici (4,4). Visoka ocjena 4,3 za dobru cestovnu i telekomunikacijsku povezanost, udaljenost do ambulante, pošte, trgovine, ugostiteljskog objekta znači kako je ta udaljenost oko 5 kilometara, a ocjena 4,2 za zdravu klimu upućuje na klimu s umjerenim padalinama i većim brojem sunčanih sati. Elementi atraktivnosti lokacije koji su najslabije ocjenjeni su zainteresiranost većeg broja obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava za bavljenje turizmom. Ocjena 2,5 znači kako u većini istraživanih ruralnih sredina sjeverozapadne Hrvatske ima 4 – 6 obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava zainteresiranih za bavljenje turizmom. Ta gospodarstva predstavljaju buduće „inicijatore" razvoja ruralnog turizma u ispitivanom kraju uz pretpostavku poznavanja stranih jezika, sposobnost animacije gostiju i općenito s karakteristikom gostoljubivosti.[161] Sljedeći najslabije ocijenjen element atraktivnosti lokacije su izgrađeni ugostiteljski objekti s ponudom regionalnih jela i pića s tradicijskim interijerom. Niska ocjena od 3,3 znači kako se većina izgrađenih spomenutih ugostiteljskih objekata može okarakterizirati, prema okviru za ocjenu, kao objekti s lošim kopijama elemenata ambijentalnosti i izvornosti. Ako se ocjenjuje atraktivnost sadašnjih i budućih agroturističkih objekata (tablica 18), prije svega se mora naglasiti kako ocjene značajno ne odskaču između registriranih turističkih seljačkih gospodarstava i budućih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava koja imaju potencijal za bavljenje seoskim turizmom, pa se ocjene prikazuju kao ukupne. Najviša prosječna ocjena dobivena je za posjedovanje osnovnih priključaka na vodu, struju, odvod i telefon (4,2). Ocjena 3,9 za posjedovanje poljoprivrednog zemljišta znači da analizirani objekti/gospodarstva imaju prosječno 4 ha poljoprivrednog zemljišta. Atraktivnost same lokacije OPG-ova ocijenjena je ocjenom 3,7 što znači da su objekti uglavnom na osami s poljoprivrednim zemljištem i uređenom okolinom.

[161] Jedan od najupečatljivijih komentara prilikom anketiranja bio je s područja Kalnika u Koprivničko-križevačkoj županiji, gdje istraživač komentira kako Kalnik ima sve predispozicije za bavljenje seoskim turizmom, no može se primijetiti da „tvrdi" kalnički ljudi ne pridaju veliku važnost takvom obliku zarade, unatoč velikom interesu za bavljenje ovom gospodarskom aktivnošću.

Tablica 18. Ocjena atraktivnosti agroturističkih objekata sjeverozapadne Hrvatske

Atraktivnost agroturističkog objekta	Prosječna ocjena	Objašnjenje ocjene
Posjed poljoprivrednog zemljišta uz stambeni objekt	3,9	do 4 ha
Posjed gospodarskih objekata uz stambeni	3,4	3 gospodarska objekta*
Posjedovanje životinja na gospodarstvu	3,6	4 vrste životinja
Mogućnost uvida u poljodjeljske radove i proizvodnju	3,5	3 – 4 vrste poljoprivrednih proizvodnji**
Atraktivnost lokacije OPG-a, a posebice stambenih objekata	3,7	Objekt na osami s poljoprivrednim zemljištem i uređenom okolinom
Osigurani pristup automobilom do gospodarstva i parkirališta	3,3	Pristup i dovoljno otvorenih parkirnih mjesta***
Osigurana voda, struja, telefon na gospodarstvu	4,2	Voda, struja, odvod, telefon
Atraktivnost ponude smještaja, prehrane i pića	3,4	Individualna ocjena istraživača
Atraktivnost zabavno-sportsko-rekreacijske ponude	3,4	
Broj članova domaćinstva na gospodarstvu sa sklonostima za bavljenje turistima	2,7	3 osobe

* Npr. vinski podrum, staja, peradarnik, štale...
** Npr. vinogradarstvo, voćarstvo, povrtlarstvo, pčelarstvo...
*** Bez garaža, natkrivenih parkirnih mjesta ili parkirnih mjesta u sjeni
Izvor: Svržnjak i sur. (2010.)

Najslabije ocjene atraktivnosti agroturističkih objekata sjeverozapadne Hrvatske dobivene su za broj članova na gospodarstvu sa sklonostima bavljenja turizmom (2,7), što znači da u prosjeku ima 2 – 3 zainteresiranih članova gospodarstva za bavljenje turizmom uz poznavanje stranih jezika, animaciju i gostoljubivost. Slabo je ocijenjen pristup agroturističkom objektu (3,3) što znači kako postoji pristup objektu i uglavnom dovoljno otvorenih parkirnih mjesta, ali nema garaža, natkrivenih parkirnih mjesta ili barem mjesta u sjeni za parkiranje. Slabo ocijenjeni elementi u stvari pokazuju ograničavajuće čimbenike razvoja seoskog turizma na koje bi se ubuduće trebalo djelovati prilikom osmišljavanja razvojnih projekata i usmjeravanja proračunskih sredstava u ovu gospodarsku aktivnost. Osim ocjene ukupne atraktivnosti agroturizma, postojeći objekti mogu se dodatno analizirati s obzirom i na druge atraktore.

5.6. Pregled turističkih atrakcija u Koprivničko-križevačkoj županiji

Turističke atrakcije mogu se definirati kao ona obilježja turističke destinacije koja svojim karakteristikama privlače tj. motiviraju turiste da posjete neko turistički receptivno područje (Krešić, 2006.). Čimbenici koji uvjetuju dostupnost i raspoloživost atrakcija manifestiraju se kroz prometnu dostupnost i infrastrukturu, kulturu i baštinu, ponudu hrane i pića koja se temelji na tradiciji kraja, uključujući ekološke namirnice i plodove prirode, kao i

mogućnosti interakcije s prirodom putem odmora, zabave i sporta. Vrlo su važni čimbenici i spomenici kulture, profani i crkveni spomenici, spomen-mjesta, povijesne ličnosti, zaštićeni dijelovi prirode, običaji, jezik, lokalna kultura života i rada, manifestacije. Više različitih turističkih atrakcija, koje su po svojoj prirodi srodne i koje karakterizira visok stupanj međusobne homogenosti, tj. koje se prema atrakcijskim obilježjima mogu svesti pod jedan zajednički nazivnik, nazivamo faktorima atraktivnosti turističke destinacije (Krešić, 2006.). Ipak, čini se kako je za razumijevanje valorizacije ruralnoturističke destinacije ključna čista i netaknuta priroda. Ruralna sredina kao turistička destinacija[162] i integralni proizvod vrlo je krhka u ekološkom, društvenom i kulturnom smislu. Stoga je za postizanja njezine dugoročne održivosti nužan specifičan pristup njezinu razvoju (Petrić, 2006.).

Koprivničko-križevačka županija, kao što je prethodno navedeno, obiluje brojnim prirodnim, kulturnim i ostalim znamenitostima i resursima, no sve te atrakcije nisu do sada sustavno istraživane kako bi se saznala atrakcijska snaga i potencijali analizirane turističke destinacije. Kušen (2002.) ističe kako resursi u Hrvatskoj nisu sustavno inventarizirani, podaci nisu lako dostupni, postoje različiti kriteriji vrednovanja odnosno, svaka turistička zajednica na svoj način vodi evidenciju o turističkim atrakcijama i provodi njihovu valorizaciju te su uglavnom osviještene realne (afirmirane) atrakcije. Shodno tome, navodi kratkoročne posljedice takvoga stanja kao što je činjenica da su proizvodi uglavnom zatvoreni unutar administrativnih granica te da putničke agencije ili nude ustaljene programe ili trebaju uložiti izuzetno puno napora ako žele nešto novo. S druge strane, dugoročne posljedice se ogledaju u sljedećem: turistički resursi nisu primjereno zaštićeni od uništenja, oštećenja i neracionalnog korištenja; kada nema uvida u resursnu osnovu, turistički sektor ne može njome funkcionalno upravljati, osobito jer ju mora „dijeliti“ s drugim sektorima; potencijalne turističke atrakcije (za razliku od onih afirmiranih) – zalog dugoročnog razvoja turizma i stvaranja istinskih novih turističkih proizvoda – ostaju neutvrđene, neistražene i uglavnom nepoznate turističkom sektoru. Kao rješenje nameće se izrada katastra turističkih atrakcija[163] za destinacijski menadžment u ruralnom turizmu Koprivničko-križevačke županije po metodologiji „Turistička atrakcijska osnova“ autora Eduarda Kušena. [164]

[162] Petrić (2011:62) definira destinaciju ruralnog turizma kao šire područje s prirodnim i šumovitim okruženjem gdje postoje posebna prirodna, ekonomska i socijalno-kulturna obilježja, poput tradicije, lokalne suradnje, povjerenja i dobrih međusobnih odnosa te kao takva stvaraju poseban turistički proizvod koji je prije svega temeljen na ekonomiji malih razmjera , prijateljski je prema okolišu, obojen „etničkim“ elementima, jednom rječju „održiv“.

[163] Katastar atrakcija je izrađen u okviru projekta „*Health&rural tourism DM model*“.

[164] Metodologija je iz analognog pretvorena u digitalni oblik, kao pilot metoda koja bi se u budućnosti trebala koristiti za sve hrvatske županije radi osiguranja transparentnosti podataka o turističkim atrakcijama i omogućavanja njihovog optimalnog korištenja u jedinstvenom turističkom sustavu. Također, metodologija u

Metodologija „Turistička atrakcijska osnova“ ima nekoliko koraka:

1. identifikacija (na temelju jasne operativne definicije),
2. evidencija (naziv, opis, lokacija, nadležnost),
3. sistematizacija (vrsta i podvrsta atrakcije),
4. vrednovanje (kategorija odnosno važnost, sezonalnost, boravišno-izletničke značajke, prihvatni kapacitet, turistička dostupnost, pripadnost širem sustavu atrakcija, stupanj turističkog korištenja),
5. katastar i atlas (organizirani i redovito ažurirani podaci sa sustavom korištenja).

Prvi korak u analizi turističke resursne osnove je identifikacija i klasifikacija svih potencijalnih i realnih turističkih atrakcija. Koncept funkcionalne klasifikacije potencijalnih i realnih turističkih atrakcija važan je radi planiranja održivog razvoja turizma te zaštite prostora i okoliša. Stoga, razvitak ruralnog turizma kao „novog“ turizma, na tragu, „održiva razvitka“, ovisi poglavito o cjelovitoj klasifikaciji, identifikaciji, valorizaciji i zaštiti svih turističkih atrakcija u turističkoj destinaciji. U Koprivničko-križevačkoj županiji identificirano je ukupno 440 turističkih atrakcija, a na području gradova identificirano je 255 turističkih atrakcija (58,1%), i to najviše u gradu Križevcima (144), zatim Koprivnici (74) i Đurđevcu (37). Na području općina identificirane su 184 turističke atrakcije (41,9%), najviše u općinama Kalnik (29), Koprivnički Ivanec (18), Gornja Rijeka (16), Virje (13), Legrad (13), Kloštar Podravski (12) i Molve (11) (tablica 19).

digitalnom obliku može se iskoristiti za bržu izradu podloga strateških i marketinških planova turizma i prostornih planova, bolje upravljanje turističkim resursima/atrakcijama/destinacijom, učinkovitiji razvoj novih turističkih proizvoda, osmišljavanje kreativnijih putničkih aranžmana, bržu i učinkovitiju komunikaciju.

Tablica 19. Ukupne turističke atrakcije Koprivničko-križevačke županije

	Ukupno	%
Gradovi		
Đurđevac	37	
Koprivnica	74	
Križevci	144	
Ukupno gradovi	255	*58,1*
Općine		
Drnje	7	
Đelekovec	4	
Ferdinandovac	2	
Gola	7	
Gornja Rijeka	16	
Hlebine	9	
Kalinovac	4	
Kalnik	29	
Kloštar Podravski	12	
Koprivnički Bregi	4	
Koprivnički Ivanec	18	
Legrad	13	
Molve	11	
Novigrad Podravski	4	
Novo Virje	1	
Peteranec	3	
Podravske Sesvete	5	
Rasinja	4	
Sokolovac	1	
Sveti Ivan Žabno	9	
Sveti Petar Orehovec	8	
Virje	13	
Ukupno općine	184	*41,9*
UKUPNO	**439**	

Rang prema identifi-ciranim atrakcijama	
Križevci	144
Koprivnica	74
Đurđevac	37
Kalnik	29
Koprivnički Ivanec	18
Gornja Rijeka	16
Virje	13
Legrad	13
Kloštar Podravski	12
Molve	11
Sveti Ivan Žabno	9
Hlebine	9
Sveti Petar Orehovec	8
Gola	7
Drnje	7
Podravske Sesvete	5
Rasinja	4
Novigrad Podravski	4
Koprivnički Bregi	4
Kalinovac	4
Đelekovec	4
Peteranec	3
Ferdinandovac	2
Sokolovac	1
Novo Virje	1

Izvor: Svržnjak i sur. (2014.)

Nakon identificiranja turističkih atrakcija i njihova unosa u digitalnu bazu podataka, potencijalne i realne turističke atrakcije se klasificiraju. Klasifikacija znači evidenciju i sistematizaciju turističkih atrakcija. Kod evidencije u digitalnu bazu upisivali su se ovi podaci: naziv atrakcije, pripadni motiv odnosno aktivnost vezana uz atrakciju (odmor/oporavak, sportska rekreacija, dokoličarska edukacija, užitak, poslovna putovanja i profesionalna edukacija), opis atrakcije i izvor podataka, nadležnost (županija, grad ili općina, naselje), ostali podaci (toponim, GPS, Google maps URL, web-stranica, e-mail, telefon). Sistematizacija predstavlja označavanje atrakcije u smislu označavanja vrste i podvrste atrakcije.

Metodologijom „Turistička resursna osnova“ definirano je 16 kategorija osnovnih vrsta turističkih atrakcija:

– geološke značajke prostora (reljef, otoci, krš, pojedinačni objekti – spilje, jame, stijene, ponori, klisure…),

- klima (mediteranska, planinska, kontinentalna i mikroklima),
- voda (more, jezera i velike rijeke, ostale rijeke, potoci), – biljni svijet (prirodna vegetacija, uzgajana vegetacija, botanički vrtovi i arboretumi),
- životinjski svijet (divlje životinje, domaće životinje, zoološki vrtovi, lovišta),
- prirodna baština (nacionalni parkovi, parkovi prirode, strogi rezervati, posebni rezervati, park-šume, zaštićeni krajolici, spomenici prirode, zaštićene biljne i životinjske vrste…),
- kulturno-povijesna baština (pokretni spomenici – slike, plastika, skulpture…; nepokretni spomenici)
- arheološka nalazišta, spomeničke cjeline, pojedinačne sakralne građevine,
- kultura života i rada (folklor, rukotvorstvo, tradicijski obrti, gastronomija, tradicijski obrti, ugostiteljska tradicija…),
- znamenite osobe i povijesni događaji (osobe, obitelji, društva i povijesni događaji),
- manifestacije (kulturne, vjerske, sportske, gospodarske i ostale manifestacije),
- kulturne i vjerske ustanove (muzeji, galerije, kazališta, izložbeni prostori, koncertne dvorane, samostani, svetišta i prošteništa),
- prirodna lječilišta (toplice, primorska i planinska klimatska lječilišta, lječilišta s mineralnom vodom, mješovita lječilišta, fizijatrijska ambulanta),
- sportsko-rekreacijske građevine i tereni (sportsko-rekreacijska igrališta, staze, servisi, centri…),
- turističke staze, putovi, ceste (hodanje, vožnja biciklom, jahanje, vožnja čamcem, motorna vozila, mješovito kretanje),
- atrakcije zbog atrakcija (zabavni parkovi, vodeni parkovi, zabavišta, kockarnice, zabavišna turistička naselja, zabavna prometala),
- turističke paraatrakcije (prometna infrastruktura, servisi putovanja, gospodarski i upravni sadržaji, zdravstvene i obrazovne građevine i sadržaji, trgovine).

Nakon identifikacije i klasifikacije svih relevantnih resursa i atrakcija svaki resurs/atrakcija pojedinačno je razvojno i marketinški vrednovana (evaluirana) za sadašnje i buduće potrebe planiranja razvoja i za potrebe planiranja marketinških aktivnosti. Valorizacija je provedene prema razvojnom vrednovanju ovih elemenata resursa/atrakcije:

- sezonalnost (cjelogodišnja ili sezonska),
- prijemni kapacitet – vrlo malen (do 300 posjetitelja) – mali (300 do 1.000 posjetitelja) – srednji (1.000 do 4.000 posjetitelja) – veliki (4.000 do 10.000 posjetitelja) – vrlo velik (više od 10.000 posjetitelja),
- boravišno-izletničke značajke – izletničke – boravišne – mješovite,

– stupanj iskorištenosti potencijala – neiskorišteno – otprilike trećina – otprilike polovina – otprilike dvije trećine – u potpunosti.

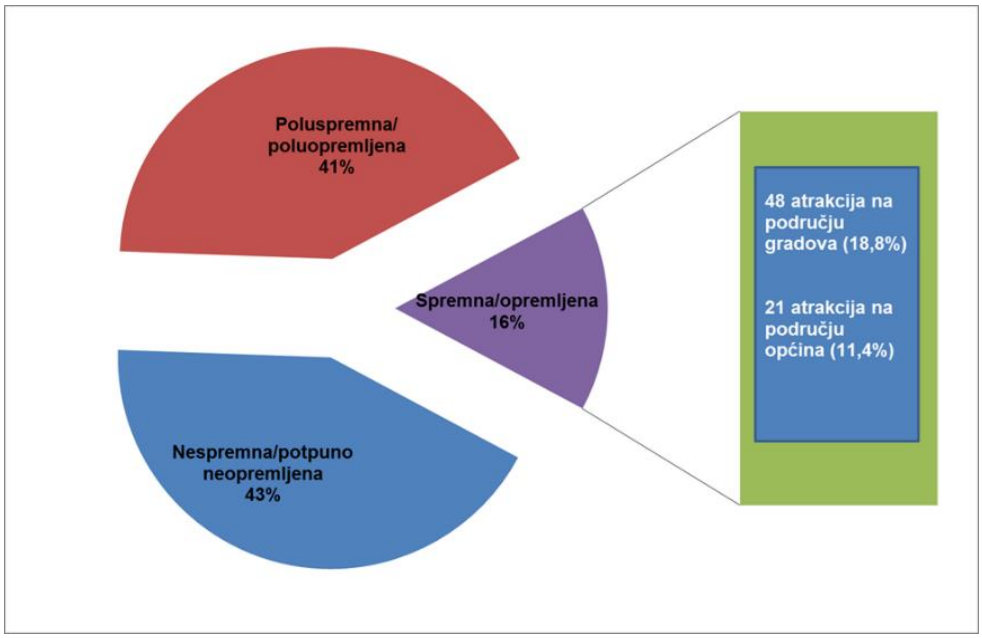
Marketinško vrednovanje uključuje ove elemente resursa/atrakcije:

– fizička dostupnost (pješice, biciklom, automobilom, autobusom, željeznicom, plovilima, nedostupna),
– javna prometna dostupnost (javna cesta/put, privatni put s reguliranim pravom pristupa javnoj cesti/putu, privatni put s nereguliranim pravom pristupa javnoj cesti/putu, nedostupno – privatni put),
– javna vremenska dostupnost (cijeli dan, subota i nedjelja, ponedjeljak – petak, po najavi, nešto drugo),
– interpretacija i opremljenost – informativni punkt – sanitarni čvor – suvenirnica – ugostiteljska ponuda – interpretacijska ploča/panel – letak za samostalni obilazak – parkiralište za autobuse – parkiralište za automobile – smeđa prometna signalizacija – posebna oprema (svjetlost u špiljama i sl.),
– promotivni materijali – osobna internetska stranica – prospekt/brošura – nešto drugo,
– naplata ulaza (da/ne),

Na kraju se u bazu unosi ocjena atrakcije u smislu konačnoga razvojnog vrednovanja, pri čemu se upisuje:

– procijenjena trenutna godišnja turistička posjećenost,
– važnost turističke atrakcije – međunarodna – nacionalna – regionalna – lokalna
– stupanj tržišne spremnosti – nespremna/potpuno neopremljena – poluspremna/poluopremljena – spremna/opremljena,
– mjere unapređenja – upisuje se sve ono što bi moglo povećati privlačnu moć atrakcije, odnosno da postane atrakcija zbog koje u neku turističku destinaciju dolazi najveći broj posjetitelja ili da postane atrakcija koja je važna u donošenju odluke o putovanju u odabranu destinaciju.

U vrednovanju i konačnoj ocjeni turističkih atrakcija Koprivničko-križevačke županije prikazuju se elementi „važnosti turističke atrakcije“ i „stupanj tržišne spremnosti“. Prema stupnju tržišne spremnosti većina identificiranih atrakcija ocijenjena je kao nespremna ili neopremljena (42,73%), zatim poluspremna ili neopremljena (41,59%), a samo je 15,68% atrakcija ocijenjena kao tržišno spremna odnosno opremljena (grafikon 4).



Grafikon 4. Tržišna spremnost atrakcija Koprivničko-križevačke županije
Izvor: Svržnjak i sur. (2014.)

Prema važnosti turističkih atrakcija u Koprivničko-križevačkoj županiji ocijenjeno je kako postoji 7 atrakcija koje imaju obilježje međunarodne važnosti, odnosno primarne atrakcije zbog kojih bi u Koprivničko-križevačku županiju trebao dolaziti i dolazi najveći broj posjetitelja, a to su prema vrsti atrakcija:

1. voda (1)
   - rijeka Drava,
2. zaštićena prirodna baština (1)
   - regionalni park Mura-Drava,
3. zaštićena kulturno-povijesna baština (1)
   - Grkokatolička katedrala Presvetog Trojstva i biskupski dvor,
4. kultura života i rada (1)
   - Vegeta,
5. znamenite osobe i povijesni događaji (2)
   - sveti Marko Križevčanin
   - Ivan Generalić,
6. turističke paraatrakcije (1)

- Podravka.

Sekundarnu važnost imaju atrakcije koje nisu glavni razlog dolaska većeg dijela posjetitelja, ali su važne u donošenju odluke o putovanju u Koprivničko-križevačku županiju.

Takve atrakcije imaju obilježje nacionalne važnosti, a u Koprivničko-križevačkoj županiji ih je zabilježeno 38, od čega prema vrstama atrakcije:

1. geološke značajke prostora (1),
2. biljni svijet (2),
3. životinjski svijet (1),
4. zaštićena prirodna baština (3),
5. zaštićena kulturno-povijesna baština (3),
6. kultura života i rada (3),
7. znamenite osobe i povijesni događaji (17),
8. manifestacije (4),
9. kulturne i vjerske ustanove (3),
10. turističke paraatrakcije (1).

Regionalnu i lokalnu važnost imaju atrakcije za koje se može reći da imaju tercijarnu privlačnost, a predstavlja atrakcije koje ne utječu na izbor putovanja u Koprivničko-križevačku županiju, ali se posjećuje usputno. Takvih atrakcija ima najviše, čak 395 ili 89,8%, s zs njih bi trebalo uložiti najviše marketinških napora i ostalih razvojnih aktivnosti kako bi se privlačnost povećala i prešla iz „niže u višu“ kategoriju (iz lokalne u regionalnu, odnosno iz regionalne u nacionalnu).

Zaključno možemo konstatirati kako oblici turizma koji se mogu razvijati u određenom području ovise o vrstama turističkih atrakcija i njihovom prostornom razmještaju u određenoj turističkoj destinaciji. Kušen (2002.) prikazuje moguće veze između pojedinih vrsta turističkih atrakcija s pojedinim vrstama turizma. Tako su za razvoj turizma na seljačkim gospodarstvima potrebne kategorije atrakcija biljni svijet, životinjski svijet te kultura života i rada, a za razvoj zdravstvenog turizma kategorije atrakcija klima, voda, biljni svijet, prirodna lječilišta te turistički staze, putovi i ceste. Prema odabranim vrstama turizma te prema identificiranim i klasificiranim atrakcijama, Koprivničko-križevačka županija je kao turistička destinacija pogodna za razvoj (tablica 20.): vjerskog turizma, turizma na seljačkim gospodarstvima, odmorišnog turizma, zdravstvenog i avanturističkog turizma.

Tablica 20. Vrste ruralnog turizma pogodne za razvoj u Koprivničko-križevačkoj županiji

Vrsta turizma	Potrebna atrakcija	„Količina“ atrakcije u KKŽ
VJERSKI		**368**
	kulturna-povijesna baština	189
	kulturne i vjerske ustanove	15
	turističke staze, putovi i ceste	7
	manifestacije	39
	znameniti ljudi	64
	kultura života i ljudi	54
TURIZAM NA SELJAČKIM GOSPODARSTVIMA		**75**
	biljni svijet	15
	životinjski svijet	6
	kultura života i rada	54
ODMORIŠNI		**39**
	geološke značajke prostora	1
	klima	1
	voda	15
	biljni svijet	15
	turističke staze, putovi i ceste	7
ZDRAVSTVENI		**38**
	klima	1
	voda	15
	biljni svijet	15
	turističke staze, putovi i ceste	7
	prirodna lječilišta	0
AVANTURISTIČKI		**28**
	geološke značajke prostora	6
	klima	1
	voda	15
	životinjski svijet	6

Izvor: Prilagođeno prema Kušen (2002.) i bazi podataka o turističkim atrakcijama Koprivničko-križevačke županije http://baza.health-and-rural-tourism.info/

5.7. Socio-ekonomski okvir razvoja ruralnog turizma u Koprivničko–križevačkoj županiji

Ruralni prostori Hrvatske, a osobito Koprivničko-križevačke županije, doživjeli su tijekom svoje prošlosti brojne transformacije. Ta su područja još od sredine 19 st., a posebno tijekom real-socijalističkog gospodarskog sustava od sredine 1950-ih do 1990-ih godina, tranzicijom u posljednjih desetak godina, te u Domovinskom ratu, bila izložena degradacijskim procesima koji su doveli do praga izumiranja rurisa, sela kao osnovnog elementa ruralnog prostora. Procesi deagrarizacije, deruralizacije, industrijalizacije i urbanizacije prisutni u

određenim fazama razvoja i u ostalim dijelovima Hrvatske imali su negativan utjecaj na razvoj hrvatskog sela. Real-socijalistička planska privreda favorizirala je industrijski razvitak i Hrvatska kao tipična agrarna zemlja (1953. Hrvatska je imala 75.8 % seoskog stanovništva i 56.4 % poljoprivrednog stanovništva) podvrgnuta je „umjetnoj" deagrarizaciji koja nakon 1955. postaje izrazita. Zbog (neuspjele) kolektivizacije i nacionalizacije, lošeg položaja seljaka u sustavu koji ne trpi privatnu svojinu te pojačane industrijalizacije i propadanja interesa za zemlju, javlja se i proces *deruralizacije* tj. napuštanja sela kao mjesta stanovanja. Veliki broj stanovnika više ne živi na selu i ne bavi se poljoprivrednim ili nepoljoprivrednim djelatnostima. Čak 77 % ruralnih područja Hrvatske ima danas karakteristiku izrazitog nazadovanja u razvitku, što označava izrazitu negativnost svih demografskih, socio-kulturnih i prostorno-planskih pokazatelja. Često prometno izolirana, s velikom starošću stanovništva i pretežitim udjelom staračkog i ženskog stanovništva, ta se područja nalaze u procesu izumiranja.

Ruralni prostor općenito je zahvaćen ekonomskim osiromašenjem, nedostatnom komunalnom i društvenom infrastrukturom. Usitnjeni i neracionalno parcelirani posjedi (poljodjelsko zemljište i šume) nerentabilni su i ne pružaju mogućnost za razvoj komercijalne poljoprivrede. I oni posjedi koji su orijentirani prema kvantiteti i imaju potrebne preduvjete suočavaju se s velikom konkurencijom na tržištu. Razvoj i ulazak novih, nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralni prostor često nije planiran proces, već posljedica nemogućnosti ostvarivanja egzistencije bavljenjem djelatnostima primarnog sektora. Pada i društveni ugled seljaka. Stoga je revitalizacija sela, u smislu održivog i cjelovitog razvoja, neophodan proces očuvanja ruralnih prostora kao primarnih proizvodnih područja hrane i ostalih dobara, područja specifičnog antropogenog pejsaža s naglašenim prirodnim, tradicijskim, kulturnim i historijskim elementima, oaze zelenila i ekološke ravnoteže, i na kraju – kao područja mira i odmora od dinamičnog i stresnog gradskog miljea. Stoga je turizam u ruralnom prostoru jedan od čimbenika obnove i održivog razvitka sela.

Hrvatska je turistička zemlja, pretežito okrenuta maritimnom turizmu. Iako počeci turizma na hrvatskoj obali sežu u zadnja desetljeća 19. stoljeća, takva se orijentacija izrazito pojavila pedesetih godina 20. stoljeća, a do sedamdesetih se godina u sklopu litoralizacije gotovo svi turistički interesi premještaju na jadransku obalu. Naš turizam u tom razdoblju pokazuje značajke „maritimne isključivosti" (Kušen, 1994.). No, u razdoblju do pedesetih godina prošlog stoljeća, naša je turistička ponuda bila u izvjesnoj mjeri već diverzificirana. Ruralni prostori često su bili odredištem turista, rekreativaca i gostiju namjernika. Planinarstvo, kulturni i hodočasnički turizam, posjeti zavičaju (najčešće selu) privlačili su mnoge. Turizam nije bio usmjeren na strane goste, ali je egzistirao. Što se tiče razvoja turizma na seljačkim

gospodarstvima, koji se smatra obrascem razvoja ruralnog turizma u Hrvatskoj, sve do 1990-ih on nije bio planiran. Usitnjeni i disperzni seljački posjedi, okrenutost maritimnom turizmu i masovnosti, nedovoljno razvijena svijest o vrijednosti okoliša, samo su neki od faktora koji su utjecali na slab razvoj ovog oblika ruralnog turizma. Iznimku čine seljačka gospodarstva u blizini turistički atraktivnih lokaliteta koja su pružala usluge prenoćišta. Litoralizacija jadranske obale donijela je i razvoj turizma na otocima gdje je, uz dubrovačko primorje, Konavle i dijelove Slavonije, postojao turizam na seljačkim gospodarstvima. No, njihova je zajednička karakteristika da nisu počivali na nacionalnim programima razvitka sela i ruralnog prostora, već isključivo na domišljatosti i privatnoj inicijativi pojedinaca i grupa. I njihov ukupni broj s obzirom na potencijale ruralnog prostora Hrvatske bio je zanemariv.

Promjenom političkog, društvenog i ekonomskog sustava u Hrvatskoj u devedesetima započinje i nova faza u razvoju ruralnog turizma i posebno turizama na seljačkim gospodarstvima. Upravo je taj oblik jedan od temeljnih nositelja turizma kao čimbenika integralnog razvitka ruralnih prostora. Pored navedenog, upravo taj oblik turizma izrazito djeluje na socio-ekonomsku i fiziognomsku preobrazbu seoskih naselja. Usprkos tome što raspolaže nizom važnih preduvjeta, kao što su atraktivan i očuvan okoliš, bogata tradicijska i posebice eno-gastronomska baština, hrvatska se ponuda ruralnog (seoskog) turizma sporije razvija, suočena s nerazvijenom domaćom potražnjom, nepoticajnim okruženjem, u određenoj mjeri i zapuštenim selima, te s izrazito razvijenom konkurencijom u Sloveniji, Mađarskoj i Austriji. Danas je u Hrvatskoj registrirano oko 400 poljoprivrednih gospodarstava s ponudom turističkih usluga. Ona, međutim, u najvećoj mjeri nude domaću, tradicijsku hranu izletničkoj potražnji, dok su ponuda smještajnih kapaciteta i aktivnost kojima je moguće ispuniti višednevni boravak bitno manje prisutni. Kao iznimke izdvajaju se naročito Istra, a potom i Osječko-baranjska županija koje se sadržajnim ruralnim destinacijama te ponudom smještaja na seljačkim gospodarstvima, ali i u ruralnim kućama za odmor i u seoskim domaćinstvima (npr. sobe, apartmani), uspijevaju pozicionirati i kao destinacije seoskog turizma.

Slijedom navedenog i u Koprivničko-križevačkoj županiji odvijali su se brojni negativni procesi poput deagrarizacije, industrijalizacije, deruralizacije i urbanizacije. Ti procesi su ubrzali proces napuštanja ruralnih naselja i porast stanovništva gradova. Stoga se županija smatra područjem s pretežito ruralnim obilježjima[165] u kojem živi oko 50% stanovništva, na kojem je razvoj ruralnih područja prvenstveno usmjeren na povećanje konkurentnosti

[165] Sukladno Strategiji ruralnog razvoja RH 2007. – 2013.

poljoprivrede i šumarstva, poboljšanje stanja okoliša i krajolika te na poboljšanje kvalitete života u ruralnim područjima i potporu diversifikaciji ruralnog gospodarstva.

Koprivničko-križevačka županija raspolaže prirodnom (u prvom redu rijeka Drava, ravničarski tereni jezera, brdski pejzaži na obroncima Bilogore i Kalnika obrasli gustom vegetacijom) i povijesno-kulturnom baštinom (niz sakralnih objekata; razvijena umjetnička tradicija – naivno slikarstvo) koja predstavlja značajnu turističko-atrakcijsku osnovu za različite oblike kontinentalnog turizma (ruralni, lovni i ribolovni turizam, boravak u prirodi – planinarenje, promatranje ptica, gastroturizam, biciklizam, izletnički i tranzitni turizam), a održavaju se i mnogobrojne manifestacije i provode razni projekti. Dio županije uvršten je u EDEN mrežu.[166]

Povoljan geoprometni položaj na sjecištu prometnih pravaca, blizina zagrebačkog prostora u kojem je koncentrirana četvrtina populacije Hrvatske, blizina razvijenih srednjeeuropskih zemalja poput Mađarske, Slovenije pa i Italije, prednosti su daljnjeg razvoja turizma na području županije. Nažalost, evidentno je nedovoljno iskorištavanje kapaciteta za intenzivnije bavljenje ruralnim turizmom svih oblika[167] (cikloturizam[168] po postojećim biciklističkim stazama uz rijeku Dravu, planinarski turizam, adrenalinski turizam na Kalniku), među kojima je i razvoj turizma na seoskim domaćinstvima (pružanje usluga pripreme autohtone hrane i gastronomskih sadržaja, razvoj vinskih cesta i sl.).

Također je prisutna potreba za kvalitetnijom promocijom i brendiranjem autohtonih turističkih proizvoda tradicionalnog karaktera kako bi se upotpunila cjelokupna ponuda Podravine i Prigorja kao turističke destinacije, što se može postići kroz sustavnu edukaciju djelatnika u turizmu na svim razinama. Postojeći potencijal nije značajnije iskorišten, a to se odražava i u činjenici kako se više od 90% turističkog prometa odvija u obliku jednodnevnih izleta bez noćenja.[169] Općenito, turizam u Koprivničko-križevačkoj županiji ima razvojne probleme i razvojne potrebe koje su prikazani u sljedećoj tablici:

[166] Projekt EDEN je osmislila Europska komisija, a članice EDEN mreže su destinacije čiji je osnovni cilj razvijanje i promidžba održivih oblika turizma u Europi, a izabrane su u nacionalnoj konkurenciji 27 zemalja članica i kandidatkinja za pristup Europskoj uniji. Đurđevac, naš grad Picoka, pobjednik je EDEN mreže u 2008. godini na temu „Turizam i lokalna nematerijalna baština“.
[167] U KKŽ evidentirano je ukupno 14 različitih objekata koji pružaju usluge smještaja, od čega su 4 hotela.
[168] Za potrebe razvoja cikloturizma u Koprivničko-križevačkoj županiji Institut za turizam izradio je Strategiju. razvoja cikloturizma za područje Podravine.
[169] Regionalni operativni plan KKŽ (2006-2013).

Tablica 21. Razvojni problemi i potrebe turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji

RAZVOJNI PROBLEMI/IZAZOVI	RAZVOJNE POTREBE
− nedovoljna prepoznatljivost i osmišljenost turističkog proizvoda i turističkog branda − niska razina turističke opremljenosti međunarodno relevantnih turističkih resursa KKŽ, posebice gotovo potpuno neiskorišten turistički potencijal rijeke Drave − slaba medijska pokrivenost i nedovoljna informiranost o potencijalnim turističkim atrakcijama − nedovoljno razvijeno ugostiteljstvo i neadekvatni smještajni kapaciteti za potrebe intenzivnijih turističkih aktivnosti (nedovoljno registriranih ležaja po broju i kvaliteti, svega nekoliko hotela i nekoliko seoskih domaćinstava, više planinarskih i lovačkih domova, ali niska kvaliteta usluga, bez popratnih sadržaja)	− započeti i dalje intenzivno razvijati i koristiti marketinške aktivnosti za poticanje turističkog razvoja KKŽ (za sve u „Strateškom marketinškom planu turizma“ prepoznate vrste turističke ponude, posebice ruralnog područja: sportsko-rekreativni, kulturno-vjerski, tranzitni, izletnički, edukacijski turizam) − jačati povezivanje i umrežavanje sa srodnim turističkim područjima, turističkim agencijama i turističkim gospodarstvom radi poboljšanja turističke ponude s naglaskom na vrednovanje i očuvanje tradicijskih, autohtonih vrijednosti i običaja − potaknuti gradove da obnove atraktivne kulturno- povijesne sadržaje koje imaju i stvore nove (kapitalna ulaganja u obnovu muzeja, galerija i starih gradskih jezgri, dvoraca i dr.) − uvesti sustavnu edukaciju ugostitelja i turističkih radnika − povećanje smještajnih kapaciteta i poboljšanje kvalitete ponude − razvoj zdravstvenog turizma

Izvor: Regionalni operativni plan (2006-2013)

U nastavku rada potencijali razvoja ruralnog turizma istražit će se primjenom metode polustrukturiranog intervjua s relevantnim akterima razvoja ruralnog turizma županije. Na temelju koncepta održivog razvoja analizirani su potencijali razvoja ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji.

6. O ISTRAŽIVANJU

6.1. Opis istraživanja

U ovome poglavlju izložena je metodologija istraživanja, osnovne hipoteze i ciljevi proizašli iz teorijskih koncepata istraživanja. Uvodno je ukratko opisana primijenjena kvalitativna metoda, zatim je objašnjen istraživački proces te struktura i karakteristika upotrijebljenog instrumenta. Primijenjena je istraživačka strategija koja razvoj održivog ruralnog turizma analizira u Koprivničko-križevačkoj županiji, a na temelju provedenog istraživanja zaključeno je na kojem su stupnju principi održivosti primjenjivi i prisutni u dosadašnjem razvoju ruralnog turizma.

U ovom radu upotrijebljena je kvalitativna istraživačka metoda koja se razvila u mnogim znanstvenim disciplinama, a posebno u primijenjenim društveno-humanističkim znanostima kojima pripada i sociologija[170].

Prema Milasu (2005.), kvalitativno istraživanje „...se koristi na malom nereprezentativnom uzorku ispitanika koji ne dopušta uopćavanje ali omogućuje dublju analizu. Ispitanici su suakteri i subjekti u istraživanju – istraživač i ispitanici čine jedinstvo jer zajednički nastoje doći do razumijevanja podataka, a ispitanici redovito pomažu u procjeni valjanosti opisa i tumačenja koje iznosi istraživač“. U nastavku se više govori o ciljevima i hipotezama istraživanja za koje se koristi triangulacijska (kvalitativna) metoda, opisan je uzorak istraživanja i metoda polustrukturiranog intervjua kojom su prikupljeni podaci za ovo istraživanje.

6.2. Ciljevi i hipoteze istraživanja

Cilj ove disertacije bio je istražiti pretpostavke za razvoj održivog ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji te povratno provjeriti jesu li teorijska tumačenja istraživanog fenomena primjenjiva na konkretnu podlogu postojećeg razvojnog potencijala ruralnog turizma. S obzirom na činjenicu da je održivi razvoj nezaobilazan koncept i moguća opcija razvoja nerazvijenih ruralnih sredina, ruralni turizam se u svojim postojećim oblicima i

[170] U američkoj sociologiji biografske metode, studija slučaja i zajednice kao i mnoge druge monografije koje su opisivale svakodnevni život ljudi u lokalnim zajednicama bile su središnje istraživačke strategije koje su značajno utjecale na razvoj Čikaške škole urbane sociologije 30-ih i 40-ih godina prošlog stoljeća (Halmi, 2005.) i razvoj sociologije općenito.

objektima promatra i analizira s aspekta održivog razvoja shvaćenog kao integralnog razvoja četiriju dimenzija održivosti.

U skladu sa time, općeniti cilj istraživanja bio je upoznavanje osnovnih karakteristika ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji, uloge aktera u promicanju razvoja ruralnog turizma, konkretnih prijedloga za unaprjeđenje tog razvoja i shvaćanja održivosti ruralnog turizma među svim akterima u ruralnom turizmu.

Posebnim (užim) ciljevima ovog istraživanja željeli su se istražiti i opisati postojeći oblici ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji kroz koncept održivog razvoja u ekološkoj, ekonomskoj, socio-kulturnoj i političkoj dimenziji, istražiti ljudski i društveni kapital na lokalnom nivou, istražiti i opisati strateške i razvojne pretpostavke za razvoj ruralnog turizma te na temelju empirijskog istraživanja prikazati aktualno stanje i pretpostavke unaprjeđivanja postojećeg društvenog i ljudskog kapitala koji bi implementirao koncept održivog razvoja u ruralnom turizmu i ruralnom području. Sukladno ciljevima istraživanja, definirana je i opća hipoteza ovog rada koja glasi:

Ruralni turizam u kontinentalnom području Hrvatske, utemeljen na principima održivog razvoja, predstavlja realnu alternativu masovnom turizmu i počiva na jačanju ljudskog i društvenog kapitala koji bi mogao doprinijeti implementiranju koncepta održivog razvoja.

Posebnim hipotezama ovog rada pretpostavljeno je kako se ruralni turizam u Koprivničko-križevačkoj županiji nalazi u svojim začecima i predstavlja neiskorišteni potencijal kojem se ne pridaje dovoljno pozornosti, a nizak društveni i ljudski kapital svih dionika u ruralnom turizmu predstavlja prepreku brzom i održivom razvoju ruralnog turizma kao važne gospodarske grane. Zatim, osobe koje razvijaju ruralni turizam sve se više oslanjaju na tradicionalna umijeća i održive prakse življenja kao osnove za konceptualizaciju mogućnosti održivog razvoja ruralnog turizma, a obnovljivi prirodni resursi i prirodne ljepote mogu biti pokretači razvoja održivog ruralnog turizma kao gospodarske grane.

Stoga, predmet rada bio je istražiti pretpostavke razvoja održivog ruralnog turizma kao potencijalno razvojne djelatnosti u Koprivničko-križevačkoj županiji, a koja je strateški zapostavljena i ima niz internih problema oko strukturiranja, poimanja razvoja i načina kako da se ruralni turizam u takvim okolnostima razvije i održi. Svrha (namjera) ovog rada je pridonijeti boljem razumijevanju mogućnosti održivog razvoja ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji, a pisan je u nadi da će se moći koristiti i kao podloga za promišljanje budućih strategija održivog razvoja ruralnog turizma u sličnim kontinentalnim područjima.

6.3. Triangulacijska metoda

U ovom istraživanju korišteno je nekoliko metoda sukladno ciljevima istraživanja, a to su: *polustrukturirani intervju*, kao glavna metoda, te *metoda sudjelujućeg promatranja* i *komparativna metoda* kao sporedne metode koje nadopunjuju i proširuju spoznaje dobivene intervjuom. Istraživanje također ima elemente akcijskog tipa, odnosno *akcijskog istraživanja*. Ovakvu široko prihvaćenu praksu, posebno među kvalitativnim istraživačima, koja podrazumijeva, prema Denzinu (2005.), uporabu većeg broja metoda kako bi se objasnile sociološke pojave, nazivamo triangulacijskom. Točnije, riječ je o metodološkoj triangulaciji[171] koja se odnosi na uporabu više metoda za istraživanje jednog problema. Najvažnija metoda koja se koristi u disertaciji i koja čini fokus empirijskog istraživanja je intervju.

Općenito, intervju je razgovor između dviju osoba koje je inicirao/la istraživač/ica i to s ciljem prikupljanja informacija važnih za istraživački problem. Ovakvim se načinom istraživanja žele ostvariti znanstvene zadaće vezane uz predviđanje, opisivanje i objašnjavanje. Ispitanike se pritom pita za njihova mišljenja, stavove, iskustva i osjećaje. Kao što je poznato, istraživački se intervjui međusobno razlikuju pa se tako dijele u dvije skupine.

Prvu čine *standardizirani* (strukturirani) intervjui koji se kreću unutar unaprijed određenog okvira (podaci se prikupljaju uporabom zatvorenih pitanja), a drugu skupinu čine *nestandardizirani*, dubinski intervjui, koji dopuštaju improvizacije u hodu i ne nameću kategorije unutar kojih se očekuju odgovori. Standardizirani ili strukturirani intervju podrazumijeva jasno i precizno formulirana pitanja pomoću kojih se prikupljaju podaci. Također podrazumijeva postavljanje istih pitanja ispitanicima, istim riječima, istim naglaskom, istim redoslijedom i značenjem. Upravo se zbog toga, prema Milasu (2005.), takav tip intervjua naziva standardiziranim ili strukturiranim jer je unaprijed određen točnim slijedom pitanja, dakle njegova je struktura jasna.

Potrebno je spomenuti kako se u društvenim znanostima, kojima pripada i sociologija, često koristi i polustandardizirani, odnosno *polustrukturirani intervju* koji je, sudeći po nazivu, kombinacija spomenutih dvaju intervjua. To znači da istraživač ima unaprijed pripremljen podsjetnik za intervju koji sadrži teme i okvirna pitanja o kojima želi razgovarati s ispitanikom,

[171] Denzin je utvrdio četiri oblika triangulacije: 1. triangulacija podataka – uporaba nekoliko vrsta podataka u projektu, 2. triangulacija istraživača – sudjelovanje nekoliko različitih vrsta istraživača, 3. teorijska triangulacija – primjena više perspektiva za tumačenje podataka i 4. metodološka triangulacija – uporaba više metoda za istraživanje jednoga problema (Denzin, N. K., Lincoln, Y. S. (2005.) The Sage Handbook of qualitative research).

ali (prema Tkalac Verčić, i sur. 2010.) slijedi logiku razgovora i slobodu ispitanika u odgovaranju, pazeći pritom da su sve teme razgovora obuhvaćene.

Pored polustrukturiranog intervjua, *sudjelujuće promatranje* jedna je od osnovnih tehnika kvalitativnih istraživanja i sljedeća po redu triangulacijska metoda koja je korištena u ovom istraživanju. Glavno obilježje ove tehnike je aktivno uključivanje istraživača u društvenu grupu i njezinu problemsku situaciju koja je objekt istraživanja. Za razliku od drugih oblika promatranja, gdje objekt ne opaža prisutnost promatrača, sudjelujuće promatranje ne odvija se u laboratoriju, nego u stvarnom životu, tj. u „prirodnim uvjetima". Proučavanje prirodnih grupa, promatranih pod nekontroliranim uvjetima, prema Halmiju (2005.), pretpostavlja odgovornost za „praksu", tj. za tijek planirane akcije ili promjene. Upravo u tome je poanta akcijskog istraživanja. Također, u istraživanju je korištena i *komparativna metoda* koja podrazumijeva usporedbu slučajeva ili varijabli koje su prema nekim obilježjima slične, a prema drugima različite. Komparativna metoda se temelji na zanimanju za institucionalne i makrosociološke čimbenike koji se analiziraju uspoređivanjem različitih društava ili za rasprostranjenost nekih pojava u različitim društvima (Abercombie i sur., 2008.). Komparativna istraživanja suočena su sa dvjema dvojbama: 1. jesu li jedinice usporedbe i indikatori odabrani za usporedbu različitosti ili sličnosti usporedivi i mogu li biti legitimno primjenjeni izvan specifičnih kulturnih zadanosti; te 2. treba li se usmjeriti na sličnosti ili različitosti? U tom smislu, komparativnu metodu razumijemo prije kao perspektivu, nego zasebnu metodologiju ili teoriju.

Nadalje, ovo istraživanje je djelomice i *akcijsko istraživanje*[172] koje obilježava težnja da se uz spoznaju predmeta ili teme istraživanja, kao cilj istraživanja, pojavi promjena društvenih odnosa, odnosno barem naznaka te promjene. Naime, poznato je kako svaka društvena znanost, pa tako i sociologija, ima dvije bitne funkcije – funkciju inovacije i funkciju kontrole. Ako znanost bez ikakvih ideoloških predrasuda ispituje zbilju tako da zbilja sa svim svojim bitnim obilježjima dođe do izražaja, onda ta znanost (sociologija) obavlja funkciju inovacije i ona je u službi istine i napretka, a to ujedno čini metodološku potku ovoga rada.

Zaključno, intervju (kao i ostale korištene metode u radu) je empirijska kvalitativna metoda koja predstavlja prilično složen istraživački pristup u smislu neponovljive interakcije između istraživača i njegova ispitanika te se nužno odvija prema određenom protokolu koji je objašnjen u narednom potpoglavlju.

[172] Istraživanje je dijelom bilo i akcijskog tipa jer se tijekom posjeta i razgovora sudjelovalo i u problemima života ljudi, kao „obliku uplitanja" u tuđe živote s namjerom da pomognu ispitaniku u jasnijem sagledavanju vlastite situacije i eventualnom pronalasku mogućih rješenja.

6.4. Protokol intervjua

U istraživanju je korištena metoda polustrukturiranog intervjua prema protokolu ili prema povezanim temama koje su iskrsavale kao važne ili kontekstualno vezane za pitanja i odgovore koji se pojavljuju u procesu intervjua. Slijed pitanja i tema je u pravilu bio onaj predviđen protokolom, no ponekad je prilagođavan ispitanicima/cama s obzirom na pripadnost uzorku (donositelja odluka ili vlasnika objekata) ili na temelju prethodnih saznanja o istraživanoj pojavi. U provedbi intervjua poštovani su sljedeći principi:

1. *Istraživanje stvarnog svijeta*: istraživanje se odvija u stvarnim uvjetima, bez manipulacije i kontrole, odnosno eliminacije situacijskih varijabli.
2. *Fleksibilnost u nacrtu istraživanja*: nacrt istraživanja postavlja se u glavnim crtama, a po potrebi i uslijed promjena situacijskih uvjeta mijenja se i prilagođava; otkrivaju i slijede novi smjerovi u istraživanju.
3. *Svrsishodno uzorkovanje*: uzorci (slučajevi) se biraju namjerno i svrsishodno jer su bogati informacijama i omogućavaju dublji uvid i spoznaju problema i/ili fenomena, a ne empirijsko poopćavanje.
4. *Kvalitativni podaci*: bilježe se promatranja istraživača koja se detaljno i duboko opisuju; u intervjuima se bilježe stvarne riječi ispitanika o njihovom iskustvu ili mišljenju; analiziraju se dokumenti; proučavaju se slučajevi.
5. *Osobno iskustvo i uključenost istraživača*: istraživač je u izravnom kontaktu s ljudima, situacijama i fenomenom istraživanja; njegovo osobno iskustvo je važno za istraživanje i razumijevanje fenomena.
6. *„Empatična neutralnost“ i otvorenost istraživača*: istraživač je empatičan prema ispitanicima; ne procjenjuje i ocjenjuje njihove odgovore prema vlstitim mjerilima – neutralan je; otvoren je; osjetljiv je iskazuje poštovanje prema ispitaniku, svjesnost i susretljivost; prilikom promatranja potpuno je uključen.
7. *Dinamična i razvojna perspektiva*: orijentacija na proces; promjene situacija i sustava se očekuju, a istraživač je na njih osjetljiv. (Tkalac Verčić i sur., 2010.).[173]

Protokol intervjua sastojao se od okvirno 12 tematskih cjelina pitanja sastavljenih od nekoliko detaljnijih podpitanja, no u provedenim intervjuima primijenjen je fleksibilni pristup postavljanju protokolom zadanih pitanja. S obzirom na to da su teme u pitanjima bile povezane, ispitanici/ce su često odgovarali anticipirajući sljedeće pitanje, povezujući pitanja iz različitih

[173] Prilagođeno prema: Priručnik za metodologiju istraživačkog rada: kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje, str. 19.

tematskih cjelina, ili dodatno pojašnjavajući širi kontekst tema i pitanja. Stoga su već odgovorena pitanja preskočena, pitanja bez odgovora zabilježena, a odgovori koji su ponekad proširivali temu izvan okvira ili se s njom nisu podudarali, nisu uzeti u razmatranje.

Općenito, intervjui imaju vrlo sličan slijed postavljenih pitanja i dobivenih odgovora, ali različitu dubinu, jer su usmjerena na dva različita uzorka istraživanja. Pitanja usmjerena donositeljima odluka i ekspertima nisu, za razliku od vlasnika ili djelatnika u objektima u ruralnom turizmu, sadržavala konkretne teme o dimenzijama održivosti koje se (ne) primjenjuju na istraživani objekt, iz razloga što donositelji odluka naprosto nemaju uvid u svakodnevne prakse održivosti na konkretnim objektima. Ipak, održivost na mikronivou anticipirana je u odgovorima donositelja odluka i eksperata u preplitanju ostalih pitanja. Intervjui su snimani diktafonom[174] i transkribirani u cijelosti, osim u slučajevima kada tekst intervjua nije povezan s temom istraživanja. Sve intervjue provela sam sama tijekom studenog i prosinca 2014. godine, a ispisivanje transkripata obavila sam uz pomoć dviju transkriberki. Nakon transkripcije svi su intervjui nanovo preslušani i provjereni te usklađeni s bilješkama koje su vođene tijekom intervjua i kasnije korištene u analizi.

U realizaciji istraživanja poštovani su etički principi sociološke metodologije: zaštita identiteta ispitanika te povjerljivost i anonimnost podataka. Kontakt s nekim od ispitanika obavljen je uglavnom telefonom ili elektroničkom poštom, osobi s kojom se ostvario kontakt pružene su osnovne informacije o istraživanju i poziv na sudjelovanje. Nakon toga dogovoren je susret. Većina kontaktiranih osoba bile su voljne sudjelovati u istraživanju te su iskazale zainteresiranost za opća istraživačka pitanja i svrhu. Jedan dio ispitanika opravdao se privatnim razlozima, a neki ispitanici opravdali su se poslovnim razlozima kao što su: prezauzetost poslom, gašenje poslovne aktivnosti, stečajni postupak ili puko održavanje „hladnog pogona“ konkretnog objekta iz samo njima znanih razloga. Bez obzira na razloge odbijanja strogo je poštivana dobrovoljnost sudionika u istraživanju. Svi ispitanici kod kojih smo proveli istraživanje iskazali su otvoreni odnos povjerenja i gotovo nikakvu formalizaciju odnosa u obliku traženja suglasnosti ili obavijesti o istraživanju. Također, tek je nekolicina tražila i dobila na uvid pitanja prije samog intervjua. Povjerljivost, anonimnost i svrhovita uporaba podataka zajamčeni su usmenim dogovorom. Sva dokumentacija vezana za istraživanje sigurno je pohranjena u mojoj osobnoj arhivi. Podaci će biti čuvani godinu dana a nakon toga će biti uništeni.

[174]Diktafon Sony ICDPX333M.CE7.

6.5. Uzorak ispitanika

Za razliku od kvantitativnih istraživanja čiji se rezultati temelje na odgovorima stotina, ponekad i tisuća ispitanika, dubinski se intervjui u pravilu obavljaju na uzorku ne većem od tridesetak osoba. Ovdje se ne radi o probabilističkom već o *namjernom* uzorku tipičnom za populaciju čije mišljenje želimo upoznati. Važno je da istraživanjem budu obuhvaćeni različiti ispitanici jer to osigurava zastupljenost međusobno različitih stavova o pitanjima koja istražujemo. Razgovori se, prema Milasu (2005.), obavljaju do trenutka kada je tema iscrpljena, tj. toliko dugo dok se razmišljanja u razgovorima ne počinju ponavljati. Za potrebe ovog rada, namjerno uzorkovanje podrazumijevalo je postupak biranja ispitanika u uzorak na temelju oblika uključenosti u ruralni turizam, bilo na temelju profesije, kao ekspert, donositelj odluka i slično, bilo na temelju vlasništva ili radnog odnosa u konkretnom objektu u kojem se prakticira jedan od oblika ruralnog turizma.

Pretpostavljeno je kako će se istraživanje odvijati na dva međusobno odijeljena poduzorka – najprije s donositeljima odluka vezanih za turizam, a zatim s vlasnicima objekata u ruralnom turizmu – ali to se na žalost nije dogodilo. Oba uzorka i etape istraživanja su se međusobno kontinuirano preplitali tijekom odvijanja terenskog istraživanja i to prema različitim kriterijima i dinamici provedbe: najprije teritorijalno, zatim po razini odlučivanja te prema raspoloživosti ispitanika. Intervjui su se rjeđe odvijali u uredu istraživačice, a puno češće na lokaciji koju je odabrao ispitanik što je podrazumijevalo uporabu osobnog i/ili službenog vozila.

Akteri ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji su:

1. *donositelji odluka* na *općinskom i županijskom nivou* (predstavnici sljedećih institucija i/ili organizacija: Upravni odjel za poljoprivredu, ruralni razvoj i turizam Koprivničko-križevačke županije, Razvojna agencija Podravine i Prigorja – PORA, Razvojna agencija Sjever – DAN, Javna ustanova za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima, načelnici općina, turističkih zajednica gradova i općina, Lokalne akcijske grupe (u daljnjem tekstu: LAG), eksperti te ostali relevantni sugovornici);
2. *vlasnici postojećih objekata ruralnog turizma u županiji koji prakticiraju održivi razvoj ruralnog turizma ili zaposlenici u ruralnom turizmu.*

Intervjuiranje se provodilo nad ukupno 30 ispitanika podijeljenih u dvije grupe. Prvu grupu od 18 ispitanika činili su različiti profili stručnjaka i donositelji odluka u ruralnom turizmu, a drugu grupu od 12 ispitanika vlasnici turističkih seljačkih obiteljskih gospodarstava, izletišta, prenoćišta, obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava te ostalih vrsta registriranih

objekata. Provedbom intervjua na odabranom uzorku istražene su mogućnosti razvoja održivog ruralnog turizma i održivog razvoja u širem smislu u skladu s mrežom indikatora koji su izrađeni u teorijskom dijelu rada i transponirani u konkretne istraživačke ciljeve.

Nakon faze prikupljanja podataka uslijedila je njihova analiza i interpretacija.

7. REZULTATI, ANALIZA I INTERPRETACIJA PRIKUPLJENIH PODATAKA

7.1. Analiza podataka

Kvalitativna analiza transformira podatke u nalaze koji imaju interpretabilnu moć pa se često tvrdi da su analiza i interpretacija dijelovi jednog te istog istraživačkog procesa. Izazov kvalitativne analize leži upravo u davanju smisla i značenja golemim količinama prikupljenog empirijskog materijala. Halmi (2005.) smatra kako taj proces uključuje redukciju nebitnih i selekciju relevantnih uzoraka podataka na temelju kojih se može razviti referentni teorijski okvir koji se sastoji od analize i interpretacije. *Analiza* je proces deskripcije i dekontekstualizacije sirovih podataka i njihovo rekonstruiranje u obrasce, koncepte i propozicije. *Interpretacija* je umijeće tumačenja i razumijevanja smisla određene ljudske akcije, ponašanja, događaja ili definicije situacije vezane za aktere koji su uključeni u proces socijalne interakcije u sklopu određene interpretacijske zajednice ili konteksta. Prema Milesu i Hubermanu (1994.) može se reći kako analize podataka u kvalitativnim istraživanjima započinju još od trenutka kada počinjemo prikupljati podatke. Međutim, konkretna analiza podataka prikupljenih pomoću polustrukturiranih intervjua započinje u trenutku kada su intervjui obavljeni i transkribirani.

Kvalitativne analitičke metode, kojima pripadaju i intervjui, sadrže sljedeće elemente, odnosno postupke koji su provedeni u ovom radu:

a) pridruživanje kodova zabilješkama s opažanja ili intervjua,
b) bilježenje razmišljanja ili opaski na rubovima stranica,
c) prolaženje kroz podatke ne bi li se utvrdili zajednički elementi, povezanost među varijablama, obrasci ili teme,
d) izdvajanje takvih obrazaca, povezanosti i pravilnosti te njihovo provjeravanje u sljedećoj istraživačkoj etapi,
e) postupno razrađivanje manjeg broja uopćavanja koja objašnjavaju dosljednosti utvrđene u podacima,
f) sučeljavanje takvih uopćavanja s dosadašnjim spoznajama uklopljenima u konstrukte ili teorije (Milas, 2009.).

Konkretno, prema Schmidtu (2004.), analiza podataka podrazumijeva pet faza analitičke strategije u obradi kvalitativnih podataka prikupljenih pomoću metode polustrukturiranih intervjua:

1. uspostava analitičkih kategorija na temelju prikupljenog materijala;
2. okupljanje analitičkih kategorija u vodič za kodiranje;
3. kodiranje intervjua prema postavljenim kategorijama;
4. pregled istraživanih slučajeva temeljem kodova;
5. odabir individualnih slučajeva za dubinsku analizu.

Prva faza uspostavljanja analitičkih kategorija, kao svojevrsnih *početnih kodova*, započinje već osmišljavanjem istraživačkih pitanja (Miles i Huberman, 1994.), a analitičke kategorije su, osim što proizlaze iz teorijskog okvira, dopunjavane vođenjem bilješki tijekom transkribiranja, čime je stvoren niz kategorija koje su strukturirane prema okvirnim temama protokola intervjua. Analiza samih transkripata, odnosno analiza u užem smislu započinje u etapi kodiranja intervjua. Prilikom čitanja transkripata izdvojeni su važni segmenti kojima su pridodani deskriptivni kodovi. U sljedećem koraku kodovi su grupirani tako da su dobiveni interpretativni kodovi koji su protumačeni u odnosu na istraživačka pitanja. Grupiranjem i analizom interpretativnih kodova definirani su završni obuhvatni kodovi.

Kodiranje je proces prevođenja sirovih rezultata istraživanja u oblik koji se može koristiti u istraživanju, a provodi se klasificiranjem podataka u kategorije i pridavanjem određene (brojčane) vrijednosti u svakoj kategoriji. (Abercombie, 2008.). Kodirati znači načiniti niz kategorija u koje se smještaju odgovori, odnosno ustanoviti glavni tip odgovora kojeg je istraživač dobio istraživanjem. (Haralambos, 1992.).

U analizi koja slijedi rezultati će se interpretirati u okviru tematskih cjelina koje slijede redoslijed pitanja iz intervjua, a kodirani su u kategorije u kojima se nalaze odgovori. Radi se o određivanju glavnih tipova odgovora koji su dobiveni te numeracijom glavnih skupina kodova. Interpretacija rezultata organizirana je taksativno, prema slijedu pitanja iz intervjua, uvažavajući suprostavljena mišljenja ispitanika.[175]

7.2. Identifikacija aktera

Na samom početku istraživanja identificirani su akteri i njihova uloga u poticanju ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji. Pojam aktera u sociologiji može se koristiti kao sinonim pojmu agent. Pojam „agent“ kod Giddensa „označava smislenu osobu

[175] Popis kodova nalazi se u prilogu rada.

sposobnu za djelovanje (akciju). Umjesto „agenta“ nekada se pojavljuje „akter“ (actor). Pojam „akcija“ (action, djelovanje) opisuje realiziranu akciju, djelovanje, odnosno svršeni čin, najčešće rutinskog karaktera“ (Ritzer, 1997.). Definicijom aktera kao subjekata koji provode svoju moć djelovanjem u svim mogućim interakcijama, oblikujući međusobne odnose snaga, služit ćemo se u nastavku rada.

U istraživanju je sudjelovalo ukupno 30 aktera, odnosno ispitanika sljedećih razina, vrsta i oblika uključenosti u ruralni turizam Koprivničko-križevačke županije:

- 18 ispitanika u strukturi donositelja odluka i
- 12 ispitanika/vlasnika objekata u ruralnom turizmu.

Donositelji odluka podijeljeni su u tri grupe:

- eksperti/znanstvenici (3 ispitanika);
- donositelji odluka na nivou Koprivničko-križevačke županije (4 ispitanika);
- donositelji odluka na nivou gradova i općina (11 ispitanika).

Vlasnici objekata u ruralnom turizmu (12 ispitanika) su praktičari ruralnog turizma i međusobno se razlikuju s obzirom na tip objekta kojeg posjeduju, bilo da je riječ o obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, prenoćištu, izletištu i slično. Od ukupnog broja ispitanika (30), 19 ispitanika ili 63% pripadnici su muškog spola, a 11 ispitanika/ica su žene (tablica 22). S obzirom na dobnu pripadnost, najviše ispitanika nalazi se u kategoriji 30 – 45 godina (43%) od čega je dvostruko više muškaraca nego žena, zatim slijedi 30% ispitanika koji se nalaze u dobnoj skupini 46 – 60 godina s podjednakom zastupljenošću muškaraca i žena. Najstariji ispitanici, u dobi od 61 godine i više, zastupljeni su sa 17% u ukupnom broju ispitanika, s čini ga podjednak omjer muškaraca i žena, dok su, nažalost, najmlađi ispitanici, oni do 29 godina starosti, najmanje zastupljeni sa svega 10%. Ovakav udio ispitanika po dobnim i spolnim skupinama smatramo nezadovoljavajućim za održiv(iji) razvoj ruralnog turizma u županiji.

Tablica 22. Dobna i spolna struktura sudionika/ca istraživanja

Spol/dob	**do 29**	**30 – 45**	**46 – 60**	**61 i više**	**Ukupno**
Žene	1	4	4	2	11
Muškarci	2	9	5	3	19
Ukupno	**3**	**13**	**9**	**5**	**30**

Izvor: vlastito istraživanje

Nadalje, od ukupnog broja, vrlo veliki postotak ispitanika (Tablica 23) posjeduje fakultetsko obrazovanje (83%), a to su u većoj mjeri ispitanici muškog spola (63%), odnosno

žene su u manjoj mjeri vlasnice fakultetske diplome (37%). Podjednak je omjer ispitanika i ispitanica u kategoriji „Srednja stručna sprema“ u kojoj je najčešća vrsta završene srednje škole Opća gimnazija. U kategoriji niže stručne spreme nalazi se jedna muška osoba. Podatak o razini postignutog obrazovanja vrlo je povoljan jer govori u prilog natpolovičnoj zastupljenosti visokoobrazovanih osoba u uzorku, a to može imati pozitivne posljedice za unaprjeđenje i mogućnost snažnijeg i održivijeg razvoja ruralnog turizma u županiji.

Tablica 23. Struktura obrazovanja po spolu sudionika/ca istraživanja

Spol/ stupanj obrazovanja	**Osnovna škola NSS**	**Srednja škola SSS**	**Fakultet VŠS,VSS**	**Ukupno**
Žene	0	2	9	11
Muškarci	1	2	16	19
Ukupno	**1**	**4**	**25**	**30**

Izvor: vlastito istraživanje

Također, analizirano je koje su profesije najzastupljenije u našem uzorku pa je sukladno tome načinjena analiza ispitanika po profesijama. Kao što se može vidjeti iz priložene tablice (Tablica 24), ispitanici se bave različitim profesijama koje nisu tijesno povezane s turizmom, već su naši ispitanici u najvećem broju agronomi, ekonomisti, geografi, profesori stranog jezika i književnosti, inženjeri strojarstva, a u manjem broju riječ je o sljedećim profesijama: veterinar, arhitekt, politolog, informatičar, geodet, fotograf, ugostitelj i ostalo. Omjer profesija iz područja prirodnih, odnosno društvenih znanosti je podjednak. Zanimljiva je činjenica kako nitko od naših ispitanika nije završio turističko-hotelijerski smjer na nekom od fakulteta, niti ima neku vrstu predznanja u bavljenju (ruralnim) turizmom. Da rezimiramo, socio-demografski status ispitanika iz uzorka podrazumijeva pripadnost starijim dobnim skupinama, muškom spolu i visokom obrazovnom postignuću koje nije u direktnoj vezi sa turističkom strukom.

Što se tiče ustroja za upravljanje turističkim razvojem u Koprivničko-križevačkoj županiji, na regionalnoj i lokalnoj razini turističkim razvojem upravljaju turističke organizacije i poslovni subjekti, turističke zajednice županija, gradova i općina, uredi za prostorno planiranje županija i gradova, hotelska poduzeća i drugi. Međutim, naši ispitanici posredno ili neposredno djeluju na razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj u okviru institucija i ustanova u kojima su zaposleni i na koje ćemo se nakratko osvrnuti, a koje nisu direktno zadužene za razvoj turizma, nego doprinose njegovu razvoju putem strategija, programa i inicijativa koje reguliraju sektore oslonjene na turizam, kao što je primjerice, poljoprivreda. Sukladno definiranom uzorku,

istraživanjem su se nastojala obuhvatiti predstavnici zakonodavne i izvršne vlasti,[176] kako bi se zadovoljio kriterij vertikalne zastupljenosti pri odlučivanju o razvoju ruralnog turizma. U istraživanju su zastupljeni i ispitanici s nižih razina upravljanja turističkim razvojem: županije, gradova i općina, te vlasnici objekata u ruralnom turizmu.

Tablica 24. Broj ispitanika prema profesiji

NAZIV PROFESIJE	BROJ ISPITANIKA
1. Inženjer/ka poljoprivrede	7
2. Ekonomist/ica	4
3. Geograf/kinja	3
4. Profesor/ica stranog jezika	3
5. Inženjer strojarstva	3
6. Veterinar	1
7. Arhitekt	1
8. Politolog	1
9. Informatičar	1
10. Geodet	1
11. Fotograf	1
12. Ugostitelj	1
13. Vozač	1
14. Ostalo	2
UKUPNO	**30**

Izvor: vlastito istraživanje

Također, bitno je istaknuti i zastupljenost političkih institucija društva kao što su interesne skupine: npr. LAG-ovi, udruge i slično, koji nastoje svojim djelovanjem ishoditi pojedine odluke važne za njihovu djelatnost. Treba naglasiti kako su naši ispitanici ljudi koji su na različite načine uključeni ne samo u razvoj ruralnog turizma, nego i u aktivnosti lokalne zajednice, tako da oni ponekad govore s aspekta posla kojeg obavljaju, posla kojeg su ranije obavljali, jednog od poslova kojeg obavljaju, a ponekad s aspekta interesne grupacije čiji su članovi/članice. Upravo ta mnogostrukost funkcija koja je neizbježna na tako malom prostoru, vrlo je korisna u dobivanju različitih perspektiva vezanih za istraživani fenomen. Kako bi se osigurala anonimnost, ispitanici su podijeljeni u grupe kojima su dodijeljene šifre prema prvom

[176] Konkretno, riječ je o članici saborskog Odbora za turizam te predstavniku odjela državne uprave -ministarstva.

slovu skupine u kojoj se nalaze te nasumično odabranom rednom broju. Dodijeljene šifre kontinuirano se rabe tijekom cijele analize i interpretacije, a ispitanici su se nalazili u sljedećim grupama, označeni jednom od sljedećih šifri:

a) eksperti (E1-E3),

b) donositelji odluka na županijskom nivou (Ž1-Ž4),

c) načelnici jedinica lokalne samouprave (N1-N5),

d) djelatnici u turističkim zajednicama (T1-T4),

e) djelatnici u LAG-ovima (L1-L2),

f) vlasnici objekata u ruralnom turizmu (R1-R12).

U nastavku slijedi vertikalni osvrt (odozgo prema dolje) na ingerencije institucija, ustanova i ureda u kojima su ispitanici zaposleni, te opis i prikaz postignutih rezultata naših ispitanika u području ruralnog turizma.

Hrvatski sabor je predstavničko tijelo građana Republike Hrvatske i sastoji se od različitih radnih tijela među kojima se nalazi i *Odbor za turizam*.U djelokrugu su Odbora za turizam poslovi utvrđivanja i praćenja provođenja politike, a u postupku donošenja zakona i drugih propisa ima prava i dužnosti matičnoga radnog tijela u područjima koja se odnose na: koncept i strategiju razvoja hrvatskog turizma, utvrđivanje i praćenje provedbe politike turističkog razvoja Republike Hrvatske, ugostiteljsku i turističku djelatnost i s njima neposredno vezane djelatnosti, praćenje koncesija u turizmu, kreiranje razvojnih programa u turizmu od naročite važnosti za gospodarski razvoj Republike Hrvatske, utvrđivanje i praćenje provedbe politike zaštite i očuvanja kakvoće turističkog prostora, suradnju s odgovarajućim radnim tijelima u Europskom parlamentu i parlamentima drugih zemalja i ostalo.

Nadalje, vezano za razvoj ruralnog turizma, važno je naglasiti i ulogu *Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i ruralnog razvoja* Republike Hrvatske u okviru kojeg su ustrojene brojne uprave i službe. Ovdje ističemo Upravu za upravljanje EU fondom za ruralni razvoj, EU i međunarodnu suradnju, u okviru koje djeluje Služba za programiranje, praćenje, evaluaciju i promidžbu EU programa Ruralnog razvoja, a koja je zapravo, jedina u određenoj mjeri povezana s ruralnim turizmom i u kojoj se priprema, odnosno izrađuje novi Program ruralnog razvoja RH 2014./2020. Navedena služba je nadzirala i provedbu IPARD programa,[177] programa koji je sastavni dio programa IPA-e[178], preciznije IPARD predstavlja V. komponentu IPA-e pod nazivom „Ruralni razvoj“. IPARD program zapravo predstavlja strategiju usmjerenu na unapređenje razvoja ruralnih područja u Republici Hrvatskoj u okviru kojeg je na temelju

[177] IPARD iz predpristupnog programa Europske unije za razdoblje 2007. – 2013.
[178] Instrument pretpristupne pomoći, eng. *Instrument for Preaccession Assistance*.

triju ciljeva definirano ukupno 6 mjera[179] čiji korisnici mogu biti obiteljska poljoprivredna gospodarstva u sustavu PDV-a, obrti i tvrtke. Najvažnija mjera koja direktno potiče razvoj ruralnog turizma je mjera 302 *Diversifikacija i razvoj ruralnih gospodarskih aktivnosti* koja omogućava povećanje prihoda ruralnog stanovništva putem razvoja i diversifikacije ruralnih aktivnosti na farmi i/ili izvan nje, stvaranje novih mogućnosti zapošljavanja, očuvanje postojećih radnih mjesta, povećanje opsega usluga za stanovnike ruralnih područja te poboljšanje socijalne strukture u ruralnim područjima. [180]

Nažalost, u Hrvatskoj ne postoji nikakvo međuresorno tijelo (formirano na međuministarskom nivou) zaduženo za razvijanje ruralnog turizma, niti je u planu njegovo osnivanje. Ruralni turizam, odnosno ruralni prostor[181] može biti u nadležnosti različitih ministarstava, ali ne predstavlja izričitu odgovornost niti jednog od njih.[182] Osim toga, niti ruralni turizam kao pojam nije prepoznat u okviru krovnog dokumenta hrvatskog turizma, a to je *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*, nego se spominje tek u sintagmi *Ruralni turizam i planinski turizam*, što znači da mu se ne pridaje važnost samostalnog oblika turizma. Ruralni turizam sudjeluje u ukupnim međunarodnim putovanjima s udjelom od oko 3%, uz godišnji rast od oko 6%. Suočena s nerazvijenom domaćom potražnjom i nepoticajnim okruženjem, hrvatska se ponuda ruralnog turizma razvija izuzetno sporo. Iznimka je samo Istra, a donekle i Osječko-baranjska županija.[183] Stoga se u posljednjih desetak godina nametnuo *Hrvatski farmer Eko-etno grupa* kao glavni pokretač razvoja ruralnog turizma u Hrvatskoj koji ulaže ogromne napore da putem raznih manifestacija okuplja što veći broj

[179] • Mjera 101 „Ulaganja u poljoprivredna gospodarstva u svrhu restrukturiranja i dostizanja standarda Zajednice“.
• Mjera 103 „Ulaganja u preradu i trženje poljoprivrednih i ribljih proizvoda u svrhu restrukturiranja tih aktivnosti i dostizanja standarda Zajednice“.
• Mjera 201 „Radnje za poboljšanje okoliša i krajolika“ predstavlja okvir za provedbu poljoprivredno-okolišnih mjera unutar tri pilot područja: Park prirode Velebit, Park prirode Lonjsko Polje i Zagrebačka županija.
• Mjera 202 „Priprema i provedba lokalnih strategija ruralnog razvoja“ predstavlja okvir za međusektorsku suradnju, informiranje i edukaciju stanovništva o mjerama razvoja ruralnih područja, zatim za izradu i provedbu lokalnih strategija razvoja, te ujedno predstavlja i podlogu za osmišljavanje, prijavu i realizaciju projekata dionika uključenih u lokalne akcijske grupe (LAG-ove). Aktivnosti u okviru Mjere 202 provode se sukladno načelima LEADER pristupa odnosno putem stvaranja lokalnih akcijskih grupa (naglasak na bottom-up pristupu) koje obuhvaćaju relevantne dionike javnog, privatnog i civilnog sektora ciljanog ruralnog područja.
• Mjera 301 „Poboljšanje i razvoj ruralne infrastrukture“.
• Mjera 302 „Diversifikacija i razvoj ruralnih gospodarskih aktivnosti“

[180] Prihvatljiva su ulaganja u sljedećim sektorima: sektor ruralnog turizma, sektor tradicijskih obrta, sektor izravne prodaje, sektor slatkovodnog ribarstva, sektor usluga, sektor prerade na poljoprivrednim gospodarstvima, sektor proizvodnje gljiva i sektor obnovljivih izvora energije. Dostupno na: http://www.pora.com.hr/poljoprivreda-i-ruralni-razvoj/ipard/o-ipard-u

[181] Primjerice, u Francuskoj država vodi brigu o svom ruralnom prostoru putem Povjerenstva za prostorno uređenje i regionalnu akciju (DATAR). Zadaća tog državnog servisa je da „priprema, usmjerava i koordinira odluke koje se odnose na politiku uređenja prostora koju vodi država“ (Štambuk, 2015:114).

[182] Primjerice, Ministarstvo turizma, Ministarstvo regionalnog razvoja, Ministarstvo poljoprivrede, i naposljetku Ministarstvo kulture, bave se ruralnim turizmom na ruralnom području s aspekta vlastite specijalizirane uloge.

[183] Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, travanj 2013.

seoskih domaćinstava i usmjerava ih u pravcu bavljenja ovakvim vidom turističke ponude. Najpoznatija manifestacija takvog tipa je Eko etno sajam koji je doista specifičan i jedinstven u ovom dijelu Europe jer povezuje proizvodnju i turizam, te uživa visoko pokroviteljstvo Vlade Republike Hrvatske i resornih ministarstava. Organiziraju i niz društvenih, popratnih događanja vezanih za oznake *Hrvatski proizvod*, održavaju okrugle stolove na temu upravljanja ruralnim turističkim destinacijama i poslovne radionice o tome kako priznavati hrvatski ruralni turizam. Ispitanik detaljnije obrazlaže aktivnosti tvrtke:

Održali smo tri Međunarodna kongresa za ruralni turizam, puno seminara, okruglih stolova, savjetovanja, radionica na temu ruralnog turizma i na posebne oblike ruralnog turizma. Održali smo dosta sajmova kao što su: Eko etno Hrvatska i Eko etno tour i dosta manjih projekata gdje smo predstavljali ruralne proizvode koje smo uvijek nastojali povezati s turizmom. Autori smo jedne nagrade koja se zove „Suncokret ruralnog turizma"[184] *gdje u sljedećih pet kategorija stručno povjerenstvo ocjenuje prijavljene projekte: turistička seljačka gospodarstva, poduzetnici u ruralnom turizmu, ruralno-turističke manifestacije, ruralno-turistički projekti i gastronomija. Cilj je dakle, da se ispromoviraju najbolji od najboljih, da na neki način pomognemo da i javnost sazna za njih. Komuniciramo s različitim medijima koji bi ih trebali dalje nastaviti prezentirati.* (E1)[185]

Na aktivnosti Hrvatskog farmera Eko Etno grupe utjecao je rad respektabilnog stručnjaka u području turizma i ruralnog turizma, s bogatom stručnom i znanstvenom (domaćom i međunarodnom) karijerom koji prati situaciju u ruralnom turizmu od 1990./1991. u okviru *Instituta za turizam u Zagrebu*. Institut je specijaliziran za istraživanje i konzalting u turizmu, a svoje iskustvo temelji na znanstvenom radu, kontinuiranim istraživanjima i stalnom usavršavanju multidisciplinarnog radnog tima. Na Institutu za turizam se kontinuirano radi na unaprijeđenju specijalističkih znanja iz različitih domena važnih za razvoj i upravljanje turizmom: ekonomije, marketinga, upravljanja, prometa, zaštite prostora i primjene suvremenih informacijskih i komunikacijskih tehnologija. Naš je ispitanik sve ove aspekte pretočio u problematiku turizma, naročito suprostavljajući ih čisto ekonomističkom pristupu koji uglavnom prevladava i u literaturi i u predavanjima i shvaćanjima:

To ne znači biti suprotstavljen ekonomiji i takvom gledanju, ali svakako podrazumijeva bitku da se taj aspekt upotpuni s jednim dijelom koji se odnosi na dugoročno planiranje, na

[184] Zlatnu povelju Suncokreta ruralnog turizma u kategoriji Turističkog seljačkog obiteljskog gospodarstva u 2015. godini osvojio je seoski turizam Rakić, Čabraji, Grad Križevci, Koprivničko-križevačka županija.
[185] Ispitanik se nalazi u skupini:Eksperti (E1-E3) i dodijeljen mu je redni broj 1 unutar skupine eksperti koja je označena slovom E.

analizu prostora, na neke ekološke uvjete, pa čak i ozbiljne sociološke perspektive koje se ovdje u prostoru pojavljuju. Ruralni turizam je bio jedna od mojih tema kojima sam se bavio u Institutu, a druga tema su bili turistički resursi. (E3)[186]

U lokalnim okvirima Koprivničko-križevačke županije upravljanje ruralnim turističkim razvojem djelomice je u ingerenciji *Ureda za poljoprivredu, ruralni razvoj i turizam* koji djeluje na razini županijske uprave i *Upravnog odjela za gospodarstvo i komunalne djelatnosti.* Od ostalih županijskih ustanova koje su posredno ili neposredno uključene u razvoj turizma treba spomenuti *Razvojnu agenciju Podravine i Prigorja: PORA, Razvojnu agenciju Sjever – DAN* te *Javnu ustanovu za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima.*

Osnovna djelatnost *Javne ustanove za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode* na području Koprivničko-križevačke županije je zaštita, održavanje, očuvanje, promicanje i korištenje posebno zaštićenih prirodnih vrijednosti na području Koprivničko-križevačke županije i to: strogih rezervata, regionalnih parkova, posebnih rezervata, park-šuma, značajnih krajobraza, spomenika prirode, spomenika parkovne arhitekture te specifičnih geomorfoloških fenomena, životnih zajednica, značajnih biljnih i životinjskih vrsta, odnosno zaštićenih prirodnih vrijednosti na temelju Zakona o zaštiti prirode.Također, Javna ustanova upravlja i područjima koja se nalaze na teritoriju Koprivničko-križevačke županije, a sastavni su dijelovi Ekološke mreže Republike Hrvatske i preventivno zaštićenog područja Regionalnog parka Mura-Drava. Sve te djelatnosti Javna ustanova obavlja radi zaštite i očuvanja izvornosti prirode, osiguravanja neometanog odvijanja prirodnih procesa i održivog korištenja prirodnih dobara te nadzora provođenja uvjeta i mjera zaštite prirode na području kojim upravlja. Cilj svega je očuvanje posebno vrijednih zaštićenih prirodnih predjela, posebno rijetkih, specifičnih i ugroženih biljnih i životinjskih zajednica i vrsta, geomorfoloških oblika i specifičnih krajobraza, odnosno Zakonom o zaštiti prirode zaštićenih prirodnih vrijednosti na području Koprivničko-križevačke županije, kao važnog dijela biološke i krajobrazne raznolikosti Republike Hrvatske.

Ispitanica dodatno pojašnjava ulogu ustanove u segmentu utjecanja na ruralni turizam: *Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode može utjecati na razvoj ruralnog turizma na taj način da potičemo što više prirodnog, poljoprivredu koja koristi što manje kemijskih sredstava, da se uzgaja autohtono, da ima što manje GMO usjeva, da sprječimo unos invazivnih vrsta što se tiče flore i faune. Osim toga, naša ustanova vezano za Natura 2000 područja nastoji upoznati ljude koji se bave poljoprivredom kako da koriste i ostvare određene*

[186] Ispitanik se nalazi u skupini eksperti i dodijeljen mu je redni broj tri

potpore na način da se što više okrenu tradiciji. Stoga surađujemo s raznim pravnim i fizičkim osobama, Ministarstvom zaštite okoliša i Državnim zavodom za zaštitu prirode. Surađujemo s Turističkim zajednicama (općinskim i županijskom), te Ministarstvom turizma. (Ž3)[187]

Ustanova radi na očuvanju autohtonih vrsta, odnosno biljaka i životinjskih vrsta karakterističnih za neko područje. Ujedno potiče tradicionalni uzgoj poljoprivrede, što može utjecati na očuvanje jednog zdravog ruralnog područja.[188]

U Koprivničko-križevačkoj županiji djeluju dvije razvojne agencije čija je uloga također važna za razvoj ruralnog turizma:

a) PORA – Razvojna agencija za Podravinu i Prigorje bavi se promicanjem i provedbom razvojnih aktivnosti u Koprivničko-križevačkoj županiji, poticanjem regionalnog razvoja, poljoprivrede, ruralnog razvoja, poticanjem poduzetništva i poticanjem ulaganja. U PORA-i postoje sljedeći odjeli: Odjel za regionalni i ruralni razvoj te strateško planiranje, Odjel za razvojne EU projekte i Odjel za financije, poticanje poduzetništva i ulaganja.

Ispitanik pojašnjava ulogu Odjela za regionalni i ruralni razvoj te strateško planiranje: *Naša uloga, što se tiče seoskog turizma, uglavnom je vezana za strateške dokumente kako bi se imala podloga potrebna za prijavu na projekte. Mi se trudimo informacije vezane za natječaje i buduće programe, spuštati na nekakve dionike razvoja u našoj županiji. Isto tako, imamo informiranje gdje poduzetnici dolaze k nama na informiranja (u stvari oko dvjesto godišnje). Recimo, kad je bio IPARD obilazili smo sve općine i gradove, pozivali potencijalne prijavitelje; članovi PORA-e (točnije, dvoje) su u Timu za ruralni razvoj Koprivničko-križevačke županije koji je zapravo tijelo-poveznica između Ministarstva poljoprivrede i samih potencijalnih prijavitelja na Program ruralnog razvoja. Isto tako, radimo radionice oko pisanja projekata.* (Ž1)[189]

b) Razvojna agencija Sjever – DAN je društvo s ograničenom odgovornošću, s dva grada osnivača: Varaždin i Koprivnica. Glavne djelatnosti agencije su potpora i razvoj gospodarstva te poticanje ulaganja podrškom i razvojem malog i srednjeg poduzetništva, promocijom i privlačenjem investicija putem nacionalnih i EU fondova. Osim toga, agencija se bavi regionalnim razvojem i EU fondovima te razvojem ljudskih potencijala i civilnog društva s ciljem ujednačenog regionalnog razvoja, visokoškolskog, stručnog i cjeloživotnog razvoja obrazovanja, razvoja civilnih udruga,

[187] Ispitanik se nalazi u skupini eksperti i dodijeljen mu je redni broj dva
[188] Preuzeto iz transkripta intervjua.
[189] Ispitanik se nalazi u skupini donositelja odluka na županijskom nivou i dodijeljen mu je redni broj jedan

projektnih ideja, pomoći u aplikaciji na domaće i EU fondove te u implementaciji projekata. Ispitanik dodatno pojašnjava kako je Razvojna agencija Sjever – DAN *...konkretno radila edukaciju za ljude koji se već bave ruralnim turizmom i za sve zainteresirane kojih se zapravo puno odazvalo. Bilo je vrlo poticajno vidjeti da postoji veliki interes. Zapravo, u svakodnevnom radu promoviramo naše područje (KKŽ) i sve što je oko nas, dakle nekakve manje programe i to je ono baš što ide na temu ruralnog turizma na našem području.* (Ž2)[190]

Na kraju, najvažnija županijska ustanova koja se također u jednom segmentu svojih djelatnosti bavi razvojem ruralnog turizma je Koprivničko-križevačka županija, Odsjek za poljoprivredu, ruralni razvoj, šumarstvo i lovstvo u okviru kojeg naš ispitanik pomaže razvoju ruralnog turizma županije: *...pokušavamo davati direktnu pomoć i subvencije za poljoprivrednu proizvodnju. Također, financiramo i poljoprivredna i turistička događanja koja su vezana uz našu županiju i pojedini kraj, recimo „Križevačko spravišče“, „Podravski motivi“ i Đurđevačka „Picokijada“ koje sponzoriramo u većim iznosima, kao i ove manje manifestacije, recimo „Šljivarijada“,“ Dani plemstva“. Osim direktnih subvencija, pomoći i donacija, pokušavamo pomoći u osmišljavanju novih aktivnosti, privući neke prostorne planove i razviti te programe, upoznati ljude s programima koje ima Ministarstvo poljoprivrede ili EU. Također, sudjelujemo i u prekograničnim projektima koji su sada zaživjeli i u kojima smo sudjelovali kao partner u savjetodavnom ili radnom dijelu. Nadalje, kroz nekoliko godina smo određene gospodarstvenike poticali na sudjelovanje na manifestacijama kao što su „Dani travnjaka“, „Dani voća“, „Dani povrća“ i „Tradicija naših starih“ povodom Dana županije. Također, određene poljoprivrednike, odnosno OPG-ove i obrte, vodili smo na sajmove gdje smo ih putem tog sudjelovanja uspjeli promicati.* (Ž4)[191]

Predstavnici jedinica lokalne samouprave (gradovi i općine) imaju drugačiji pristup i ovlasti u razvoju ruralnog turizma u okviru svoje djelatnosti, pa tako razlikujemo aktivnosti u okviru grada i aktivnosti u okviru općine.[192] Kao što je prethodno spomenuto, Koprivničko-križevačka županija sastoji se od 25 jedinica lokalne samouprave, triju grada (Koprivnica – sjedište županije, Đurđevac, Križevci) i 22 općine. Jedinice lokalne samouprave (općine i gradovi) u svom samoupravnom djelokrugu obavljaju poslove od lokalnog značaja kojima se

[190] Ispitanik se nalazi u skupini donositelja odluka na županijskom nivou i dodijeljen mu je redni broj dva.
[191] Ispitanik se nalazi u skupini donositelja odluka na županijskom nivou i dodijeljen mu je redni broj četiri.
[192] Općine i gradovi su, prema Ustavu Republike Hrvatske, jedinice lokalne samouprave. Teritorij Republike Hrvatske administrativno je podjeljena na 128 gradova i 428 općina. Općine i gradovi u Hrvatskoj čine najnižu razinu samouprave (to su osnovne ustrojstvene jedinice), a županije su više jedinice lokalne samouprave koje su ustrojene od općina i gradova.

neposredno ostvaruju potrebe građana, a koji nisu Ustavom ili zakonom dodijeljeni državnim tijelima. [193]

Zakonom o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi propisano je da je grad i svako mjesto koje ima više od 10.000 stanovnika, a predstavlja urbanu, povijesnu, prirodnu, gospodarsku i društvenu cjelinu. Grad kao jedinica lokalne samouprave može biti i sjedište županije. U sastav grada kao jedinice lokalne samouprave mogu biti uključena i prigradska naselja koja s gradskim naseljem čine gospodarsku i društvenu cjelinu te su s njim povezana dnevnim migracijskim kretanjima i svakodnevnim potrebama stanovništva od lokalnog značenja.

Općina je jedinica lokalne samouprave koja se osniva, u pravilu, za područje više naseljenih mjesta koja predstavljaju prirodnu, gospodarsku i društvenu cjelinu, te koja su povezana zajedničkim interesima stanovništva. Izvršno tijelo u općini je općinski načelnik. Izvršno tijelo u gradu je gradonačelnik.[194]

Gradovi u Koprivničko-križevačkoj županiji uključuju i definiraju razvoj (ruralnog) turizma putem dugoročnih i kratkoročnih strategija o čemu svjedoče izjave našeg ispitanika:
U kontekstu Kalničko – Križevačkog Prigorja pripreman je jedan dio razvojnih dokumenata između ostaloga, Studija razvoja turizma Križevačko – Kalničke regije. Možda je i vrijeme da se napravi neka revizija te priče no eto, daljnji razvoj turizma u gradu (...) i na ovom području je predviđen novim strateškim dokumentom, znači Strategijom razvoja grada (...) koja između ostaloga obuhvaća i razvoj turizma. (N1)[195]

Za razliku od gradonačelnika, načelnici općina u Koprivničko-križevačkoj županiji nemaju strateške dokumente koji uključuju razvoj (ruralnog) turizma, a niti provedbena i operativna tijela (kao što su turističke zajednice) koja bi realizirala određene aktivnosti:
Ovako, prije svega mi moramo imati nekakvu strategiju koju još nažalost općina (...) nema, no međutim u tom razvoju imamo nekakvih potencijala koje možemo iskoristiti... Ljudima treba pružiti financijsku pomoć da se razviju.... Lokalna samouprava ne može isfinancirati razvoj, nego mi jednostavno možemo prezentirat tim ljudima projekte i dati im ideje. Po meni je najjednostavnije prekopirati ono što je dobro, malo prilagoditi svom području i jednostavno

[193] Poslovi koje obavljaju JLS-i odnose na uređenje naselja i stanovanje u skladu sa županijskim planom, prostorno i urbanističko planiranje u skladu sa županijskim planom, komunalno gospodarstvo, skrb o djeci, socijalnu skrb, primarnu zdravstvenu zaštitu, odgoj i osnovno obrazovanje, kulturu, tjelesnu kulturu i sport, zaštitu potrošača, zaštitu i unapređenje prirodnog okoliša, protupožarnu i civilnu zaštitu, lokalni promet na svom području ne ubrajajući državne i županijske prometnice te poslove koji su im zakonom stavljeni u djelokrug.
[194] http://hr.wikipedia.org/wiki/Hrvatske_op%C4%87ine_i_gradovi
[195] Ispitanik se nalazi u skupini načelnika jedinica lokalne samouprave i dodijeljen mu je redni broj jedan.

funkcionirati normalno. (N2)[196] Načelnik susjedne općine smatra da po pitanju razvoja ruralnog turizma najprije treba educirati ljude o tome što je ruralni turizam: ...*i što turizam može donijeti i kako može popraviti njihov kućni budžet. Ako ne znamo iskoristiti prostor, njegov geostrateški položaj, onda mi ne možemo biti dobar predsjednik turističke zajednice, niti dobar načelnik općine, niti možemo voditi kakav razvojni ciklus unutar svoje jedinice lokalne samouprave...* (N3)[197]

Također, za razvoj ruralnog turizma u nekoj općini nužne su i infrastrukturne pretpostavke na koje nas upućuje sljedeći citat:

Mi[198] smo posebni po nekoliko prirodnih bisera na kojima mislimo temeljiti naš turizam..., ali za sada nemamo nikakvu formalnu organizaciju koja bi vodila turizam na našem području. Pokušavamo preko županijske Turističke zajednice i s okolnim općinama formirati jednu turističku zajedicu koja bi skrbila o turizmu i razvoju na našem području.... (N4)[199]

No, za promicanje turizma i ruralnog turizma svakako su važne turističke zajednice s čijim smo predstavnicima također razgovarali u intervjuu. Općenito, *turističke zajednice* osnivaju se radi promicanja i unapređenja turizma Republike Hrvatske i gospodarskih interesa pravnih i fizičkih osoba koje pružaju ugostiteljske i druge turističke usluge ili obavljaju drugu djelatnost neposredno povezanu s turizmom na način da upravljaju destinacijom na razini za koju su osnovane.[200] Sustav turističkih zajednica čine: turističke zajednice mjesta, turističke zajednice općina, turističke zajednice gradova, turističke zajednice područja, turističke zajednice županije, Turistička zajednica Grada Zagreba i Hrvatska turistička zajednica.[201] Na gradskoj razini Koprivničko-križevačke županije ustrojene su turističke zajednice Koprivnice, Križevaca i Đurđevačke Podravine,[202] a na općinskoj razini formalno djeluje deset turističkih zajednica općina: Drnje, Ferdinandovac, Gola, Hlebine, Kalnik, Kloštar Podravski, Legrad, Molve, Rasinja i sv. Petar Orehovec, dok u stvarnosti djeluju samo općinske turističke zajednice: Molve, Sveti Petar Orehovec, Kalnik i Ferdinandovac.[203]

---

[196] Ispitanik se nalazi u skupini načelnika jedinica lokalne samouprave i dodijeljen mu je redni broj dva.
[197] Ispitanik se nalazi u skupini načelnika jedinica lokalne samouprave i dodijeljen mu je redni broj tri.
[198] Općina Legrad je najsjevernija općina u Koprivničko-križevačkoj županiji.
[199] Ispitanik se nalazi u skupini načelnika jedinica lokalne samouprave i dodijeljen mu je redni broj četiri.
[200] Članak 2 zakona o TZ.
[201] Članak 3 Zakona o TZ.
[202] Grad Đurđevac tek kreće u formiranje vlastite turističke zajednice Đurđevačke Podravine koja će obuhvatiti nekoliko susjednih podravskih općina.
[203] Zajednički ciljevi turističkih zajednica su: 1) poticanje i iniciranje razvoja i unapređivanje postojećeg turističkog proizvoda, iniciranje razvoja novih turističkih proizvoda područja za koje su osnovane, na način da upravljaju destinacijom na razini za koju su osnovane, 2) promocija turističkog proizvoda područja za koje su osnovane, 3) razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, te potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističkog proizvoda određenog područja, a osobito zaštite okoliša te prirodne i kulturne baštine sukladno održivom razvoju.

Rad gradskih turističkih zajednica je kadrovski i tehnički profesionaliziran, za razliku od općinskih turističkih zajednica koje, osim što su ustrojene, nisu adekvatno opremljene za svoje funkcioniranje, neke su više ili manje aktivne, a njihov broj se stalno mijenja u skladu sa zahtjevima turizma u njihovoj ingerenciji. Turistička zajednica Koprivničko-križevačke županije radi na jedinstvenoj koncepciji razvoja i promocije županije te pokušava pozicionirati županiju kao: ...*cjelogodišnju izletničku, športsko-rekreacijsku destinaciju očuvane i raznolike prirode te naglašenih tradicionalnih vrijednosti oplemenjenih u suvremenom izrazu naivnog slikarstva, domaće kuhinje, manifestacija, folklora, gostoljubivosti i vjere...*[204]

Turističke zajednice gradova i općina vide svoju ulogu u promicanju ruralnog turizma na najprofesionalniji način sukladno svojoj temeljnoj zadaći, s tom razlikom da turističke zajednice grada Križevaca i Đurđevca djeluju u okviru svoje primarne djelatnosti a to je: *...promocija, organiziranje manifestacija,.. .razvoj turističke infrastrukture, prvenstveno promocija naših turističkih proizvoda i razvoj novih turističkih proizvoda. Dopunska djelatnost su uredski poslovi plus koordinacija između javnog i gospodarskog sektora i naravno, civilnog. Dakle, sva tri segmenta kako bi se ljudi čim više povezali i kako bi se ljudi na nekakav najbolji mogući način realizirali svoje turističke ideje i napravili novi turistički proizvod.* (T1)[205] Po pitanju razvoja ruralnog turizma turističke zajednice obaju gradova organiziraju edukaciju za ljude koji se već bave ruralnim turizmom i za ostale zainteresirane za ruralni turizam. Ovdje je bitno istaknuti ulogu Turističke zajednice grada Koprivnice koja svojim radom uvelike nadilazi osnovnu zadaću turističkog i ruralno-turističkog razvoja i koja se može iščitati u sljedećoj izjavi ispitanika:

Onaj prostor gdje mi možemo nešto napraviti i gdje radimo su manifestacije. Mi kroz manifestacije dajemo mogućnost i pronalazimo stare zanate i tradicijske obrte i u jedanaest godina mi smo napravili najviše u Hrvatskoj po pitanju revitalizacije, pomaganja, pa čak i restitucije, znači obnavljanja starih zanata, a to je itekako vezano uz ruralni turizam. Međutim,

---

Sukladno tome, turistička zajednica može realizirati i sljedeće aktivnosti:
1. upravljati javnom turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane jedinice lokalne, odnosno područne (regionalne) samouprave,
2. organizirati manifestacije i priredbe,
3. objavljivati komercijalne oglase na svojim promotivnim materijalima,
4. prodavati suvenire, turističke karte i vodiče, osim vlastitog promotivnog materijala,
5. posredovati u rezervaciji privatnog smještaja ako u turističkom mjestu za koje je osnovana turistička zajednica ne postoji registrirana turistička agencija,
6. obavljati druge poslove i zadaće od javnog interesa u funkciji razvoja turizma i destinacije koji nisu u suprotnosti s ovim Zakonom i drugim propisima dostupno na: http://www.zakon.hr/z/342/Zakon-o-turisti%C4%8Dkim-zajednicama-i-promicanju-hrvatskog-turizma

[204] Strateški marketinški plan turizma Koprivničko-križevačke županije, Institut za turizam, Zagreb, 1997.

[205] Ispitanik se nalazi u skupini Djelatnici u turističkim zajednicama i dodijeljen mu je redni broj jedan.

sve se manje-više svodi na njihovu prezentaciju na našim najvećim manifestacijama u gradu kao što je Renesansni festival pa i na našim gostovanjima u Hrvatskoj pa i šire u inozemstvu. Mi znamo da na tim našim manifestacijama ima četrdeset do pedeset tih zanatlija. Mi imamo toliko tradicijskih obrta na jednom mjestu gdje ljudi neprestano tri dana rade, toga nema ni na jednoj (drugoj) manifestaciji. (T3)[206]

Nažalost, u nekim općinama turistička zajednica nije niti oformljena jer općina ne raspolaže dostatnim financijskim sredstvima. U stvarnosti, turističke zajednice općina donedavno su funkcionirale na volonterskoj bazi što je značilo da su načelnici općine bili ujedno i direktori turističkih zajednica, no prema novom Zakonu o turističkim zajednicama svaka općina koja to želi treba krenuti u formiranje vlastite turističke zajednice i zaposliti stručnu osobu. S obzirom da većina općina u Koprivničko-križevačkoj županiji posjeduje vrlo skromna financijska sredstva, turističke zajednice se ne osnivaju. Nadalje, važni čimbenici u razvoju ruralnog turizma su predstavnici LAG-ova koji stavljaju ruralni turizam u svoje prioritete.

Uspostavljanje lokalnog partnerstava, znanog kao Lokalna Akcijska Grupa (LAG), izvorna je i važna značajka LEADER programa. LEADER – *Links between actions for the development of the rural economy*, predstavlja inicijativu Europske zajednice za mobiliziranje i provedbu ruralnog razvoja u ruralnim zajednicama putem lokalnih javno-privatnih partnerstva (LAG-ove). Namjera mu je pomoći ljudima, udrugama, poduzećima i ostalim potencijalnim čimbenicima u ruralnim područjima da razmotre potencijal svojeg područja te potaknu provedbu integriranih, kvalitetnih i originalnih strategija održivog razvoja.[207] Jedna od osnovnih karakteristika LEADER-a je stavljanje naglaska na lokalno stanovništvo koje se oduvijek smatralo glavnim čimbenikom ruralnih područja, a ono što je činilo posebnost LEADER projekata u njegovim počecima bilo je pouzdanje u ljude koji žive u ruralnim područjima i u njihove sposobnosti za otkrivanje onoga što najbolje odgovara njihovom okolišu, kulturi, radnim tradicijama i vještinama (Štifanić, Debelić, 2009.).

LEADER koristi sedam principa: teritorijalnu podjelu, pristup od „dolje prema gore", partnerstvo bazirano na LAG-ovima, inovativnost, integrirani razvoj, umrežavanje i kooperaciju te lokalno financiranje (EC, 2008:2 – 3).

Na području Koprivničko-križevačke županije postoje tri LAG-a: LAG „Prigorje", LAG „Podravina" i LAG „PRIZAG", od kojih je LAG „Prigorje" trenutno neaktivan. Ruralni

[206] Ispitanik se nalazi u skupini Djelatnici u turističkim zajednicama i dodijeljen mu je redni broj tri.
[207] Važnost LEADER metode u kontekstu lokalne razvojne strategije prepoznata je diljem Europe, gdje postoji puno primjera koji pokazuju kako se lokalne razvojne strategije mogu razvijati pomoću LEADER financiranja te kako one mogu pozitivno utjecati na sveukupni gospodarski razvoj.

turizam nalazi se u prioritetima LAG-ova jer se LAG-ovi općenito bave promoviranjem ruralnog razvoja, a afirmativni stav ovih aktera prema razvoju ruralnog turizma može se iščitati u sljedećim navodima:

Turizam je jedan od pet točaka prioriteta naše organizacije. Znači, kad se radila strategija oko akcijske grupe, turizam je bio u nekakvim prioritetima već prije četiri godine kad je rađena strategija LAG-a .... (L1)[208]

Mi potičemo općenito lokalni razvoj, naravno da u svojoj strategiji imamo i mjere koje se odnose na turizam; isto tako planiramo i nove strategije kako uključiti ruralni turizam jer smatram da je opstojnost malih poljoprivrednih gospodarstava u tome da se počnu baviti nepoljoprivrednim djelatnostima na svojem imanju, a vidimo velike mogućnosti u bavljenju turizmom. (L2)

Novost u turističkoj ponudi županije svakako su i različiti oblici ruralnog turizma kao što su turistička seljačka gospodarstva, izletišta, ruralne kuće za odmor i slično, a koja se nalaze u okolici triju gradova i nadopunjuju smještajnu i ugostiteljsku ponudu ovog područja. Za razliku od hotela koji su moderno uređeni objekti u pravilu namijenjeni odmoru poslovnih ljudi i većih turističkih grupa, turistička seljačka gospodarstva promoviraju se kao smještaj tradicionalnog izgleda i ugođaja za sve one koji se vole aktivno odmarati. Starinska seljačka domaćinstva okružena poljima odlična su za miran odmor i šetnje u prirodi te za ostale aktivnosti koje se realiziraju u skladu sa željama gostiju. Zajedno s ostalim tipovima smještajnih kapaciteta predstavljaju pozitivan pomak u kvaliteti i vrsti smještajne ponude do kojih je došlo u proteklih desetak godina.

U Koprivničko-križevačkoj županiji registrirano je ukupno 14 turističkih seljačkih obiteljskih gospodarstava[209] od kojih je šest registrirano kao seljačko domaćinstvo, a osam kao obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo (vidi prilog). Od tog osnovnog uzorka u istraživanju je dobrovoljno sudjelovalo ukupno šest vlasnika registriranih turističkih seljačkih gospodarstava i šest vlasnika ostalih objekata u ruralnom turizmu[210] koji su raznorodni[211] s obzirom na vrstu registracije, tip gospodarstva, kapacitete prihvata gostiju, vrstu ugostiteljske usluge, vrstu turističke usluge i kategorizaciju objekta (tablica 25).

[208] Ispitanik se nalazi u grupi Djelatnici u lokalnim akcijskim grupama i dodijeljen mu je redni broj jedan.
[209] Stanje na dan 25. studeni 2014.
[210] Kao što je već prethodno spomenuto, pod pojmom objekata u ruralnom turizmu podrazumijevamo: agroturizam/seosko gospodarstvo/farmu, ruralnu kuću za odmor, ruralnu vilu s bazenom, ruralni obiteljski hotel/pansion, objekte koji pružaju usluge noćenja s doručkom (B&B), sobe i apartmani u tradicijskoj ili novoj arhitekturi, punktove ekoturizma te restorane, konobe, klijeti i sl.
[211] U istraživanju su sudjelovali vlasnici seljačkog domaćinstva (6), prenoćišta s uključenim doručkom (1), kurije (1), obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva (2), etno-kuće/etno zbirke (1) i prenoćišta (1).

U tablici je vidljivo kako su sobe za iznajmljivanje registrirane bez dodatnog pojašnjenja je li riječ o izletištu, bed&breakfast objektu ili nečem drugom, što govori u prilog činjenici o vrlo različitom znanstvenom, odnosno stručnom kategoriziranju, te raspoloživosti evidencija. No, stanje na terenu zorno govori kako valja razlikovati vrstu registracije (seljačko domaćinstvo, prenoćište i sl.) od tipa gospodarstva (ruralna kuća za odmor, izletište i sl.).

Ponuda ostalih objekata (koji nisu registrirani kao turistička seljačka gospodarstva) u ruralnom turizmu nažalost nije objedinjena na zajedničkoj internetskoj stranici, niti organizirana u klaster ili objedinjena u bilo kojem drugom načinu zajedničke promocije , a to predstavlja značajni marketinški i organizacijski propust u radu županijske turističke zajednice.

Vlasnici ruralno-turističkih objekata s velikim entuzijazmom opisuju poslovanje svog objekta i svi ističu kako je riječ prvenstveno o obiteljskom poslovnom poduhvatu u kojem aktivno sudjeluju članovi uže i šire obitelji.

Dakle, objekti iz uzorka su međusobno vrlo različiti s obzirom na vrstu registracije objekta, tip gospodarstva, raspoložive kapacitete, vrstu turističke i ugostiteljske usluge, te s obzirom na kategorizaciju objekta. S pravom možemo reći kako je velika raznolikost ponude ruralnog turizma bitno obilježje ruralno-turističke ponude Koprivničko-križevačke županije.
Nadalje, na pitanje kome najviše usmjeravaju svoju turističku ponudu, odnosno, tko su njihovi klijenti/gosti, dobiveni su različiti odgovori sukladno raznolikoj ponudi tih objekata. Uglavnom, riječ je o stalnim gostima, odnosno ciljanim i interesnim grupama različite dobi od kojih najveći udio zauzimaju dječje skupine (vrtićke i školske skupine, „škola u prirodi“), umirovljenici, obitelji, a u povremene goste ubrajaju se planinari, lovci, zdravstveni radnici, članovi udruga, povijesna društva, neformalne skupine (psiholozi, arheolozi), biciklisti i slično.

U puno manjoj mjeri zastupljeni su gosti u tranzitu (u povratku s mora), gosti iz obližnjih gradova, stranci iz stranih zemalja poput Slovenije, Austrije, Mađarske, Italije, Njemačke, Švicarske, Nizozemske i slično. Domaći gosti, čije navike naši ispitanici najbolje poznaju, rado organiziraju proslave poput prvih pričesti, manjih svadbi, godišnjica matura, djevojačkih i momačkih večeri, za sebe, prijatelje ili obitelj na nekom od seljačkih domaćinstava, kako bi se osjećali slobodno i neopterećeno, u prirodi. Gosti preporučuju jedni drugima svoja pozitivna iskustva, tako da je to najučestaliji i najefikasniji oblik turističke promidžbe.

Tablica 25. Objekti u ruralnom turizmu

Naziv objekta Ime i prezime vlasnika	Vrsta registracije	Tip gospodarstva	Kapacitet objekta	Vrsta ugostiteljske usluge	Vrsta turističke usluge	Kategorija objekta[212]
Danica Jurjević	seljačko domaćinstvo	kušaonica i usluživanje narezaka iz vlastite proizvodnje	50 gostiju	kušanje vina i rakije i usluživanje narezaka iz vlastite proizvodnje		
Seoski turizam „Jastrebov vrh“, Josip Nemec	seljačko domaćinstvo	izletište Sobe u seljačkom domaćinstvu	2 dvokrevetne sobe	pripremanje i usluživanje toplih i hladnih jela i pića, smještaj i prehrana		3 sunca
Izletište „Gudan“, Zvonimir Gudan	seljačko domaćinstvo	izletište	50 gostiju	pripremanje i usluživanje toplih i hladnih jela, pića i napitaka		
Ljiljana Kandučar	seljačko domaćinstvo	ruralna kuća za odmor	1 dvokrevetna soba	smještaj	branje plodina, berba voća i povrća, ubiranje ljetine...	2 sunca
Vilim Jendrek	OPG	dvosobni apartman	4 kreveta	smještaj		4 sunca
Katica Rakić	seljačko domaćinstvo	smještajno, izletničko, kušaonica	dvosobni i trosobni apartman	smještaj i prehrana		3 sunca
Prenočište „Sunčano selo“, Helena Hećimović	prenoćište s doručkom	smještajno, izletničko		smještaj i prehrana	Škola stranih jezika „Hello“	
Kurija Barnagor, Božica Jelušić	kurija	izletničko	30 – 50 gostiju	vanjski catering	tematske radionice i izložbe	
OPG Kamenjak, Dragutin Kamenjak	OPG	član vinske ceste	10 – 20 gostiju	kušanje vina		
Eno kuće obitelji Karlovčan, Neven Karlovčan	etno kuće/etno zbirke	izletničko	50 gostiju	vanjski catering	obilazak zbirke, vožnja brodom, jahanje	
Bike and bed house „Repaš“, Irena Sinković	prenoćište	izletničko/smještajno	do 10 gostiju	vanjski catering	kampiranje, foto-safari, vožnja biciklom	
Lovačka kuća Sokolovac, Ivana Tukša	prenoćište	izletničko/smještajno/ ugostiteljsko	150 gostiju	smještaj i prehrana	lov, razgled divljači u gataru	

Izvor: vlastito istraživanje

Na temelju pretpostavke o slaboj marketinškoj promidžbi, našim ispitanicima postavljeno je pitanje o tome jesu li članovi neke udruge, klastera i slično. 50% ispitanika odgovara niječno, a preostali ispitanici navode članstvo u udruzi vinogradara općine (...) i u upravnom Odboru županije za vinogradarstvo, članstvo u udruzi „Križevačka kukmica“[213], članstvo i predsjedavanje profesionalnom udrugom vinara pri HGK i članstvo u lokalnoj udruzi vinogradara „Bilikum“, članstvo u LAG-u „Podravina“ (2 ispitanika), te članstvo u vinskoj cesti.

[212] Vrste soba, apartman i kamp kategoriziraju se u tri kategorije: jedno sunce (☀), dva sunca (☀☀), tri sunca (☀☀☀)

[213] Križevačka kukmica je dekorativna pasmina kokoši koja nema osobitu ekonomsku vrijednost već se uzgajaju zbog ljepote.

Iako na nivou županije postoji inicijativa za osnivanjem klastera u turizmu, još nisu poduzeti konkretni koraci u tom pravcu. Jedan ispitanik smatra kako je članstvo u LAG-u bolje rješenje od klastera jer se u LAG-u artikuliraju različiti interesi na lokalnom području, puno je različitih ljudi sa različitim zanimanjima.

I na kraju, što se tiče socio-demografskih podataka vlasnika objekata u ruralnom turizmu (Tablica 26.), može se primjetiti kako je u uzorku više muških ispitanika (58%), a najviše ispitanika nalazi se najvišoj dobnoj skupini (58%) od 61 godine i više, u čemu su podjednako zastupljeni muški i ženski ispitanici. U uzorku vlasnika/vlasnica objekata u ruralnom turizmu ima najmanje najmlađih ispitanika i to u dobnoj skupini do 29 godina (8%). Dobnu strukturu ispitanika smatramo nepovoljnom za razvijanje ruralnog turizma u perspektivi.

Tablica 26: Dobna i spolna struktura ispitanika/ispitanica – vlasnici/ce objekata

Spol/dob	**do 29**	**30 – 4 5**	**46 – 60**	**61 i više**	**Ukupno**
Žene	0	1	0	4	5
Muškarci	1	0	2	4	7
Ukupno	**1**	**1**	**2**	**8**	**12**

Izvor: vlastito istraživanje

Što se tiče strukture obrazovanja ispitanika po spolu, muški ispitanici su u većoj mjeri vlasnici fakultetske diplome (67%, odnosno 6 od 9), a ispitanice u većoj mjeri imaju završeno srednjoškolsko obrazovanje.

Tablica 27. Struktura obrazovanja po spolu sudionika/ca istraživanja – vlasnici objekta

Spol/stupanj obrazovanja	**Osnovna škola NSS**	**Srednja škola SSS**	**Fakultet VŠS, VSS**	**Ukupno**
Žene	0	2	3	5
Muškarci	1	0	6	7
Ukupno	**1**	**2**	**9**	**12**

Izvor: vlastito istraživanje

Na temelju do sada iznesenih spoznaja o akterima razvoja ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji, može se zaključiti sljedeće:

Eksperti/znanstvenici i donositelji odluka na županijskom nivou te na nivou gradova i općina su, u pravilu, zbog prirode svojeg posla orijentirani na strateško kreiranje i planiranje razvoja ruralnog turizma putem diseminacija informacija potencijalnim akterima razvoja. Tijek

informacija slijedi liniju „odozgo prema dolje“ pri čemu dolazi do preplitanja ingerencija na nivou županijskih ustanova i razvojnih agencija koje, načelno, djeluju na istoj razini. Gradonačelnici i načelnicio pćina te LAG-ovi usmjereni su na turističke zajednice općina i gradova na koje su upućeni i vlasnici objekata u ruralnom turizmu. Što se tiče vlasnika objekata u ruralnom turizmu i objekata konkretnog ruralnog turizma, činjenica je da su objekti vrlo raznoliki i posebni. Također, objekti u ruralnom turizmu su različito registrirani, radi prilagodbe vlastitih kapaciteta trenutno važećim zakonima. Vlasnici objekta su snažno oslonjeni na poljoprivredu kao dopunsku djelatnost bez koje ne bi mogli uspješno poslovati. Smještajni kapaciteti su relativno skromniji za razliku od ugostiteljske ponude koja je po mišljenju ispitanika odlična. Turizam je većinom obiteljski posao. Postoji određena profiliranost gostiju prema dobi i vrsti usluge koju traže, a njihovo zadovoljstvo je glavna preporuka u promidžbi. Ne postoji klaster u ruralnom turizmu, ali postoji svijest o potrebi za strukturiranjem sektora.

Dobna i spolna struktura ispitanika je nepovoljna zbog dominacije starijih dobnih skupina u uzorku, i očekivano, taj dio ispitanika je visoko obrazovan. Što se tiče zastupljenosti profesija u uzorku, neobično je da nema niti jednog visokoobrazovanog stručnjaka iz područja turizma.

Pristup razvoju ruralnog turizma je parcijalan te je stoga nužno istražiti koje su, prema mišljenju naših ispitanika, institucije zadužene za razvoj ruralnog turizma i kako obavljaju svoju zadaću, a to je prikazano u nastavku.

7.3. Pregled institucija zaduženih za potporu i razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj

Na pitanje kakva je struktura institucija za potporu i razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj, odnosno koje su institucije uključene u potporu i razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj, većina ispitanika odgovara s pozicije vlastite institucije smatrajući kako su ključne institucije za razvoj ruralnog turizma upravo one u kojima se ispitanik nalazi. Također, ispitanici nas informiraju o tome s kojim institucijama za razvoj turizma oni surađuju (uglavnom su to ispitanici koji djeluju na lokalnim razinama), odnosno kome se obraćaju za pomoć u razvoju.

Na početku rasprave o institucijama zaduženim za potporu i razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj ističe se problem neorganiziranosti ukupnog sustava upravljanja turizmom koji se treba urediti i unificirati za područje svih županija tako da se pojedinim segmentima bavi županija, negdje turistička zajednica, negdje gospodarska i obrtnička komora, a negdje neka druga stručna institucija. *Dakle, nemamo sustav da znamo tko je zadužen za ruralni turizam u*

pojedinoj županiji. Imamo Urede državne uprave koji rade puno stvari i nisu dovoljno educirani kako bi im pomogli u onome što moraju raditi. Uredi državne uprave vode OPG-ove i one koji se dopunski bave turizmom (obrte, trgovačka društva) i gotovo svaki Ured državne uprave dostavio je podatke na drugačiji način. Dakle, ni kod njih ne postoji sustav, neki od njih ne znaju što treba radit, neki znaju, a nemaju dovoljno inputa od Ministarstva turizma kako to trebaju napraviti. (E1)

Ministarstvo poljoprivrede RH, kao stožerna institucija zadužena za razvoj ruralnih područja i ruralnog turizma, potiče razvoj ruralnog turizma putem Programa ruralnog razvoja (2014 – 2020, op.a.): *Još se nije razvila prepoznatljivost ostalih fondova, u prvom redu Ministarstva poduzetništva i obrta koji će također poticati u novom razdoblju djelatnost ruralnog turizma; međutim mora postojati demarkacija između ministarstava određenog partnerskim sporazumom. Dakle, Ministarstvo poljoprivrede iz Europskog fonda za ruralni razvoj potiče ruralni razvoj na poljoprivrednom gospodarstvu dok ruralni razvoj za ostale oblike potiče, odnosno, poticat će Ministarstvo poduzetništva i obrta Operativnim programom.* (E2)

Institucije koje utječu na razvoj ruralnog turizma su Ministarstvo turizma i poljoprivrede RH, razne agencije i slično *ali nešto što bi se bavilo posebno ruralnim turizmom ne postoji. Nego je to interdisciplinarno i pomiješano kroz sve drugo tako da puno toga treba znati da bi se krenulo.* (T2)

Ipak, većina ispitanika izjavljuje kako su ključni „igrači" za razvoj ruralnog turizma Ministarstvo turizma, ali i druga srodna ministarstva poput Ministarstva poljoprivrede, Ministarstva regionalnog razvoja i slično, županijska turistička zajednica, razvojne agencije, turističke zajednice gradova i općina, i napokon jedinice lokalne samouprave za koje se smatra da im je potrebno dati „više prostora" u kreiranju razvoja, bilo financijski, bilo strateški. Na ovom pitanju uočava se klasični obrazac u kojem svatko sagledava probleme s razine vlastite institucije i „uperio je pogled prema gore" – prema akteru koji se nalazi na višem hijerarhijskom nivou i koji je odgovoran za trenutno stanje ruralnog turizma, jer onaj „ispod" ne raspolaže niti kadrovskim niti financijskim mogućnostima. Zanimljivo je to da akteri na lokalnom nivou vrlo precizno prepoznaju svoje razvojne potencijale i smatraju kako im je potrebno samo alocirati nužna sredstva za razvoj. Ispitanik/ekspert taksativno nabraja važna ministarstva koja interveniraju u ruralni prostor i razvijaju ruralni turizam:

Mi imamo Ministarstvo turizma: zna se, ono bi htjelo gotov projekt i proizvod i najmanje će se petljati oko imovinsko-pravnih uređenja naselja i tako dalje; tu je onda Ministarstvo kulture koje će djelovati na uređenje interijera soba gdje primamo turiste, a ono što apsolutno

zaboravljamo je uređenje krajolika i sela; ako imate bunare i te nekakve elemente koji su bili doživljaji sela i o kojima se zapravo nitko ne brine...; eventualno Ministarstvo kulture jer se radi o zaštiti baštine, jer se radi o zaštiti dobara, tako mislim da čak i oni rade ovaj svoj dio relativno dobro. Sad, iza toga imamo Ministarstvo poljoprivrede; klasičan pristup kakvoga smo znali je jedno, a drugo je sada... Ministarstvo (regionalnog) razvoja, ima strašno veliki utjecaj na utvrđivanje velike politike razvoja, a da uopće ne raspolaže s ulaznim podacima o prostoru. (E3)

Također, postoji svijest o nužnosti strateške suradnje različitih ministarstava i preklapanju njihovih ingerencija nad ruralnim područjem i razvojem ruralnog turizma, ali bitni akteri razvoja ruralnog turizma sežu do jedinica lokalne samouprave:

...gradovi i općine bi morali prepoznati u biti potrebe svojeg područja. To bi bilo najvažnije da oni vide što je njima od interesa. To mora biti u sinergiji: grad, turistička zajednica, udruga i privatni ugostitelji koji su znači zainteresirani za takav način prezentacije i promocije i da na kraju krajeva sebi privuku što više gostiju, na svoje područje. (Ž4)

Nadalje, na županijskom i lokalnom nivou naglašava se, očekivano, snažnija i aktivnija uloga županijskih razvojnih agencija koje transferiraju informacije od „odozgo" prema dolje i koje trebaju više osluškivati inicijative „odozdo" te pomoći u apliciranju na EU projekte i fondove:

Ha, mislim da bi Ministarstvo turizma trebalo biti temelj. Što se državne razine tiče, mislim da bi trebali malo više slušati lokalnu razinu i onda malo više prilagodit nacionalne propise prema tome jer mislim da se s terena najbolje skupe informacije i donose zakoni i da se vidi što ljudima na terenu treba i što su im glavne prepreke, tako da mislim da bi to trebalo biti na nacionalnoj razini.... Mislim da bi prvenstveno PORA trebala biti zadužena za cijelu ovu regiju tj. za ovaj dio Podravine i Prigorja. Mislim da nedostaje još nekakvih potpornih institucija za razvoj ruralnog turizma (na lokalnom nivou, op.a.) jer mislim da se tu javlja taj glavni problem nedostatka kapaciteta općina i neznanja, zapravo. (Ž2)

Na iznesenu raspravu o strukturama i vrstama institucija za razvoj ruralnog turizma nadovezuje se razmišljanje o visoko centraliziranom sustavu koji u konačnici ozbiljno usporava razvoj u svakom mogućem smislu te zanemaruje kapacitete lokalne samouprave:

Smatram da tu ima jako puno prostora da se programi decentraliziraju, da se više povjerenja stavi u kapacitete lokalne samouprave, bez obzira što ih ima puno. Ima i onih koji imaju kapacitete da takvim programom upravljaju. Dokaz tome je, evo, korištenje novca iz EU fondova što nije nimalo lako. Ima jedinica koje su malo više uspješnije nego neke državne institucije. (N1)

Nadalje, u kreiranju razvoja artikulira se vrlo važna uloga političkih opcija na lokalnom nivou: *Najgore je što na vrhu svi znaju, a dalje nitko ne širi informacije i to je po meni problem.* (N2)

I na kraju, pored svih pobrojanih problema, ključna stvar je zakonski okvir funkcioniranja turizma na lokalnom području koji u konačnici određuje „manevarski prostor" jedinice lokalne samouprave u kreiranju lokalnog razvoja ruralnog turizma:

Zakon o Turističkim zajednicama koji sad postoji nije fleksibilan. Problemi su za male općine jer one ne mogu organizirati takve zajednice jer moraju imati barem jednog zaposlenog i to je teško isfinancirati, pogotovo u početku. Bogate općine nisu zainteresirane za razvoj turizma jer im nije potreban, a siromašnije općine bi htjele, ali nemaju mogućnosti. Tako će ostati dok se u neko dogledno vrijeme stvari ne promjene. (N4)

Turističke zajednice i LAG-ovi u velikoj su mjeri svjesni krhkih lokalnih potencijala u financijskom smislu, pa se za razvoj ruralnog turizma obraćaju za pomoć sljedećim nadležnim institucijama:

Moje nekakvo iskustvo je Hrvatska turistička zajednica, županijska Turistička zajednica, lokalne turističke zajednice, općine, gradovi prema, naravno, financijskim mogućnostima i naravno, Ministarstvo turizma. (L1)

No, što se tiče lokalne razvojne ideje, ona dolazi iz konkretne jedinice lokalne samouprave (u daljnjem tekstu JLS):

Ono što bi moglo utjecati na razvoj turizma su svakako JLS-i jer svaki JLS zna što na svom području ima i trebao bi to promovirati, poticati ljude. LAG-ovi također na svoj način, koliko su u mogućnosti, rade na promociji. JLS-i i turističke zajednice nam još uvijek postoje samo, ja bih rekla, za organizaciju manifestacija. (L2)

Dakle, prema dosadašnjem iskustvu, ustroj i ingerencija institucija koje su posredno ili neposredno vezane za razvoj ruralnog turizma birokratiziran je i podrazumijeva sljedeće: Ministarstvo turizma, Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja, Ministarstvo regionalnog razvoja, Ministarstvo vanjskih poslova i europskih integracija, Ministarstvo zaštite okoliša, Ministarstvo obrta, malog i srednjeg poduzetništva, Ministarstvo kulture, Hrvatska gospodarska komora, Hrvatska obrtnička komora, Uredi državne uprave, Hrvatska turistička zajednica, županijske turističke zajednice, turističke zajednice gradova i općina, jedinice lokalne samouprave (gradovi i općine), županijske razvojne agencije, stručne institucije, udruge, LAG-ovi, privatni ugostitelji. Čini se opravdanim zaključiti kako ispitanici imaju vrlo široku predodžbu o institucijama koje su uključene u planiranje i razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj i Koprivničko-križevačkoj županiji, uviđaju neorganiziranost i nekoordiniranost upravljanja

ovako velikim sustavom, ali i nužnost sinergijskog djelovanja među njima. Jedan od najozbiljnijih problema u razvoju je i protok informacija odozgo prema dolje koji u velikoj mjeri ovisi o kapacitetima jedinica lokalne samouprave koja je oslabljena čestim promjenama zakonskog okvira, političkim utjecajima i općenito, lošom ekonomskom situacijom.

Za ilustraciju, možemo reći kako institucije koje su zadužene za upravljanje razvojem ruralnog turizma u Hrvatskoj imaju oblik „lijevka“ u smislu raspoloživih kapaciteta. Nisu umrežene, glomazne su i nedovoljno efikasne u komuniciranju s krajnjim korisnicima. Kako ispitanici na svim nivoima upravljanja ruralnim turizmom, ali i praktičari ruralnog turizma, procjenjuju i razumiju ruralni turizam u Hrvatskoj prikazano je u nastavku.

7.4. Procjena razvijenosti ruralnog turizma u Hrvatskoj i Koprivničko-križevačkoj županiji

Na pitanje o procjeni stupnja razvijenosti ruralnog turizma i tržišta ruralnog turizma u Hrvatskoj, te identifikaciji nejgovih pojavnih oblika, ispitanici/eksperti su prvenstveno ukazivali na složenu problematiku definiranja i razumijevanja ruralnog turizma u Hrvatskoj. Na stanje ruralnog turizma najprije utječe činjenica kako ne postoji pravovaljano i uniformno statističko praćenje broja noćenja u seljačkom turizmu jer takvi objekti nemaju svoj NKD broj [214], zatim ne raspolaže se točnim brojem objekata u ruralnom turizmu i općenito, ne prate se pokazatelji kretanja turista u ruralnom prostoru na adekvatan način. Prema službenim podacima Državnoga zavoda za statistiku na kontinentalni turizam otpada ukupno 5% od ukupnog broja posjeta. Jednako tako, u kontinentalni turizam ulaze i hoteli u gradovima. Dakle, teško je procijeniti što je to ruralni turizam. *Ruralni turizam ima puno posebnih oblika,*[215] *različitih oblika registracija...*[216] *Mi, dakle, nemamo prave brojeve o tome što je zapravo ruralni turizam, osim što znamo da kad govorimo o ovim seljačkim gospodarstvima koja su primarno poljoprivredna, da je njih trenutno registrirano 500 u cijeloj Hrvatskoj, međutim ne pratimo statistički promet... Inače, ja osobno smatram da bi konačno trebali pratiti prave prihode od turizma, a ne samo broj dolazaka i noćenja.* (E1)

U strateškom smislu, podaci pokazuju kako interesa za ulaganje u ruralni turizam u Hrvatskoj zasigurno ima i zato je ruralni turizam kao sektor bio i prihvaćen u EU kao jedno od

[214] Nacionalna klasifikacija djelatnosti.

[215] Primjerice: turizam kao dopunska djelatnost na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, eno-gastronomski, lovni, ribolovni, zdravstveni, sportski, ekološki, zavičajni, odmorišni (citat preuzet iz transkripta intervjua).

[216] Primjerice: obrti, trgovine i dionička društva pružaju ugostiteljske i turističke usluge.

prihvatljivih područja sufinanciranja. Međutim, bitno je istaknuti i strukturne probleme vezane za viđenje razvoja ruralnog turizma koji se u velikoj mjeri razlikuje od koncepta seljačkog turizma, koji je trebao biti financiran putem IPARD-a, a koji je po mišljenju eksperta izgubilo bit ruralnog turizma jer se u većini slučajeva radilo isključivo o ulaganjima u turističke kapacitete u ruralnom području. *Dakle, nemaju veze s ruralnim turizmom u pravom smislu, onako kako bi to trebalo izgledati. Greška je bila tu i kod programiranja jer je dozvoljeno ulaganje ne samo na poljoprivrednim gospodarstvima, nego i fizičkim i pravnim osobama koje djeluju u prihvatljivim područjima*. (E2)

Prethodno iznesene tvrdnje potkrepljuju činjenicu o složenoj problematici ruralnog turizma kojoj, prema mišljenju našeg ispitanika nedostaje ključna činjenica, a to je nepostojanje osnovice za razvoj: *...ne može zapravo biti ruralnog turizma, kad govorimo o turističkim seljačkim gospodarstvima, dok mi ne osiguramo <u>veće poljoprivredno zemljište toga vlasnika</u>.* <u>(podcrtano S.K.)</u>.[217] *Kada se u Hrvatskoj krenulo tim putem, išlo se u prvom redu na jedan rigorozan pristup kako se sredstva potpore ne bi dobivala za one koji su izvan sustava, određivale su se poljoprivredne površine kao osnovice da se krene tim putem. Do dana današnjega to je ostala nerealna opcija tako da mi gotovo i nemamo pravih turističkih seljačkih gospodarstava. Onda se vidjelo da ruralni turizam nije samo turizam na seljačkim gospodarstvima, već su to zapravo sve vrste turizma u ruralnom prostoru.* (E3) I na kraju, ispitanik navodi suštinu problema hrvatskog ruralnog turizma: *Ali, mogu Vam reći da je i u Ministarstvu turizma pojam ruralnog turizma jedna novost (?!?)... To im je preširoki pojam, a unutar toga trebalo bi se razjasniti što zapravo hoćemo suziti, gdje smo zapravo jaki i na koji način bi mogli privući goste. Neka selo kaže kakvo je bilo; tu možemo doživjeti ono što je u filmu Heidi, tu možemo doživjeti Družbu Pere Kvržice i tako dalje, da se ruralni turizam proba staviti u te okvire, a ne de se bavimo vlasničkim odnosima, potporama i slično.* Na skali ocjene ruralnog turizma od 1 do 5 ispitanik rezignirano zaključuje: *Mislim da je za mene tu u tom dijelu za nekakvu dvojku... Situacija je danas za dvojku*. (E3)

S tom konstatacijom slaže se i naš ispitanik na lokalnom nivou koji smatra kako je ruralni turizam u Hrvatskoj još u povojima, daleko ispod nekakvog graničnog dijela koji bi mogao osigurati trajniju i održivu egzistenciju. Ruralni turizam u Hrvatskoj počiva na

[217] Ispitanik nadalje ilustrira nastanak ruralnog turizma na primjeru Europe: „U Europi su legitimirali turističko seljačko gospodarstvo i odmah uz to: vinogradarsko, ovčarsko, znači specijalizirano. To znači da su oni svoju osnovnu djelatnost imali osiguranu u poljoprivredi, a onda su iza toga imali dodatnu djelatnost, ali ne formalno dodatnu, nego je to djelatnost koja je komplementarna djelatnosti turizma gdje su poglavito nudili svoje proizvode, razgledavanje i boravak na svojem seljačkom gospodarstvu, gdje su se djeca upoznavala sa svim, pa i stariji uživali u svim čarima, da tako kažemo, života na selu."

sporadičnim slučajevima kojih u apsolutnim brojkama ima jako malo. *Opći interes za razvoj ruralnog turizma je još uvijek premalen i mislim da tu ima jako puno prostora da se edukativnim kampanjama stanovništvo malo više zainteresira jer smatram da ćemo na ruralnom području morati krenuti u diverzifikaciju, ne možemo se više baviti samo ograničenom poljoprivrednom proizvodnjom. Svjedoci smo situacije da se u nekim zemljama Europske unije pad prihoda i pad konkurentnosti na poljoprivrednim gospodarstvima rješava upravo na inovativne načine, gdje se jasno i stručno diverzificira proizvodnja.* (N1). Dakle, ruralni turizam u Hrvatskoj neodrživ je sa strateškog (političkog) aspekta jer se ne razvija endogeno, već je održivost krojena „izvana" i „odozgo" putem apliciranja na specijalizirane fondove kao što je IPARD u kojem je vidljiv pomak prema drugačijem razvoju ruralnog turizma u smislu ulaganja u turističke kapacitete u ruralnom području, a ne u ruralne objekte (seljačka domaćinstva), kako je prvotno bilo zamišljeno. Također, ne postoji dosljedno praćenje svih relevantnih indikatora u ruralnom turizmu (strateško, statističko, organizacijsko), niti stručni/znanstveni konsenzus o njegoj ulozi i mjestu u gospodarstvu Republike Hrvatske. Donošenje odluka o razvoju ruralnog turizma „kod kuće" je neorganizirano i nedosljedno, ali entuzijastički podržano od strane strukovne nevladine organizacije. Što se tiče generalnog osvrta na temu razvijenosti ruralnog u turizma u Republici Hrvatskoj, ispitanici ističu da je o tome teško generalno govoriti jer su regionalne razlike u Hrvatskoj jako velike:

Dakle, imamo Istru koja nekako prednjači u tom ruralnom turizmu, u novije doba se dosta toga događa na području Dalmatinske zagore, ali imamo isto tako na kontinentu dobre primjere, posebice u Osječko-baranjskoj županiji na području Baranje koja je gastronomijom i ulaganjem uspjela privući ljude, ne samo iz Osijeka, nego i iz cijele Hrvatske. U drugim dijelovima Hrvatske to možda nije na toj razini, što ne znači da nema potencijala da se razvije, a u ovom trenutku mislim da su to nekakva područja koja dominiraju i koja bi mogla biti primjer. Možda isto tako moram spomenuti Međimursku županiju. (Ž1)

Ostali ispitanici[218] slažu se s činjenicom da u ruralnom turizmu ima još dosta potencijala za razvoj, ali kada se razvoj ruralnog turizma sagleda u lokalnim okvirima županije, neminovno je slijeđenje i usporedba s primjerom dobre prakse, a to je Baranja: *Tu točno vidite situaciju u kojoj ljudi nisu imali posla i nisu znali gdje i kako, ali atrakcijska osnova je još bolja nego naša, taj Kopački rit, blizina velikog grada je vrlo bitna, predivni vinogradi i vinogorja... Dunav i ti ljudi su napravili vrlo važne stvari. Njihova sela su dosta pusta kao i naša, međutim dobar dio njihovih sela je zadržao tu tradicijsku arhitektonsku osnovu, za razliku od naših.... Što se nas*

[218] Ispitanici Ž2, Ž3 i Ž4.

tiče, nemamo tako široke resursne osnove, kao što imaju oni (Baranja), i moramo se fokusirat na te nekakve stvari i to razvijati. Ali čini mi se samo pomoću EU fondova... Ali velim, najprije moramo reći što mi hoćemo napraviti, koja je zapravo naša osnova. Mislim da ima mogućnosti za razvoj, ali mi je opet teško reći koliko i šta na ovom našem prostoru.(T3)

Nastavno na prethodno iznesene opservacije o razvijenosti ruralnog turizma u Hrvatskoj, nadovezuje se tema o pretpostavljenoj razvijenosti ruralnog turizma (Je li ruralni turizam razvijen?), te procjeni stupnja njegove razvijenosti (Koliko je ruralni turizam razvijen?) u Koprivničko-križevačkoj županiji. Također se pokušavaju identificirati oblici ruralnog turizma koji su u trenutnim okolnostima najrazvijeniji, ali i analizirati potencijali onih oblika ruralnog turizma koji bi se mogli uklopiti u sliku ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji.

Eksperti iz uzorka umjesto procjene stanja radije daju preporuke i smjernice za razvoj ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji:

Budući da imate dosta kleti, u onom dijelu oko Križevaca treba razmišljati da se one stave u funkciju, dakle da imamo što više vinotočja i kušaonica. U drugom dijelu, evo ne smijemo zanemariti slikare naivce. Zašto oni ne bi bili nekakv motor pokretač, zašto ne bi radili možda neke radionice ili nešto konkretno, vjerujem da bi to bilo interesantno. Opet, ponavljam, da zbog te same poljoprivredne proizvodnje mislim da bi dosta saživjela ta turistička seljačka gospodarstva neovisno o tome što proizvode, ali to može biti jedna dobra pokazna priča pa čak i edukacijska priča, jer upravo zbog veličine poljoprivredne proizvodnje mislim da bi bilo dobro da se i ta gospodarstva usmjere u to u nekom dijelu primjera dobre prakse, a ne samo turizma nego i same proizvodnje. (E1)

Akteri/donositelji odluka na županijskom nivou precizniji su u definiranju razvoja ruralnog turizma i najperspektivnijih oblika turizma koji bi se u datom području mogao razviti, te smatraju da u županiji postoje određena područja koja su turistički interesantnija i gdje se odvijaju različite aktivnosti. *To je posebice područje planine Kalnik i područje uz Dravu. Na drugim dijelovima je manja ponuda i manje je posjetitelja; dobro je u blizini gradova Koprivnice, Križevaca i Đurđevca. To je niža razina, broj posjetitelja je niži, broj seoskih domaćinstava je manji. Ponuda možda nije i povezana toliko, ali potencijali postoje u svim segmentima, dakle i lovni i ribolovni i seoski turizam. Presudno će biti u stvari kakvi će se aražmani napraviti, kakvo će se isprofilirati koji poduzetnik, na kojim lokacijama će se koji od tih oblika turizma profilirati, a imamo potencijala u tim svim oblicima.* (Ž1)

Osim toga, ispitanici artikuliraju potencijale razvoja ruralnog turizma prema razvoju seoskog (domaćinstava) turizma, a *...da bi se ljudi zadržali treba nam na selu razvoj turizma*

kroz nekakve manifestacije. (Ž2), te *...razvoj ekološke poljoprivrede i ekoturizma – to su dva oblika koja po meni imaju najviše potencijala. Glavni stupovi su seoska gospodarstva koja mogu prihvatiti posjetitelje i ponuditi sve što je karakteristično za ruralni turizam: gastro ponuda, priroda, sadržaji, povezivanje gospodarstava s kulturnim sadržajima, institucijama, Važna je dobra prezentacija ponude ruralnog turizma i područja, zatim davanje potpora gospodarstvima koji mogu nuditi prostor i proizvodnju, te pojednostavniti dobivanje dozvola koje su im potrebne.* (Ž3)

Na ova razmišljanja nadovezuje se i *...vinski turizam, ali, normalno uz gastro ponudu jer je poznato da svatko želi otići negdje gdje može probati i vidjeti nešto, ali na kraju krajeva sve se svodi na jednu dobru priču koja će biti završena na nekom OPG-u uz jednu dobru kapljicu i uz dobru kuhinju i prigodnu muziku. I što se tiče ovog vinskog turizma mislim da imamo jedno bogatstvo običaja. Tu moram spomenuti Križevačke štatute koje možemo dići na jedan viši nivo. Također bi trebalo istaknuti i neke specifičnosti koje se tiču religije: tu je sv. Marko Križevčanin i s druge strane jedan značajan aspekt koji nije zabilježen van naše županije, vezan je za Uskrs i vuzmice, a kojeg bi trebalo kvalitetnije iskoristiti u tom turističkom dijelu.* (Ž4)

Nadalje, na nivou općina, turističkih zajednica i LAG-ova iskristalizirao se uglavnom suzdržan stav o razvijenosti ruralnog turizma u županiji i cijeloj Hrvatskoj, ali i bojazan kako je teško razvojno razmišljati u tom smjeru. Međutim, postoje brojni prijedlozi za razvoj nekih oblika ruralnog turizma koji bi mogli unaprijediti ruralno-turističku sliku županije:

Prije svega, siguran sam da ćemo se složiti oko činjenice da su pojedini oblici turizma u ovom našem ruralnom području bili razvijeniji prije nekih dvadesetak godina nego što su to danas. Ono što je sigurno bitno je da se ta ponuda i u vidu ruralnog turizma mora prilagoditi današnjim standardima. Preduvjet za to je dobra infrastruktura na ruralnom području, opet preduvjet za to su financije i financijska sredstva za takve stvari. Ja se nadam da će i ovaj Program ruralnog razvoja, koji je u pripremi, puno pomoći jer preko dvije milijarde eura dostupnih do 2020. za ta područja i te projekte je nešto što može ne samo razviti turizam nego razviti i cijelokupno područje i kompletno gospodarstvo i sve druge dijelove društva. (N1)

Nadalje, razvoj ruralnog turizma treba se „krojiti“ prema specifičnostima antropogeografskih karakteristika županije kao što je:

Križevačko- Kalničko prigorje gdje postoje brojni potencijali, prije svega potencijali koji su vezani za planinu Kalnik, a koji nam se sami nude. To su nekakvi adrenalinski sportovi i taj vid turizma, pa u okolnim mjestima lovni turizam, ribolovni turizam, pa recimo evo, da mislim da postoji i veliki potencijal u gradu koji ima jednog od tri hrvatska sveca, da se razvije vjerski

turizam, definitivno imamo prostora i za razvoj gastro turizma i brojnih drugih oblika. Mislim da tu ne treba izmišljati toplu vodu. (N1)[219] Također, ne smije se izostaviti jezero Šoderica: *Također potičemo da se vikendaši udružuju i iznajmljuju svoje kapacitete na Šoderici i u Legradu. Ljudi počinju graditi sobe za prihvat tih biciklista. Nažalost mi nemamo nikoga tko bi radio na tome, neki klaster, seljačko domaćinstvo i slično. Nisu ljudi zainteresirani za takav vid turizma, ali se nadam da hoće u budućnosti.* (N4) A vjerojatno najjači adut ruralnog turizma su Hlebine, ne samo kao antropogeografski nego i kao kulturološki fenomen, o čemu govori sljedeća izjava:

U narednih par godina nekako se iskristalizirala ideja da Hlebine postanu okosnica ruralnog turizma u našoj županiji zbog toga što Hlebine jedine imaju brend. Brend je slikanje na staklu. To je vrijednost koju moramo podržavati. Naiva je prepoznatljivost i brend. Okosnica je naša Galerija, imidž koji Hlebine imaju u svijetu. To je dugoročna strategija. Nama dolaze stranci, djeca, umirovljenici, svi dođu i prođu. To nije ruralni turizam, to je usputni turizam. (N5)

Na ova razmišljanja nadovezuje se i sljedeće, kojim se rezimira razvoj ruralnog turizma: *Kroz turizam i prirodne ljepote može se ostvariti gospodarski rast..., ali je najveći problem nedostatak smještajnih kapaciteta jer su gosti koji dolaze samo u proputovanju kroz naš kraj pa najveća masa tog prihoda odlazi u druge županije ili na more... Najbolje bi bilo da se razvijamo tradicijski, da povezujemo poljoprivredu i turizam. Mislim da bi ekološki turizam imao šanse, ljudi koji dolaze žive u gradu, a mi smo ruralna županija i ostaju nam tradicijske mogućnosti za ponuditi turistima. Biciklizam je jako zastupljen, treba ga i dalje razvijati. To je prepoznao grad Koprivnica.* (N4)

Na tragu razmišljanja načelnika općina su i predstavnici turističkih zajednica općina koji artikuliraju slične prijedloge temeljene na kulturnoj, prirodnoj i proizvodnoj (poljoprivrednoj) osnovi za oblike ruralnog turizma koje je poželjno razvijati:

Da nam baza bude kulturno-povijesna niša, a uz to da se razvijaju ovi selektivni oblici turizma na ruralnom području i to je jedna stvar. Druga stvar je (...) Rijeka Drava i njezina iskorištenost u turističke svrhe koja je zanemariva no, da ne govorim koje su njezine ljepote; samo na njoj se može razvijati čitav spektar djelatnosti koje uopće ne postoje: od ribolovog, robinzonskog, avanturističkog turizma. Treći segment je Bilogora kao prostor za razvoj turizma na seoskim gospodarstvima koji uključuje šaroliku turističku ponudu od gastronomije, enologije,

[219] Ovu tvrdnju nadopunjuje i sljedeća izjava: „Po meni, dvorac (Sidonije Erdody Rubido, op.a.) i planina Mali Kalnik je prioritet, jer svugdje gdje su dvorci, tu se uvijek nešto događa... ali, opet se vraćam na to da vi gostu morate napraviti nekakav sadržaj ili negdje gdje može biti. Sad, klasični onaj ruralni turizam gdje obiteljska poljoprivredna gospodarstva recimo imaju deset goveda pa se brinu o tome, pa prodaju sir, mlijeko i ne znam te finalne proizvode – to bi isto bilo dobro ali, kod nas u zadnje vrijeme toga nema, poljoprivreda je uništena. (N2)

bicikliranja, jahanja i tako dalje. Na našem području (Bilogore, op.a.) postoji samo jedno gospodarstvo[220] *i ono se pokazalo kao pun pogodak jer popunjenost starinske kljeti je izuzetna i to je nekakav smjer koji se bazira na tradiciji...* (T1)

Činjenica je da potencijal postoji jer mi smo ruralni kraj i ovdje puno ljudi živi od poljoprivrede odnosno, muče se živjeti od poljoprivrede i svaki im je dan teže. Potencijal je tu i za diverzifikaciju te njihove poljoprivredne aktivnosti u nešto drugo, zapravo, taj ruralni turizam je način na koji bi se prihod mogao povećati, ali treba nešto uložiti, ali bi se to isto tako vratilo jer ljudi imaju svoje životinje, žive u prekrasnoj prirodi. Neki od njih mogu ponuditi boravak na farmi i mogu ponuditi aktivnosti koje oni svakodnevno rade. S druge strane, lovni turizam koji je nekad ovdje imao tradiciju polako se vraća, ali ne u onim razmjerima u kojima je to bilo. Također, tu ima ribolovnih društava i jezera na kojima se može ići u ribolov, a da ne govorimo o adrenalinskom turizmu koji na ovom području ima sve uvjete za to. Znači, boravak u nekakvom ruralnom ambijentu, a bavljenje nekakvim drugačijim aktivnostima. Zato je moguće vrlo puno različitih tipova oblika turizma na tom ruralnom prostoru, samo nekako se ljudi teško odlučuju. (T2)

Međutim, jedan ispitanik smatra kako se turističke zajednice trebaju puno više aktivirati u vezi s razvojem ruralnog turizma jer svoj posao ipak ne rade kako treba. Ispitanik [221] smatra: *...mi, što se tiče županije, nemamo niti jedan pošteni katalog preveden na strani jezik, internetska stranica nije prevdena ni na jedan strani jezik. Ta stranica je suhoparna i dosadna i ne može privući turiste.* (L1)

Predstavnici/voditelji LAG-ova promišljaju razvoj ruralnog turizma, poput kolega iz općina i turističkih zajednica, aktivacijom neiskorištenih prirodnih potencijala kao osnovicu razvoja turizma:

Županija je sama po sebi raznolika i potencijali su stvarno veliki za razvoj svega, znači i ribolovnog i lovnog i planinskog i konjičkog i sportskog, uz sve te segmente može biti i ekološkog turizma i svega. Stvarno ima svega, tu imamo Dravu, jezera, imamo na križevačkom području dva jezera, Kalnik – zaštićeni krajobraz, Đurđevački peski, prekrasna županija, samo potencijale treba dići na razinu i prezentirati ih. (L1)

Međutim: *Mi imamo ogromne potencijale, ali mislim da su ljudi još uvijek okrenuti tradicionalnoj poljoprivredi i još uvijek ne vide druge mogućnosti. Mislim da bi se još puno tu dalo raditi na promociji ruralnog turizma. Bilo bi dobro razvijati konjičke staze jer mi imamo niz konjičkih klubova. Konjički turizam mogao bi se razvijati uz ruralni turizam. Isto tako,*

[220] OPG „Farmica“ obitelji Kandučar (op.a.).
[221] Ispitanik je ranije radio kao voditelj Turističke zajednice općine (...), a sada radi kao voditelj LAG-a (...)

biciklistički turizam jer mi imamo svoju dravsku rutu, vrlo malo iskorištenu, gotovo da i ne vidite bicikliste na toj ruti. Trebalo bi što više promovirati i trebalo bi možda organizirati nekakve šetnje Bilogorom. Znači, mi imamo tu puno šuma, puno toga što se da vidjeti, ali naravno zato bi trebali imati stručne ljude, stručne vodiče koji bi ljude odveli gore, ali onda usporedno tim šetnjama Bilogorom da se posjete naše vinske staze. Vinske staze kao takve fiktivno postoje međutim, čisto sumnjam da se može proći bez najave, a ljeti su te kljeti zatvorene. Znači, mi nemamo vinariju na našem području koja bi bila dostupna turistu uvijek. (L2)

Na osnovi ovih izjava ispitanika, razvoj ruralnog turizma Koprivničko-križevačke županije bitno je usmjeriti u kulturnu osnovu temeljenu na poznatim ličnostima (primjerice na afirmiranju povijesne ličnosti Sidonije Rubido Erdody), manifestacijama s ruralnim predznakom (primjerice „Podravski motivi“) i fenomenu naivne umjetnosti, prirodnu osnovu koja počiva na prirodnim ljepotama planine Kalnik, rijeke Drave i Podravine te Bilogore. Na ovim osnovama treba razvijati selektivne oblike turizma poput: lovnog, ribolovnog, seoskog, ekoturizma, eno-gastronomskog, robinzonskog, adrenalinskog, vjerskog, zdravstvenog i događajnog za koje trenutno postoje nekakve infrastrukturne pretpostavke. No, imperativ (održivog) razvoja turizma je brendirati ekološke lokalitete i kulturnu baštinu, povezati ih sa poljoprivredom kao organskom i gastronomskom osnovom te ju ponuditi gostu kao zaokružen turistički proizvod.

Osim *donositelja odluka*, u raspravi o ocjeni stupnja razvoja turizma/ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji i razvojnim potencijalima u tom smislu, sudjelovali su i *vlasnici ruralno-turističkih objekata*. Pitali smo ih koji oblik turizma je razvijen, a koji bi se trebao razvijati, a da se konkretni vlasnici mogu uklopiti u njega svojom turističkom ponudom. Neki ispitanici su stupanj razvoja ruralnog turizma ocijenili konkretnom ocjenom, neki su ga kvalitativno ocijenili prema pretpostavkama nužnima za njihov razvoj, ali generalni stav o razvoju podrazumijeva skepticizam i pesimizam glede ukupne djelatnosti ruralnog turizma u odnosu na koji se naši ispitanici teško pozicioniraju, a kamoli da ocjenjuju pojedinačne oblike ruralnog turizma.

Iako je stav svih ispitanika želja prema boljem i prema razvoju, svi smatraju kako se u županiji ne zna dovoljno za ruralni turizam. Ruralni turizam po njima je općenito slabo razvijen i trebalo bi puno raditi na razvoju. *Možda se nedovoljno prepoznao taj potencijal, možda se nije uložilo dovoljno napora niti s jedne niti s druge strane, možda smo, usuđujem se to reći, predobro živjeli da bi se bavili razvojem onoga što možda odmah ne donosi dobit, ide se uvijek na ono što donosi veću dobit. Treba stalno taj trening, tu edukaciju dovoditi ljudima koji*

nemaju takvo obrazovanje i takvu širinu, a s druge strane mislim da su naši propisi jako strašni i ne uzimaju u obzir stvarno stanje stvari. (R2)[222]. Osim nezadovoljstva razvijenošću ruralnim turizmom: *Sve je prepušteno slučaju. Kako se tko snađe i organizira. Nema institucije koja bi se bavila time, a tako ne možemo uspjeti. Morali bi se udruživati jer smo onda jači na tržištu. No, problem je i kod udruživanja jer uvijek ima ljudi koji gledaju samo svoju korist. Možda sam ja pesimističan.* (R4)[223]

Razmišljanje sljedećeg ispitanika je nešto blaže: *Moram napomenuti da razvoj turizma u našoj županiji stagnira i smatram da to nije posljedica pomanjkanja ideja, već pomanjkanja financijskih sredstava.* (R10)[224]

Ispitanici se općenito slažu kako postoje brojne mogućnosti razvoja, no dok nema smislenije ponude tj. operacionog plana *...to će ostati na ocjeni dovoljan. Trebao bi nam strukturni plan. Akteri bi trebali sudjelovati u svemu, a ne da im se neke stvari nameću. Preduvjeti postoje. Nažalost, sve ostaje na pojedinačnim slučajevima. Nema uključivanja, ako nema podrške iz baze, najčešće će ostati samo talent. Ako strukture lokalne vlasti ne prepoznaju smisao za razvoj, neće ostati ništa. Jedan studiozni pristup ruralnom turizmu kroz pet godina, najprije kratkoročno, korak po korak, pa dugoročno, bio bi prijedlog. U današnje vrijeme rijetko tko ima za investicije, kamatna stopa je prevelika, sve je nesigurno, nema ulaganja. Čovjek kupuje nužno zbog današnje situacije, tako da nema sredstava za zabavu, jer ruralni turizam bi bio jedan vid toga.* (R6)[225]

Kada su bili zamoljeni da ocijene stupanj razvoja ruralnog turizma, ispitanici su se uglavnom izjašnjavali: „Slabo je razvijen“, ali konkretna ocjena je ipak nešto optimističnija u usporedbi s ocjenom eksperata (koja je iznosila dovoljan):

Stupanj razvoja od 0 do 10 je 3, vrlo vrlo slabo. Veliki je prostor, pa ako se bilo što napravi biti će vidljivo. (R7)[226]

Međutim, naši ispitanici su odlični poznavatelji prilika i potencijala ruralnog turizma u području u kojem žive i rade tako da se u mnoštvu različitih prijedloga zrcale dvije vrlo afirmativne izjave glede ponude i mogućnosti razvoja ruralnog turizma:

Trideset posto kapaciteta je u ovom času osmišljeno, sedamdeset posto miruje u nekoj sivoj zoni neprepoznatljivosti. Mogu se ponuditi stari zanati vezani uz rijeku Dravu, mogu se obnoviti vodenice, može se napraviti splavarenje, dakle praksa zlatarenja na Dravi, može se napraviti

[222] Ispitanik se nalazi u skupini Vlasnici objekata u ruralnom turizmu i dodijeljen mu je redni broj dva.
[223] Ispitanik se nalazi u skupini Vlasnici objekata u ruralnom turizmu i dodijeljen mu je redni broj četiri.
[224] Ispitanik se nalazi u skupini Vlasnici objekata u ruralnom turizmu i dodijeljen mu je redni broj deset.
[225] Ispitanik se nalazi u skupini Vlasnici objekata u ruralnom turizmu i dodijeljen mu je redni broj šest.
[226] Ispitanik se nalazi u skupini Vlasnici objekata u ruralnom turizmu i dodijeljen mu je redni broj sedam.

tradicijski ribolov s kušanjem tradicijskih specijaliteta, mogu se osmisliti ribarske kolibe trape i tako dalje. Boravak u prirodi, bilo u šatorima, bilo na seoskim imanjima bilo na štagljima, osmišljene pomoćne prostorije za prihvat gostiju. Već postoji Drava route. To je divna ideja da se cijeli prostor može proći biciklima. Nju treba do kraja razviti, do kraja osmisliti, ali uz tu Dravsku rutu treba stvoriti mogućnost prihvata tih gostiju koji dolaze da mogu spavati, da ih se nahrani, da mogu razapeti šator u dvorištu ili ona vrsta turizma da ljudi sudjeluju u poslovima na imanju, a za to im se od te turističke takse, naknade, odbija dio novca koje su uložili svojim radom u sezonske poslove na imanju, evo tako to. Tu su tečajevi tkanja na razboju, tu su pastirske igre, tu su beskrajne mogućnosti da se ljudi zadrže, da ne prolete samo kroz regiju, ali to zahtijeva jedan operativni plan gdje bi se glave skupile i gdje bi se napravilo sondiranje tog terena. Dakle, ne svi sve, nego oni koji su se u nečemu izvještili da prihvate svoju ulogu. Sve pridravske općine, sva pridravska sela, naselja u porječju trebaju se ispitati što bi se gdje moglo postaviti. (R3)

Posjetiteljima se nude muzeji i etno zbirke, gastro i eno ponuda koja također stagnira zbog ekonomske situacije u državi, aktivni odmor (Kalnik), Križevački štatuti, PRC,[227] *Križevačka djevojačka straža, jedini u županiji imamo prodaju velikih unikatnih pisanica koje su se predstavljale i njujorškoj eliti. Moglo bi se ponuditi više proizvoda od vina, poljoprivrednih proizvoda, gastronomije i kulture, trebali bi više njegovati neke stare običaje kao što su to Štatuti po kojima je naš grad prepoznatljiv, dobro razmisliti koje nove vrijednosti, a koje niti sami ne primjećujemo, u stvari imamo i možemo ponuditi turistu (npr. Križevački bunari, crkveni tornjevi… iskoristiti sve resurse koje imamo…), razvijati obiteljski, vinski, religiozni turizam… Radi se na kreiranju inovativnih i tematskih raznovrsnih ponuda i programa prilagođenih većem rasponu ciljnih skupina.* (R10)

Dakle, razvoj ruralnog turizma prvenstveno je zaustavljen zbog financijskih razloga. Ekonomska kriza i recesija u Hrvatskoj i Koprivničko-križevačkoj županiji učinila je svoje. Izostaje ozbiljnija podrška iz baze (turističke zajednice, npr.) koja se manifestno očituje na manjkavoj turističkoj promidžbi, a latentno, u opipljivom pesimizmu koji izvire iz većine ispitanikovih odgovora. Doista, raditi u ruralnom turizmu bez konkretne, već samo uz deklarativnu podršku, nije nimalo lagan posao.

Osim toga, iz dobivenih odgovora naših ispitanika može se iščitati kako pretpostavka uspješnosti razvoja ruralnog turizma u lokalnoj sredini ne počiva na planiranju i jasnim ciljevima razvoja. U cilju efikasnijeg i sustavnijeg razvoja ruralnog turizma potrebno je, prije

[227] Podravkin rekreacijaki centar – nalazi se blizu Koprivnice.

svega, usvojiti tzv. *community approach* razvoju turizma i poduzetništva (Murphy, 1985.). Kao što i sam naziv ukazuje, ovaj pristup počiva na stajalištu kako je turizam proizvod zajednice te je za njegov razvoj, osim samih turističkih poslovnih subjekata i njihovih poduzetničkih vještina, neophodna lokalna zajednica i njezine snage, odnosno lokalna uprava te formalne i neformalne mreže. Iako stvaranje mrežnih partnerstava unutar zajednice može doprinijeti razvoju i promociji turizma, to predstavlja složen i težak proces. Od poslovnih subjekata se traži da dijele iste resurse, a istovremeno jedni drugima konkuriraju. Petrić (2009.) smatra kako lokalne vlasti ovakvu suradnju mogu smatrati rizičnom ili se naprosto boje gubitka kontrole nad donošenjem odluka na lokalnoj razini.

Nadalje, konkretni oblici ruralnog turizma koje bi trebalo razvijati, a da se postojeći vlasnici obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava ili ostalih objekata u ruralnom turizmu mogu u njih uklopiti, također su vrlo raznoliki, odražavaju vlastito viđenje razvoja koje nije potkrijepljeno nikakvom strategijom, već individualnim opservacijama pojedinačnih vlasnika ruralno-turističkih objekata koje taksativno nabrajamo u nastavku:

Priča se puno o izvorima termalne vode već dugo vremena. To bi bilo idealno za razvoj ruralnog turizma. (R1)

Ja sam dosta radila i još uvijek radim na tom nekakvom biciklističkom turizmu. Sjećam se kad su mi rekli: „Pa neće vam biciklisti novce donijeti.“ Pa kako drugdje mogu, zašto ne bi k nama. (R2)

Ruralni turizam vezan uz proizvodnju vina, vinske ceste, isto tako voće i voćni proizvodi, bilo za konzumaciju ili kao mjesto na kojem se to radi, nešto što je vezano uz šumu npr. gljivarstvo, ovo što mi zovemo planinarenje ali, to nije planinarenje nego hodanje, sve što je vezano uz godišnja doba i svetkovine godišnjih doba pa i religiozni turizam jer te naše crkve i crkvice su jako lijepe. Dakle, oživjeti razne objekte uz rijeke Muru i Dravu, vodenice, ispiranje zlata, što je vrlo simpatično, plovidba, ali bez motora naravno, pa čak i ovo promatranje ptica i životinja, eto to mi pada na pamet kao nekakvi oblici. Onda, naravno raditi da rad na zemlji i seoskom domaćinstvu može biti zanimljiv određenoj kategoriji posjetitelja. (R2)

Mislim da u pružanju usluga u seoskom turizmu imamo velike šanse, ali jednostavno se tome treba posvetiti i ljude treba animirati u tom smislu da počnu preuređivat svoja gospodarstva i da se počnu time baviti i to nam je najveća šansa uz lovni turizam. (R10)

Najviše (šanse za razvoj) imaju vinske ceste. (R5)

Smatram da bi se za našu dobrobit trebao razvijati prije svega lovni turizam jer to podrazumijeva dolazak stranih turista koji su ekonomski bolje potkovani od državljana RH i time ustvari imamo priljev stranih sredstava ne samo u županiju već i u RH čime bismo

poboljšali ekonomsku situaciju uopće. Osim lovnog turizma treba razvijati i team building, obiteljski i gastro turizam. (R12)

U lepezi različitih odgovora posebno se ističu prijedlozi koje bi, uvažavajući prirodni ambijent nekog ruralno-turističkog objekta, mogli razviti vlasnici ruralno-turističkih objekata:
Sve četiri udarne kategorije: seoski turizam, rekreativni turizam, zdravstveni turizam i poučni turizam će se razvijati unutar Drave, uz Dravu i u dravskoj regiji. (R3)
Kalnik ima puno paraglajdera, penjača, znači sportski turizam, avanturistički. Lovni turizam ima potencijala. Također i udruge konjara su tu. Možda takav vid turizma. (R4)
*Ribolovni možda, Drava je tu. Ima i promatranje ptica. Mogla bi biti neka radionica. Lovni turizam je potencijal, biciklizam, trekking, pješačenje. Da se naprave pješačke rute, bilo bi jako dobro. Da ne govorim o biciklistima. Konjički turizam bi mogao imati potencijala. (*R7)
Odlična hrana, vina, ova naša priroda. Tu gore je najviši vrh Bilogore... imamo Muru i Dravu koje su uvijek tu i ove šume koje budu uvijek tu, samo treba negdje nekakvo stanište i dobra hrana i to je to, treba nam samo to i dobra volja. Velim, nitko tu nema sluha. (R9)

Može se zaključiti kako se vlasnici objekata u ruralnom turizmu zauzimaju za već prethodno spomenute oblike ruralnog turizma u koje se mogu uklopiti: lovni, ribolovni, eno-gastronomski, turizam uz rijeku Dravu, seoski turizam, vjerski turizam i slično, uz inovativne prijedloge kao što su promatranje prirode, posebni oblici adrenalinskog turizma i dugi niz godina spominjani termalni turizam.

Ovdje je bitno istaknuti kako razvoj turizma u ruralnim područjima ne shvaćaju podjednako svi akteri razvoja ruralnog turizma. Zato je važno razvijati suradnju među svim akterima kako bi se ruralni turizam razvio u kakvoj-takvoj sinergiji. Uspješnost razvoja ruralnog turizma prema Petrić (2009.) ovisiti će o 10 osnovnih čimbenika/uvjeta. Riječ je o sljedećim uvjetima:

1. *cjeloviti turistički proizvod*; uspješne lokalne zajednice su podigle vlastitu atraktivnost zahvaljujući brojnim lokalnim aktivnostima kao što su kampanje uljepšavanja mjesta, sponzoriranje posebnih događanja koji su vezani uz lokalne turističke atrakcije, kao i aktivnom sudjelovanju svih poslovnih subjekata;
2. *dobra lokalna vlast*; uspješna turistička promocija i razvoj zahtijeva kvalitetnu lokalnu vlast, razne lokalne skupine, poslovnu zajednicu i ne-profitne organizacije kao što su gospodarske komore te turistički uredi;
3. *podrška i sudjelovanje lokalne uprave*; uloga lokalne uprave je posebno značajna u sljedećim područjima; financiranje turističkog razvoja i promocije, gradnja i održavanje infrastrukture potrebne turizmu, zoniranje područja i komunalno održavanje radi

podizanja privlačnosti zajednice te edukacija i podrška turističkim djelatnicima, poduzetnicima i ostalim osobama angažiranim u turističkoj industriji;

4. *izvori financiranja razvoja turizma*; većina ruralnih zajednica ovisi o javnim izvorima financiranja koji su često nedostatni za sve potrebe ruralne zajednice; privatni izvori su također nedovoljni zbog ograničenih izvora dohotka lokalnog stanovništva: stoga je veoma značajno tragati za ostalim izvorima financiranja, kao što su npr. pristojbe/takse na hranu ili smještaj;
5. *strateško planiranje*; planiranje je osnova efikasne uporabe resursa i izvora financiranja. Dobro razvojno planiranje i promocija mogu biti značajna podrška lokalnim turističkim poduzetnicima. Zbog visoke međuovisnosti lokalne zajednice i ključnih aspekata razvoja turizma, turističko razvojno planiranje mora biti integrirano u cjelovitu razvojnu strategiju lokalne zajednice. Stoga turističko planiranje zahtijeva uključenost različitih stakeholdera;
6. *koordinacija i suradnja između poslovnih subjekata i lokalne uprave*; da bi turistički razvoj i njegovo planiranje zaživjelo, od najveće je važnosti uspostaviti koordinaciju i suradnju između lokalne uprave i poduzetnika.
7. *koordinacija i suradnja između ruralnih turističkih poduzetnika*; sama priroda turizma zahtijeva zajedničko djelovanje različitih poslovnih subjekata. Oni mogu uspostavljati različite oblike mreža, kako formalnih tako i neformalnih. Neformalne ili „meke“ mreže (Franičević, Bartlet, 2001.) sastoje se od malih poduzetnika ili njihovih zaposlenika, koji uspostavljaju veze s prijateljima, rodbinom i poznanicima na neformalnoj osnovi kako bi dobili podršku i pomoć. Dok je neformalno umrežavanje u ruralnim zajednicama ukorijenjeno u njihovu tradiciju i kulturu, formalne mreže je znatno teže uspostaviti. Formalne mreže, poznate i kao „tvrde mreže“ označavaju poslovnu suradnju između pojedinih poslovnih subjekata i raznih privatnih i javnih organizacija te između samih poslovnih subjekata, a u cilju suradnje u proizvodnji, marketingu, nabavi ili razvoju proizvoda. Primjena načela (uslužnog) umrežavanja u turizmu (Petrić, Mrnjavac, 2003.), a napose u poslovanju malih poduzeća u ruralnim zajednicama, može dovesti do brojnih koristi. Kao prvo, *...zahvaljujući upravljanju financijama uz pomoć suvremenih informacijskih tehnologija koje omogućavaju kontinuirano noveliranje baze podataka umreženih poduzeća, dolazi do porasta bruto i neto dohotka. Poslovanje turističke mreže na načelima ekonomije razmjera može znatno reducirati troškove. Zahvaljujući veličini kao faktoru pregovaračke moći, mreža može bolje upravljati troškovima (osiguranja, kamatne stope, održavanje), a ima i olakšan pristup kreditnim*

linijama. Turistička (ruralna) mreža može bolje razvijati i nametati standarde usluga kojima podiže konkurentnost mreže kao i regionalnog/destinacijskog turističkog brenda. Nadalje, turistička mreža također omogućuje standardizirano, ali i visoko kvalitetno poslovno upravljanje za koje mala poduzeća nemaju resurse. Kvalificirani menagement mnogo kvalitetnije provodi strateško planiranje i taktičko odlučivanje o cijenama, diferencijaciji proizvoda i upravljanju prihodima. Turistička mreža značajno doprinosi poslovanju pojedinačnih malih poslovnih subjekata sublimirajući njihove nasumce raspršene proizvode u jedinstvenu prodajnu točku koja nudi širok spektar funkcionalno međusobno povezanih turističkih proizvoda;

8. *pomoć u prikupljanju informacija te tehnička podrška u turističkom razvoju i promociji*; u razvoju ruralnog turizma posebnu važnost imaju različite vrste informacija, napose stoga što male zajednice nemaju dovoljno sredstava da unajme stručnjake (u tom smislu uloga mrežnih partnerstava je od velikog značenja);
9. *kvalitetni turistički uredi*; ovi turistički uredi imaju zadatak da „prodaju" lokalni turizam, potiču zainteresirane za pokretanje turističkih poduzeća, osiguraju im tehničku podršku kod započimanja poslovanja, da pomažu razvoju lokalnog turizma, koordiniraju ili sponzoriraju lokalne turističke događaje te da vode lokalni turistički razvoj.
10. *široka podrška lokalne zajednice razvoju turizma*; kao što literatura o turizmu ističe, uspjeh u razvoju turizma postiže se isključivo uz široku podršku lokalne zajednice te pozitivne stavove i gostoljubivost lokalnih turističkih djelatnika.

Analizirajući uvjete koje je potrebno zadovoljiti kako bi se ruralni turizam uspješno razvijao, na temelju ocjene dostignutog stanja ruralnog turizma iščitanih iz izjava ispitanika, možemo reći kako su neki od njih postignuti, a neki nisu. Primjerice, trebalo bi poraditi na izvorima financiranja razvoja ruralnog turizma u ruralnim zajednicama, pružiti pomoć u prikupljanju informacija i tehničkoj podršci u turističkom razvoju i promociji te oformiti kvalitetne turističke urede.

Evidentno je, prema izjavama ispitanika, kako sama priroda turizma iziskuje napore cijele lokalne zajednice u procesu njegova osmišljavanja, podrške, upravljanja i marketinga. U nastavku, pozornost ćemo posvetiti tome kako specfični projekti potiču razvoj ruralnog turizma u županiji, koliko su naši naši ispitanici upoznati s takvim projektima, te provode li ih.

7.5. Definiranje pravaca razvoja ruralnog turizma iniciranjem znanstvenih i stručnih projekata

Na pitanje *Provode li se trenutno neki projekti/programi/strategije vezani za razvoj ruralnog turizma općenito i ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji?* ispitanici su također odgovorili slijedom poštivanja hijerarhije i nažalost, potvrdili pretpostavku o slaboj propusnosti informacija, programa i potpora ruralnom turizmu do krajnjih korisnika – vlasnika objekata. Na najvišoj razini, razini eksperata i znanstvenika, postoje hvalevrijedni projekti, znanstveni i stručni pothvati koji rezultiraju konkretnim pokazateljima aktivnosti u ruralnom turizmu kao što su primjerice održavanje kongresa, radionica, seminara, okruglih stolova, savjetovanja, sajmova, projekata, ustanovljavanje nagrada (npr. „Suncokret ruralnog turizma"), ustanovljavanje postupka kategorizacije objekata, realizacija ugovorenih programa, izradba marketinških studija, znanstvenih te stručnih publikacija i slično. Za razvoj ruralnog turizma svakako je najvažniji *Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje 2014. – 2020.* Ministarstva poljoprivrede u okviru kojeg se ističe mjera 7[228] koja se direktno i indirektno odnosi na razvoj ruralnog turizma, a za koju se redovito raspisuju natječaji. Također spominjemo i IPARD program prekogranične suradnje u kojem sudjeluju zemlje Alpe-Adria: Slovenija, Italija, Mađarska, Austrija i Hrvatska. U kontekstu sufinanciranja investicija uz seoski turizam (na županijskoj razini) spominju se i natječaji Ministarstva turizma RH s mjerama usmjerenima na promicanje seoskog turizma (koji je do sada bio aktiviran svake godine):

Dakle, to su Mjere uređenja i opremanja smještajnih kapaciteta, zatim Mjere za poticanje događanja od županijskog značaja i ostale mjere koje nisu direktno vezane uz turističke djelatnosti, ali indirektno jesu: za unapređenje lovstva, za unapređenje poljoprivrede i višegodišnjih nasada, navodnjavanja i slično, do sufinanciranja ishođenja nekakvih dozvola i slično... Ljudi znaju kombinirat takve mjere. (Ž1).

Osim velikih projekata i programa, stavljen je naglasak i na aktivnosti lokalnog karaktera koje su provedene ili je njihova provedba u tijeku:

Postoji projekt, gospodin (...) želi urediti parcele da prezentira područje oko Drave, planira sagraditi drvene kućice i prezentirati tradicijsku kulturu, urediti potočiće koji tamo postoje. Također, domaćinstvo (...) koje osim etno-sela ulaže u uređenje i osposobljavanje skele gdje bi

[228] MJERA 7 – temeljne usluge i obnova sela u ruralnim područjima i podmjera 7.4. – ulaganja u pokretanje, poboljšanje ili proširenje lokalnih temeljnih usluga za ruralno stanovništvo, uključujući slobodno vrijeme i kulturne aktivnosti te povezanu infrastrukturu.

ljudi, ploveći rijekom Dravom, mogli doživjeti prirodna bogatstva i nedirnuta područja, vidjeti tradicijske načine života i obavljanje gospodarskih djelatnosti. (Ž3)

Na nivou grada i općina, projekti koji potiču razvoj ruralnog turizma su konkretniji i manji u financijskom i provedbenom obujmu:

Grad Križevci je do sad imao niz različitih projekata. Neki od njih su se odnosili na dodjelu nepovratnih sredstava našim korisnicima, prije svega vlasnicima OPG-ova za razvoj turizma. Neki se odnose na razvoj turističke i, općenito, komunalne infrastrukture koja je preduvjet za razvoj turizma. Evo, sad zadnje, najveći projekt koji smo imali na području grada, a vezano uz turizam je uređenje Turističkog informativnog centra.[229] *Znači, to je projekt od vrlo velike vrijednosti, cirka devet milijuna kuna, a financiran iz EU fondova; 85% je bilo iz EU fondova, a 15% gradskog novca. Taj Turistički informativni centar je prije svega fizički prostor kojeg su popunile udruge i društva, objekt je vezan uz turizam na području grada. Adekvatno, turistički predstavlja naš grad. Nalazi se na samom trgu tako da imamo jedan vrlo vrijedan turistički resurs*. (N1)

Na nivou općina, broj projekata je u padu, ali nezadovoljstvo među načelnicima općina je u porastu, što se može vidjeti iz sljedeće izjave:

Mi smo naime imali projekte koji su zapravo, kako bih rekao, projekti kao posljedica nečije želje, a oni zapravo trebaju biti projekti koje ćemo mi razviti. Trebaju biti posljedica razvoja turizma kao npr.vinska cesta koja je u našoj županiji bila posljedica ideje. Čije ideje? Ideje gradonačelnika, načelnika, predsjednika Turističke zajednice, ali nije zapravo bila posljedica razvoja gospodarstva. (N3)

Ipak, postoji nada da su neki projekti ipak mogući i da će u budućnosti imati ozbiljan značaj za razvoj neke manje sredine:

„*Postoje planovi da bi se napravio hotel i golf igrališta, to je jedan veliki projekt i dobar je. Mislim da bi to bio jedan pokretač kompletno svega, od razvoja samog mjesta, općine, do ljudi koji bi tu radili, pa do nekakve proizvodnje. Bitno je da ljudi koji žive na području općine proizvode nekakve proizvode i plasiraju ih do konačnog potrošača. To je najbitnija poveznica. Kad bismo imali most od proizvoda do krajnjeg korisnika, ljudi bi tada ostajali u naseljima i bavili se praktički poljoprivredom; vinarstvom, ratarstvom možda i stočarstvom. To je taj dio*

[229] Centar je obnovljen u sklopu EU projekta ViNaK koji se provodio u suradnji s mađarskim gradom Nagyatadom u razdoblju od veljače 2013. do rujna 2014. godine. Projekt je, u visini od 85% njegove ukupne vrijednosti, sufinancirala Europska unije u okviru IPA prekograničnog programa Mađarska – Hrvatska 2007 – 2013. Ukupna vrijednost projekta iznosi 1.173.345 eura. Dostupno na: http://kckzz.hr/otvoren-turisticki-informativni-centar-u-krizevcima/

koji bi bio dobar za same stanovnike naše općine, da jednostavno približimo tu financijsku mogućnost da se razviju. (N2)

Najvidljiviji prijedlozi za razvoj ruralnog turizma tiču se: 1) razvoja cikloturizma i to u prekograničnom području županije,

„Tour de Mura" i „Drava route" su stariji projekti, a „Legrad – Ortillos bike rout" i „Ruta Željezna zavjesa" su ovogodišnji. Označeni su kao biciklističke staze i uvršteni su u biciklističke vodiče. Sad svatko zna da je Legrad posebno označen na tim rutama, pogotovo ušće Mure u Dravu, tako da svatko tko se više interesira za cikloturizam zna gdje je Legrad. (N4)

...i 2) Galerije naivne umjetnosti:

Aplicirali smo na mjeru 7.[230] *Imamo uređeni galerijski prostor i Muzej kojega smo kandidirali kako bismo ga modernizirali i renovirali. Planiramo rasvjetu i solarnu energiju, promjenu podova. Imamo zajednički međunarodni projekt Alpe-Adria (s TZ KKŽ). Nositelji su naša Udruga slikara i Udruga kipara.* (N5)

Turističke zajednice gradova raspolažu konkretnim planovima i realiziranim projektima za razvoj ruralnog turizma u smislu poticanja konjičkih i biciklističkih staza te vinskih cesta:

Dakle, razvoj tematskih puteva, tu prvenstveno mislim na konjičke staze koje obuhvaćaju čitav ruralni dio naše županije pa tako i našeg područja, nadalje, radi se o on-line platformama gdje bi se na moderan način prezentirale i bolje koristile biciklističke staze, razvoj novih biciklističkih staza i razvoj vinskih cesta kao takvih jer dosta još kaskamo za razvijenim vinarskim krajevima. To su ti projekti koji se dešavaju u recentno vrijeme, a obuhvaćaju cijeli ruralni prostor i konkretno se odnose na ruralni turizam. Tu se još spominju indirektno, jer se također potiče razvoj ruralnog turizma, projekti u kojima sudjeluje prvenstveno Grad, a to je Turistički informativni centar, baza za sve servisne i ostale informacije gdje će potencijalni gost dobiti informaciju na jednom mjestu o tome što nudimo na našem području. Uz to bi spomenuo i revitalizaciju utvrde Stari Grad[231] *jer mi baziramo naš turizam na kulturnom dijelu, ali indirektno to se pozitivno odnosi na čitav ruralni prostor. S ovom baznom ponudom doći će se na indirektan način do podražaja prema čimbenicima na ruralnim prostorima, ali i na području turističke kinetike gdje ćemo vidjeti da ta niša dakle, turizam na ruralnim prostorima, nije dovoljno eksploatirana u turističke svrhe.* (T1)

Ono što se radi na području županije su vinske ceste; znači tu nisu samo vinogradari i vinari, nego i sva ostala ponuda koja ide uz to, znači i seoski turizam i jahanje i sve druge

[230] Mjera 7: Ruralni razvoj – Fond za regionalni razvoj (op.a.)
[231] Utvrda Stari Grad u Đurđevcu

stvari. Ali lani (2013.op.a.) je osnovana vinska cesta Križevci-Kalnik-Orehovec , ona je dakle označena i tako su se približili ti vinari i zapravo otvaraju se njihova vrata direktnoj prodaji ljudima koji nailaze, što je isto napravljeno na području županije. Znači, postoji isto i u Koprivnici vinska cesta, a na području Đurđevca – Đurđevačka vinska cesta. Jedna stvar su vinske ceste, drugo bi bile konjičke staze, županija je napravila kartu, i to su nekakvi prvi koraci, iako zapravo to sve gasi vatru s vremena na vrijeme, jer ne postoji ni jedan dokument, ne postoji strateški dokument. (T2)

Također, realizirani su i projekti vezani uz tradicijske obrte:

TZ grada Koprivnice je jedna od rijetkih TZ-a koja sama radi projekte EU i mi smo do sad imali četiri projekta i gotovo svi su vezani za ruralni turizam. Konkretno, za tradicijske obrte, radi se o prekograničnoj suradnji s Mađarskom gdje smo mi sa Zalaegerszegom radili na slučaju starih zanata, razmjeni iskustava, učenju. Tu je i Nagykanizsa i Kaposvar u cijeloj priči i s njima imamo dosta dobre odnose i jako puno njihovih obrtnika dolazi na naše manifestacije i naši idu tamo. Evo, zadnji projekt koji smo završili prije par dana je je „Čelična ili željezna zavjesa". To je jedan veliki projekt. Koprivnička TZ predstavlja cijelu Hrvatsku i mi smo radili trasu od Mure do Dunava praktički i cijeli prostor koji nije ni blizu ingerencije TZ Koprivnica, radi se o biciklističkoj trasi koja ide uz Dravu i koja 90% ide kroz ruralni prostor. (T3)

Kao posebno važno mjesto u kreiranju ponude ruralnog turizma, na više se mjesta spominje razvoj biciklističkih staza kroz ruralno područje županije:

Na području LAG-a PRIZAG, kako još nisu raspisani natječaji i nije još usvojen Plan ruralnog turizma za Republiku Hrvatsku , postoji jedan napisan program, odnosno dva. Jedan je „Tematske rute", a drugi je „Biciklističke staze". Popularne su biciklističke staze koje se provlače svuda kroz projekte tako i na području LAG-a, tako da treba postojati jedna kvalitetna biciklistička ruta koja bi povezala povijesne i prirodne atrakcije. To su prilagodljivi projekti koji trenutno stoje u ladici i čekaju bolja vremena kad budu raspisani natječaji da ih kandidiramo. Dakle to je tipa tih fondova EU, npr. Europa za građane ili Mjera 2.3. (Program za ruralni razvoj, op.a.). (L1)

Dakle, postoje konkretni projekti i planovi koji su direktno ili indirektno vezani za razvoj ruralnog turizma, a za čiju se realizaciju crpe sredstva iz prekograničnih programa Hrvatska – Mađarska ili Programa za ruralni razvoj u okviru kojeg se koristi Mjera 302: *Diversifikacija i razvoj ruralnih gospodarskih aktivnosti*. Koprivničko-križevačka županija, sa svojim razvojnim akterima, orijentirana je na prekograničnu suradnju te ostvaruje vrlo dobre rezultate u povlačenju sredstava.

Što se tiče korisnika kojima su projekti i programi u konačnici namijenjeni, situacija je daleko od razvojne. Od ukupno 12 vlasnika objekata u ruralnom turizmu, 50% ispitanika (6 vlasnika objekata u ruralnom turizmu) nisu koristili baš nikakvu potporu lokalne zajednice/općine/županije/resornog Ministarstva, a kamoli iz prekograničnih programa. Nažalost, niti su za tu mogućnost znali, niti su tu mogućnost iskoristili ili su od te mogućnosti nakon nekog vremena odustali, o čemu govori sljedeći citat:

Ja sam gledala onaj IPARD kad smo kretali u to prije tri godine, međutim moja investicija nije uopće bila toliko velika da bi mi se isplatilo gnjaviti oko toga. Prvo vam netko treba napraviti program ili kako se to već zove, studiju, a onda su mi rekli da je to sedam tisuća eura i onda će mi netko vratiti tri i pol tisuće eura, mislim nema smisla. Jedan prijatelj mi je napravio električnu struju, drugi mi je napravio vodu, znači ja da sam to išla platiti, ne bih dobila ništa osim što bih gubila vrijeme i noge. Za nekakve velike investicije to se isplati. Postoje li nekakve potpore, to nisam više ni gledala. Nisam se uopće interesirala. (R11)

Preostalih 50% ispitanika koristilo je mogućnost dobivanja bespovratnih sredstava ili jednokratne pomoći Ministarstva turizma u iznosu od 30.000 do 50.000 kuna.[232] Česta je praksa kod naših ispitanika dobivanje donacija za programe ili donacije u naturi grada ili županije za provedbu specijaliziranih programa, bez obzira na činjenicu što se radi o simboličnim iznosima. Među važne grupe pogodnosti spada i županijski kredit namijenjen ženama poduzetnicama – vlasnicama obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava kojima je bila namijenjena kreditna linija s kamatom od svega 1,8%. Postoje i gradske subvencije za solarnu energiju u iznosu od 40% koju je koristio jedan ispitanik. Nažalost, nitko od vlasnika ruralno-turističkih objekata nije sudjelovao (za sada) niti u jednom međunarodnom projektu. Bitno je istaknuti kako ispitanici sve češće traže potporu LAG-ova, a ne turističkih zajednica u realizaciji projektnih ideja.

Zaključno, ovdje je riječ o endogenom razvitku ruralnog turizma koji je uglavnom stihijski, spontan, samoinicijativan. Projekti razvoja ruralnog turizma su raznovrsni s obzirom na potrebe određenog područja, malobrojni, disperzirani na različite aktere i oblike te ovise o logističkim, stručnim i ostalim kapacitetima aktera. Na lokalnom nivou, projekti su uglavnom infrastrukturni i financiraju se iz direktnih potpora od strane JLS-a, a na županijskom nivou projekti su većinom prekogranični (IPA) i realiziraju se u suradnji s Republikom Mađarskom kao projektnim partnerom. U nastavku rada slijedi teorijska analiza ruralnog turizma kroz koncept održivosti.

[232] Osobito u vrijeme kada je resorni ministar bio gospodin Bajs kojeg ispitanici naročito ističu zbog velikog doprinosa razvoju kontinentalnog turizma.

7.6. Održivost ruralnog turizma

Održivost ruralnog turizma je istovremeno globalno i lokalno pitanje, odnosno u ovoj se temi zrcali jedan zanimljiv fenomen poznat kao glokalizacija. Glokalizacija označava integraciju lokalnog i globalnog konteksta i naglašavanje potrebe prepoznavanja lokalnog okvira kao referentnog mjesta u kojem se pojedinac nalazi i kreće te kojeg doživljava svojim. U tome nalazimo pokušaj povezivanja lokalne i globalne razine s obzirom na prostornu determiniranost, ali i suvremena sredstva komunikacije. Povezanost globalnog i lokalnog važna je za razumijevanje procesa međusobnog prožimanja društvenih utjecaja. Globalizacija širi univerzalne strukture modernog društva i teži homogeniziranju i uniformiranju svijeta, a lokalizacija se tome odupire radi održanja stabilnog sociokulturnog identiteta i raznolikosti te lokalne političke suverenosti. Oba proceesa, globalizacija i glokalizacija, mogu imati pozitivne i negativne učinke, ovisno o shvaćanju poželjnoga suvremenog svjetskog poretka. Proces glokalizacije, prema Cifriću (2012.), kao jedinstven proces, „odnosi se na globalizaciju lokalnog i lokalizaciju globalnog."

Ako glokalizaciju promotrimo na primjeru održivog razvoja ruralnog turizma, reći ćemo kako je suština održivog razvoja turizma usklađivanje lokalnih interesa i specifičnosti s regionalnim i nacionalnim interesima, objektiviziranje privlačne snage resursa i planiranih turističkih atraktivnosti te uvažavanje zadanih ograničenja u sferi okoliša, socio-kulturnih, ekonomskih i političkih specifičnosti. Preduvjet implementacije koncepcije održivog turizma je definiranje *prihvatnog kapaciteta turističke destinacije*. Radi se o „maksimalnom broju turista koji neće negativno djelovati na fizički okoliš kao ni na lokalno stanovništvo i njegove interese". Prihvatni kapacitet destinacije odnosi se na: fizički, psihološki, biološki i sociološki kapacitet, pri čemu je važno uzeti u obzir kako se ti kapaciteti mijenjaju tijekom vremena. S obzirom na to da je ruralni (održivi) turizam relativno malog udjela u ukupnom turizmu u Republici Hrvatskoj, (udio ruralnog turizma iznosi 1 – 3%) za sada nema bojazni da će se prihvatni kapacitet destinacije negativno odraziti na lokalno stanovništvo i fizički okoliš u tom pogledu.

Svjetska turistička organizacija[233] definira održivi turizam kao ...*turizam koji zadovoljava potrebe prisutnih turista i domicilnog stanovništva istodobno, čuvajući resurse budućeg razvitka. Takav razvoj podrazumijeva upravljanje resursima na način da se udovolje osnovni ekonomski, socijalni i estetski zahtjevi uz istodobno očuvanje kulturnog integriteta,*

[233] UNWTO – *United Nation World Tourism Organization.*

osnovnih ekoloških procesa i biološke raznolikosti. Razvoj održivog turizma možemo definirati kao proces koji ispunjava potrebe sadašnjih turista i lokalnih zajednica dok čuvaju resurse i rade na poboljšavanju ispunjavanja svojih potreba u budućnosti.[234]

Održivi turizam bi prema tome trebao: iznaći optimalan način korištenja *prirodnih resursa* kako bi se održali ključni ekološki procesi te zaštitila priroda i bioraznolikost, poštivati *društveno-kulturološku izvornost* lokalne zajednice, poštujući njihovo kulturno nasljeđe i tradicionalne vrijednosti, pridonijeti interkulturnom razumijevanju te pridonijeti dugoročnom *gospodarskom* razvitku, donoseći ekonomske koristi svim akterima.

Koncepcija održivog turizma može se primijeniti na sve oblike turizma i treba biti usklađena sa specifičnim obilježjima pojedine turističke destinacije. Nužna pretpostavka implementacije koncepcije održivog turizma u gospodarsku praksu je participativni proces, odnosno uključivanje svih dionika (zainteresiranih strana – touroperatora, turističkih agencija, smještajnih objekata), institucija odgovornih za zaštitu baštine, lokalnih zajednica i turista s ciljem postizanja konsenzusa oko ključnih pitanja razvoja turizma. Potrebno je naglasiti kako je implementacija koncepcije održivog turizma kontinuirani proces koji se neprestano treba prilagođavati promjenama različitih internih i eksternih razvojnih čimbenika. Mogući načini implementacije ovise o, primjerice, razini razvijenosti gospodarstva, razini razvijenosti turizma, razvojnim ciljevima koji se žele postići, snagama i slabostima iz unutarnjeg okruženja te mogućnostima i prijetnjama iz vanjskog okruženja, itd.

Prema Poljanec-Borić (2011.), održivi razvoj je povezan sa snažnom ulogom države odnosno, održivi razvoj u užoj perspektivi razvoja turizma tumači se kao optimalno rješenje za razvoj ruralnih sredina obilježenih procesima demografskog starenja, raseljenjem i deagrarizacijom. Problem održivosti preselio se, prema tumačenju autorice, iz *mainstream* gospodarstva koje se zasniva na neograničenoj potrošnji svih resursa, kako bi se povećala proizvodnja svih dobara, u područja koja se nazivaju nerazvijenim. Takva metodološka prilagodba vjerojatno se dogodila zbog toga što niti jedna vrsta proizvodnje u Hrvatskoj nije doživjela vrhunac održivosti, a ni razinu gospodarskog rasta na kojoj bi pritisak opće javnosti prekrio problem gospodarskog rasta problemom kvalitete života. Jedan od autora koji se najsustavnije bavio temom održivog razvoja u perspektivi razvoja turizma bio je Kušen koji, na primjer, stavlja problem održivog razvoja u kontekst razvoja ruralnih područja: *Ruralno područje podijeljenio je u besmislene dijelove i oblike koji su često u suprotnosti s organizacijom života i rada koji odgovara autohtonom stanovništvu. U takvim područjima,*

[234] Vidi kod: Revitas, 2011:10.

struktura sela podijelila se u izdužene nizove kuća pored cesta, obala, rijeka i jezera, zbog čega je teško povećati kvalitetu života stanovnika. U ta se područja ispuštaju zagađena voda i zrak, ondje se odlaže općinski i industrijski otpad, a izvori minerala i građevinskih materijala su iskorišteni (Kušen, 1994). O problemu održivog razvoja turizma u kontinentalnim područjima Kušen kaže: *Održivi razvoj drugih (neruralnih) područja neće biti moguć bez cjelovitog planiranja na cijelom kontinentalnom dijelu, u što bi se trebalo ubrojiti postavljanje visokih ciljeva za povećanje kvalitete života, ne samo ruralnog, nego stanovništva cijelog kontinentalnog područja*. Prema Kušenu, cjelovito planiranje cijelog kontinentalnog područja osnovni je preduvjet koji će omogućiti državi da opskrbi ruralna područja i da primijeni na njih koncept održivog razvoja. Prema tome, održivi razvoj ovisi o cjelovitom planiranju koje mora razviti država kako bi mogla učinkovitije upravljati tim područjima, a primjer ruralnog turizma kao diverzificirane gospodarske (ali i multiplikativne) djelatnosti važne za ruralno područje govori o nasušnoj potrebi za državnom regulacijom bez koje taj turizam ne može opstati. Održivi razvoj općenito, a i održivi razvoj (ruralnog) turizma nedvojbeno je, prema Poljanec-Borić (2011.) interes i zadatak države iz sljedećih razloga: *prvo,* odgovara cjelovitoj zaštiti resursa, *drugo*, omogućuje zaštitu ruralnih područja i *treće*, potiče na jednaka prava svih ljudi na kvalitetu života. Na tragu takvih razmišljanja nalaze se izjave većine naših ispitanika o pretpostavkama održivosti ruralnog turizma na nivou države i konkretne analizirane županije.

Na pitanje koje su pretpostavke održivosti ruralnog turizma u Hrvatskoj, ali i županiji, te koji su segmenti i aktivnosti u kojima je održiv (okolišni, ekonomski, socio-kulturni, politički), ispitanici različito odgovaraju: od znanstvenog, stručnog i programsko-strateškog uvida, pa sve do konkretnih opservacija. Također, pojam održivosti ne shvaća se kao integralna održivost (Lay, 2007.), odnosno kao ravnoteža svih komponenata održivosti, nego kao predominacija jedne, najčešće ekonomske dimenzije, eventualno biološko-ekološke, a u manjoj mjeri i ostalih dimenzija održivosti.

Najprije, da bi ruralni turizam bio održiv, ili bolje rečeno opstojan, potrebno je učiniti preliminarne korake poput redefiniranja i reorganiziranja pojma ruralnog turizma kao nužnih pretpostavki njegovog daljnjeg razvoja[235] *...u odnosu na pojam koji danas vlada... To znači da treba vidjeti sutrašnju sliku ruralnog prostora, a prije svega demografsku i to strukturnu, a ne samo dobnu nego i kvalifikacijsku i onda možemo slagati plan... A ovdje za koncept trebate imati jednu analizu stanja, analizu trendova u svijetu, procjenu mogućnosti razvoja. Eto, tako*

[235] „Ja razlikujem pojmove ruralni turizam i kako ja kažem, ovaj elitni turizam na ruralnom području".

i taj ruralni turizam koji je moguć, koji je poželjan. On je apsolutno održiv, on može biti održiv ako onaj koji ga komponira, razumije procese koji se u njemu događaju. (E3)

Osim toga, da bi ruralni turizam bio održiv, potrebno je učiniti tri bitna koraka: *Prvo, moramo srediti propise, drugo,*[236] *da godišnje izdajemo vodiče, pri svakoj promjeni, da se i to široko distribuira na terenu. Treće, trebalo bi sve educirat (...) i područnu i lokalnu samoupravu i turističke zajednice i Urede državne uprave (...) da se napravi trening trenera tako da imamo barem jednog trenera u ruralnom turizmu, jednog u županiji koji će vas uputiti gdje ćete ići... To treba napraviti, ovako, na nacionalnom nivou.* (E1)

Eksperti se slažu u ocjeni da postoji neupitan prostor za ruralni turizam jer: *Broj objekata ruralnog turizma sigurno raste. Evo, za mene je iznenađujuća činjenica da su u nekim područjima smještajni kapaciteti, tako barem kažu naši korisnici, puni do sto, sto i dvadeset dana godišnje, što recimo jedan objekt na moru ne može. Dakle, sigurno je da se kao država moramo okrenuti jer evo, izgleda da je svima više dosta sunca i mora pa svi žele i malo taj ruralni dio.... Ruralni turizam je održiv politički, u svakom slučaju i ekonomski, rekao bih, a to je najvažnije za pojedinca koji se bavi takvom djelatnošću. Dakle, svakako smo morali pokazati da je takva djelatnost isplativa. Okolišni iz poštivanja svih onih odredbi koje su propisane od drugih zakona, od Zakona o gradnji, od Zakona o prostornom uređenju i tako dalje, mislim da i okolišni i sociokulturni da.* (E2)

Dakle, na temelju do sada izrečenog, ruralni turizam u Hrvatskoj počiva na socio-kulturnoj, točnije demografskoj dimenziji održivosti za koju se opredjeljuju svi eksperti, dok su ostale dimenzije, biološko-ekološka, ekonomska i politička, zastupljene u manjoj mjeri. Iz toga proizlazi činjenica kako održivost ruralnog turizma nije shvaćena kao integralna održivost svih dimenzija, već kao sustav socijalnih odnosa, običaja i vrijednosti prisutnih u ruralnom turizmu u Hrvatskoj, a koji se kontinuirano i sustavno samoobnavlja. Osnovna pretpostavka razvoja ruralnog turizma je strateško i razvojno razumijevanje ruralnog turizma. Nadalje, bitno je razlikovati održivost kao oblik turizma od održivosti kao procesa održivosti razvoja o čemu je riječ u narednom poglavlju.

7.7. Oslonci održivog razvoja ruralnog turizma u Koprivničko–križevačkoj županiji

Općenito, *održivi razvoj turizma* Krippendorf (1986.) definira *kao porast kvalitete života, tj. gospodarskog blagostanja i subjektivnog dobrog osjećaja, koja se postiže smanjenim*

[236] Trenutno postoji samo jedan priručnik za bavljenje seoskim turizmom autora Baćac, R.

ulaganjem neobnovljivih resursa i smanjenim opterećivanjem okoliša i ljudi, a s ciljem da se ne ograničavaju opcije budućih generacija (Müller, 2004.). Osim toga, održivi razvoj turizma *unaprjeđuje kvalitetu života domaćinskih zajednica, pruža visoku kvalitetu iskustva za posjetitelje i održava kvalitetu okoliša o kojoj ovise i domaćinske zajednice i posjetitelji* (Müller prema WTO[237], 1993.). Prema tome, možemo primjetiti kako su održivi razvoj turizma i održivi oblici turizma krhki elementi bilo procesa, bilo oblika jer se njihov rast i utemeljenje promatra u sinergijskom učinku.

O održivom razvoju turizma trebalo bi govoriti samo ako su razvojni procesi dugoročno usmjereni na povećanu ekološku odgovornost, socijalnu toleranciju i gospodarsku izdašnost. U središtu održivog turističkog razvoja, prema Mülleru (2004.) nalazi se „čarobna peterokutna piramida“, a kutne točke ciljnog sustava su sljedeće:[238]

- *materijalno blagostanje*: dohodak, stvaranje vrijednosti, smanjenje dispariteta, itd.,
- *subjektivno dobar osjećaj*: samosvojnost, sloboda, samoostvarenje, kulturni identitet, adaptibilnost itd.,
- *zadovoljstvo gostiju*: optimalno zadovoljenje različitih potreba gostiju, segmentiranje gostiju, itd.,
- *zaštita prirode i resursa*: biološka različitost, zaštita resursa, raznovrsnost krajolika, itd.,
- *kulturna raznolikost*: kulturno stvaranje, njegovanje domaće kulture, zaštita kulturnih dobara, itd.

U izjavama ispitanika koje slijede, može se vidjeti kako je pojam održivost u turizmu uglavnom shvaćen u okolišno-ekološkoj dimenziji:

Za mene pojam održivosti znači očuvanje onog što je temeljna vrijednost nekog područja, njegova izvornost u svim segmentima. Primjerice, ako se radi o području Drave, zadržati i održati vegetaciju koja se tamo nalazi. Ne uništiti šumska područja, ne prenamjenjivati ta područja. Zadržati kulturnu tradiciju sela, splavarenje, ispiranje zlata, karakteristične proizvode, zadržati autohtonost, običaje i proizvode. Pojam održivosti može se primijeniti na ruralni turizam, upravo njegovanjem nečeg po čemu je to područje poznato. (Ž3)

Pojam održivosti znači razvijati turizam, ali ne ugrožavati okolinu oko sebe i ne ići natrag. Ono što imamo trebamo oplemeniti, a da s druge strane to očuvamo i za buduće naraštaje. Naša županija ima stvarno krasne potencijale u tom smislu održivosti. Mogu spomenuti Kalnik gdje je moguće razvijati sport, kapacitete za sportske pripreme, za

[237] Svjetska turistička organizacija (prev.)
[238] Ovih pet vršnih točaka održivog turističkog razvoja ima dugoročno usmjerenje na buduće generacije i njihovo pravo na oblikovanje poželjnog smjera razvoja.

zdravstveni turizam, šume, ekstremne sportove, biciklizam, slobodno penjanje, paragliding. Sve su to sportovi koji ne ugrožavaju prirodu. (L1)

Nadalje, neki ispitanici apostrofiraju mogućnost opstanka ruralnog turizma organizacijom manifestacija (socio-kulturnu dimenziju održivosti), no to nažalost nije dovoljno:

Ne. Da vam budem iskrena, ja ne znam mogu li uopće govorit o turizmu kao turizmu unutar naše županije. Mi imamo neka događanja, manifestacije, neke male djeliće turizma, ali turizam kao nekakva koherentna cjelina ne postoji. Tako da u ovom obliku, nije održiv, jer nema šta biti održivo, tako da mislim da ne i da ako želimo biti turistička destinacija, da to baš nama ne bi trebao biti temelj. (Ž2)

Manifestacije doprinose promociji ruralnog turizma, ali ne i njegovoj održivosti jer manifestacija se na nekom području odradi u jedan ili u tri dana. Turist koji tu dođe, može se i vratiti, ali mi nemamo sadržaja koji bi još bili popratni da bi se taj ruralni turizam zaista i razvijao. Ovakav kakav je sad, ne (ruralni turizam nije održiv). Znači, na tom ruralnom turizmu se treba još puno raditi. To bi za sada bila nekakva popratna djelatnost za još nešto čime se ljudi bave, možda.... (L2)

Ruralni turizam je održiv za one koji će hrabro uložiti u njega, ali i koji će imati znanja, koji će imati kompetencije za cijelu priču, a trenutno takve ne vidim. Uspjeh održivosti u turizmu prvenstveno ovisi o ulaganju u kvalitetu, i o ničem drugom. (T3)

Momentalno nije održiv, ali bi mogao biti održiv u tom elementu zaštite okoliša i ekonomskom, gdje bi ljudi dobili mogućnost prodaje svojih proizvoda na kućnom pragu. Isto tako, promocija lokalnih običaja, tradicija, manifestacija koje se dešavaju; tako da je puno elemenata koje to čine održivim. (T2)

Ruralni turizam je održiv upravo u pojednostavljenju propisa, dostupnosti ljudima da svoje proizvode i višak svojih proizvoda mogu plasirati kroz bilo kakvi oblik turističke ponude uz znatno manje probleme i propise. To je jedna dopunska djelatnost, to bi trebao biti izbor za onoga tko će se proširiti jer on neće zadržati taj oblik i ići u nekakvu drugu shemu, ali masa njih može popraviti kućni budžet, zaraditi i imati neku ponudu. To bi bilo nekakvo rješenje, ovo je ništa, promašena politika .(T4)

Ne. Kad bi se osigurali preduvjeti za nastavak poljoprivredne proizvodnje, definitivno bi postojali i preduvjeti za razvoj ruralnog turizma i u tom slučaju bi seljačka gospodarstva[239] *mogla biti održiva, po mom mišljenju.* (N1)

[239] Seljačka gospodarstva se vrlo često smatraju glavnim obrascem ruralnog turizma u izjavama ispitanika.

Nadalje, slijede izjave ispitanika u kojima se zrcali istovremeni dualitet održivosti/neodrživost u ruralnom turizmu, odnosno održivost u ruralnom turizmu postignut je kao zasebna održivost u socio-kulturnoj dimenziji, biološko-ekološkoj, ekonomskoj i političkoj dimenziji ili kao kombinacija dvije do triju dimenzija:

Turizam nikad kod nas ne može biti primarna djelatnost. Ona je kod nas na kontinentu nekakva dopuna budžetu i nekakva dopunska djelatnost. Ukoliko je ekonomska situacija takva kakva je, ekonomski segment održivosti nije zadovoljavajući. Isto tako možemo izdvojiti demografski segment; tu prvenstveno mislim na odljev stanovništva, mislim na odljev visoko obrazovanog kadra koji bi trebao biti nosilac, kako općenito razvoja našeg kraja, tako i turističkog razvoja našeg kraja i taj demografski segment nije zadovoljavajući. Ako gledamo s prirodnog segmenta, svakako (je održiv), jer imamo očuvanu prirodnu baštinu i to je jedan segment; imamo jednu izuzetnu kulturnu baštinu koja se njeguje i koja se isto tako može turistički valoizirati, a to se i čini. Dakle, neki segmenti doprinose održivosti, a neki nažalost ne. U ovom kulturnom i prirodnom aspektu svakako je (održiv). U političkom aspektu, institucije doprinose razvoju ruralnog turizma. (T1)

Da, mislim kad svih ovih napora svih tih poduzetnika i uprave ne bi bilo, da se ne bi smatralo kako ruralni turizam nije održiv... tako da smatram da je (održiv, op.a.). E sad, što se tiče okolišnog segmenta, s jedne strane nam ide na ruku što je veći dio županije obuhvaćen ekološkom mrežom Natura 2000 i to je određeni potencijal koji nam može u tom segmentu pomoći. S druge strane, mi imamo izuzetne negativne demografske pokazatelje posebice u tim ruralnim područjima.[240] *Što se tiče ekonomskog, to je onaj glavni razlog zbog kojeg se sve to radi i mislim da će to ekonomski opstati i sva ta seoska domaćinstva koja se bave turizmom i sva ta ulaganja u noćenja i planinarske domove, to se ne bi radilo da ne postoji ta komponenta. Sociokulturni, velim, to nam je ovaj demografski moment koji nam ne ide na ruku i mislim da je to najslabija karika. Što se tiče političkog, podrška u razvoju seoskog turizma postoji već godinama, mislim da će se u tom smjeru nastaviti posebice Programom ruralnog razvoja koji ima dvije mjere upravo za ovu namjenu koji će trajati sljedećih sedam godina. Mislim da je u tom kontekstu taj segment postojan.* (Ž1)

Sigurno da je (održiv), još nisam čuo da je netko propao od OPG-ova koji su prvi krenuli, oni jednostavno preživljavaju dok turizam ne počne zapošljavati ljude u našoj županiji. Mislim da to treba sve zajedno povezati (sve aspekte održivosti). Budući da su općina i županija okrenute prema čistom okolišu, onda se svi moramo povezati kako bismo zaštitili naše prirodne

[240] Mi smo između dva zadnja popisa stanovništva (Popisi stanovništva 2001. i 2011. godine) izgubili grad veličine Đurđevca u našoj županiji (preuzeto iz transkripta).

ljepote i vrste. One moraju biti i podrška seoskim domaćinstvima koja se žele orijentirati prema turizmu, ekološkoj poljoprivredi i drugim vrstama održivog razvoja. Ne smijemo zapostaviti i naše ekonomske brendove koji na neki način razvijaju turizam. Podravka privlači turiste, dosta ih dolazi gledati pogone u kojima se proizvodi. Kada se to poveže zajedno, može biti jedan klaster koji u budućnosti može donijeti neke turističke vrednote. (N4)

Je, (ruralni turizam je održiv) samo ga treba osmisliti od početka do kraja, napraviti jedan krug. U Molvama postoji vjerski turizam. Možemo povezati vinske ceste, utvrde, kada bi se složilo sve u jedan aranžman, imalo bi smisla. Bitna je gastronomska ponuda. (N5)

I na kraju, slijede izjave ispitanika u kojima je zastupljena samo jedna dimenzija održivosti ruralnog turizma – ekološka, odnosno – socio-kulturna. [241]

Pa, gledajte u ekološkom (aspektu) sigurno, jer i Mali Kalnik i ono područje oko njega su u Naturi 2000, to je zaštićeno, to je jednostavno prirodni botanički vrt za ne znam koliko vrsta ptica; ima gore i endemskih vrsta biljka i država bi to trebala malo više sufinancirati jer, gledajte, vi trebate održati takvo kakvo je, ne smijete ništa komercijalizirati i zato bi državni nivo trebao malo pomoći – zato jer tamo možete svašta vidjeti. Mislim da može biti održiv u našoj općini, ali i u županiji. Županija je isto bogata sa svime: od Šoderice, Drave, planine Kalnik, do gradova Križevaca, Koprivnice i Đurđevca koji ima Picoke. Koprivnica ima Podravske motive, znači, dapače da je održiv. Cijela županija sigurno. (N2)

Pa, zapravo ako ima ljudi na tom prostoru, onda je održivo, jer bez ljudi nema turizma. (N3)

Održivost ruralnog turizma prema mišljenju donositelja odluka u županiji je upitna. Od 14 ispitanika njih 6 smatra kako je ruralni turizam generalno neodrživ u svim dimenzijama održivosti zbog brojnih problema. Ističe se ekonomska (financijska) neodrživost koja se javlja kao prva asocijacija na elementarnu održivost, opstanak, preživljavanje[242], a zatim i neodrživost u preostalim dimenzijama. Ruralni turizam je po njihovom mišljenju krhka gospodarska aktivnost s ekonomsko-financijskim inputom koji donosi dobit tek u dužem vremenskom periodu i to jedino kao nadopuna poljoprivrednoj proizvodnji, a ne kao samostalna djelatnost.

Preostalih 9 ispitanika smatra kako je ruralni turizam održiv tek u jednoj od mogućih dimenzija održivosti ili kombinaciji dimenzija održivosti pri čemu vodeću ulogu ima biološko-ekološka dimenzija (6), a slijede ekonomska dimenzija (5), politička dimenzija (4) i sociokulturna dimenzija (3).

[241] Socio-kulturna dimenzija održivosti često se izjednačuje s demografskom strukturom stanovništva u županiji.
[242] Većina ispitanika pojam održivosti shvaća isključivo kao ekonomsku dimenziju.

Biološko-ekološka dimenzija shvaćena je kao dimenzija očuvanja okoliša, ekosustava i njihovih dijelova, ekonomska dimenzija podrazumijeva financijsku korist od ruralnog turizma u svom najelementarnijem obliku, politička dimenzija je konkretna podrška jedinica lokalne samouprave razvoju ruralnog turizma, a socio-kulturna dimenzija je shvaćena prvenstveno kao demografska pretpostavka bavljenja turizmom uopće. Ove dimenzije funkcioniraju na razini pretpostavke, odnosno poželjnog smjera razvoja. Integralno shvaćena održivost nije postignuta, no usprkos tome važno je artikulirati najvažnije oslonce za proces razvoja i održivog razvoja ruralnog turizma, te održivost kao postignuto stanje ruralnog turizma. Glavni oslonci ili stupovi održivog razvoja ruralnog turizma shvaćaju se vrlo različito i mogu se podijeliti u sljedeće grupe:

1. razvoj kao orijentacija i strategija,

Ako glavni oslonac održivog razvoja ruralnog turizma stavimo u kontekst cijele zemlje, to je policentrični razvoj Hrvatske..., a to znači da osim što vi morate osigurati radna mjesta, vi morate osigurati kvalitetnu zaradu, vi morate u tom slučaju, da tako kažem, osigurati dostojanstvo (seljaku, op.a.), iako je mali broj ljudi koji će se time baviti, jer čim ste dobili turizam, vi ste te ljude stavili u kontakt sa širom zajednicom, pa i sa ljudima iz svijeta. Ako se turizam razvija, vi se morate brinuti o infrastrukturi za te turističke potrebe. Vi zapravo donosite i lokalnom stanovništvu benefite za kvalitetu života. Mislim da je to taj socio-ekonomski aspekt. Ako politiku, riječ, smatramo u izvornom smislu kao služenje narodu, onda je to jedan od dobrih sustava i dobrih izvora glasača koji će štititi jednu ispravnu održivu politiku. O gospodarskom bih ja rekao sljedeće: svaka zemlja radi tako da ima odabir resursa koji su najprofitabilniji, najkvalitetniji, najvredniji i najodrživiji. Svaka zemlja u svijetu stavlja na prvo mjesto poljoprivredu, razvoj raspoloživih poljoprivrednih zemljišta, njegovu kvalitetu i karakteristike te rudno bogatstvo kao drugi fiksni resurs, i to su dvije stvari. Ovdje još možemo spomenuti, uz poljoprivredu, šume i šumsko zemljište, da se time može gospodariti kao neotuđivim dijelom nacionalnog bogatstva o kojem ovisi održivi razvoj koji ne može biti predmet prodaje; tu su i vode i to je taj nekakav pristup, te sva ostala nadgradnja, ne znam od industrije, sekundarnih i tercijalnih djelatnosti koje se tu pojavljuju i uzimaju od ovih koje se naslanjaju na ovaj temelj i koji ga ne uništavaju. I sad ćemo doći do vrlo jednostavnog zaključka, ukoliko se poštuju prve tri premise, gotovo dolazimo do okolišne održivosti. (E3)

Prije svega, ruralnom turizmu i uređenju ruralnog prostora trebalo bi posvetiti iznimnu pozornost i ne o njihovoj budućnosti donositi stihijske odluke kojima nije prethodno elaborirana situacija u kojoj je to najbolji način korištenja. To je neka osnovica održivosti, sve ostale stvari se mogu nadograđivati i mijenjati. (E1)

...definitivno novi pravac razvoja turizma u županiji gdje je taj ruralni turizam, uz kulturni turizam, uz manifestaciju i tradiciju ovoga kraja bitan. (T2)

Taj nekakvi cjelokupni razvoj u tom segmentu, ti nekakvi cjelokupni dokumenti koji su dobro koncipirani, dakle oni predviđaju ne samo smještajne kapacitete, oni predviđaju i brendiranje lokalnih proizvoda, oni predviđaju primjerice vinske ceste, dakle, predviđaju jednu ukupnu turističku ponudu što nam je sve potrebno, a ne samo da nam turist dođe; to treba biti osmišljeno i povezano. (L1)

2. konkretni akteri (posjetitelji, županija, PORA, JLS, seoska gospodarstva, turističke zajednice, obrazovani ljudi),

Oslonci održivog razvoja turizma su oni koji su već prepoznali turizam u našoj županiji. U stvari, oslonac održivog turizma su kupci odnosno posjetitelji, trenutni, a i oni koje ćemo privući; to je po meni oslonac razvoja, jer sve drugo može postojati, ali bez te komponente nema smisla, zbog toga se sve radi. (Ž1)

Prvenstveno je to županija koja bi trebala biti, hajmo tako reći, kralježnica cijele te priče. Onda bi tu došla županijska razvojna agencija PORA kao potpora županiji, kao možda više tehnička pomoć, a sva ova vladajuća struktura, da se tako izrazim, i gradovi i općine, svi bi oni morali imati viziju kuda hoće ići da bi mogli biti potporni stup u cijeloj priči. Znači, da ljudi koji žele nešto razviti znaju kome se trebaju obratiti. (Ž2)

*Glavni stupovi (održivosti) su seoska gospodarstva koja mogu prihvatiti posjetitelje i ponuditi sve što je karakteristično za ruralni turizam, gastro ponuda, priroda, sadržaji, povezivanje gospodarstava s kulturnim sadržajima, institucijama. Dobra prezentacija ponude ruralnog turizma i područja. Zatim, davanje potpora gospodarstvima koja mogu nuditi prostor i proizvodnju te pojednostaviti dobivanje dozvola koje su im potrebne. (*Ž3)

Održivost se ovdje u stvari shvaća kao nekakva ekonomska kategorija, prvenstveno. Da, jer hoćemo održati ruralni prostor, jer hoćemo održati ruralno stanovništvo na tom prostoru, a na koji način to možemo, osim da oni sami proizvode za svoju nekakvu dostatnost i na kraju krajeva za život. (Ž4)

Da nema TZ-a (općina), ja mislim da ne bi bilo ništa od toga. TZ i ljudi koji ih vode su glavni pokretači turizma tu, a subjekti bi morali biti povezani s njima. Oni najbolje znaju što imaju na svojem području i čime raspolažu jer oni su most između ponuđača i korisnika. Bilo kud da dođete, prvo idete u TZ pitati imate li to, to i to ili te turističke agencije koje spajaju sve to. (N2)

Ljudi koji su visoko obrazovani. Dalje, ovo su sve nekakvi suporti : od TZ-a, grada, LAG-a, PORA-e, županije. Dakle, treba vidjeti, privatnik je nekakva individualna osoba koja

sama krene, jer nitko neće krenuti umjesto nekoga s pravom turističkom pričom, međutim, ukoliko netko ima razrađenu ideju i ako se onda obrati na bilo koja vrata i tu (u TZ-u) će mu onda biti potpora i u tome stupu, a onda sve ostale institucije. (T1)

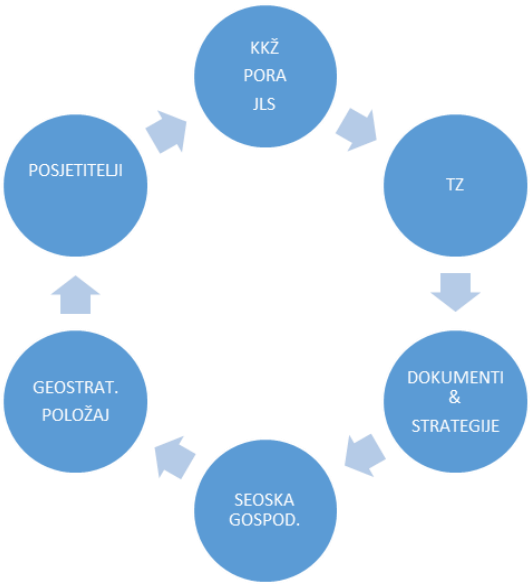
Stupovi su, svakako, TZ-i, ali mislim da bi glavni obol tome svemu trebala dati županija, da bi sve trebalo od tamo krenuti. Mislim, županija općenito, ali i županijska turistička zajednica jer drugačije ljudi razmišljaju kad nešto kaže župan ili nešto kaže predsjednik TZ-a, jer mislim da je u našim ljudima još dosta usađena ta hijerarhija. (L2)

3. <u>prirodne ljepote i geostrateški položaj.</u>

Za mene je glavni stup razvoja ruralnog turizma svakako geostrateški položaj koji je neminovan. On je znači planina kao osnovni magnet privlačenja ljudi i ako sad govorimo o tom djelu, to je zapravo osnovni stup, ta planina i položaj u kojem se sad nalazimo. (N3)

*Temeljni stupovi su prirodne ljepote koje imamo i koje više ili manje uspijevamo predstaviti ljudima. U našoj županiji smo se predodredili za brdsko područje oko Križevaca i na naš nizinski dio. Također, vinska ponuda bi trebala biti brendirana, a nismo to napravili. (*N3)

Dakle, oslonci održivog razvoja turizma su vrlo raznoliki i međusobno se nadopunjuju. Primarni oslonac je politička dimenzija održivosti definirana apstraktnim pojmom razvoja i provediva putem konkretnih aktera u ruralnom turizmu, a zatim ekološka dimenzija održivosti koja je konkretizirana u geostrateškom položaju i postojanju prirodnih ljepota. Kroz obje dimenzije provlači se ekonomska dimenzija održivosti,a socio-kulturna dimenzija se uzgredno veže uz manifestacijski izričaj i antropogeografske lokalitete (Kalnik, Podravina, Bilogora). Identifikacija raznolikih oslonaca održivog razvoja ruralnog turizma izravna je posljedica nekoordiniranosti i netransparentnosti upravljanja turističkim razvojem te nepostojanje zajedničke vizije procesa razvoja i aktera razvoja.



Shema 3. Oslonci održivog razvoja turizma u KKŽ

Izvor: vlastito istraživanje

7.8. Uloga inovacija u osiguravanju održivog ruralnog turizma

S obzirom na to da je prema mišljenju ispitanika održivost ruralnog turizma parcijalna, odnosno postignuta u jednoj ili kombinaciji više dimenzija, opravdano postavljamo pitanje na koji način se integralna održivost ipak može postići? Što je potrebno inovirati, odnosno promijeniti u aktivnostima ili radu odjela, ureda ili organizacije kako bi ruralni turizam bio održiv, kako bi opstao, unaprijedio se i razvijao? Općenito, pod inovacijom obično podrazumijevamo rezultat primjene nove i poboljšane ideje, postupka, proizvoda, usluge i procesa, pri čemu se stvara vrijednost, donose nove koristi i/ili se primjenom podiže kvaliteta. (Leksikon održivog razvoja, 2012.).

Na pitanje što je potrebno inovirati, odnosno promijeniti u aktivnostima ili radu odjela, ureda ili organizacije kako bi se podigla prethodno detektirana integralna (ne)održivost ruralnog turizma u županiji, dobiveni su različiti odgovori različitog opega koji su grupirani u kategorije sa zajedničkim predznakom i citirani u cijelosti.

1. <u>mijenjanje svijesti o sebi i radna kompetencija,</u>

Mislim kako je to jedan sveobuhvatni pristup koji izlazi iz domene Ministarstva poljoprivrede, dakle, mijenjanje svijesti hrvatskih ljudi i stanovnika na ruralnom području. (E2)

Ruralni turizam zapravo neće doći sam po sebi. Inovacija je da se u ministarstvima zaposle sposobni, a ne podobni. (N3)

2. komunikacija, povezivanje, umrežavanje, informiranje i upotreba modernih tehnologija,

Mislim kako vam možda komunikacija ne štima, to je nekakvo moje mišljenje. (E1)

Naše dosadašnje aktivnosti idu upravo u tom smjeru umrežavanja. U našim strategijama potičemo upravo to gupiranje, zajedništvo, tu suradnju da se zajedno ide na tržište. Dakle, povezivanje ponude. Dakako, tu su i gradovi (ne samo PORA) uključeni u to. Velika suradnja je u prekograničnoj suradnji grada Koprivnice i grada Križevaca i veliki su rezultati u tom smislu... To je, u stvari, nekakva sljedeća stepenica prema turističkim agencijama... (Ž1)

Prije svega, osim one diverzifikacije (u poljoprivredi) značajnu ulogu može imati povezivanje. Međusobno povezivanje gospodarstava koja pružaju takve usluge može dovesti do cjelokupne ponude. Povezivanje bi značilo da članovi jednog poljoprivrednog gospodarstva koje se bavi ruralnim turizmom preporuči svoje kolege u nekim drugim krajevima svojim gostima i na taj način gosti dobivaju zanimljiviju ponudu, a s druge strane OPG-ovi dobivaju šansu da razvijaju svoj biznis. (N1)

Prije svega, ljudima treba dati informacije, znači ljudima treba staviti bubu u uho, to je dobro, to je dobro... Ako deset puta nekome ponovite, možda uđe u taj projekt. Svi govore, ah, bude to netko drugi ili to ne može biti, no da bi nešto uspjeli, morate nešto i riskirati, znači bez rizika nema profita. (N2)

Morali bismo se okrenuti prema nekim modernim tehnologijama. Pisali smo već neke projekte da naša općina bude povezana s besplatnom Wi-Fi mrežom... Ljudi znaju dosta o nama preko interneta, ali to nije dovoljno za masovni turizam. Ako bismo bolje uspjeli povezati svoju ponudu, uz pomoć županije mogli bismo se bolje predstaviti turistima. (N4)

3. uporaba marketinških alata i drugačiji način samopromocije, te financijska strategija u privlačenju sredstava iz EU fondova i ostalih natječaja kako bi se takva vrsta inovacije mogla realizirati.

Prvo, da bi vratili nekakav stari sjaj naive moramo na drugi način pričati sami o sebi. Ne postoji kordinacija, ne postoje smještajni kapaciteti. Povezali smo se u Turističku zajednicu Središnje Podravine s Golom, Novigradom Podravskim, Molvama, Virjem, Legradom, ušli smo zajedno kako bismo ponudili lepezu sadržaja... (N5)

Ono što turistička zajednica može učiniti je pomoći u promociji tih objekata da bi širi spektar ljudi, ne samo u Hrvatskoj nego i vani, prepoznao da takvo nešto postoji, prepoznao vrijednost toga i zapravo odlučio doći ovdje. Financijski, zatim edukacija, (...) svi mogući tipovi edukacije. (T2)

Evo, ono što nedostaje ovom prostoru su dakako financijska sredstva odnosno, novac. Volje ima, a ono što mi možemo trenutno napraviti je promovirati: promovirati ruralni turizam, upućivati ljude na natječaje na koje mogu izaći, odnosno, kako mogu dobiti sredstva za nepoljoprivredne djelatnosti na svojim poljoprivrednim gospodarstvima. I to ćemo svakako uvrstiti u našu buduću strategiju, ali i onaj dio novaca koji se planira dobiti: svaki LAG iz samog LIDER-a. Eto, naš je plan promovirati da se ljudi počnu baviti tim vidom turizma. (L2)

Trebala bi se više koristiti ta EU sredstva da se upucaju financijska sredstva u ruralni prostor, posebice u razvoj turizma, to je broj jedan. Broj dva je konstantno inovirati, poticati i educirati lokalno stanovništvo o tome da je turizam jedna relevantna gospodarska grana od koje bi mogli imati dodatne prihode. Dok se ta faza napravi, koristiti stalno nove marketinške alate kako bi se prezentirala turistička ponuda kraja, a to su nekakve tri stvari koje bi se sustavno trebale raditi i mi kao turistička zajednica trebamo sustavno raditi na njima i implementirati ih. (T1)

Postoje programi ruralnog razvoja i u njima svima su definirane smjernice kamo bi taj ruralni turizam trebao ići i mislim da bi ti poljoprivrednici putem nekakvih dodatnih edukacija i pomoći od apliciranja sredstva iz Unije te uz vlastita sredstva mogli početi ostvarivati nekakve projektiće i mogli bi doći i do nekakvih novaca uz pomoć turizma. (L1)

Kao što je u prethodnim izjavama ispitanika već istaknuto, inovacija uključuje brojne promjene u radu kod donositelja odluka, ali i promjene u poslovanju konkretnih ruralno-turističkih objekata. Inovacija se na primjeru poslovanja ruralno-turističkih objekata može razumijeti kao svako obnavljanje oblikovano i ostvareno tako da ojača poziciju poduzeća u odnosu prema konkurenciji.

Kako bi poslovanje objekata u ruralnom turizmu bilo održivo, nužno je, prema izjavama ispitanika, diverzificirati poljoprivrednu proizvodnju, investirati u smještajne kapacitete, privući lokalno stanovništvo u svoj kraj, objediniti ruralno-turističku ponudu u turističke aranžmane, razvijati prekogranični turizam (s Republikom Mađarskom), koristiti povijesne ličnosti u promociji i, općenito ojačati svoje poslovanje unaprjeđivanjem obrazovanja među vlasnicima objekata:

S obzirom na jaku poljoprivrednu proizvodnju koju imate, ja vjerujem kako bi se trebalo registrirati što više tih gospodarstava i da bi na neki način konkretno trebalo provesti edukaciju. (E1)

Mislim da su pojedinim seoskim domaćinstvima potrebne pojedine investicije, možda su smještajni kapaciteti nedostatni, posebice na određenim lokacijama. Dakle, s jedne strane investicije u ta domaćinstva. Drugi dio priče o investicijama u domaćinstva je privlačenje

lokalnog stanovništva. Lokalno stanovništvo svoje svadbe održava u većim sredinama, razlog tome je taj što nemaju prostor, nemaju dvorane za svadbe, nemaju prostorije. Možda bi se ta seoska domaćinstva povećala da imaju takav jedan prostor gdje su im zagarantirani posjetitelji kroz vikend. S treće strane, ponudu je potrebno zaokružiti na temelju aražmana. Dakle, ako posjetitelj želi imati trodnevnu jahaću turu onda on mora znati, on mora vidjeti, gdje će to ići i to mora biti atraktivno. Mi stvarno to možemo ponudit uz Dravu. Tu se može uključiti ta prekogranična komponenta. Mislim da je taj dio oko aražmana i ponude turističke agencije za ovaj segment ključan. Isto tako i povezivanje s uspješnim projektima okolnih zemalja. (Ž1)

Za ove postojeće neka dobra reklama. Treba napraviti nekakvu poveznicu između više objekata koji imaju istu tematiku tipa vinarije, hrana, pa starine. Možda kao neki klaster ili tematski ih možda povezati, napraviti tematski koncept gdje bi se njih reklamiralo kao cjelinu, a ne kao zasebne objekte. Naravno, za ovima koji se tek razvijaju potrebna je financijska pomoć, ali za ove postojeće mislim da treba baš to, marketinški plan razvoja tj. reklame područja. Znači brendirati područje na neki način. (Ž2)

Prije svega znači da se to uredi (dvorac Sidonije Rubido Erdödy) E sad, sama inovacija je ako se vežemo na povijest i njezine ličnosti, ja mislim da bi onda priču oko nje trebali napraviti. Znači, možete taj dio priče napraviti, a sa strane napraviti negdje neki moderni turizam, zatvorene bazene ili nekakve golf terene, ali znači to mora biti nekakva priča. (N2)

Mislim da bi oni u početku, dok ne stanu na svoje noge, morali dobivati financijske poticaje od županije i države. Morali bi svake godine imati neku novu inovaciju na svome gospodarstvu. Ne smijemo biti monolitni, već se trebamo stalno razvijati u tom pravcu. (N4)

Općenito u turizmu kao djelatnosti, općenito u ovom dobu u kojem živimo: cjeloživotno obrazovanje. Dakle, oni bi konstantno trebali bit na edukacijama kako bi, hajmo tako reći, osluškivali razne inovacije koje su na tom tržištu, kako bi se promovirali na što bolji mogući način i kako bi ostali prepoznatljivi i kako bi tu svoju prepoznatljivost, originalnost, autentičnost najbolje komercijalizirali, ružno zvuči, ali to je tako. Nadalje, udruživanje: to je kod nas problem jer ne može svatko proizvoditi na ruralnom prostoru sve, i da se digne razina svijesti da svi zajedno mogu napraviti više. I suvremeni marketinški alati, to je zadnja faza. (T1)

Prvo im je potrebno cjeloživotno učenje, potrebno je osvješćivanje u smjeru ekologije, mijenjanje načina razmišljanja i možda, umrežavanje. Umrežavanje koje bi ih sve prikupilo na jednom mjestu i gdje bi oni mogli dobiti informaciju na jednom mjestu, mislim da LAG tu može puno napraviti. (L2)

Prema svemu sudeći, da bi ruralni turizam na seljačkim gospodarstvima i ostalim objektima u ruralnom turizmu bio održiv, potrebno je stalno težiti inovacijama. Jedan od načina inovacije je učenje kao postupak usvajanja znanja.

U modernom društvu danas treba prepoznati kako nema dosezanja održivosti i održivoga razvoja bez učenja, odnosno stjecanja određenog znanja kako bi se implementirala održivost kao cilj i razvojni kriterij. Učenje shvaćamo kao učenje u sustavu institucionalnog obrazovanja, ali prije svega kao „doživotno" učenje – i institucionalno i izvaninstitucionalno, pa i dalje i dublje od izvaninstitucionalnog – učenje kroz igru, učenje kroz činjenje i participaciju, kroz življenje, učenje o integralnoj održivosti i održivom razvoju svakoga pojedinca.

Postavlja se pitanje koje vrste znanja za održivi razvoj ruralnog turizma trenutno postoje među vlasnicima objekata u ruralnom turizmu, a koja bi im znanja za održivi razvoj bila potrebna. Dobiveni su sljedeći zanimljivi odgovori i to s razine donositelja odluka, kao i a mikronivoa, odnosno od vlasnika objekata:

Trebalo je proći vremena (od 1968. do danas) za opću educiranost ljudi. Da to objasnimo: u vrtiću i u osnovnoj školi u Austriji djeca počinju učiti o osnovnim atrakcijama svoga zavičaja. Ja to spominjem jer je to dio naobrazbe koji našim kandidatima nedostaje i oni moraju biti svjesni, pogotovo ako su mlađi ljudi, da se to brzo uči i onda ako se to malo potpomogne kojim putem u inozemstvo i ako u tome pomogne TZ, turistički sustavi i Ministarstva turizma na bilo koji način, tu se može puno pomaka napraviti. (E3)

Pa, mislim da su im potrebna znanja u svakom slučaju. Sad, teško je reći... Informatička pismenost je nužna jer netko tko se bavi ruralnom djelatnošću ipak bi trebao znati nekakve osnovu, primiti i poslati mail. Tu su i razni tečajevi iz higijenskog minimuma. Naravno, ali uvijek su edukacija, cjeloživotno učenje i obrazovanje bitni. Nešto što se jednom nauči, treba stalno obnavljati. (E2)

Uvijek je dobro investirati u znanja. Uvijek je dobro imati tradicijsku komponentu, ali isto tako inovirati. Dobar put je vidjet i kako to uspješni rade. Možda bi bilo dobro organizirati putem LAG-ova obilaske dobrih primjera u zemljama koje imaju uspjeh na tom području: alpske zemlje (Austrija, Švicarska, Slovenija i slično), ali i druge, i vidjeti može li se nešto od toga primijeniti i tako poboljšati trenutni način poslovanja i življenja s jedne strane, a s druge strane isto tako, ta ljudska komponenta je definitivno najvažnija, znanja o gastronomiji, znanja iz područja poljoprivrede, znanja o načinima investiranja i putevima za što jeftinije investiranje. Mislim da su to znanja na kojima bi trebalo i dalje raditi. Obrazovni sustav dobrim

dijelom to prati, to je na našem području Visoko gospodarsko učilište i Srednja poljoprivredna škola, to je isto jedan dobar način da održimo znanje na selu, potrebno znanje na selu. (Ž1)

Ono što bi im sigurno trebalo je upoznatost sa zakonskom regulativom koja se njih tiče jer bez toga ništa, ali jako dobro bi bilo da se informiraju, a to mogu i sami, da se informiraju o mogućnostima financiranja znači, od nacionalne razine, raznoraznih fondova. Znači, uvijek postoji način kako mogu financirati neke svoje želje i potrebe bez da idu nešto tražiti na Županiju ili da zbrajaju kraj s krajem. Mislim da za sad većini njih to fali jer ne znaju od kud i na koji način povući novac. (Ž2)

Trebalo bi poraditi na edukaciji tih ljudi, ako žive blizu prirodno vrijednog područja trebalo bi ih educirati kako i na koji način mogu uvrstiti isti u svoju ponudu za posjetitelje, kako iskoristiti određene potpore bilo u poljoprivredi ili kroz očuvanje autohtonih sorata. Zatim, kakve potpore mogu dobiti ako se bave ekološkom poljoprivredom. Ljude koji se bave ruralnim turizmom trebalo bi informirati o novim zakonskim propisima, kod ponude objekata, proizvoda, tako da ih se zbog nedovoljne informiranosti ne sankcionira. Možda bi lokalna zajednica trebala poraditi na edukaciji ljudi koji bi se htjeli baviti takvom djelatnošću. Možda bi i na nivou države trebalo na tome poraditi. (Ž3)

Mislim kako bi oni trebali pratiti informacije i edukacije koje pružaju lokalne zajednice, Pučka otvorena učilišta ili druge ustanova koje se bave obrazovanjem odraslih, znači, da se educiraju o novim trendovima koji su prisutni ne samo u turizmu i poljoprivredi nego i u drugim granama, alternativna energija, ideje o proizvodnji drugih proizvoda koje oni rade, ali ne znaju na koji način da marketinški to prezentiraju i normalno, na kraju svega, da jedan marketing stvori jednu dobru priču. (Ž4)

Osim udruživanja, znanje je jedan od osnovnih faktora o kojem ovisi uspješnost razvoja ruralnog turizma. Znači, da bi vi danas znali ponuditi nekakav turistički proizvod koji jest konkurentan, vi ga morate malo osjetiti na tržištu. Morate provjeriti što se sve nudi na tržištu, morate biti konzument takvih usluga da bi znali takvu uslugu ponuditi. Turistička usluga je danas jako kompleksna, standardi su vrlo visoki i treba vidjeti što radi konkurencija da bi se mogli pozicionirati na tržištu. Tu smo jako kratki i tu ima jako puno prostora da se ta znanja prošire. To je nešto u što ćemo definitivno trebati ulagati da bi se ta znanja proširila i da bi ta znanja mogli provesti u djelo ruralnog turizma. (N1)

Ove mlađe generacije koje studiraju turizam, ili nešto slično, ponešto znaju, ali recimo, stariji ne znaju ni o turizmu ni o poljoprivredi. Svi oni rade kako je to moj djeda radio, nema toga više. Zato bi prije svega te mjerodavne institucije trebale dio sredstava izdvojiti i koristiti fakultete, srednje škole, bilo koje i platiti bilo koliko po čovjeku da barem tjedan dana slušaju

nešto. Znači, vi ne možete naučiti nekoga u tako kratkom roku, ali mu možete dati nekakve smjernice i pokazati mu negdje nešto, da nešto nauči i to je bit svega i po meni bi naše Učilište trebalo biti oslonac razvoja poljoprivrede u ovom kraju. On mora naučiti što je marketing, koju klijentelu želi pripremi se za to. Da, naravno, i tradicionalna znanja su bitna, to bez daljnjega. Znači, ako idete na tradiciju, onda morate znati kako se nekad kosilo ili te nekakve stvari. O. K. doći će nekakva grupa i ja ću to njima pokazati, ali na koji način da im to bude zanimljivo. Vi njima morate dati da to probaju, morate uvući toga korisnika da on to proba i da on to vidi. To bi po meni trebalo biti ključ svega. (N2)

Ljudi znaju proizvoditi i ljudi znaju na taj tradicionalan način raditi, svakako. Međutim, u stvaranju Hrvatske se stvorilo dvadeset godina negativnosti... Nestalo je prenošenje s koljena na koljeno. (N3)

Edukacija nikada dosta. Uvijek su potrebne. Kako biste mogli krenuti naprijed, trebate pravi savjet. Trebali bi nam ljudi iz struke koji nam mogu reći u kojem smjeru da idemo. (N5)

Mislim da je turizam kompleksna djelatnost koja zadire u druge djelatnosti. Stvarno morate imati širok spektar znanja kako biste bili jedna kompletna osoba. Treba nadograđivati postojeće znanje, način razmišljanja na jedan menadžerski stil. Naravno, osim tih (tradicionalnih, op.a.) znanja koje oni imaju, potrebno je dobiti neka nova znanja, čisto da se ljudi znaju odnositi prema gostima, treba im pojasniti koje to mogućnosti otvara bavljenje ruralnim turizmom i kretanje u te nekakve nove i drugačije aktivnosti, kome i kako treba prodavati proizvode, koji su financijski uvjeti ugošćavanja gostiju, uređenja seoskih objekata i dvorišta i svi mogući koraci za registraciju. Zapravo puno je tu elemenata koje treba naučiti, pročitati, vidjeti negdje drugdje, saznati od drugih ljudi što su oni prošli, a da ne govorimo o marketingu i promociji. Uz sva ta tradicionalna znanja ljudi se moraju maknuti i dobiti neka nova znanja npr. prezentacija vina... To su bazične stvari... Možda se nama to čini banalno, ali ako se netko nije time bavio, ako sam nije putovao i nije vidio tako nešto... Mi svi učimo dok smo živi i puno toga možemo, zapravo, naučiti. (T2)

Treba razvijati neke stare zanate koji su nestali, poput kovača, užara, lončara i tako dalje, ima ih dosta. Oni moraju itekako imati druge sposobnosti i druga znanja, marketinška su vrlo bitna. Bez marketinga u cijeloj priči nema ništa. Točno se osjeti kako se oni ljudi koji imaju smisla trgovinu, za marketing, za ekonomiju, lakše uklapaju u tu cijelu priču. Oni koji nisu takvi, puno im je teže, zato bi takvim ljudima bilo dobro napraviti edukacije, ne samo iz tog područja kojim se oni bave, nego i iz marketinga, pa onda i jezika i ne pada mi na pamet što još, ali sigurno toga ima što bi dobro došlo tim ljudima. (T3)

Jedna bitna stvar je edukacija, međutim najbolje je obaviti edukativni izlet s ljudima koji su već uključeni ili su blizu uključenja u taj posao. Znači, edukacija da se prvenstveno vidi kako funkcioniraju u stvarnosti, gdje možemo uzeti primjere da vidimo što bi moglo nama odgovarati. Kod edukacijskih izleta moramo uzeti jedno najmanje gospodarstvo i jedno krajnje jako gospodarstvo s već razrađenim poslom, tako da bi čovjek mogao vidjeti kako poslovati, a onda određene stvari s edukacijom nije problem napraviti u lokalnoj zajednici. To se može postići predavanjima, putem ministarstva, to ide i to mi imamo sada, Savjetodavnu službu, to nije problem. Najveći problem je odrediti se, vidjeti što se može i olakšati registraciju i oblik registracije... Lokalno stanovništvo ima znanja. (T4)

Nekakva moja iskustva izvana su da je potrebna ta nekakva srdačnost ljudi, biti susretljiv prema njima u smislu nekakvog vodiča, domaćina i to je to. (L1)

Oni definitivno imaju znanja i vještina za bavljenje samim turizmom, ali možda nemaju vještina i znanja za marketing tog proizvoda ili usluge, nemaju vještina kako doći do novaca za bavljenje takvim načinom poslovanja i nemaju znanja o onome čemu se sad svi mi okrećemo, a to je priprema i provođenje projekata pogotovo iz fondova EU jer se tu puno sredstava može iskoristiti, ali jako malo ljudi to zna. Evo, mi provodimo edukacije putem Mjere 202. Uostalom treba se voditi za rečenicom: „Ja sam gazda na svom imanju.“ Ne može netko drugi odlučiti o tome umjesto nas i ne može netko drugi umjesto nas imati ideju. Ideja se može razraditi, ali ideju mora imati sam čovjek koji se želi time baviti. (L2).

Na mikronivou ispitanici također rezoniraju o znanjima koja su im potrebna za razvoj i unaprjeđenje turizma na objektu. Nekima i nisu potrebna:

Ne, zapravo ja sam edukator edukatora, na Bostonskom sveučilištu sam položila taj tečaj. Dakle, nije mi potrebna formalna edukacija nego mi je potrebna podrška u projektima. Problem je u neprepoznavanju lokalne sredine koja ide na sigurne, ziheraške projekte, a ne prihvaća ono što je dugoročno i što bi za cijelu regiju bilo dobro... Obrazovanje za okoliš je beskrajno važan detalj ovog cijelog projekta i ove cijele priče. Vi ljudima morate dati naputke kako će čuvati i osmisliti svoj okoliš i kako će tradicijskom gradnjom, tradicijskim uređenjem parcela doprinijeti autentičnosti prostora, a ne ga narušavati novim nespojivim materijalima, na primjer, staviti vino u inoks bačve ili popločiti podrum pločicama jer prostor cijele kljeti je zapravo nekakav gubitak za turizam. Edukacija za okoliš je primarna faza u kojoj se nalazimo, to je goruća faza i treba što prije organizirati različite tipove seminara za prihvat gostiju i za uspostavu jedne autentične strukture gradnje, uređenja polja, kuture stola, velim svega, kako bi zapravo bili spremni za ovu varijantu turizma o kojoj pričamo. (R3)

Bitan je strani jezik. Supruga, sestra i ja pričamo strani jezik, ali ne dovoljno. No to nam je vrlo bitno kad nam dolaze strani turisti. (R4)

Trebala bi nam neka osoba koja bi pratila sve propise. (R5)

Mislim da uglavnom posjedujem većinu znanja. (R6)

Trebalo bi organizirati nekakve seminare ili grupe ljudi koji su nešto slično napravili ili da se da neka literatura. Možda da se ljudi upoznaju sa stranicama koje nude smještaj, skupiti ljude i objekte. Masa stvari bi pomogla, ali edukacija je vrlo bitna. Ljudi nisu informirani. To bi možda i LAG trebao napraviti, neku radionicu. (R7)

Mi ne trebamo ništa drugo osim marketinga. Mi, recimo, u proljeće imamo branje trešanja jer imamo svoje trešnje, dakle imamo branje, vađenje koštica, onda slaganje štrukli, znači kako na selu mora biti. Onda oko životinja rad, hranjenje, idu na polje dok pšenica nikne, to je seljački turizam, a ugostiteljstvo je samo jedan nusproizvod toga što ti čovjeku moraš ponuditi: čaj, kavu, mlijeko, racu i tako nešto. Ali nama za sve to treba marketing. Da mi dođemo do toga da nam dođe autobus ljudi brati trešnje, kestenje, jer mi imamo svoje šume, ne idemo u tuđe, sijeno, da im ponudimo jedan seljački doručak: sir, vrhnje, špek pa da odemo na livadu napraviti nekakvu zabavu, veselje, za to nam treba marketing. A ako vi takve stvari krenete preko TZ-a, nemate podršku. Za mene je to turizam, da im mi pokažemo kako se to radi. (R9)

Bitno je da gostu pružaš ono što je autentično za ovaj kraj i da se stvarno posvetiš tome da on bude zadovoljan tim proizvdima koje mu ti daješ. Bitno je još da ti znaš doći do tog gosta. Znači, ta marketinška strana povezivanja s drugima koji se bave bilo kakvim oblikom ugostiteljstva, turizma, to je bitno da se na tome radi i educira. Mi smo bili polaznici tečaja na samom početku bavljenja ovim poslom. Završili smo tečaj u trajanju od devet mjeseci za Razvoj panonskog turizma, to je zajednički projekt Hrvatske, Slovenije i Mađarske, evo po cijeloj Hrvatskoj, Sloveniji i Mađarskoj smo obišli dosta tih imanja i ljudi koji se bave tim poslom i stekli prva saznanja na koji način se primiti tog posla i na koji način ga uspješno obavljati. (R10)

Tu i tamo odem malo na internet pa čitam i informiram se. Ja sam u to ušla, onako kao što se kaže, grlom kroz jagode pa šta bude, bude. (R11)

Prije svega rekla bih da su dovoljni volja i ustrajnost, tada sve ostalo dolazi samo po sebi, i učenje o određenim sektorima koji se isprepliću u tom razvoju i unapređenju turizma i rezultati. Svakako je jednostavnije kada imaš određene temelje i radno iskustvo te suradnike koji doprinose direktno ili indirektno unapređenju i razvoju (ovdje mislim na proizvodnju). No, smatram da su ipak najbitnije ideje i volja da dođemo do cilja, tada je sve moguće. (R12)

Dakle, na temelju izjava ispitanika može se zaključiti kako znanja neophodna za postizanje održivosti uključuju učenje za održivost i vođenje u smjeru održivosti kao temeljne pretpostavke postupnog ostvarivanja ciljeva održivog razvoja. Znanja potrebna za implementaciju održivog razvoja u ruralnom turizmu mogu se dobiti putem cjeloživotnog obrazovanja.[243] Ovdje se osobito ističe plodna kombinacija tradicijskih i modernih znanja uz obavezno umrežavanje s ljudima koji se bave tom istom djelatnošću. Od modernih znanja najviše se ističe informatička pismenost, marketing, znanje stranih jezika, praćenje zakonskih propisa, informiranje i kandidiranje na fondove EU, edukacija za okoliš, ugostiteljska (enologija, gastronomija) edukacija i slično. Bitno je poticati želju za znanjem, omogućiti pohađanje seminara i sudjelovati na stručnim ekskurzijama radi upoznavanja s primjerima dobre prakse. Dosadašnja edukacija odvijala se kao samoedukacijski proces metodom „vlastite kože". Tek dvoje ispitanika nije iskazalo potrebu za edukacijom jer posjeduju većinu potrebitih znanja.

U nastavku slijedi analiza poljoprivrede koja je, pored spremnosti za inoviranjem i stjecanjem znanja, jedna od najvažnijih oslonaca za razvoj ruralnog turizma koju ćemo istražiti s aspekta održivosti.

7.9. Poljoprivreda kao resursna osnova u ruralnom turizmu

Kao što je već prethodno istaknuto, poljoprivreda je u ruralnom području važan činitelj razvoja ruralnog turizma jer predstavlja važnog snabdjevača turističke ponude i turista. Za razvoj ruralnog turizma posebnu važnost ima ekološka poljoprivreda jer se od razvoja ekološke poljoprivrede i njezinog uključivanja u ruralni turizam mogu ostvariti brojni ekonomsko-financijski, sociološki, demografski i drugi učinci, a pri tome se čuva zdrava okolina, što je od velikog lokalnog, nacionalnog i međunarodnog značaja. Ekološka poljoprivreda može se integrirati u gospodarstvo ruralnog prostora, ne samo zbog turizma već i stoga što taj prostor nema velikih mogućnosti za razvoj drugih gospodarskih djelatnosti, pa je potrebno dati prednost

[243] Odličan primjer programa cjeloživotnog obrazovanja je program „Znanjem do konkurentnosti u agroturizmu Istre" u provedbi Fakulteta ekonomije i turizma u Puli. Program predstavlja dodatnu edukaciju za fizičke osobe u području učinkovitoga razvoja i implementacije ruralnog turizma i njegovih specifičnosti na cijelom području Republike Hrvatske. Završetkom programa ostvaruje se poboljšanje stručnosti polaznika u implementaciji selektivnih oblika turizma u gospodarstvu Republike Hrvatske. Savladavanjem programa polaznici će biti osposobljeni za samostalno otvaranje, vođenje i unaprjeđenje seoskog turističkog domaćinstva, također osposobljeni za samostalno kreiranje i oplemenjivanje specifične turističke ponude ruralnog turizma. Program cjeloživotnog obrazovanja „Znanjem do konkurentnosti u agroturizmu Istre" izvodi se u ukupnom trajanju od 54 sata. Ovaj program cjeloživotnog obrazovanja među prvim je programima u zemlji koji su usklađeni s Europskim sustavom prijenosa bodova, te se njegovim završetkom ostvaruju 3 ECTS boda.

svakoj onoj djelatnosti koja se može provesti kako bi se ruralni prostor što bolje valorizirao. Stoga, za potrebe ovog rada bilo je važno detektirati činjenicu o poljoprivredi kao bitnoj sastavnici ruralnog turizma, odnosno kao resursnoj osnovi za ruralni turizam. Zanimalo nas je posjeduju li ispitanici obradivo zemljište, raspolažu li stočnim fondom, nalazi li se njihov objekt blizu prirodnih ljepota koje predstavljaju atrakciju za njihovu turističku djelatnost ili na neki drugi način razvijaju resurse (tablica 28) na kojima počiva njihova ruralno-turistička djelatnost.

Tablica 28. Resursi u funkciji ruralnog turizma na gospodarstvima

VRSTA RESURSA	**POSJEDUJE**	**NE POSJEDUJE**
obradivo zemljište	12	0
stočni fond	6	6
etno zbirka	2	10
dendrološki park	1	11
prirodne ljepote kraja	12	0
lovište	1	11
ribnjak	2	10
zoo-vrt	1	11

Izvor: Vlastito istraživanje

Pod obradivim zemljištem misli se na vlastitu zemlju koja se koristi za potrebe vlastite poljoprivredne proizvodnje, vlastitu zemlju koja je dana u najam ili zemlju koja je uzeta u najam. Što se tiče poljoprivrednih kultura koje se uzgajaju, riječ je o širokom spektru poljoprivrednih kultura kao što je vinova loza, žitarice, orašasto voće (orasi, lješnjaci), bobičasto voće, šljive, višnje, jabuke, kruške, bazga, povrće i ostalo. Od uzgojene stoke uglavnom su najzastupljenije krave, svinje, konji, ovce, jeleni (lopatari), perad, divljač i ribe. Posebna atrakcija koja se nadovezuje na poljoprivrednu djelatnost u sferi života i rada na selu je etno zbirka koja je evidentirana u izdvojenom obliku kod dva ispitanika, ali nije registrirana, već je u funkciji estetizacije ugostiteljskog objekt kod jednog ispitanikaa, a kod drugog ispitanika riječ je o zbirci na otvorenom. Dendrološka zbirka i zbirka ljekovitog bilja nalazi se kao edukativna parcela u sklopu jednog od objekata.

Nadalje, od zanimljivih posebnosti u okviru turističkog objekta nalazi se jezero s ribnjakom, drugi objekt ima i ribnjak i lovište, a u okviru trećeg objekta nalazi se zoološki vrt. No, ono što je najvažnije istaknuti, prekrasna je priroda u blizini koje su smješteni svi objekti. Riječ je o Bilogori, Malom i Velikom Kalniku, rijeci Dravi, jezeru ili pak potkalničkom, prigorskom ili podravskom selu.

Što se tiče prerade poljoprivrednih proizvoda koje nude na gospodarstvu, pitali smo ih najprije kako se opskrbljuju proizvodima koje nude. Jesu li to proizvodi koje sami proizvode ili ih otkupljuju od lokalnih dobavljača, postoji li lokalno tržište ili tržnica poljoprivrednih proizvoda, odnosno neki oblik kooperacije poljoprivrednih proizvoda, misleći pritom na tzv. lokalizaciju hrane, odnosno lokalno proizvedenu i konzumiranu hranu, što sadrži mnoge prednosti, energetske, ekološke i socijalne. (Puđak, Bokan, 2011.). Također, pitali smo ih je li riječ o proizvodima proizvedenima na ekološki ili konvencionalni način.

Ovdje je važnom interpretirati pojam ekološke poljoprivrede. *Ekološka poljoprivreda, koja je izvan granica Hrvatske poznatija pod nazivom „organska" (engl. organic agriculture), je najjednostavnije rečeno, poljoprivredna metoda koja proizvodi hranu iz zdrave i cjelovite zajednice zemlje i biljaka bez upotrebe mineralnih gnojiva, GM organizama, pesticida i drugih sintetičkih kemijskih preparata. Ekološka poljoprivreda dugoročno poboljšava kvalitetu tla i doprinosi povećanju biološke raznolikosti.* (Puđak, Bokan, 2011.) Ekološka poljoprivreda je bila prisutna i u nekadašnjoj tradicionalnoj poljoprivrednoj proizvodnji u agrarnim (seljačkim) društvima. Takva društva su, prema Cifriću (2003.), nosila u sebi važne elemente održivosti kao pouke za sadašnjost i budućnost (post)modernog društva. Prema istom autoru izdvojene su neke moguće pouke seljačkog društva, ponajprije iskustava naše seljačke tradicije:

1) *shvaćanje ekonomije,*

U seljačkom društvu ekonomija je shvaćena kao dio ekonomije prirode. Ekonomski sustav podložan je prirodnom sustavu. Ekonomizirati se može samo u njezinim granicama. Prirodna je granica i ekonomska granica društva. To je poruka onim ekonomistima koji shvaćaju odnos prirode i ekonomije tako da je prirodni sustav dio ekonomskog sustava, a ne obrnuto. Područja rada, radnog i slobodnog vremena međusobno su isprepletena u podijeljenim ulogama u seljačkoj obitelji. U toj ekonomiji ima posla za svakoga i svaku dob, a nema nezaposlenih. Svi su korisni na gospodarstvu i u domaćinstvu i svatko (mladi i stari) se osjeća korisnim. Ritam rada određen je fizičkim snagama i prirodnim uvjetima. Po lošem se vremenu ne ide u polje, odmara se po potrebi, a ne u planiranim i satom određenim stankama. Smisao je rada preživljavanje i trajno življenje generacija na posjedu. Ne živi se da bi se radilo, nego se radi da bi se živjelo.

2) *solidarnost u zajednici i s prirodom,*

Selo je uspostavilo stabilan sustav vrjednota i čuvalo ga u obliku različitih tradicija i običaja. Postoji izreka: „Bolje da propadne selo nego običaji." U ovom slučaju običajnost se odnosi na sve one postupke čovjekova djelovanja koji utječu na okoliš i prirodu u cjelini. Ovdje pod solidarnošću više mislimo na povijesni tip teritorijalne organizacije – na selo, a manje na

konkretnu stvarnost, koja se mijenja i o kojoj nemamo dovoljno empirijski saznanja za argumentirane zaključke. Vrjednote se u selu (ruralnoj kulturi) ne mijenjaju desetljećima i stoljećima. Na njih je utjecao religijski sustav vjerovanja i tradicionalni ethos. Nastali su oblici solidarnosti u dvojakom smislu: (1) solidarnost među stanovnicima unutar seoske zajednice i (2) solidarnost seoske zajednice prema prirodi (okolišu) u prostoru na kojemu žive.

Solidarnost prema prirodi na razini društva izražava se najviše kao briga o zaštiti prirode. Od koga? Najčešće se subjekt zagađivanja ne definira. Međutim može se reći kako je riječ o čovjekovu neprimjerenom djelovanju u okolišu i prirodi pa je to zapravo zaštita čovjeka od njega samoga. Mogli bismo generalno reći kako na razini čovječanstva danas nije glavni cilj zaštititi prirodu, nego zaštititi čovjeka od njega samoga. Solidarnost unutar zajednice (društva) sve više se institucionalizira i tehnički posreduje. Moderno društvo legitimiralo je neke oblike otuđivanja kao što su odnosi u susjedstvu, „izolacija“ u obitelji, međugeneracijska nepremostivost (jaz). Socijalna mobilnost i stratifikacija dinamičnije su, a razlike bogatih i siromašnih na nacionalnim razinama (kao i globalnoj razini) sve su veće unutar ruralnih sredina kao i u odnosu prema urbanim sredinama.

3) *socijalnoekološki metabolizam.*

U odnosu prema prirodi u seljačkom društvu nastao je specifičan tip socijalnog metabolizma – ruralni metabolizam koji je sličan onom prirodnom, ekološkom metabolizmu. On se temelji na socijalnoekološkom sustavu i održivosti, a ideja održivosti prisutna je u svim kulturama. U prirodi postoji biološki (ekološki) metabolizam, kao i u svakom čovjeku, što znači prirodnu izmjenu materijala: unošenje hrane i odbacivanje viška neprerađenih (iskorištenih) tvari. Sličan proces postoji i u društvu. U povijesti svako društvo ima svoj socijalnoekološki metabolizam (Fischer-Kowalski, 2000.). Seljačka društva razvila su stabilan socijalni metabolizam – bazični metabolizam bez većih posljedica za okoliš. To je korištenje (unošenje) materijala, energije i živoga rada u selo (društvo), korištenje za hranu (ljudi i stoke), izgradnju nastambi itd., a suvišak prerađene hrane i neupotrijebljenog materijala odbacivao se (odlagao) na đubrište, deponij odakle se potom koristio za gnojidbu polja. To je kružni (cirkularni) metabolizam (Lee, 2007.), sličan onom prirodnom. Tako je socijalni metabolizam u selu služio kao izvor gnojiva u polju za nove kulture. Radilo se o organskom materijalu koji priroda može jednostavno preraditi bez posljedica. Nije bilo viška materijala (otpada) koji je trebalo posebno zbrinjavati. Okoliš i priroda bili su dvostruko zaštićeni: (1) zaštićeni od prekomjernog trošenja, jer nije postojala aspiracija stalnog povećanja potrošnje i (2) zaštićeni od štetnog otpada.

Danas se ekološka poljoprivredna proizvodnja odvija u okviru (ekološkog) poljoprivrednog gospodarstva. Poljoprivredno gospodarstvo shvaća se kao cjelovit organizam,

kao zatvorena hranidbena cirkulacija: proizvodni otpad (životinjske i ljudske hrane) ponovno se vraća zemlji kao gnojivo. Zajednički im je cilj poljoprivredna proizvodnja kojom se smanjuje potrošnja neobnovljivih resursa, smanjenje monokulture, održavanje plodnosti tla te zaštita biološke raznolikosti. Europska unija donijela je osnovnu naredbu o ekološkoj poljoprivredi (2092/91).

U Hrvatskoj je u 2000. godini bilo samo 12 ha, 2005. god. 0,2%, a 2008. god. 1,3% u režimu ekološke poljoprivrede[244] (632 certificirana ekološka proizvođača). U najrazvijenijim zemljama Europske unije pod ekološkim je kulturama više od 10% poljoprivrednih površina. (Cifrić, 2012.)

Međutim, smatra se kako ekološka poljoprivreda nije samo poljoprivreda (proizvodnja hrane) koja je ekološka. U ekološkoj poljoprivredi se ogleda postmoderni svjetonazor, stil života te dio šireg društvenog pokreta kojim se ukazuje na potrebu i mogućnost korjenitih promjena u svim sferama društva, u cilju povećanja kvalitete života za sve ljude. Ekološka poljoprivreda je stoga i jedna od temeljnih egzistencijalnih ljudskih djelatnosti u kojoj se ogleda integralna održivost pa taj oblik poljoprivrede spada pod krošnju „održive poljoprivrede". *Nije riječ o tehničkim aspektima nego o antropološkom odnosu čovjeka prema Zemlji* (Cifrić, 2003).

Naši ispitanici nabrojali su nam proizvode i način njihove proizvodnje ne smatrajući nužnim posebno isticati ekološki način uzgoja poljoprivrednih proizvoda. Oni drže kako se ekološka proizvodnja prešutno podrazumijeva jer je riječ o relativno malim proizvodnim količinama.

Veliki dio voća i povrća je naše jer imamo veliki voćnjak u sklopu imanja, a ono što možemo, kupimo u selu.[245] *Mi u potpunosti pripremamo hranu za naše goste... Apsolutno (smo pristalice ekološke poljoprivrede), mislim da je to način našeg cjelokupnog imidža, a ne samo našeg života jer mi tako živimo i nastojimo ne koristiti ništa. Apsolutno smo pristalice ekološke proizvodnje jer ne želimo raditi ništa na veliko. Na koncu konca mi to jedemo i naša djeca i djeca koja nam dolaze i hoćemo da to što radimo bude potpuno autentično. Također, koristimo se starim oruđem u obradi hrane i u pripremanju i prezentaciji. Nema mi goreg nego kad se pokaže žetva i žetveni običaji i kosi se u narodnim nošnjama, a nakon toga sjedne se na plahtu*

[244] Nekoliko je poznatih oblika alternativne obrade tla: biološko-dinamička poljoprivreda (antropozof Rudolf Steiner); organsko-biološka obradba tla (Hans Műller), prirodi primjerena obradba tla (Leo Furst), biološka obradba tla (Howard – Balfour) i Lemaire – Boucherova obradba tla. (Cifrić, 2012: 97)

[245] Nabavljamo recimo med, pekmez ili nešto što nam je potrebno, voće ako treba možemo dobiti po selu jer ljudi ne znaju što bi s njim. Vrlo rado bi kupili više ali ne možemo, jer nema. Ostatak koji ne možemo kupiti unutar sela od svojih susjeda kupujemo na placu u Koprivnici i to nam je način na koji se opskrbljujemo.

i onda se jede iz plastične zdjele, meni je to prestrašno za vidjeti. To znači ne uči u meritum stvari, po nama sve treba biti autentično. (R2)

Nudimo svoju ribu iz jezera. Hranu kupujemo od lokalnih OPG-ova. Nemamo vremena za bavljenje poljoprivrednom proizvodnjom.[246] (R5)

Sami proizvodimo vino i voće. (R6)

Tri puta tjedno otkupljujemo mlijeko po 5 litara od jedne obitelji iz Đurđevca, radimo svoj vlastiti sir i kajmak. Sve ostalo proizvodimo sami, imamo svoj vrt, krumpir, rajčicu, luk, blitvu, krastavce, svoje povrće. Količina gostiju koju imamo zasada ne iziskuje da na veliko kupujemo od ostalih. Kupujemo odojka i svinju pa radimo svoje proizvode, kobasice, šunku, špek. Mislim da, (proizvodimo na ekološki način) da. Trudimo se da što manje prskamo zaštitnim sredstvima. Ekološki smo osvješteni, imamo bubamare i uholaže koje su ekološki isplative životinjice. Vinograd se nažalost mora prskati, trudimo se što više koristiti modru galicu i bordošku juhu. Mislim da dosta toga radimo po ekološkom principu. Ne prskamo uopće voćke niti vrt. (R7)

Od vlastite proizvodnje trenutno smo posadili jedan nasad šljiva i mislimo u budućnosti raditi domaći pekmez i od viška tih šljiva raditi domaću rakiju. Za sve imamo dobavljače jer fizički ne stignemo, ali gledamo da su domaći proizvodi. Da. Neki proizvodi koje uzimamo, koje ljudi traže jesu (proizvedeni na ekološki način, op.a.). (R8)

Većinu proizvoda imamo svoje jer tako radimo za potrebe restorana, radimo svoje sokove. Dakle, kako sezona ide, tako radimo sokove. To je jedna stvar, a druga stvar je da imamo svinje, mangulice ako ste čuli, imamo svoje ovce, imamo svoju janjetinu, imamo jelene, ali to nije za meso, a ako ih bude više onda bude i za meso, imamo koze, imamo peradi koje se već dosta poklalo, trenutno su nam ostale još patke i guske za klanje. Dosta toga imamo svojega, recimo devedeset posto povrća, ali ne možemo cijele godine sve imati. (R9)

Sva hrana koju pružamo u tom našem turizmu je ona hrana koju mi proizvedemo na ovom drugom imanju. Tu imamo stoku i uglavnom ništa od onoga što mi proizvedemo ne završi nigdje drugdje nego u klaonici za potrebe tog restorana na seoskom turizmu, tako da je to stvarno naša hrana i povrće i sve što možemo, to je uglavnom s našeg imanja. Ekološka proizvodnja? Krave koje su na ispaši cijelo ljeto i sad su puštene tu dolje, kad se nahrane i podoje, ponovo dobivaju sijeno i puštaju se van. One su cijelo ljeto na prirodnoj ispaši i to je ono što je bitno, da nisu u štali i da hrane se prirodnom hranom. E sad, koliko se to može nazvati ekološki, to je sad pitanje. (R10)

[246] Da, prije smo to (poljoprivrednu proizvodnju) radili, konjima, plugovima. Nije bilo ničega, nikakvog tretiranja. Ali je to bilo kada sam bio mali (pristalica je ekološke poljoprivrede).

Dio proizvoda sami proizvodimo (hidroponski uzgoj rajčice, ali ne u sklopu objekta već u Virovitici, staklenička proizvodnja ostalog povrća, medara), divljač sami lovimo u zakupljenom lovištu Vidra polum, ribu sami uzgajamo – šarane i pastrve, patke također sami uzgajamo, ostale namirnice uzimamo od dobavljača s kojima imamo sklopljene ugovore. Piće nabavljamo od naših dobavljača, ništa ne pripremamo sami. Radimo otkup vrganja koje lokalno stanovništvo ubere u šumi. Činjenica da u svojoj plasteničkoj proizvodnji koristimo ekološki prihvaćeno gnojivo podrazumijeva da svakako jesmo pristalice ekološke poljoprivrede i dio proizvoda svakako proizvodimo na ekološki način (med, rajčica, zelena salata, krastavci…, šarani, pastrve, divljač. (R12)

U vinogradu imamo 10 inoksica s raznim sortama vina i degustacijski podrum. Radimo pekmeze i džemove od voćaka, od svih mogućih. Radimo i 15 vrsta likera i 20 vrsta rakije, sve od voća. Vino ne proizvodim na ekološki način, prskam ga. Povrće koliko možemo, ali je vrt blizu ceste.(R1)

Ovdje je bitnom detektirati činjenicu kako je na objektima u ruralnom turizmu prisutna tradicionalna poljoprivreda čiji je smisao proizvodnja hrane koja vodi brigu o okolišu, njegovoj ljepoti, opstojnosti organskog, bez izvanjskog monopola i kontrole sirovina. (Cifrić, 2012.). Poljoprivreda je prakticirana kao način života, kao multifunkcionalna djelatnost koja treba biti osnova održivog razvoja, s naglaskom na očuvanju okoliša, bioraznolikosti i etno-ambijentu. Objekti u ruralnom turizmu uglavnom počivaju na poljoprivredi kao glavnom resursu koji jamči održivost poslovanja tog objekta, no postoje i ostali resursi koji se koriste u turističke svrhe, primjerice etnografska zbirka, mali zoološki vrt i slično. Najvažnija okosnica održivosti koju posjeduju svi objekti su prirodne ljepote kraja koji ih okružuje, no proizvodni resursi (zemljište, poljoprivredna proizvodnja i stočni fond) stavljeni su posredno ili neposredno u funkciju turističkih resursa i čine stožernu okosnicu održivosti. U nastavku slijedi rasprava o osnovnim dimenzijama održivog razvoja ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji.

7.10. Osnovne dimenzije održivog razvoja ruralnog turizma u Koprivničko–križevačkoj županiji

Održivi razvoj je, da podsjetimo, naziv za normativni koncept (idealno – tipski konceptualni pristup) razvoja u kojem dominira ideja održivosti, a koji pronalazi ravnotežu između ekonomske učinkovitosti, socijalne kohezije i ekološke stabilnosti.[247] Znanstvena i stručna javnost vrlo intenzivno raspravlja o teorijskim stajalištima o korisnosti ideje da čovječanstvo sve svoje resurse treba čuvati kada god je to i koliko god je to moguće za buduće generacije, što je i stožerna poruka održivosti. Pretpostavlja se da je ova naglašena briga za očuvanjem prirodnih resursa rođena u društvima gdje je zagađenost okoliša, odnosno čovjekove okoline u određenim područjima dosegla takve razmjere da su preduvjeti za život prirodnog okoliša privremeno, a negdje i zauvijek, naprosto zamrli. Ranije spomenut izvještaj pod nazivom „Naša zajednička budućnost“ donesen kao Brundtland Report 1987. godine, podsjetimo, definirao je održivi razvoj kao onaj *koji izlazi ususret potrebama sadašnjih generacija pri čemu se vodi računa da zadovoljavanje potreba sadašnjih generacija ne dovede u pitanje mogućnost budućih generacija da zadovolje svoje potrebe* (Cifrić, 2012.). To generalno stajalište bilo je svima prihvatljivo, ali daljnja razrada te osnove teze, kao što je prethodno naglašeno, već je bila mnogo složenija. Međutim, odmah se, pa i u slučaju turizma, postavilo ključno pitanje: kako u takve postavke ugraditi pojam razvoja (naročito pojam rasta), dakle i turističkog razvoja i rasta? Naime, svaki razvoj, pogotovo gospodarski razvoj, neminovno dovodi do unošenja neprikladnih stvari u okoliš koje mogu i vrlo često imaju negativni utjecaj na održavanje prihvatljive tzv. „*nosivosti kapaciteta*“ okoliša (mora, vode, tla, zraka, biosfere itd.).

Stoga se pojam održivog razvoja nastojao pojasniti tezom o nužnosti zaštite prirodne sredine, odnosno načelom da u istom prostoru sve aktivnosti koje imaju uvjete za razvoj valja i razvijati. Naravno, pazeći pri tome da se nečija druga prava na život ili razvoj time ne bi dovela u pitanje! Prema tome, održivost je sposobnost nekog živog entiteta – bilo biološkog bilo društvenog – ili procesa koji ovi entiteti svojim djelovanjem su-proizvode, (samo)održavaju, (samo)reproduciraju i (samo)obnavljaju. Još jednostavnije, moglo bi se reći kako je održivi razvoj koncepcija koja teži poboljšavanju kvalitete života time što udružuje ekonomski razvoj, zaštitu okoliša i društvenu odgovornost (Vukonić, 2010.).

[247] Pojam održivog razvoja bio je prepoznatljiv u europskoj tradiciji gospodarenja šumama. Riječ dolazi od latinskog *sustinere* – izdržati, podržati, nositi, očuvati, zadržati.

Ove definicije održivog razvoja bile bi prihvatljive i za turizam, ali je upitno imaju li one i svoju operativnu vrijednost. Teoretičari turizma su na ovakav komentar pokušali odgovoriti s (relativno) novim pojmom „*nosivost kapaciteta*“ (engl. izraz carrying capacity), iako je od samog početka bilo jasno kako numerički izraziti ili čak izračunati optimalne vrijednosti takvih kapaciteta nosivosti neće (barem uvijek) biti lako, ako će uopće biti moguće. Drugi odgovor teoretičara sastojao se u relativno jednostavnom zahtjevu da se izdvoje samo najvrjedniji prirodni lokaliteti, izuzetno vrijedni ambijenti i krajobrazi ili vrlo krhki prirodni entiteti, pa da se na njih primijene i najoštrije mjere zaštite ili čak zabrane korištenja takvih sredina za bilo kakvu ljudsku aktivnost, uključujući turizam. No, to su već otprije poznata stajališta koja su rezultirala formiranjem različitih oblika i karaktera zaštite prirode, od jednostavnih oblika zaštite do nacionalnih parkova, kao najviše stepenice zaštićenosti neke prirodne cjeline. Treća, pojednostavljena varijanta kaže: *održivost, to je istovremeno ono što radimo i ono kako radimo!*

Na tragu ove pojednostavljene varijante kreću se interpretacije pojma održivosti većine naših ispitanika iz čijih odgovora izdvajamo jedan, onaj najreprezentativniji, kojeg donosimo u cijelosti:

Što je održivo? Na što Vas asocira taj pojam?

Pa, na puno toga. Prvo me asocira na to kako smo mi vrijedni ljudi, znači, što se nas tiče, nama je potrebna samo podrška mjerodavnih. Mislim da bi se trebao promijeniti malo pogled na turizam jer nije kontinentalni turizam onakav kakvim ga prezentiraju oni koji su mjerodavni za to, i nije to sve u slikicama koje oni prezentiraju, ja mislim da smo to mi, živi ljudi i da bi trebala postojati bolja suradnja kako bi se postigla održivost, a ovako, koliko čujem, ljudi zatvaraju jer nemaju hrabrosti. Gledajte, ljudi na moru svaki dan otvaraju apartmane. Znači imaju motivaciju, imaju sve i ide, a kod nas se kontinent zatvara, a zimi nam masa ljudi dolazi s mora jer sad dolje imaju pauzu, oni putuju tu po našem kraju i oni su oduševljeni. Mi se jako namučimo čekajući gosta da dođe i mislim da bi se to trebalo malo preokrenuti. Vidite da mi tu ni nemamo asfalta, mi tu imamo grabu na grabi, isto tako zahvaljujući našem predsjedniku mjesnog odbora, jer on to ne bude iz inata napravio, a s druge strane ne vidi da on živi od nas. Ako mi više radimo, više izdvajamo u blagajnu i njemu je bolje, ali to vam je u svakom mjestu tako, nažalost... Znači, održivo je samo na ovakakav način, uz ovakav krug kakav smo mi napravili: od noćenja i ugostiteljskog djela, do zoo vrta i životinja, znači jedan krug koji dajemo. Kad bi se fokusirali na to da samo tu radimo, u ugostiteljstvu, to ne bi bilo dobro. Bez obzira što mi imamo klasičnu hranu, vi sad trebate naći gosta koji će tu doći. Znači, ona druga stvar koja je u toj održivosti su reklame, ono za što mi novaca nemamo. To da smo

održivi, jesmo, ali kažem ovaj marketing, jedina smo županija koja nema zajedničku stanicu za seljačka domaćistva. Svugdje je netko napravio stranicu, a tu za nas nije nitko ni pitao, a žalosno je da mi moramo ići tamo cukati nekoga ili se zamjerati ili nešto takvo. (R9)

Održivi razvoj ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji, s obzirom na navedene definicije, trebao bi biti razvoj koji svojim unutrašnjim strukturalnim ustrojem i svojim ukupnim praksama i učincima smjera tome da stanovnici ovog prostora, odnosno akteri ruralnog turizma na ovom području, jednako kao i njihov prirodni okoliš, sami sebe (samo)održavaju i (samo)reproduciraju, i to pomoću održivog i obzirnog suodnosa i suradnje. S turističkog stajališta već i osnovni principi održivog razvoja više su nego prihvatljivi, jer turizam je jedina djelatnost koja, čuvajući prirodni okoliš, čuva svoju materijalnu supstancu bez koje nema vlastitog razvoja. Razvoj ruralnog turizma temelji se na održivom razvoju. On je vidljiv u revitalizaciji već postojeće, tradicijske gradnje, odnosno baštine, kojoj se daje nova namjena – turistička. Međutim, u javnosti se vrlo često ističe samo ekološka dimenzija održivog razvoja, odnosno održivosti, što je preusko shvaćanje. Održiv razvoj, odnosno održivost, razumije se kao integralni održivi razvoj koji se, osim ekološke, sastoji još i od ekonomske, socio-kulturne i političke dimenzije (Lay, 2007.) održivosti. Integralno održiv razvoj nastoji na postizanju ravnoteže svih četiriju dimenzija. Sve četiri dimenzije moraju biti uravnotežene jer samo takve čine integralnu održivost. Ne dovedu li se sve četiri dimenzije održivosti (ekološka, ekonomska, socikulturna i politička) u kakvu-takvu ravnotežu – koncept pada. Bitno je ponoviti kako se sve dimenzije održivosti mjere uz pomoć indikatora. Mreža indikatora za mjerenje održivosti razvojnih procesa u turizmu izvedena je iz opisa dimenzija održivog razvoja i operacionalizirana na podlozi ruralnog turizma u analiziranoj županiji.

Pritom se vodila briga da se identificiraju, koliko je to moguće, postulati uz trošenje prirodnih resursa, proekološko ponašanje posjetitelja i vlasnika objekta u smislu ekološke odgovornosti koju „pokriva“ biološko-ekološka dimenzija, zatim postulati vezani uz učinkovitost, konkurentnost, proizvodnju, potrošnju i zaposlenost u ekonomskoj dimenziji, objektivne i subjektivne uvjete života, socijalnu koheziju i razvitak društvenog kapitala u socio-ekonomskoj dimenziji, te autentičnost, samodeterminaciju i samopercepciju u političkoj dimenziji održivosti, što je prikazano u tablici (tablica 29):

Tablica 29. Dimenzije i indikatori koncepta održivog razvoja ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji

DIMENZIJA	INDIKATORI
BIOLOŠKO-EKOLOŠKA ODRŽIVOST	• proekološko ponašanje gostiju (deklarativno i akcijsko) • zadovoljstvo stanjem okoliša • mjere za smanjenje zagađenja okoliša: • mjere štednje energije • mjere za smanjenje otpada • mjere za smanjenje potrošnje vode
EKONOMSKA ODRŽIVOST	• ekonomska isplativost očuvanja okoliša, zdravlja pojedinaca/obitelji, prakse korištenja obnovljivih izvora energije, ekološka proizvodnja i priprema hrane i napitaka • ekonomska opstojnost općenito
SOCIO-KULTURNA ODRŽIVOST	• autentičnost obiteljskih odnosa • poštivanje običaja i tradicije • kultura življenja u duhovnom i materijalnom smislu • njegovanje regionalnog identiteta Podravaca i Prigoraca u svakodnevnom životu ili posebnim prilikama (običaji, manifestacije...), zavičajnost
POLITIČKA ODRŽIVOST	• podrška u poslovanju koju pružaju turističke zajednice (lokalne/županijske), JLS-i (selo, općina...), infrastruktura, obitelj, susjedi i slično

Izvor: vlastito istraživanje (prilagođeno prema Lay: dimenzije integralne održivosti)

U nastavku će se analizirati četiri dimenzije održivosti na temelju izjava ispitanika koji prakticiraju konkretni ruralni turizam na svom ruralno-turističkom objektu.

7.11. Ekološka dimenzija održivosti

Ekološka dimenzija održivosti počiva na shvaćanju okoliša i odnosa prema okolišu, promicanju ekoloških vrijednosti u poslovanju, proekološkog ponašanja gostiju, lepeze poduzetih mjera za smanjenje zagađenja okoliša, smanjenje otpada, smanjenje potrošnje vode, te načina štednje energije.

Općenito, pod okolišem smatramo ekosustave, ali i kulturne vrijednosti i karakteristike određenog mjesta. Različiti ljudi vrednuju okoliš i nasljeđe na različite načine. Oni koji rade u turizmu prepoznaju ih kao osnovno sredstvo za rad ili imovinu te okvir za turističke proizvode. Njihov im položaj omogućuje da educiranjem posjetitelja uvelike prenesu vrijednosti prirodne i kulturne baštine određenih destinacija. Uz pojam okoliša tijesno se veže pojam baštine, a baština je naše prirodno, tradicijsko, autohtono i povijesno naslijeđe. Okoliš i baština su dakle,

ključni dijelovi naše slike stoga što su njihove vrijednosti i kvalitete okosnica za promidžbu, interpretaciju i doživljaj ispunjenja i zadovoljstva posjetitelja.

Zadovoljstvo stanjem okoliša u bitnome čini komponentu održivog turizma jer je riječ o turizmu koji može opstati tijekom dužeg razdoblja zbog toga što ne uzrokuje degradaciju okoliša već ostvaruje korist u ekonomskom, ekološkom, društvenom i kulturnom okruženju u kojem se odvija. (Održivi turizam u 10 koraka, 2006.)

Zadovoljstvo stanjem okoliša u kojem se nalazi neki od objekata ruralnog turizma uključuje sljedeće elemente: čistoću vode, zraka, tla, način zbrinjavanja otpadnih voda, odvoz i recikliranje smeća, buku, stanje biljnog i životinjskog svijeta. Također, postavlja se pitanje postoji li ugroza stanja okoliša, te na što bi trebalo usmjeriti posebnu pozornost ili kako riješiti nedostatak da bi okoliš ostao očuvan, ali i održivo korišten.

Općenito, ispitanici u najvećoj mjeri iskazuju zadovoljstvo stanjem okoliša u kojem žive i rade i ne identificiraju nikakve velike zagađivače.[248] S obzirom na to da je industrija (koja se u najvećoj mjeri smatra zagađivačima) uglavnom uništena, sve više ljudi počinje se baviti poljoprivredom, više kao načinom življenja nego u smislu proizvodnje, tako da se okoliš percipira kao čista priroda. Opravdano je pretpostaviti da se takvi objekti i nalaze u ekološki očuvanim dijelovima prostora. Jedino zagađenje koje ispitanici uočavaju je „vizualno zagađenje“ koje se odnosi na selo i uređenje okućnica u selu koje sve više poprima obrazac međusobnog natjecanja „tko će ljepše urediti dvorište“ što u velikoj mjeri utječe na ukupnu estetiku krajolika. U nekim selima postoje kontejneri za razvrstavanje otpada koji nisu u potpunosti zaživjeli među stanovništvom i usko su povezani sa stupnjem obrazovanosti stanovništva, no razlog tomu leži u činjenici što se većina otpadaka iz domaćinstva reciklira na uobičajeni način. Posebna tema je segmentacija, odnosno rajonizacija proizvodnih područja zbog koje se isprepliću, primjerice hortikulturna i ratarska proizvodnja. Trebala bi se anulirati ratarska proizvodnja koja nije profitabilna, ako se radi o vinogradarskom kraju.

Dakle, zadovoljstvo stanjem okoliša kao jednom od komponenti ekološke održivosti ovisi o *ekomenadžmentu*, odnosno sustavu primjene i provedbe načela organizacije, procesa postavljanja ciljeva, planiranja i kontrole menadžera, odnosno lokalnih aktera na ekološkome području. Postoje dva pristupa u ekomenadžmentu: defenzivni (ograničen na primjenu propisa) i proaktivni (primjena mjera koje nadilaze propise). Tako se poduzetnici (vlasnici objekata) mogu a) bolje organizirati, b) smanjiti troškove smanjivanjem resursa, c) odrediti rizične

[248] Najuočljiviji zagađivači: dalekovod, divlja odlagališta smeća, nepokošeno okolno raslinje uz cestu, neadekvatno održavanje putnih jaraka, velike farme krava proizvode velike količine otpada koji se zbrinjava na ekološki način.

potencijale, d) poticati tržište ekoloških proizvoda, e) preuzeti više socijalne odgovornosti i e) promicati održivi razvoj. (Cifrić, 2012.). Po pitanju ekološke održivosti na objektima u ruralnom turizmu primjećujemo defenzivni i proaktivni tip ekomenadžmenta kao vidljive komponente ekološke održivosti na konkretnim oblicima ponašanja:

Da. Naši gosti ponašaju se na takav način da štede vodu, energiju i sl. Da, imamo sve štedne žarulje. Imamo i gradski i svoj vodovod. Analizu vode radimo, tako da je pitka. (R1)

Da, oni koji k nama dolaze su svjesni da ovaj prostor tako (ekološki) funkcionira, vrlo rijetko imamo bilo kakvih problema s gostima jer su to na neki način specijalizirane grupe koje su naviknute koristiti manje vode, imaju predavanje o tome da se, kad dođu u tuš, namoče pa zatvore vodu, nasapunaju se pa opet zatvore vodu jer onaj koji ide iza njih neće imati vodu i drugi put će se to dogoditi njima. I u principu se djeca toga drže. Imamo mali bazen u kojem imamo crni bojler, tako da se djeca tuširaju u vodi koja je zagrijana na Suncu. Koristimo vjetar za pumpanje vode jer imamo tu malu vjetrenjaču. Mislim da je zapravo najveća štednja energije život u skladu s nekakvim prirodnim pravilima. Nema televizije pa se ide relativno rano spavati, rano se ustaje, dakle živimo u nekakvom skladu s prirodom. (R2)

Apsolutno da. Mi imamo priključak na izvorsku vodu, mi ne koristimo previše te električne energije, grijemo se na drva, dakle tradicijski ložimo kamine na drva i apsolutno mislim da smo u tom smislu ekološki osviješteni i da to isto prenosimo našim posjetiteljima. (R3)

Htjeli smo početi sa solarnim panelima na krovu. Za sada još nismo krenuli ni sa čim. Nažalost. Naši gosti ponašaju se na ekološki prihvatljiv način. Nemamo nikakvih problema, nemamo loša iskustva. (R4)

Gosti moraju pušiti van objekta. (R5)

Ja se autmatski pridržavam GAP-a [249]*. Zbrinjavam sva sredstava putem stanica za sabir, sintetska gnojiva koristim minimalno, toliko koliko treba. Pozitivno utječem u svom segmentu na svom gospodarstvu.* (R6)

Ne koristimo zaštitna sredstva ni mineralna gnojiva. Trava se nakon košnje sprema, ništa se ne baca. Koristimo samo stajski gnoj. Većina grana se reciklira, a ostatak se spaljuje. Imamo kompostne stanice samo za sebe. Imamo solarnu energiju na cijeloj kućici. Imamo i vlastitu vodu. Čuvamo vodu od kišnice u spremnicima za zaljevanje voćaka. Planiramo solarne ćelije na svim objektima i za podgrijavanje vode. Struja se štedi. Brinemo oko toga. Imamo škrinje, inkubatore. (R7)

[249] *Good agriculture practice* – dobra poljoprivredna praksa (prev.)

Pa na pipama imamo nešto za štednju vode. Imamo štedne žarulje. Što se tiče otpada, tu se uvijek maksimalno pazi. (R9)

Mi nemamo tako puno tog otpada, osim onog koji se normalnim putem zbrinjava, tako da ne znam što da vam tu odgovorim. (R10)

Da, definitivno da. (R11)

Recikliranje otpada, konzultacije i najam usluga davatelja koji su licencirani za zbrinjavanje otpadnih ulja, sadržaja mastolovca, septičkih jama i otpadnih voda, a koji imaju ekološki prihvatljiv način uporabe tih sadržaja. Energiju štedimo na način da kombiniramo grijanje na drva i plin, velikom većinom ne palimo sva rasvjetna tijela, osobito vanjsku rasvjetu, rashladne uređaje, klima ventilator na pogon vjetra... (R12)

Dakle, ekološka dimenzija održivosti na objektima ruralnog turizma podrazumijeva štednju (očuvanje) energije, korištenje obnovljivih izvora energije (izvorska voda, grijanje na drva, kompostiranje, recikliranje otpada), te općenito život u harmoniji s prirodom, odnosno prakticiranje ekološkog menadžmenta u okviru vlastitih kapaciteta. Ekološka dimenzija održivosti proizlazi iz zadovoljstva stanjem okoliša koji utječe na estetiku krajolika, a, prisutna je u ruralnom turizmu kao podrazumijevajuća praksa svakodnevnog života. U nastavku slijedi rasprava o ekonomskoj dimenziji održivosti na ruralno-turističkim objektima.

7.12. Ekonomska dimenzija održivosti

Ekonomska održivost podrazumijeva ekonomsku isplativost održivog načina življenja i rada, poslovanja. Dakle, riječ je o pretpostavci da ruralni turizam na gospodarstvu doprinosi očuvanju okoliša, zdravlju, rekreaciji i edukaciji pojedinaca/obitelji, korištenju obnovljivih izvora energije ako postoje, ekološkoj proizvodnji hrane, tradicionalnoj pripremi hrane i napitaka, autohtonim jelima i piću. U radu se problematizira postoji li ekonomska računica isplativosti ruralnog turizma na gospodarstvima.

Općenito, u ruralnim sredinama (negdje više, negdje manje) zadržala se tradicija u načinu rada i života. Sustav liberalnog kapitalizma koji je kvantitativnim eksponencijalnim rastom potrošnje prirodnih resursa i potrošnje dobara doveo, i dalje vodi, moderno društvo i globalnu ekonomiju (a time i sva druga društva) u krizu, prema Cifriću (2013.) nije učinkovit u rješavanju vlastite socijalne i ekološke posljedice. Rješenja se traže u sklopu postojećih ograničenja mišljenja i ideje linearnosti razvoja. Suvremeno (post)moderno društvo ne može, a njegovi ključni akteri vjerojatno i ne žele, pronaći novi globalni razvojni pravac, zaključuje isti

autor. Stoga, se smatra kako je bitno promatrati ruralno (seljačko[250]) društvo jer su neka njegova iskustva vrlo aktualna i dan-danas, provode se ne samo na poljoprivrednom gospodarstvu, nego i na turističkom seljačkom obiteljskom gospodarstvu, te ostalim objektima u ruralnom turizmu i demonstriraju lokalno utemeljenu održivost. Prema Šuvaru, (1988.) takvo ruralno (seljačko) društvo odlikuju neka obilježja, odnosno „determinante" koje oslikavaju njegovu suštinu, a to su: 1. zemlja i vlasništvo, 2. interakcija i iskustvo, 3. rad i okolina, 4. naselje i susjedstvo, 5. homogenost i stabilnost te 6. obiteljske veze i solidarnost. U ovako shvaćenom društvu postoje specifična shvaćanja vezana za ekonomiju i ekonomsku održivost, solidarnost u zajednici i s prirodom, te poseban tzv. socijalnoekološki metabolizam.

Što se tiče shvaćanja ekonomije, u seljačkom društvu ekonomija je, prema Cifriću (2003.), shvaćena kao dio ekonomije prirode. Kao što je već naglašeno, ekonomski sustav podložan je prirodnom sustavu, a ekonomizirati se može samo u njezinim granicama. Prirodna je granica i ekonomska granica društva.

Ovakvo shvaćanje ekonomije vidljivo je i na primjeru ruralnog turizma, osobito u djelu turističkih seljačkih obiteljskih gospodarstava, ali i u ostalim objektima na ruralnom prostoru u kojima postoji ujedno i jaka tradicija ekološke poljoprivrede. Na pitanja o ekonomskoj isplativosti ruralnog turizma, odnosno o ekonomskoj održivosti kao dijelu ukupne integralne održivosti naši ispitanici odgovaraju različito, neki u kontekstu ekološke poljoprivrede, a neki isključivo u ekonomskom kontekstu.

Da. Ruralni turizam doprinosi zaštiti okoliša i (ekonomskom) razvoju zajednice. Svatko se trudi imati svoju dobit u ruralnom turizmu. Ipak smo svi na selu. (R1)

Apsolutno, mislim da mi u ruralnom (ekološkom) turizmu imamo stvarno veliki potencijal, ako ga ne pretvorimo u nekakvu karikaturu. (R2)

Apsolutno (ruralni turizam doprinosi profitu, op.a.), jer se na taj način zadržavaju ljudi na nekom ruralnom području. Porezima, potrošnjom, putem boravišnih pristojbi. (R4)

Ekonomski (isplativ) u principu nije. Koliko mi novaca potrošimo na hranu – nema ekonomske opravdanosti. Računali smo da nas jedno jaje košta 5 kuna. Sama opravdanost ekološke proizvodnje na ovakav način bez ikakvih pomagala nije isplativ. (R7)

Nije isplativo. Isplativ je fast food. Prvo, to vam ljudi danas ni ne cijene, to cijene ljudi koji su visokoobrazovani i ljudi koji su imućni, oni to cijene. (R9)

[250] Prema Cifriću, u hrvatskom društvu pitanje seljačkog društva je dvoznačno. Seljačko društvo ogleda se djelomice u načinu rada i života, ali seljačko društvo nije u potpunosti tradicionalno, već u njemu postoje i moderne strukture i inovativnost.

Pa ekonomski, u smislu da ćete se obogatiti, nije isplativo. Na taj način obogate se samo oni koji gaze preko leševa, koji uništavaju sve oko sebe i ostave pustoš, ali bogatstvo je kad vidiš da sve cvjeta i da raste i da je pozitivno, to je najveće bogatstvo, a ovo drugo se poklopi. (R11)

Ruralni turizam u vrlo velikoj mjeri doprinosi očuvanju okoliša, međutim u malim sredinama kao što je (...), navedeno još uvijek nije ekonomski isplativo. (R12)

Lokalna ekonomija i ekonomska održivost instrumenti su obrane života i opstanka života na ruralnom području. Kao takva, učinkovita lokalna ekonomija postaje nacionalni interes, s time da, dakako, nije oslobođena truda oko povećanja kvalitete i sniženja cijena. Diverzifikacija djelatnosti u ruralnom području, od čega je ruralni turizam ekonomski potencijalni segment, predstavlja razvojnu polugu lokalne ekonomije. Nastavno, ekonomska održivost u ruralnom turizmu nije prepoznata u smislu ekonomske isplativosti temeljene na tradicionalnim i održivim praksama življenja. Ne može se isključivo živjeti od turizma nego od neke glavne djelatnosti (npr. poljoprivrede) kojoj je turizam tek dopunska djelatnost. Posljedično, ekološke/održive/tradicionalne prakse življenja na objektima u ruralnom turizmu, u postojećim uvjetima, trenutno nisu ekonomski održive. Jesu li socio-kulturne prakse življenja održive, pokazati će se u nastavku.

7.13. Socio-kulturna održivost

Socio-kulturni aspekt održivosti je shvaćen kao autentičnost ruralnog (seljačkog) društva kojeg treba čuvati i održavati, obnavljati i njegovati. Prema Layju (2003.), jedan od ciljeva integralne održivosti je obrana *ljudski i socio-kulturalno autentičnog, „identitetnog"(svog) načina/kvalitete življenja, uključivo ovdje i gajenje tradicije shvaćene naprosto kao prakticiranje svakodnevnih ili povremenih (svečanih) aktivnosti očuvanja stavova i osjećaja da se ima socijalni i ljudski korijen*. Društva gdje dominiraju ljudi bez korijena, gdje neposredovana društvenost kao vrjednota i praksa kopni, a ljude često zatiče sudbina življenja u „gomili usamljenika", nisu nužno društva sretnih ljudi. Krajnji socio-kulturalni cilj integralne održivosti jest proizvodnja društvenih preduvjeta i okvira za ispunjenu egzistenciju.

Identitet razumijemo kao konstruiranu samosvijest pojedinca ili društva (skupine) u procesu komunikacije, a pretpostavlja odnos (sličnosti, razlike, dijalog) prema drugima. Cifrić (2013.) navodi kako se identitet odnosi na izbor najprihvatljivijih raspoloživih elemenata u procesu identifikacije, ali i na objektivno stanje egzistencije pojedinca i skupine. Identitet je rezultat procesa socijalizacije i reprodukcije kulturnoga nasljeđa u nekomu društvu. U

povijesnom smislu rezultat je interakcije društva/kulture (prihvaćanja, odbijanja ili kompromisa) s drugim društvima/kulturama u različitim povijesnim okolnostima. Manuel Castells (2002.) definira ga kao proces u kojemu se stvara smisao na temelju kulturnih obilježja kojima se daje prednost pred drugim obilježjima. U tom značenju obilježja Koprivničko-križevačke županije su bogatstvo i raznolikost prirodnih datosti, kulturno-povijesne baštine, lokalne tradicije, ali i suvremenih kulturno-društvenih aktivnosti tako da možemo reći kako postoje snažne pretpostavke socio-kulturne dimenzije održivosti.

Socio-kulturna održivost koja u sebi sažima identitet, kulturno nasljeđe i tradiciju ovoga kraja vidljiva je primjerice u bogatstvu domaćih jela, gostoprimstvu, pučkim veselicama, naivnom slikarstvu, folkloru i vjeri. U Podravini i Prigorju poljoprivreda je temelj opstanka, a kao izvorni „tvorci civilizacije", zemljoradnici su razvili i osobitu kulturu življenja, vezanu uz žetvene običaje, berbu, vinogradarstvo, kao i društveni život zajednice. Običaji[251] (primjerice „Križevački štatuti") i priredbe (primjerice krštenje mošta, „Križevačko veliko spravišče, „Picokijada", „Podravski motivi", „Renesansni festival") se poštuju i obnašaju, te na taj način ljudi čuvaju vlastiti kulturni identitet, a ono što je doista katrakteristično za ovaj kraj je samonikla, naivna umjetnost na gornjohrvatskom prostoru Hlebina. Kultura i umjetnička ponuda u Podravini i Prigorju predstavljaju prostor specifičnog Podravskog i Prigorskog kulturnog identiteta koji se pamti generacijama. Sve ove vrijednosti manifestiraju se u svakodnevnom iskustvu pojedinaca i grupa kao stabilna uporišta simboličke identifikacije bilo lokalnog, bilo regionalnog značaja. Prethodno opisanu socio-kulturnu dimenziju održivosti vrijedi upoznati u svakoj prigodi, pa tako, naravno, i u turističkoj, o čemu govore sljedeće izjave ispitanika:

Promičemo Podravce, nosimo narodne nošnje kad nam gosti dođu na imanje. (R1)

Još uže. Mi njegujemo zavičajnu vrijednost života i zavičajni identitet. Svaki predmet koji na neki način ulazi u našu kuću je podvrgnut nekoj mjeri verifikacije, da li je to neka krpa ili stoljnjak, da li je to neki etnografski predmet koji pripada zaista našem zavičaju. S druge strane, tražimo orginalni podravski suvenir, znači nešto od gline, nešto od podravske zemlje iz naše regije. Koristimo boje koje su primjerene lokalnoj sredini. Znači i vizualno i u smislu identifikacije putem govora, putem kajkavske kulture, kajkavske glazbe, da se kod nas povodom naših otvorenja i događaja sviraju cimbalo ili neko od tradicijskih instrumenata.[252] *Radi se i o*

[251] Jedan od najpoznatijih običaja u Koprivničko-križevačkoj županiji su poznati „Križevački štatuti", prva zapisana šaljiva pravila o tome kako se treba ponašati u društvu i pri punome stolu i koja zbog toga imaju važan sociološki predznak.

[252] Sugovornica nadalje pojašnjava konkretne aktivnosti koje će poduzimati: „Trenutno smo u pripremi hrvatskog Božića 21. ovog mjeseca (prosinac) pa će pjevati jedna pjevačica narodnih pjesama dakle, crkvenih napjeva zatim

*tome da Bilogora ima tradicijsku vrijednost za stanovništvo panonskog prostora jer je ona oduvijek bila mjesto odmora i bijega od matrice naselja gdje su se različite hektičke aktivnosti događale, dok se u Bilogori događaju samo one koje pogoduju ljudskoj duši, a to je mir, druženje s trsjem, jedan smisleni posao da kad se okreneš za sobom vidiš što si toga dana napravio, a da ne govorim da smo već jednom definirali da su klijeti pučke akademije gdje se razvija jedna cijela kulturoroška struktura. (*R3)

Trebali bi biti po nečemu posebni. U zadnje se vrijeme dosta ulaže, ali nema posjetitelja na lokalnim manifestacijama. Trebale bi možda manifestacije biti više vezane za prezentaciju onoga čime se bavimo. (R4)

Ruralni turizam pridonosi razvoju, to je identitet neke zajednice, nekog područja. Trebala bi postojati nekakva prepoznatljivost za određeno područje, ne samo u proizvodnji hrane već i organizacijom manifestacija koje su vezane za proizvodnju. Trebala bi se promovirati vlastita kultura, enogastronomija… Treba promovirati sebe. (R6)

Važno je „biti svoj". Ja svojom djelatnošću (proizvodnjom vina) promoviram lokalni identitet Prigoraca i ljudi koje žive na ovom području. Uvijek pokušavam da je to nešto iz ovog područja. Takvih proizvoda ima još… (R6)

Mislim da upravo ta hrana koju pružate mora biti hrana koja se povezuje uz taj kraj... Znači, imamo dolje i krušnu peć i sve to što treba i uvijek kažem: kad prestanem nuditi kruh koji je moja žena zamijesila i složila, onda se više ne trebam time baviti. Supruga je moju mamu i druge žena stalno ispitivala kako ovo, kako ono, stvarno nastoji da sve to bude domaća hrana koja se tu proizvodila. Ja sam jedini koji nemam svoj vinograd, ali vino koje se pije na našem imanju je od proizvođača iz našeg kraja s kojim surađujem i cilj mi je da još dolje do kraja sredim vinoteku da gosti mogu birati i isprobavati vina i da gosti mogu odabrati vino od proizvođača koji im se najviše sviđa, a ti proizvođači su upravo oni koji se bave vinogradarstvom na našem području. (R10)

Njegujemo. Pokušavamo nabaviti đurđevačku nošnju tako da ju možemo pokazati ljudima kad budemo imali više gostiju. Želimo pokazati kulturu Podravine, da to nisu samo manifestacije već i cijeli jedan identitet. Vinske ceste i brošura Podravina i Prigorje dosta su skromne u tom pogledu. (R7)

ćemo imati nošenje slame i sve one izvorne običaje, kitit ćemo samo onim nekadašnjim autentičnim nakitom za jelku, imat ćemo izložbu vezova tako da mi de facto isključivo podcrtavamo zavičajni kod, zavičajni dentitet, i zavičajni izraz jer smatramo da je zavičajnost najveća vrijednost života zato jer u zajednici naroda i u različitim aglomeracijama kojima već pripadamo ili ćemo pripadati isključivo po svojoj zavičajnosti možemo sačuvati autentičnost."

Međutim, postoje i primjeri u kojima socio-kulturna dimenzija održivosti nije prakticirana niti prepoznata u konkretnim slučajevima:

To je stvarno žalosno da se neke stvari zatiru. Mislim da bi se moglo daleko više. Ako govorimo o našoj županiji, koja je jako bogata, da bi daleko više trebala dati u to i da se njeguje taj identitet. (R9)

Ne, nažalost ne njeguje se (socio-kulturni identitet, op.a.). Dok prolazite kroz podravska sela i vidite stare kuće, uvijek vam je žao kad uočite da je umrla, da se urušila, da nema u njoj više života. Imam osjećaj da se ljudi još uvijek boje biti Podravci jer biti Podravac još uvijek znači biti Dudek. Podravci su vrlo vrijedni i marljivi ljudi i ono malo što imamo, to bi svakako trebalo sačuvati. Selo živi onako kao što živi grad, to je najžalosnije. Imate vrlo malo ljudi koji su samo poljoprivrednici i koji se samo time bave i svi su jednom nogom tu, a drugom tamo i to se osjeti... Velika je vrijednost našeg objekta i svih ostalih koji to rade da zbilja sačuvaju ono malo što nam je ostalo... Mi znamo da za ovaj ekološki i tradicionalni turizam nije dovoljna samo želja. Mislim da treba jako puno znanja i volje te je potrebno ući u suštinu, vidjeti što je ta nekakva tradicija bila i onda je poštivati u potpunosti, a ne onda kad se nama to sviđa. Mi imamo osjećaj, ali i gosti, da se osjeća taj jedan mir i da zapravo zrači jedno mirnije vrijeme bez ovolike strašne žurbe. Kad smo mi ljeti tamo, ja ne nosim uopće sat. Mi vam živimo kao da je dan strahovito dugačak jer ga mi ispunimo i iskoristimo u potpunosti. (R2)

Trend je nažalost takav da se navedeno sve više zanemaruje i sve manje poštuje. Identitet se ne njeguje puno u svakodnevnom životu jer je bijeg mladih ljudi trbuhom za kruhom u veće sredine sve veći problem. Identitet Podravaca i Prigoraca se ne njeguje u dovoljnoj mjeri. (R12)

To je pitanje na koje ja ne bih znala odgovoriti jer ne poznajem na taj način ni Dravu ni ljude. Oni ljudi koje sam upoznala onako su pitomi i otvoreni i dobro smo se našli, a sad ovo mi je nepoznanica. (R11)

Prema tome, socio-kulturna dimenzija održivosti na objektima ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji je zastupljena u određenoj mjeri. Socio-kulturni identitet njeguje se šire kroz regionalni identitet Podravine, Prigorja i Bilogore, uže kroz zavičajni identitet, te najuže kao ruralni identitet podravskog sela, enogastronomije, narodne nošnje i običaja. Većina ispitanika ističe kako je važno „biti svoj“ i kako socio-kulturnu dimenziju u značenju kulturnog identiteta treba njegovati i sačuvati od zaborava. No, postoje i razmišljanja koja otkrivaju drugo lice socio-kulturnog identiteta sumnjajući da svi bezuvjetno pristaju na prakticiranje takve vrste ponašanja. U prilog tomu stoji činjenica o arhitektonskoj zapuštenosti podravskih sela i zatiranju identiteta među mladima. Zaključno, trebalo bi uložiti više napora u

socio-kulturnu održivost jer svijest o socio-kulturnom identitetu postoji. Kakvu ulogu u očuvanju tog identiteta ima politička dimenzija održivosti, pokazat će se u nastavku.

7.14. Politička dimenzija održivosti

Politička dimenzija održivosti ogleda se u funkcioniranju društva/države na način da samoodređuje svoj kulturalni identitet i ukupnu sudbinu, uvjete rada i življenja ljudi i općenito, stanovništva koje živi na njezinu teritoriju. Riječ je, dakle o prakticiranju samoodređenja, odnosno, samodeterminacije u svakodnevnom životu. Prema Layjuu (2007.) nemoguće je vlastite resurse i živote organizirati na održivi način ako nam uvjete rada i življenja sustavno određuju akteri izvan društva u kojem živimo.

Politička održivost nekog društva, neke zemlje, jest visoka ako je visoka razina političke samodeterminacije uvjeta rada i života ljudi u tom društvu, u toj zemlji. Zagovaranje političke samodeterminacije kao okosnice političke održivosti nekog društva/države, čini se, implicira na određen način i praktično rodoljublje i domoljublje. Brinuti o budućnosti svoga roda i doma najbolje može sam domaćin, pripadnik toga roda i toga doma. Ljudima je (još uvijek) potreban osjećaj i praksa ovakve ili onakve ljudske zajednice, određene zavičajnosti i ukorijenjenosti. „Briga za svoje" u sebi ima uzidanu ljubav za svoje, za "svoj mali svemir" i njegove konkretne dijelove. Uzgred, istraživanja pokazuju kako se u Hrvatskoj izrazito visoko vrednuju obitelj i prijatelji.

Politička dimenzija održivosti ruralnog turizma tiče se općenito podrške turističke zajednice (županijske i lokalne) JLS-a (selo, općina...), obitelji, susjeda i slično u poslovanju. Podrška lokalne zajednice u poslovanju najkonkretnije se vidi u stupnju infrastrukturne opremljenosti[253] područja u kojem se nalazi analizirani objekt ruralnog turizma i koji uvelike doprinosi kvaliteti života i rada ispitanika. U najširem značenju infrastruktura nekog naselja, prema Štambuk (2004.), podrazumijeva tehničku opremljenost koja je preduvjet za uspješno funkcioniranje raznovrsnih službi i naselja kao cjeline. Riječ je o tehničkoj i socijalnoj infrastrukturi koja određuje donju granicu opremljenosti naselja i minimum standarda za kvalitetan život. Za potrebe ovog rada analizirano je zadovoljstvo elementarnom infrastrukturom koje uključuje zadovoljstvo kvalitetom cesta i prilaznih puteva, postojanje

[253] Primjerice, načelnik jedne male općine u Županiji s pravom ukazuje na probleme infrastrukturne opremljenosti u selima i općinama:"... razvedena je općina što je trideset šest ili osam kvadratnih kilometara, razvedeno stanovništvo i tu je teško infrastrukturu srediti i da smo mukom mučili da bi dovezli vodu, da bi riješili komunalnu infrastrukturu i onda što je još gore da nitko nema sluha da se više treba u takve sredine davati jer su recimo bogom dane za turizam...."

smjerokaza i turističke signalizacije, postojanje priključaka na vodovod, kanalizaciju, plin, struju, internet i telefon. S obzirom na to da nas zanima infrastruktura s ruralno-turističkim predznakom i da se ruralno-turistički objekti nalaze u teže dostupnim područjima, opravdano je pretpostaviti kako zadovoljstvo infrastrukturom koja je nužna za poslovanje varira u opsegu i intenzitetu. U tom smislu, dobiveni su sljedeći odgovori:

Problem je struja. Vodu imam, plin nemam, a niti ne želim. Imamo grijanje na drva. Signalizacije (turističke, op.a.) ima za druge, ali za mene nema. (R1)

Da, lako se može doći do nas, s tim da smo smjerokaze postavili sami i tu smo diplomirali jer ishoditi te dozvole od Hrvatskih cesta je bilo prestrašno. Dakle, što se tiče te šire infrastrukture ne mogu reći da sam zadovoljna i mislim da su tu prepreke strašno velike i da treba izaći u susret ljudima i pomoći im. Mi smo, recimo, angažirali svoje poznanike pa su oni crtali, drugi su nam izlazili u susret na različite načine, a što se tiče grada tu smo posložili sve kako treba i nismo imali nikakvih problema. Sve imamo (kanalizacija, plin, struja). (R2)

To je postojalo ranije već u objektu. Plin, voda, struja, vanjska voda budući da je područje (...) gdje se dvor nalazi jedna rudina s pitkom vodom. (...) je imao prvi vodovod s pitkom vodom u Podravini i iskoristili smo tu mogućnost pitke planinske vode tako da je svima dostupna. I struju smo imali. Označavanje je vilo malo naporno i dugotrajno, ali prije dvije godine smo označeni smeđom signalizacijom pa nam povremeno kose ove prilazne površine. Imamo informacijsku tablu, imamo dakle pristup, cestu do imanja. Nemamo parkiralište koje je u planu izgradnje da može prihvatiti autobuse. Ne znam, mislim da je ulog lokalne zajednice bila smeđa signalizacija i povremena košnja. Ja imam svoj internet gore tako da bi se ljudi mogli poslužiti za neku nuždu. Mi namjerno izbjegavamo tehnologiju jer želimo nekako objasniti ljudima da kad dođu u prirodu, moraju živjeti s prirodom. (R3)

Ceste su relativno dobre. Imamo gradski vodovod, internetsku vezu. Plinovod i kanalizaciju nemamo i ne očekujemo je skoro. Grijanje imamo na drva. Nisam zadovoljan oznakama kako doći do imanja. (R4)

Cesta bi trebala biti asfaltirana uskoro. Sve je pripremljeno. Putokaze moramo sami raditi. Imamo internet, telefon, sve što nam treba. Nemamo niti prilazni put. Morali bismo ga sami raditi. To je trebala riješiti općina, ali ništa. (R5)

Što se tiče infrastrukture, relativno sam zadovoljan jer se nalazim na području gdje je sve pristupačno. Imam sve, vodu, struju… No znam da na području županije, što se tiče vinskih cesta, ima dosta problema. (R6)

U principu nismo (zadovoljni, op.a.). Napravili smo jedan pritisak pa su počeli malo raditi. Obećali su nam putokaze, 7 komada, ali još ništa. Volio bih da to bude jedna cjelina. (R7)

Nikako. Znači tražili smo, išli smo u županijsku TZ da nam stave te smjerokaze, međutim ništa. Oni su nas tražili da mi njima pišemo zamolbe, da im to damo napismeno, ali moj muž je rekao niti slučajno, jer je to njihov posao i oni bi trebali znati da na području naše županije ima desetak turizama, nema više. Registriranih službeno osam i žalosno da za tih osam TZ nije ništa napravila. Mislim da je to totalni promašaj i da krivi ljudi sjede na dobrom mjestu... Imamo vodu, kanalizaciju, plin, struju, telefon, internet .. Imamo to sve. Jedino mogu spomenuti da kad smo se priključivali, jedino kad se plaćala vanjska mreža voda-plin to je bila subvencija, to nas je grad oslobodio plaćanja pa je participacija bila nekih dvanaest tisuća kuna. To je eto jedino što nismo platili. (R9)

Pa, ovako, ja sam spomenuo onu cestu koju bi trebalo srediti, da u pravcu od sela prema jezeru može biti stvarno uredna. Mislim da je drugo u redu jer ljudi dosta uređuju sami svoje grabe i asfaltirano nam je i sad imamo tu cestu prema jezeru i tako. (R10)

Pa, za sad kanalizaciju nemamo, ali imamo veliku septičku jamu koju smo morali raditi. Ja sam zadovoljna i sve štima, i gradski vodovod smo si priključili. Ove smjerokaze, to nemamo, ali TZ Koprivničko-križevačka je obećala da će ih postaviti. To je obećala u četvrtom mjesecu, a možda će ih do sljedeće sezone postaviti. (R11)

Djelomično smo zadovoljni, problem nam čine: plin kojeg dovozimo u svoj spremnik, kanalizacija koja nije umrežena, internet, telefon – loše su veze. (R12)

Dakle, nevjerojatno je da u najvećoj mjeri izostaju oni elementi infrastrukture koji su najvažniji za turizam, a to je turistička signalizacija u koju spadaju smeđa signalizacija i informacijske ploče. Turistička i ostala signalizacija[254] je namijenjena obavještavanju sudionika u prometu o kulturnim, povijesnim, prirodnim i turističkim znamenitostima te ostalim objektima i sadržajima u naselju. Turističku signalizaciju na cestama čine: znakovi obavijesti o kultrurnim, povijesnim, prirodnim i turističkim znamenitostima; znakovi za usmjeravanje prema kulturnim, povijesnim, prirodnim i turističkim znamenitostima te znakovi za pružanje turističkih i drugih informacija.[255]

U tom smislu možemo zaključiti kako Turistička zajednica Koprivničko-križevačke županije u periodu provedbe istraživanja ne pruža zadovoljavajuću podršku radu objektima u

[254] Pravilnik o turističkoj i ostaloj signalizaciji na cestama dostupno na: http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2002_07_87_1455.html
[255] Čl. 3 Pravilnika o turističkoj i ostaloj signalizaciji na cestama.

ruralnom turizmu i da bi se to u perspektivi trebalo promijeniti. Korisnici njihovih usluga iskazuju visoku stopu nezadovoljstva po tom pitanju.

Nadalje, što se tiče lokalne zajednice, općine, sela, susjedstva, a koji u većoj ili manjoj mjeri iskazuju deklarativnu ili stvarnu podršku, samo je jedna ispitanica iskazala nezadovoljstvo podrškom svojem poslovanju:

Pa, gledajte, mislim da sa susjedima nemamo problema. Mislim da lokalna zajednica ne (daje podršku), jer to stalno ponavljam, čovjek nije naučen da drugi uspiju.[256] (R9)

Ostali ispitanici su mahom, na pitanje čija je podrška najvažnija, najučinkovitija i najprisutnija, odgovorili: obitelj!

Da, (imam podršku obitelji) ipak je to obiteljski posao. Nisam ja sam. Svi smo imali svoj posao prije, a onda smo se svi posvetili svom gospodarstvu. Da, imamo podršku (lokalne zajednice). Ljudi dolaze u (...) sve više. (R1)

Uglavnom, bez ove bezuvjetne potpore obitelji ne možete ništa, to je jako teško ako nemate već u sljedećoj generaciji one koji će to osjetiti, koji će s time odrasti i koji će to prihvatiti jer uzalud vam posao ako sljedeća generacija to ne može shvatiti i ako ne vidi u tome nekakvu vrijednost. Što se tiče naše zajednice i našeg sela, tu imamo, ja bih rekla, podršku koja je osjetna. U svakoj stvari koju smo radili na našem imanju ljudi su nam pomogli i čuvaju nam taj prostor dok nas nema tamo. Znači, imamo izvrsne susjede i suradnike koji nam pomažu, imamo Udrugu žena koja nam pomaže. Mala zajednica ima svoja pravila koja morate poštivati jer inače ne možete biti član takve zajednice, ali mi smo se prilagodili. (R2)

Dosta smo orijentirani sami na sebe, obitelj se drži zato jer se i moja kći bavi kreativnim aktivnostima, dakle ona održava galeriju i umjetnički atelje, zatim, selo mi jako puno pomaže, imam stalne suradnike koji svaku aktivnost poprate, i mjesna škola, i područne okolne škole, i tako dalje. Međutim, kada to krene prema gradu, županiji, a da ne govorim Republici, onda je rezultat porazan. Svaku gradsku uslugu moram moliti posebno nekoliko puta, županija gotovo da i ne reagira na nas, a na Ministarstvo, da budem pravedna, nismo niti pokušavali. Smatramo da je to prekompliciran postupak, imali smo jedan posjet iz Ministarstva turizma gdje nam je diskretno rečeno da se obratimo stranim investitorima i da će oni to najprije obnoviti. (R3)

Imam podršku obitelji. Jedini smo u široj okolici koji se bavimo ruralnim turizmom pa nam se ljudi čak i smiju jer misle da to nema smisla. Podršku Turističke zajednice nemam,

[256] Ispitanica nastavlja dalje iskazivati svoje nezadovoljstvo: „Pa, predsjednik mjesnog odbora nam je maknuo tablu seljački turizam tu dolje i to preko noći su maknuli tu tablu i onda znate da je čovjek pokvaren i da to ne bi smio napraviti nego da bi trebao još dvije table napraviti, po mojem mišljenju, ali to radi svima, nemojte misliti da samo nama. Nemojte misliti da smo mi zakrvljeni, on je sa svima takav, on je s Udrugom žena takav, on je s vatrogascima takav, sa svima. To je to što u Hrvatskoj ne valja."

nisam je niti tražio. Jedino ih kontaktiram kada prijavljujem goste za boravišnu pristojbu, no nisu baš ažurni za povratne informacije. (R4)

Sin je nasljedio posao. Imamo podršku jedni od drugih. Podršku lokalne zajednice baš i nemamo. Stalno se mijenjaju. Jako je slaba podrška Turističke zajednice i ministarstva. (R5)

Najveću podršku imam od svoje obitelji. Cilj i je da ta dodatna djelatnost pomaže obitelji. Ali postoji i jedan dio ljubavi prema struci koja je usađena u tu djelatnost. Kada gledamo lokalnu zajednicu, osim infrastrukture, nikakve druge pomoći nema. Sudjelovao sam na nekim manifestacijama, ali direktne koristi nema. Najveća pomoć mi je kvaliteta proizvoda, brojne medalje i priznanje potrošača koji se stalno vraćaju. To mi je najbolji put plasmana proizvoda.(R6)

Pa od većine međaša imamo podršku (smijeh). Žele nam sve najbolje i žele nam da uspijemo. Obitelj (šira) gleda na to sve sa skepsom, nevjerojatno im je da bi netko mogao doći ovdje. Ali ako imaš smještaj 60 dana, to je ozbiljan novac. Mislim da se da živjeti od toga u obitelji koja radi, koja to hoće i želi. Sve pomalo radimo sami. Seosko domaćinstvo koje živi samo od poljoprivrede čeka, a kod seoskog turizma je novac odmah tu. Austrija je spasila svoje selo na način okrupnjivanja. (R7)

Obitelj je (podrška), to je preduvjet da bi ovo moglo funkcionirati. Kad imaš nekoga drugog i oslanjaš se na njega, taj nikako ne može ostvariti isti odnos s gostom kao vlasnik kojemu je direktno stalo da se gost vrati. Ja kažem da smo mi do sad najmanje uložili u reklamiranje ovog našeg imanja, a sve je to zbog toga što jednostavno imamo dosta gostiju jer svi dolaze na temelju utisaka i preporuka koje su dobili od onih koji su bili kod nas. Službenici Grada, kad imaju nekave goste koji su nekavog položaja, dovode te goste kod nas i mislim da se oni na taj način hoće pohvaliti seoskoim turizmom. Isto tako što se tiče Turističke zajednice, dosta su nam pomagali u promociji. (R10)

Prvenstveno obiteljsku podršku, a od Grada je za sad nije bilo jer nismo ništa ni tražili. Kad je bilo otvorenje, bili su tu predstavnici TZ Koprivničko-križevačke županije, oni su organizirali to otvorenje, došli su nekakvi novinari, konjanici, Bilogorski renđeri, bilo je jako lijepo i oni su obećali još nekakvu podršku. Na kraju se još ništa nije ostvarilo, ali nisam ja baš ni puno gnjavila. Obećali su tu postaviti signalizaciju i putokaze, i to je to. (R11)

Podršku unutar poduzeća u kojem radim imam 100%, lokalne sredine, koliko je to u njihovoj moći, pomažu u smislu marketinga, ali u vrlo suženom obimu. Od ostalih institucija baš nemamo određene koristi. (R12)

Dakle, podrška obitelji je najjača podrška u smislu formuliranja, donošenja i provedbe odluka o perspektivama razvoja ruralnog turizma. Podrška viših instanci, kao što su selo,

općina, grad, županija, turistička zajednica i sl., nije konkretno prepoznata niti su ispitanici njome zadovoljni. Što su institucije zadužene za razvoj ruralnog turizma fizički udaljenije, time je njihova podrška slabija. Stoga je opravdano postaviti pitanje: Jesu li institucije zadužene za pomoć u razvoju ruralnog turizma neprepoznate zbog svoje „nevidljivosti“ u radu ili zbog fizičke udaljenosti? Kako bilo, na njih se ne računa. Povratno, zašto im se vlasnici takvih gospodarstava ne obraćaju češće, odnosno odvija li se diseminacija informacija u oba smjera? Kad govorimo o turističkim seljačkim obiteljskim gospodarstvima, bilo bi ih poželjno očuvati, kao i mala obiteljska gospodarstva, jer se radi o značajnom broju ljudi koji žive u ruralnim područjima i zapravo su temelj života tih područja. Možemo reći kako je Hrvatska još uvijek zemlja obiteljske proizvodnje hrane, a nadamo se i turističkog seljačkog obiteljskog turizma, u perspektivi. Kada govorimo o političkoj dimenziji održivosti ruralnog turizma, njezina najvažnija komponenta je podrška uže i šire obitelji te samodeterminacija razvoja. Podrška lokalne zajednice, u smislu logistike, organizacije, financijskog inputa i slično, pomalo izostaje. Na nezadovoljstvo komunalnom infrastrukturom (kanalizacija, struja, plin, voda, telefon i internet) nadovezuje se nezadovoljstvo turističkom infrastrukturom (turistička signalizacija) i općenito nezadovoljstvo županijskom i državnom (ministarstva) podrškom poslovanju.

Primjetna je nevoljkost u komuniciranju s nadležnim institucijama koje su percipirane kao dugotrajno neučinkovite, neažurne i nekompetentne za obavljanje svojeg posla. Stoga, politička dimenzija održivosti počiva na obitelji kao najsnažnijoj karici, te lokalnoj zajednici koja na svoj specifičan način doprinosi održivom razvoju ruralnog turizma, kao što i ruralni turizam povratno pozitivno djeluje na nju, što je ilustrirano u nastavku.

7.15. Ruralni turizam kao doprinos održivom razvoju lokalne zajednice

Zajednica se prema Abercombi i sur. (2008.) može najjednostavnije definirati kao skup ljudi u nekom geografskom području pri čemu su u sociološkom definiranju najčešće prisutna tri elementa:

- pod zajednicom se mogu smatrati skupovi ljudi s posebnim društvenim strukturama;
- osjećaj pripadanja ili duh zajednice;
- sve svakodnevne aktivnosti zajednice, povezane ili nepovezane s radom odvijaju se unutar jednog geografskog područja.

Tijekom 19. stoljeća sociolozi su rabili pojam zajednice služeći se dihotomijama između predindustrijskih i industrijskih ili ruralnih i urbanih društava. Tu neizostavno spominjemo F.

Tönniesa i njegovu dihotomiju na zajednicu i društvo. Tönnies zajednice smatra posebnim vrstama društva koje su pretežno ruralne, ujedinjene srodstvom i osjećajem pripadanja te samodovoljne. Međutim, suvremena društva nije moguće oštro podijeliti na ruralna i urbana, odnosno zajednice i nezajednice. Zbog toga sociolozi predlažu pojam ruralno-urbanog kontinuuma unutar kojeg se naselja mogu raspodijeliti ovisno o raznim obilježjima svoje društvene strukture. Ali, osim važnosti srodstva, prijateljstva i samodovoljnosti zajednice, nije postignuto slaganje o obilježjima prema kojima se naselja u kontinuumu mogu razlikovati.

Tijekom 20. stoljeća zajednice su istraživane na pretpostavci kako su one većinom samodovoljne, te da stoga posjeduju svojevrsni duh zajednice, osjećaj pripadnosti. Tijekom druge polovine 20. stoljeća zajednice su postale manje autonomne, a razmatranja o naciji postala su mnogo važnija. Danas se pojam zajednice rabi za označavanje osjećaja identiteta ili pripadanja koji može, ali i ne mora biti povezan s geografskim područjem. Prema tome, zajednice su mentalni konstrukti oblikovani prema zamišljenim granicama između skupina. Zajednica se može definirati i kao skupina ljudi koji imaju nešto zajedničko što ih razlikuje od ostalih skupina, dakle postoji određeno zajedničko iskustvo.

Dakle, zajednica je skup pojedinaca čiji se svakodnevni život, povezan ili nepovezan s radnim obvezama odvija unutar jednog geografskog područja kao što je to, na primjeru ovog rada, područje Koprivničko-križevačke županije.

Za potrebe rada potrebno je odrediti i što je to održiva (lokalna) zajednica. Lokalna je zajednica geografski definirana, povezana je s određenim mjestom, odnosno upućuje na zajednicu mjesta.[257] Zajednica mjesta je, prema Geiger Zeman i Zemanu (2010.) skupina ljudi koji žive jedni do drugih na određenom prostoru i dijele određene vrijednosti, iskustva i interese. Lokalno se ovdje određuje kao prostor unutar kojeg je važno specifično, lokalno znanje. Lokalno je pak uvijek povezano s kontekstualnim, konkretnim i ukorijenjenim. Prema tome, lokalno je neraskidivo povezano s mjestom, s određenom fizičkom stvarnošću, a uvijek je prožeto i kulturnim značenjima.

Glavnu ulogu u samoodrživosti i samoobnovljivosti zajednice imaju tradicija i religija koje moralnim normama i sustavom vrjednota povezuju članove. Zajednica ima nešto zajedničko (materijalno ili duhovno) što je tvori i drži na okupu (životni prostor ili vjera) i po tome se razlikuje od društva. (Bačun, 2012.)

Ruralni turizam se smatra čimbenikom koji doprinosi održivom razvoju lokalne zajednice, jer ruralni turizam ima multiplikativne efekte, a gospodarska aktivnost je tek jedan

[257] Eng. *community of place.*

od njih. Istražuju se mišljenja ispitanika, slažu li se s navedenom tvrdnjom te mogu li tu činjenicu obrazložiti i oprimjeriti. Eksperti iz uzorka slažu se s ocjenom da ruralni turizam doprinosi održivom razvoju, ne samo lokalne, nego i uvjetno rečeno globalne zajednice, odnosno ukupnog ruralnog područja na kojem se odvija:

Apsolutno, on (ruralni turizam, op.a.) može doprinjeti razvoju lokalne zajednice jer kad realno gledate, to je realan prihod. Sva naša poljoprivredna gospodarstva i ova koja se dopunski bave turizmom, nažalost, sedamdeset do osamdeset posto njihovih prihoda čini turizam, dakle ne poljoprivrede, s čim se naravno Ministarstvo poljoprivrede neće složiti, ali je to tako. Oni žive od toga, ali zašto ne ako im to u ovom momentu omogućava prihod, onda plaćaju poreze, pomažu razvoju i uređuju sela i infrastruktura se uređuje i tako, tako da mislim apsolutno da da. (E1)[258]

Također, navode se i nužne pretpostavke koje utječu na funkcioniranje ruralnog turizma, a koje treba osigurati kako bi on proizveo korist za cijelu lokalnu zajednicu.

Da. To je podizanje turističke aktivnosti, a to znači da se svi turistički potencijali privedu mogućnosti korištenja, a to znači prije svega nekoliko komponenata. Prvo, u redu da su oni dostupni, da su obilježeni, da imate nekakove prospekte, da imate oznake. To je u ovom dijelu razlog čega se ide na Kalnik, Đurđevačke peske, zbog čega se ide do Drave, ali s druge strane mora se osigurati ovaj smještajni dio što ne znači uvijek osigurati kreveti. To mora biti instucionalno, mora postojati agencija, mora postojati restoran, mora biti netko na terenu tko se brine o tome svemu i tko će pokupiti novce koji su tu. Tu mi sada dolazimo na našu jednu nesretnu poduzetničku invalidnost, da tako kažem. Gotovo da mi i ne vidimo niti žara, niti vjere, niti poznavanje te problematike. Kako mladog čovjeka koji je ostao u beznadnoj situaciji, bez zaposlenja, uvjeriti i pokazati mu da on može krenuti u tom svom selu ili u susjednom selu, da ima potencijala koji će se korektno okrenuti zadaći sa svim izazovima. Mi danas, ušli smo u EU i najednom vidite mijenjaju se turisti, dolaze na biciklu ili autom ili hodočasnički ili pješke, oni su jednostavno počeli nadirati s ovog sjevernog djela Hrvatske granice i to se pomalo osjeća. (E3)

Na lokalnom nivou gdje se zorno može sagledati utjecaj ruralnog turizma na održivost lokalne zajednice ustanovljena su dva tipa odgovora koje smo oprimjerili izjavama ispitanika:

[258] Ovdje navodimo mišljenje sljedećeg ispitanika koji se referira na selo Karanac u Baranji kao primjer dobre prakse i pritom navodi sljedeće: „Da, u svakom slučaju (doprinosi, op.a.). Dakle, objekt ruralnog turizma, savršena posjećenost, ima od usluge prehrane do smještajnih kapaciteta. Sve ono što se na tom gospodarstvu konzumira, sve je proizvod lokalne zajednice, svi su oni međusobno povezani, nema nekakvog razdora ako dođe nekakva veća grupa, ima smještajnih kapaciteta dovoljno, svi oni jedni drugima pune kapacitete, dakle u tome oni sami dovoze i odvoze goste. Dakle, u jednom objektu jedu i sve, a u jednom su smješteni u drugim područjima tako da i ta zajednica živi. (E2).

1. afirmativan stav prema razvoju ruralnog turizma,

Apsolutno. To je vid izravne prodaje poljoprivrednih proizvoda gdje se, u stvari, kratkim lancem prodaje dobiva više korisnih elemenata prodaje i proizvodnje, dakle, bolja cijena i brži obrt kapitala i slično što je potrebno proizvođačima. Tu je i element za zadržavanje ljudi u ruralnoj sredini, povećavanje atraktivnosti tog prostora kroz ponudu, kroz socijalnu komponentu, kroz tradicijsku komponentu, kroz ekološku komponentu, dakle na cijeli niz načina ruralni turizam doprinosi razvoju prostora. (Ž1)

Naravno. Vrlo jednostavno, potiče razvoj ekonomije općenito i pozitivno utječe na demografsku sliku tog područja, a to je vrlo bitno. (T1)

Turizam može doprinijeti razvoju zajednice, može ju prezentirati, donijeti ekonomske aspekte, može zaposliti ljude, zadržati ih u ruralnim područjima, upotpuniti kvalitetu života zdravim načinom života, uzgojem proizvoda omogućiti kvalitetniji život. (Ž3)

To sigurno. To smo vidjeli na primjeru gospodarstava na moru. Oni su bili prvenstveno siromašni, ali su doživjeli veliki gospodarski procvat. (N4)

Ako svi razmišljamo da se pokažemo svijetu u najboljem svjetlu, uredit ćemo svoje selo. Ako je ljepše uređeno, više će ljudi doći. To je jedan kotač koji pokreće. Usput je i nama sve ljepše i bolje. To je svima vjetar u leđa ako jednog dana uspijemo doći do toga. (N5

Pa, iskustvo drugih zemalja i iskustva kod nas u Istri i na područjima gdje se već krenulo u većim koracima jest da je ruralni turizam jedan od čimbenika koji pomažu poboljšanju ekonomskog razvoja i održanju samog sela, ostanka samih ljudi. Od te diversifikacije, od same poljoprivredne proizvodnje, mogućnosti da ljudi na svom pragu srestnu neke druge ljude, da mogu porazgovarati, prodati taj svoj proizvod, to u svakom slučaju pomaže. Zatim, očuvanje tradicije toga kraja gdje se objekti nalaze, zaštita okoliša, jačanje lokalnih kapaciteta i samopouzdanja ljudi da oni mogu raditi nešto drugo osim onoga što su tradicionalno radili i da mogu drugima pokazati što oni to zapravo rade. Znači tradicijska gastronomija, izlasci van, promocija cijeloga kraja, puno je tu elemenata koji mogu pridonijeti održivom razvoju. (T2)

Tako je, svi u tom krugu imaju koristi. Lokalna zajednica kroz poreze, država kroz poreze, a lokalno stanovništvo poboljšani financijski status u obitelji, to sve jedno drugo pokreće. (T4)

Mislim da se već sad pokazuje kako je u nekim sredinama to jedina mogućnost, primjerice, Kalnika. Dakle, ne 90%, ali će turizam morati zauzimati veći dio gospodarskog kolača, dakle ti prihodi iz turizma bi trebali biti sve veći i veći jer kao što vidimo poljoprivreda u takvim krajevima ne može uspjeti, a daleko smo od vremena kad se radila teška industrija ili nešto slično na takvim malim područjima. Treba se bazirati na nečem novom i nečem održivom

jer, ako ne ostanemo na tim nekim okvirima, mislim da će te ruralne sredine polako nestati, znači ljudi migriraju u nekakve urbane sredine gdje je šansa za zapošljavanje veća, a sela nam ostaju prazna. (L1)

U svakom slučaju može, jer svaki turist koji dođe neće potrošiti samo novac na tom poljoprivrednom gospodarstvu nego će potrošiti novac i u lokalnom dućanu i u lokalnoj gostionici ili u muzeju ili će kupiti proizvode od poljoprivrednika ili će otići s nekakvim dobrim razmišljanjima i dovesti još turista u ovaj kraj. (L2)

Cilj nam je da cijela zajednica funkcionira. (R9)

2. <u>neutralan/suzdržan.</u>

Pa mogao bi. Kad je održiv onda i doprinosi, a kad je sve to u povojima, onda ne, ali bi mogao apsolutno doprinjeti. Mislim, turizam je inače grana gdje se zarađuje, ali nažalost kod nas još uvijek ne doprinosi u županiju ili u regiju. (Ž2)

Pa, on može definitivno biti nešto što pozitivno može utjecati i na očuvanje kulturne baštine, u nekim dijelovima očuvanju prirodne baštine, nematerijalnih kulturnih dobara i tako dalje. Može li isključivo biti kao nekakva okosnica nekakvog općeg razvoja, nisam siguran da se do te mjere može razviti. Ali u svakom slučaju kao nekakva dopunska djelatnost koja se javlja u nekavom ruralnom prostoru, definitivno ima svoju vrijednost i mora ga se poticati. (N1)

Dakle, na temelju izjava ispitanika, bez obzira na to je li riječ o donositeljima odluka ili vlasnicima ruralno-turističkih objekata, postoji jedinstven stav o tome da ruralni turizam kao multiplikativna djelatnost može doprinijeti razvoju lokalne zajednice (sela). Za održivi razvoj lokalne zajednice ruralni turizam ima veliko značenje, ali nije u dovoljnoj mjeri potican. Najvažniji je realni prihod od turizma, odnosno ekonomska dimenzija održivosti u vidu izravne prodaje poljoprivrednih proizvoda i pružanja turističke usluge. Također, važna je socio-kulturna (demografska) i biološko-ekološka dimenzija u smislu ostanka na selu i bavljenja tom djelatnošću, očuvanja biodiverziteta te samodeterminacije razvoja. Sklad sviju dimenzija održivosti putem djelatnosti ruralnog turizma utječe na bolje funkcioniranje cijele zajednice. Kao što je već naglašeno, ruralni turizam nameće se kao jedan od vjerodostojnih činitelja moguće gospodarske i demografske revitalizacije cijelog ovog prostora, ali i kao činitelj očuvanja ruralne tradicije i vjekovne kulture života i rada na ovim prostorima.

7.16. Temeljni problemi i preporuke za održiv(ij)i razvoj ruralnog turizma

Razvoj ruralnog turizma je predmet politike mnogih europskih zemalja s ciljem unaprjeđenja globalnog društvenog i ekonomskog razvoja ruralnih područja koja uglavnom pate od negativnih trendova deagrarizacije i depopulacije. Pri tome, najčešće se primjenjuju sljedeće mjere politike usmjerene razvoju ruralnog turizma (Petrić, 2011.):

- administrativna pomoć koja uključuje jeftiniji, brži i lakši pristup potrebnim informacijama;
- bolja zakonska regulativa;
- osposobljavanje; brojne edukativne institucije daju programe prilagođene potrebama potencijalnih nuditelja turističkih usluga;
- oporezivanje i financije: teži se poreznom sustavu koji će olakšati život seoskim gospodarstvima kao i drugim poduzećima povezanima s turističkim aktivnostima u ruralnim područjima;
- lakši pristup financijama: nužno je olakšati pristup novčanim potporama, strukturnim fondovima, povoljnim bankovnim kreditima; onim regijama u kojima su depopulacijski procesi izraženiji u odnosu na ostale, nužno je omogućiti posebne poticaje;
- izgradnja potrebne infrastrukture;
- marketing.

Isto tako, razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj, a osobito u kontinentalnoj županiji kao što je Koprivničko-križevačka opterećen je brojnim problemima na koje treba ukazati i koje treba otkloniti. Zbog velike važnosti i cjelovitijeg uvida u srž problema, transkripte eksperata koji ukazuju na prethodno detektirane probleme, a s posebnim naglaskom na administrativnu pomoć, bolju zakonsku regulativu i izgradnju potrebne infrastrukture, donosimo u cijelosti:

Nažalost, ingerencije se jako preklapaju; gotovo je pedeset različitih propisa iz gotovo svih ministarstava koji se direktno ili indirektno dotiču ruralnog turizma.[259] *Paralelno je Ministarstvo poljoprivrede donijelo Pravilnik o dopunskim djelatnostima na OPG-ima gdje opet oni vode svoj Upisnik dopunskih djelatnosti. S jedne strane imamo jedan Upisnik koji vodi Ured državne uprave i koji je vođen prema uputama Ministarstva turizma, s druge strane imamo još jedan Upisnik dopunskih djelatnosti. Moj prijedlog i prijedlog nekoliko drugih ljudi jest da napravimo lex specialis o ruralnom turizmu jer jedino lex specialis može riješiti probleme. Vi imate sad situaciju da vam na seljačko gospodarstvo može doći osam*

[259] Pravna regulativa za ruralni turizam u Republici Hrvatskoj nalazi se u prilogu II.

inspekcija.[260] *Vi ne možete ni razgovarati jer neko seljačko gospodarstvo nema čak niti mail adresu, dakle, neki od njih nemaju, naravno neki od njih su jako educirani, ali nemaju puno informacija i onda ne znaju što će. S druge strane, podliježu sanitarnoj inspekciji, podliježu veterinarskoj inspekciji, moraju znati što s porezom, moraju znati što s rakijama, propisi carinske inspekcije, mjerila, vage i slično. Dakle, imaju puno stvari koje ni mi ne znamo i njima je jako teško i zato mislim da ne bi bilo loše da konačno ministarstva počnju između sebe razgovarati, da pokušamo pomoć tim ljudima da profunkcioniraju kako treba i da se ti neki propisi barem prilagode.*[261] *Dakle, veliko je nesuglasje propisa, nekoordiniranost resora i treće, nema nikakve promocije ruralnog turizma. Bez obzira na to što HTZ ponekad dovede strane novinare i blogere u ruralna područja Hrvatske, to nije dovoljno. Mi nemamo niti web stranice niti katalog, evo sad Hrvatska gospodarska komora završava jedan tiskani katalog.*[262] *Nemamo niti jedan poseban oblik promocije da se zna da je to hrvatski ruralni turizam. Druga stvar, Hrvatska je lani donijela strategiju razvoja turizma do 2020. g., to je dokument koji je sam po sebi dobar dokument, međutim u onim dijelovima osnovnih tematskih cjelina kaže: ruralni i planinski turizam. Planinski turizam može biti dio ruralnog i ruralni turizam se može puno šire gledati osim tog planinskog. Mislim da taj ruralni turizam obuhvaća puno različitih oblika i da on na neki način mora biti majka svega toga i osnova*. (E1)

Evo, sad ću opet spomenuti jedan problem koji će se sigurno dogoditi: Program ruralnog razvoja dozvoljava ulaganja na području čitave Hrvatske izuzev u četiri naselja, a to su Zagreb, Split, Rijeka i Osijek. Rekao sam ranije, uvjet je bio da netko ima registrirano obiteljsko gospodarstvo i bit bi zbilja trebala biti diverzifikacija poljoprivrednih gospodarstava i u djelatnost ruralnog turizma. Dakle, svjestan sam da će ljudi otvarati poljoprivredna gospodarstva samo da bi bili prihvatljivi za korištenje sredstava iz ove mjere jer, reći ću sada, procedura je znatno jednostavnija nego što je bilo prije. Dat ćemo nešto manje nego prije, pedeset tisuća eura za pokretanje nepoljoprivredne djelatnosti i sve se bazira na poslovnom planu. Na poslovnom planu poljoprivredno gospodarstvo opiše da će se diverzificirati u djelatnost ruralnog turizma i isplaćuje mu se nakon realizacije poslovnog plana. Po mom mišljenju, dakle, trebalo bi onemogućiti one koji nisu zbilja poljoprivrednici. (E2)

[260] „Tu čak ni ne ubrajam one specifične inspekcije ako je OPG eko proizvođač, ako je upisan u Upisnik kao vinar i sad im i oni još dodatno mogu doći, dakle vi imate osam vrsta inspekcija. Preporuka je saborskog Odbora za turizam da se sve to nekako pokuša povezati, da inspekcije u početku budu u savjetodavnoj funkciji. (E1)

[261] „...na primjer, OPG svoj proizvod nekad može plasirati na svojem seljačkom domaćinstvu bez HCCP-a, naravno mora imati načela dobre higijenske prakse, mora se znati što je dobra sljedivost hrane i slično, ali ako želi taj svoj proizvod prodati restoranu koji je drugačije registriran, on mora imati HCCP, dakle s jedne strane i mrkva i batina, gasimo mogućnost, ali ako ima višak proizvoda zašto to ne bi prodao i restoranu... (E1)

[262] Nacionalni katalog Ruralni turizam Hrvatske.

Moram spomenuti jednu specifičnost povijesti seljaštva i poljoprivrede na ovim prostorima koji se ponekad ne mogu uopće uspoređivati niti sa sjevernom Italijom, niti sa Austrijom pa čak niti sa Slovenijom koja je štitila svoja gospodarstva, kmetije, kroz cijelo to vrijeme, kroz tu tradiciju. Kod nas se raspalo, isparceliralo to zemljište ili je bilo okrupljeno u obliku ovih PIK-ova koji opet nisu po prirodi bili ti koji bi bili zainteresirani za ruralni turizam. Ovaj drugi, ruralni, pa kad bi onda govorili o kontinentalnom turizmu, on je nažalost jgotovo u samim povojima, ja se to usudim reći. Nama nedostaje razvoj, a vjerojatno nije ni promocija dovoljno dobra samo je teško promovirati nešto čega nema ili je nedovoljno razvijeno ili nema kritičnu masu. (E3)

Što se tiče lokalnih aktera razvoja ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji, uočen je interes za razvoj i jačanje svijesti o mogućnostima takvog razvoja. Ipak, ispitanici smatraju kako postojeće institucije na lokalnoj razini nemaju financijskih i administrativnih kapaciteta da povuku sredstva iz Europske unije sudjelovanjem na razvojnim projektima, kako je sustav birokratiziran u cijelosti, ali i da se ruralna područja suočavaju s brojnim problemima koji direktno utječu na njihov ekonomski opstanak, a to su negativni demografski pokazatelji, nedostatak smještajnih kapaciteta, premalo registriranih poljoprivrednih proizvođača u bilo kojoj grani, te ostali čimbenici:

Mi imamo izuzetne negativne demografske pokazatelje, posebice u tim ruralnim područjima. Mi smo između dva zadnja popisa stanovništva izgubili grad veličine Đurđevca[263] *u našoj županiji. Većina tog (izgubljenog, op.a.) stanovništva je rezultat negativnih trendova na selu.* (Ž1)

Recimo, kod nas fali dosta smještajnih kapaciteta. Prvo to, da bi se turisti mogli uopće tu smjestiti, drugo nema uopće popratnih stvari kao što je kušanje domaće ukusne hrane.[264] *Trebao bi naglasak biti na to domaće i domaćinstvo, a oni (Ministarstvo turizma, op.a.)imaju kriterije kao da su to hoteli s pet zvjezdica. To je naš nekakav glavni problem. Isto tako, ako uzmete za problem Šodericu, zašto je toliko nerazvijena, a nekad je bio bum na Šoderici. Evo, ja znam jer smo na EU projektu pokušali uključit Šodericu, da ju malo oživimo, ali s obzirom da je ona u ingerenciji tri različite općine, desi se to da se veli: „Ja ne budem radio za svoju susjednu općinu". To je ta nekakva nit vodilja i nažalost, nisu svjesni da ne rade za njih nego rade zapravo za sebe. Uglavnom ne može se bez financijskih sredstava koja općine nemaju, a*

[263] Riječ je o gradu s otprilike 5 000 stanovnika.

[264] „ Hajmo za primjer uzeti biciklizam: problem baš kod biciklističkih staza je taj da definirate rutu, a ruta u našoj županiji je takva da biciklisti ne dođu jer se nemaju gdje zaustaviti. Znači, nemaju gdje stati pa popiti piće, nemaju gdje stati pa pojest, nemaju gdje stati i prespavat. (Ž2)

nemaju baš ni administrativnih kapaciteta da povuku sredstva iz Unije ili od nekud jer jednostavno ne znaju. Mislim, s tim se treba baviti, s projektom je puno posla, tako da mislim da su to najveći problemi koji stopiraju cijelu priču... Mislim da je birokratiziranost sustava za sad najveći problem. (Ž2)

Mislim da je kod nas problem neodlučnost ljudi, dakle samih poljoprivrednika ili drugih koji se planiraju time baviti (...) zbog svih ovih događaja koji su se odvijala u posljednjih dvadeset godina. Znači, ljudi su stekli na jedan način nepovjerenje prema institucijama. Uz sve ostalo ja mislim da su se u nekim situacijama zaletili pa su i prezaduženi, što im je jedan od glavnih faktora za iskorištavanje svih tih mjera i fondova u budućnosti. (Ž4)

Mislim da je nama najolakotnija okolnost što s jedne strane nismo zagađeni previše, možemo ići na tu ekološku proizvodnju koja je danas popularna, ali trebamo iskoristiti ono što nam se nudi. S druge strane možemo to iskoristiti jer su naši posjedi usitnjeni, mali, ima ih razbacanih svuda, uvjeti za obradu s velikim strojevima su teški, ali sa strojevima s kojim svaki poljoprivrednik radi i raspolaže može napraviti jednu kvalitetnu pripremu. Proizvod koji može plasirati jednog dana kroz taj ruralni razvoj i turizam. Ja mislim da se dosta ugostiteljskih objekata razvilo na našem području, ali ja mislim da oni premalo koriste naše resurse koji su na poljoprivredi, a možda nisu ni oni sami krivi jer imamo jako malo registriranih proizvođača u bilo kojoj grani, i za proizvodnju sira, ali i meda.[265] (Ž4)

Općenito, ruralni turizam je moguća razvojna strategija ruralnih područja koja podupire lokalno zapošljavanje i popravlja demografsku sliku ruralnih područja, diverzificira ili proširuje poslovanje postojećih subjekata kao što su npr. seoska gospodarstva. Nadalje, prema Petrić (2011.), ruralni turizam doprinosi stabiliziranju njihovog dohotka, privlačeći financijska sredstva utječe na poboljšanje izgleda lokalnog okoliša i infrastrukture, što podrazumijeva održavanje i poboljšanje izgleda objekata i općenito ruralnog naselja. Značajna je i njegova društvena uloga jer ruralnom stanovništvu, koje se često osjeća marginalizirano, vraća osjećaj ponosa i samosvijesti. No, razvoj ruralnog turizma je vrlo osjetljiv, u prilog čemu postoji niz protuargumenata:

[265] „Mi u biti imamo u županiji, kad se govori o vinu, dvadeset i šest registriranih proizvođača vina, od sirana samo na području Križevaca pa do Kalnika ima sto pedeset domaćinstava, OPG-ova koji se bave proizvodnjom sira, ali njih je možda petnaestak registrirano pod posebnim uvjetima. Tu imamo proizvođače meda (...) to su većinom staračka domaćinstva, a nitko se nije bazirao na direktnu proizvodnju meda i nažalost, kao što sam spomenuo, nemamo ni jedan OPG recimo koji bi od svojih svinja, junadi, proizvodio neki suhomesnati proizvod koji bi bio prepoznatljivi za ovo područje. (Ž4)

- kao prvo, turistički razvoj je neujednačen i ima različite učinke u različitim regijama i zajednicama;
- iako omogućuje brz ekonomski rast, često je i uzrokom njegovog brzog pada; stoga je posebnu pozornost potrebno posvetiti proizvodnim ciklusima te krajnje nepredvidljivoj potražnji i konkurenciji u turističkoj industriji;
- iako izuzetno pogoduje nastanku malih poduzeća, njihova kvaliteta je često veoma upitna;
- ruralni turizam, zbog prevladavajuće ekonomije malih razmjera i fragmentirane prirode poslovanja, nije orijentiran ka rastu; vlasnici poduzeća su uglavnom „poduzetnici životnog stila“ (eng. *lifestyle entrepreneurs*) ili „vlasnici koji teže autonomiji“ (eng. *autonomy seeking owners*) koji, zahvaljujući dodatnim izvorima sredstava, nastoje zadržati postojeći način života i održati obitelj na okupu (Dunn 1995.; Getz & Carlsen 2000.; Dewhurst & Horobin 1998.); stoga je lokalnim vlastima teško držati pod kontrolom ovakve poduzetnike;
- veliki problem predstavlja i nedostatak suradnje, kako između samih poslovnih subjekata, tako i između njih i vanjskih agencija;
- radna snaga u turističkoj industriji, kao i u mnogim drugim uslužnim sektorima nisko je pozicionirana na platnoj ljestvici;
- turizam u ruralnim zajednicama može generirati društvene i ekološke troškove; među najvećim problemima jesu predrasude prema posjetiteljima, prema promjenama i razvoju općenito; s druge strane, trendovi deurbanizacije doveli su do priliva novih stanovnika u ruralne zajednice, od kojih mnogi primaju dohodak iz ne-ruralnih izvora i koji naprosto žele „zamrznuti“ sliku ruralnog područja u rustikalnom razdoblju 50-ih godina (Lane, 1990.); degradacija okoliša i onečišćenja svih vrsta također predstavljaju jedan od problema (nekontroliranog) razvoja turizma u ruralnim područjima;
- turizam također može dovesti do generiranja ekonomskih troškova kao što je porast cijena nekretnina.

Neke od prethodno prikazanih problema anticipirali su i naši ispitanici na lokalnom nivou. Slijedi lepeza razmišljanja lokalnih aktera:

Puno problema oko tog našeg ruralnog turizma postoji još i u segmentu ponude smještajnih kapaciteta. Tu smo još previše ograničeni, imamo mali broj smještajnih jedinica. Pokušavamo kao pojedinci lokalne samouprave povećati broj manifestacija i raznih tipova događanja kako bi povećali potražnju za tim smještajnim jedinicama da se onda opravdaju

ulaganja pojedinaca, tvrtki, društava pa i OPG-ova u takve smještajne kapacitete. Činjenica je da mi nismo tradicionalno turističko područje pa da prema tome od mentaliteta, pa do obrazovnih i nekavih drugih saznanja naši ljudi ne razmišljaju turistički. (N1)

Problem je što zemljišta nisu čista, sad imam neke informacije da ljudima više neće biti potrebno da to bude zemljišno knjižno riješeno, nego da će samo trebati biti upisano u ARCOD... Na našem području nema čak nekakvih smještajnih kapaciteta. Po meni to je najveći problem, čovjek, kad dođe, nema gdje prespavati. Sve potrebne informacije bi trebale doći do krajnjih korisnika. To je po meni ključno, ne samo za turizam nego općenito za sve. Najgore je što na vrhu svi znaju, a dalje nitko ne širi informacije i to je po meni problem. (N2)

Mi smo izgubili nešto najbitnije, mi smo izgubili tvornice, (...) mi više nemamo sajma u Križevcima, kod nas dolaze ucjenjivači koji nas ucjenjuju za sve što se proizvodi na selu, oni spuštaju cijenu, dolaze u tvoj kotec i govore da ti daju jednu cijenu deset puta manju od njezine vrijednosti. Mi na selu smo zapravo jako ojađeni. Zapravo, mi više nemamo svoje proizvodnje i nemamo svojih resursa, mi se više nemamo za što uhvatiti na selu. I to su zapravo ozbiljni problemi i ne može se na selu ništa pokrenuti ako mi nemamo mudre glave gore na vrhu. (N3)

Mi u županiji ne poznajemo gospodarsku djelatnost turizam. Mi ovog momenta turizam razvijamo na 300 ili 400 boravišnih pristojbi. Mislim da je to poražavajući podatak i mislim da je to zbog toga što nismo iskoristili geostrateški položaj u Križevcima. Teško mi je govoriti o strateškom razvoju ruralnog turizma u našoj županiji jer tu su ipak ljudi koji bi se trebali tim baviti i koji su plaćeni za to. Svi morate našim mještanima objasniti što je to zapravo turizam, što turizam može donijeti i kako može popraviti njihov kućni budžet. Svatko mora u svojem segmentu imati aspekt razvoja i što on zapravo želi raditi i razviti u tom smjeru. (N3)

Dakle, na nivou lokalnih aktera, odnosno lokalnih donositelja odluka jedan od problema u ruralnom turizmu jest nepoznavanje turizma kao gospodarske djelatnosti u usporedbi sa maritimnim turizmom koji ima dugu tradiciju u odnosu na ruralni turizam na kontinentu. Drugi razlog vjerojatno leži u relativno pasivnoj ulozi koju su sve donedavno imale nacionalna i/ili regionalne vlade u promicanju razvoja ruralnog turizma. Osim toga, postoje i ostale infrastrukturne pretpostavke kao što su uređenost zemljišnih knjiga, te slaba poljoprivredno-proizvodna osnova. Općenito govoreći, u Hrvatskoj je i socijalni kapital nedovoljno razvijen (Franičević, Bartlet, 2001.), a to može biti jedan od razloga zbog kojeg ruralno stanovništvo nije spremno prihvatiti nove razvojne modele koji se temelje na suradnji i umrežavanju.

Što se tiče aktera u turističkim zajednicama, odnosno turističkih djelatnika, problemi koje oni uočavaju uglavnom se tiču nepostojanja strateškog dokumenta i strateških smjernica razvoja turizma i ruralnog turizma zbog čega turističke zajednica općina, gradova i županije

nekoordinirano razvijaju vlastite inicijative. Zatim, važnu ulogu imaju i neriješeni imovinsko-pravni odnosi u objektima koji bi trebali postati ruralno-turistički objekti. Nadalje, depopulacija u ruralnim područjima koja za posljedicu ima pusta sela, geostrateški položaj neadekvatno prometno povezan sa Zagrebom i na drugoj strani upućenost na isto tako nedovoljno razvijeno prekogranično mađarsko tržište. Nastavno, vrlo ozbiljne zamjerke upućuju se obrnutom redoslijedu stvari koje su na snazi u turizmu: osmišljavanju marketinga koji prethodi kreiranju proizvoda te definiranju razvoja iz struktura lokalnih političara, a ne same struke. Kad se počnu poštivati i podržati pravila struke, zasigurno će biti daleko više uspjeha u turizmu i ruralnom turizmu županije. Također, ruralni turizam, a osobito turizam na seljačkim gospodarstvima, je prereguliran u smislu postizanja standarda koji vrijede u maritimnom turizmu, čime se narušavaju pretpostavke poput autentičnosti, domaćinskog i tradicionalnog ugođaja što čini osnovicu takve vrste turizma. Naravno, financijska ulaganja u takve objekte i popratnu infrastrukturu na manjim ruralnim područjima daleko nadmašuje financijske kapacitete tih općina. Na to se nadovezuje antipoduzetnička klima u cjelini. Stoga, kada se takvi poduzetnici suoče sa velikim administrativnim i financijskim izazovima za pokretanje takve vrste posla, brzo odustanu i vrate se poljoprivredi kao osnovnoj djelatnosti. U tako krhkom okruženju za razvoj ruralnog turizma dodatna nepovoljna okolnost je preklapanje glavnih turističkih manifestacija na relativno malom području. Donosimo najupečatljivije izjave ispitanika u cijelosti:

S ovom baznom ponudom (kulturni turizam op.a.) doći će se na indirektan način do podražaja prema čimbenicima na ruralnim prostorima, ali i na području turističke kinetike gdje ćemo vidjeti da ta niša, dakle turizam na ruralnim prostorima nije dovoljno eksploatirana u turističke svrhe. (T1)

Svakako nedostaje da se zajedno definira za cijelo područje županije koje su to prednosti i nedostaci. Treba napraviti swot analizu i uočiti koji su to zapravo stupovi na kojima se može raditi dalje jer ovako stvarno gasimo požare i radimo stvari onako kako naiđu, umjesto da imamo nekakvi cilj kojem težimo. A naš osnovni problem je u tome što osnovne vlasničke stvari nisu razriješene, puno objekata nije ucrtano, kao da ne postoje. Kod nas, što se tiče tog prigorskog dijela, ne možeš povezati pet općinica jer svako ide na svoju nekakvu stranu, a to je kratkoročno i dugoročno neodrživo. (T2)

Postoje veliki problemi što se tiče trasiranja biciklističke međunarodne rute (koja ide od Finske do Grčke) jer nemamo atraktivnosti, ruralan prostor nam je takav kakav je, nema smještaja, nema ugostiteljskih objekata, pa ja ću i reći nema dovoljno atraktivnosti na tom monotonom prostoru ravničarske Podravine uz Dravu. Svaka čast Dravi, ali kad vi prolazite

kroz naša sela, za nekoga možda to je doživljaj, vidite kako su ona jako zapuštena, depopulacija je strašna, staračka domaćinstva su sve brojnija, a puste kuće su još brojnije i nažalost, ne znam kud to vodi i vjerujte mi, ja ne bih imao lijep osjećaj voziti se kroz pusta naselja, polunaseljena naselja, naselja duhova, neuređena dvorišta, prljava, razbacana,uz kuće koje nisu uređene.Tako da mislim da s te strane i s tog aspekta imamo jako velikih problema.

Najveći problem u startu je tržište. Znači, tržište na ovom nekakvom manjem radijalnom prostoru, recimo nekavih pedeset kilometara, ne postoji. Ja znam iz prve ruke, što se tiče manifestacija, napravili smo Renesansni festival koji je najjača priča, ne samo u Hrvatsko,j nego i puno šire i nama je najjače i najvažnije tržište Zagreb, ali imamo strašnih problema zbog prometa, to je problem broj jedan. Problem je zapravo reputacija i brending gdje oni ne prepoznaju Podravinu kao nekakvo zanimljivo odredište.. .Znači po meni je problem to tržište, a s druge strane problem je granica i ovaj prekogranični prostor Mađarske. Je li to prostor koji možemo nazvati emitivnim turističkim prostorom? Pa, nema šanse, to je pustoš, to je demografska pustoš. To je jedan od najnerazvijenijih dijelova Mađarske, a mi smo time okruženi. Sad, zamislite u kakvoj smo situaciji i poziciji, a zavaravati se sad i pričati velike priče o daljnjim tržištima Slovenije, Italije, Austrije, Njemačke, mislim oprostite, ja sam obišao dosta toga i vidio sam na što liče njihova seoska gospodarstva i sad da će se netko odlučiti doći u Podravinu i ovaj naš kraj, jako teško. Ja mislim da baš i nemamo velike resurse kakvim se obično dičimo u teoriji i brošurama. E, zašto nemamo tako velike resurse? Nisam rekao da nemamo prirodne resurse, po meni nemamo ljudske resurse. Ljudski resursi su nam na niskim granama, poduzetništvo katastrofalno. Kod nas tu u Podravini je katastrofalno. Jedan od glavnih faktora razvoja su velike industrije koje su bile u Koprivnici, a gdje je većina Podravaca desetljećima razmišljala kako se zaposliti u Podravki ili nekoj drugoj firmi, jednostavno ako je i postojalo poduzetničkog duha na sel,u on je sveden na margine, baš zbog koncentracije industrije u Koprivnici... Uvijek netko govori da fali marketing i da nitko bez toga ne zna za njih. Ja se ne slažem s tim. Ne može biti marketing prije kvalitete jer šta vama vrijedi marketing ako vi nemate kvalitetu. Vi morate imati organizirani proizvod, kvalitetan proizvod i vrlo često nam to fali. Svi pričamo o Dravi, ali što s njom? Hoćemo organizirano biti na Dravi, je li to plovidba po Dravi, pecanje ili ne znam što, jer organizirano, to praktički ne postoji. Ili velike priče o vinskim cestama? Pa vinska cesta je kad vi nazovete na adresu tog i tog čovjeka i on vas čeka u podrumu, to je vinska cesta, a ne da vi nazovete, a nema nikoga. Znači nema organiziranog proizvoda, a marketing postoji. Prema tome marketing dolazi tek onda kad imamo pravi proizvod. A ne da neki u TZ-u vrlo često rade obrnuto. To je najlakše, najlakše je tiskati brošure i lijepe slikice gore, pa ćemo putovati na sajmov,e pa ćemo dobiti velike

dnevnice, nikakva odgovornost, nikakav posao, pa znam ja kako to ide, a gdje je rezultat iza toga svega, što oni promoviraju? Ono što ne postoji. Vrlo često se brkaju lončići, a ja znam zbog čega, jer je najteže stvoriti proizvod, naravno, teško ga je i prodati. Izbori se ti za svoj prostor da je atraktivniji od drugoga, vrlo teško, ali prvenstveno moraš imati kvalitetan i atraktivan proizvod jer ako to nemaš, badava ti marketing, a stvoriti atraktivan proizvod na našem prostoru je Sizifov posao. Smislite kvalitetan proizvod, iznjedrite ga, mučite se zajedno sa svojim suradnicima i onda vam stalno netko klipove pod noge baca. Gospoda kaže da se oni u turističkim zajednicama moraju baviti marketingom, a ne da kreiraju proizvod jer treba raditi, treba riskirati, treba razmišljati što će biti nakon toga, hoće li se to isplatiti. Imamo mi resurse, ali ne znamo gospodariti njima, mi ih čak ni ne prepoznajemo. Prvo bi struka trebala reći što, kako, gdje i zašto, a onda bi političari trebali pomoći struci, a ne što je vrlo često, obrnuto, da političari diktiraju, a nemaju pojma o tim stvarima i nalažu struci o određenim stvarima. (T3)

Turizam je kroz neki period u ovom našem kraju doživio stagnaciju. Treba prvo obići cijelo područje, treba napraviti nekakvi plan i strategiju kako bi ubuduće bilo mogućnosti za razvijanje turizma, koja su kulturna blaga... Rade se propisi i zakoni u nekakvim turističkim uredima na moru koji imaju veće prihode, a mi smo ovdje u ruralnom dijelu još više zakinuti jer ni volonterski to ne možeš raditi, jer te zakon ograničava, jer traži da imaš ured, da imaš zaposlenoga, a mi to prije nismo trebali, radili smo dobrovoljno. Jednostavno se ne ulaže dovoljno u smislu poticaja od strane države i u smislu edukacije ljudi i pojednostavljenju propisa. Propisi su tu neprihvatljivi...

Ja bih rekao, momentalno, kako su najveći problemi i zapreke sustava njegova represivnost, ogromna administracija i mnoštvo propisa. Slabost bi sad možda bila u tome da smo mi predugo vremena mirovali, ljudi nisu bili uključeni u određeni posao i trebalo bi im dosta vremena dok uhvate ritam prakse...

Treba imati smještajne kapacitete koje nažalost u ovom dijelu nemamo, nemamo skoro nigdje, morali bismo imati gastronomsku ponudu, a to se odnosi na ponudu prave naše domaće kuhinje, to interesira ljude. To nam fali. Sve se svodi na jedan dio registriranih firmi, domaćinstava ili ljudi koji bi zakonski mogli to obavit,i ali većina ih odustane zbog neprihvatljivih propisa i komplicirane papirologije i ostalih stvari koje su mnogima preteške i čovjek odustane, neće se time baviti. Isto tako, ova vinska cesta je odlična promocija za ovaj kraj i odličan projekt, ali opet drugi problem, dio tih vinara koji su se prijavili ne nudi vino.

Nerazvijena područja, nezagađena područja su bogom dana za turizam, a samo ima tu ne znam koliko vrijednih ulica gdje su stogodišnje kljeti i ima ih još gdje bi se kulturna baština

trebala očuvati, pretvoriti u neki brend, ali sve to opet ovisi o onom osnovnom: koliko lokalna uprava raspolaže novcem, recimo koliko ona može u to uložiti. Koliko je kompliciran sustav registracije i svega ostaloga. To nas ubija i zato ne možemo naprijed. Mnogim obiteljima bi to bio dodatan prihod, no ne možete ništa jer ovakav oblik registracije za jedno obiteljsko gospodarstvo koje se bavi turizmom traži na primjer da imate pakirnicu jaja, rosfraj u prostoriji gdje ćete raditi, kao u jednoj mesnici, i onda sve uvjete kao i svaki drugi restoran, onda to nije seoski turizam. Onda je to po meni jedna totalno promašena tema... Imamo bogom danih tih prekrasnih predjela, imamo ljude koji hoće, koji bi radili i marljivi su, znaju da će zaraditi. Ali, ako imaju sto muka da bi taj sav posao mogli izrealizirati u nekakvu financijsku korist i ako mu treba fiskalna blagajna i ne znam što sve da bi mogao funkcionirati, onda je to za njega plafon i ne želi ulaziti u to. Nekakve jednostavne oblike mi iskompliciramo, to je neprihvatljivo i dok god tako bude,mi nećemo ništa pokrenuti u ovom kraju. Nažalost, ja vidim jednu lošu sliku, vidim ju svaki dan... Ovo se mora promijeniti ili ćemo doživjeti totalni krah u državi, ja ne znam kako to još nikome nije jasno. Nećemo se pomaknuti niti što se tiče ekonomskog rasta, niti ćemo se pomaknuti dalje u turizmu, nećemo se pomaknuti ni u čemu. Nemamo jasnih strategija u razvoju općenito svega, imamo pretvrde i prekrute propise, prevelik presing na gospodarstvo, država ne uvažava poslovne ljude kao partnere nego se prema nama ponaša kao reketaš. (T4)

Mi imamo ogromne potencijale, ali mislim da su ljudi još uvijek okrenuti tradicionalnoj poljoprivredi i još uvijek ne vide mogućnosti... Često nam se događa u županiji da nam se manifestacije preklapaju, a mislim da se to nikako ne bi smjelo jer mi nismo veliki prostor da bi se nama dvije manifestacije na istom potezu događale istovremeno, to se da posložiti to je sve dogovor. (L2)

Vlasnici objekata u ruralnom turizmu naglašavaju potrebu za većom pomoći lokalne samouprave, transparentnijim zakonima i olakšanom procedurom pokretanja poslovanja, smanjenjem administrativnih i organizacijskih barijera. Nepostojanje suradnje između lokalne zajednice i poduzetnika upućuje na činjenicu da se razvoj turizma u lokalnoj zajednici još uvijek ne smatra zajedničkim poslom cijele zajednice, odnosno da nužnost suradnje u razvoju ruralnog turizma još uvijek nije u potpunosti shvaćena niti široko prihvaćena. O tim i sličnim problemima govore sljedeće izjave naših ispitanika:

Morao sam sakupiti 56 papira u dvije godine. Veliki je nedostatak kompliciranа papirologija. (R1)

Mi smo uredno tražili dozvolu i mi smo zapravo uporabnu dozvolu dobili 2005. godine, a kao prenoćište smo se registrirali tek 2010., jer cijelo se to vrijeme čekalo da se promijeni zakon koji valorizira tradicijsko graditeljstvo u turizmu. To se, nažalost, nije dogodilo i u času

kad smo mi počeli postupak registracije, isto tako u suradnji sa Županijom, ispostavilo se da mi tu imamo bezbroj problema jer se shvatilo da je u međuvremenu donesen zakon koji je postavljao nekakve gabarite, recimo visinu stropa u blagavaonici,[266] *visinu stropa u sanitarnom čvoru, što mi nismo mogli postići jer su to takve građevine i onda sam imala dojam da ured koji nas je trebao registrirati nema potrebne alate niti znanja, a čak niti volje da nam izađe u susret, da se za nas raspita. Kad su konačno došli i to pogledali, onda su imali bezbroj primjedbi koje smo mogli riješiti u tom nekakvom pripremnom razdoblju, ali nismo... I to se (naš objekt) na kraju svakako zvalo jer nisu znali kud da nas stave i nisu znali kud spadamo. I onda smo došli zajedno sa Županijom do zaključka da se registriramo kao prenoćište. Nismo mogli registrirati sve postojeće krevete naprosto zato što spavaonice postoje samo u domovima i hostelima, prenoćište ne može imati spavaonice nego sobe. Svoju kuhinju nažalost, nismo mogli registrirati jer je ona tradicionalna, puna detalja, nema metalne površine i ne može se održavati u smislu nekakve hotelske kuhinje*[267] *i smatram da je to u potpunoj opreci funkcije takvog jednog objekta jer ako se želi autentičnost, onda gosti koji dolaze to i žele. Ne možete im ponuditi hotelsku kuhinju niti ono što kuhate smije biti hotelsko.... Mi smo ljudi iz grada, mi smo blizu sela, ali nikad nismo živjeli na selu, kao djeca radovali smo se kad smo mogli na sjeniku jednom prespavati, to je doživljaj. Zašto to ne pružiti, naravno da ne možete jer kako to registrirati, na koji način doći do toga, a i onaj tko to ima će vam reći da to nije ništa, znate to je jedno neshvaćanje vrijednosti koje imamo. To se provlači kroz cijelu os jer nitko ni u Ministarstvu nije deklarativno rekao što je to što cijeni onima koji su dolje. Evo ne znam jesam li vam razjasnila, ali mislim da doslovce činovnici koji sjede u Ministarstvu nemaju veze sa stvarnim stanjem, ni sa situacijom, ni što vrijednosti jesu.... Malo se nudi (u turizmu). Ja sam se osobno dosta time bavila, radila sam na planu za rutu željezne zavjese i onda smo spoznali da od Koprivnice do Pitomače, ako ste turist, možete umrijeti od gladi.*[268] *Dakle, nemamo više onih gostionica gdje ste mogli pojesti juhu, nekakav čušpajz jer nije bilo turista, a turista neće*

[266] „Evo, rekla sam vam na početku kako smo imali problema s registracijom jer imamo prenizak strop i svima to pričam jer me je to pogodilo u srce, kad mi je gospođa doslovce rekla da mi maknemo taj strop, da oni to izmjere pa da ga poslije onda opet stavimo. Htjeli su nam oni na neki način pomoći, ali kako? Zar se ne može shvatiti da onaj koji želi seoski turizam mora doživjeti stvarno autentično stanje, a onda inzistirati na nekim super higijenskim uvjetima, broju muških i ženskih wc-a i na ne znam ja čemu, naprosto je smiješno."

[267] „Nitko u selu nikad nije bio otrovan hranom, nikad, čak ni onda kad nismo imali ovu vodu koja je izvrsna, ni kad nismo imali kanalizaciju jer žene na selu znaju kad je jaje pokvareno, bilo što. To je sramota da nekome bude zlo od tvojeg jela. To se na selu ne događa, ljudi hranu doživljavaju kao nešto osobno i sve ostalo, mislim da tu na neki način treba olabaviti..."

[268] „Nitko nije registriran za davanje prehrane jer za to mora imati bezbroj papira. Žena je u Ždali otvorila Bike and bed, mora catering donijeti jer ne može registrirati kuhinju, nema tekuću vodu, jer tamo nema vodovoda. Dakle, takve stvari su prestrašne. Tu je brdo propisa koji su nepotrebni jer eliminiraju tu nekakvu tradiciju. Ja sam pitala zašto u gostionicama ne ispečete štrukle, zašto ih ne stavite na meni, pa su rekli tko će ih pojesti. Ako ih ne stavite na meni, nitko ih neće pojesti." (R2)

ni biti. To znači, ako ne napravimo ponudu, nitko neće ni doći, a ako imamo ponudu, a nitko ne dođe opet će se zatvoriti. To znam jer je bilo pokušaja otvaranja nekih ribičkih domova. N žalost, ako to nije neka krčmetina to ne može opstati jer zaista nije bilo turista. Sve je to povezano, dakle mi imamo jako puno tih malih stvari koje bi zajedno trebale činiti kompletnu ponudu, a da bi se to moglo ostvariti, tu treba biti puno sudionika koji se trebaju složiti i koji trebaju znati što je njihova dužnost i što trebaju napraviti. (R2)

Ja ću dati jedan primjer koji će sada maliciozno zvučati, ali doista nije tako mišljeno, to je akcija pisanice u kojoj slikari naivci oslikavaju pisanice i onda one idu po svim svjetskim metropolama. Jedini turistički proizvod koji je krenuo iz Podravine i koji se rauba već desetak godina, što je totalno apsurdno, on je dosta problematičan vizualno, dosta je problematičan estetski, ali u međuvremenu nitko nije ništa bolje smislio. (R3)

Propisi su komplicirani. Imali smo loša iskustva s inspekcijama. Čak sam i zažalio što sam u to ušao. Inspekcijski nadzor je jako strog. Dođu sa ciljem uzimanja mita i kažnjavanja. Žalosno je što to tako ispada jer je uloženo puno novca. Reklama nam je jedina na HTZ-u, druge nemamo. (R4)

Ima dosta nameta. Treba krenuti od temelja. Treba mjenjati zakone. (R5)

Ja osobno od projekta (projekt vinske ceste) nisam imao ništa, dapače više troškova nego koristi.[269] *Nažalost još uvijek je to sve stihijski. Ruralni turizam nije organiziran. Komparativne prednosti koje postoje uopće se ne koriste i nisu sinkronizirane niti od grada niti od strukture, a niti od krajnjih korisnika. Korisnici su prepušteni sami sebi i tko se tu najbolje snađe. Nema nikakve koordinacije, na primjer vinske ceste: proizvođači bi trebali prvi surađivati između sebe. Te suradnje nema. Svatko nastupa zasebno na tržištu i predstavlja sebe, a ne tu vinsku cestu. Mislim da nema te svijesti u tom pogledu u ovoj županiji. Mislim da se Turistička zajednica svodi na par događanja u gradu i tu je kraj priče. Generalna strategija na ovom dijelu ne postoji. Mislim da su gospodarstva sama po sebi preslaba da bi sama ulagala u tako nešto i da čvrsto idu u tom segmentu ruralnog turizma, već u tome vide dodatnu djelatnost koja im osigurava neki dio dodatnog dohotka u ovoj krizi, posebno poljoprivredna gospodarstva.* (R6)

[269] „Događanja i promocije sam popratio s određenim brojem butelja vina koje nisu bile naplaćivane, a što se tiče gostiju, ne pamtim da je netko ikada kupio ijednu butelju vina na tim promocijama. Vinska cesta, na onim dionicama koje funkcioniraju, u uskoj je sprezi sa Turističkom zajednicom, a ja od Turističke zajednice nisam dobio niti jedan upit, niti gosta, niti ponudu. Prema tome, ona je pravni nositelj vinske ceste, ali do sada od njihove strane nije bilo upita. Mislim da je to stvar loše organizacije. Ja ne poznajem njihovo stanje poslovanja kao niti oni moje.“ (R6)

Većinu stvari moramo sami odraditi, Turistička zajednica nam nije od pomoći. Trebalo bi malo više, da se lokalne vlasti uključe u sve ovo. (R7)

U problemima smo što se spavanja tiče u cijeloj županiji. (R8)

Mjerodavni, a to su turističke zajednice, za nas ne daju ništa. Znači, ne usmislu da mene netko reklamira, da ja danas imala pečenu racu, ali se nešto može napraviti za nas grupno, ako nas ima osam. Recimo, mi vam imamo od 2010. otvorene sobe, a ove godine nas je tek TZ stavila na internetsku stranicu. (R9)

Ovaj naš ruralni turizam, tu ništa ne postoji. Ja tu kod sebe nisam mogla stvaviti prehranu, bilo kakvu, čak ni onu najjednostavniju, čak ni doručak, jer me kače propisi kao da hotel otvaram i smatram da je to nebuloza. Mislim, to ne postoji u Austriji, vi dođete u svaku seljačku kuću i ona ima nekakav turizam i tamo nekakva bakica za šparetom sjedi i kuha za goste, tako da nisu tako strogi propisi. Mislim, moraju postojati propisi o higijeni, apsolutno se slažem, ali što je previše, previše je. Ja bih sad još trebala uložiti četiri ili pet tisuća eura da napravim kuhinju po njihovim standardima, a evo danas imam prva dva gosta. Tako da smo odustali od toga, s time da kad gost dođe, on si može sam nešto pripremiti, u principu i ja mu mogu pripremit, ali to je protuzakonito. (*R10)*

Kada rezimiramo najveće probleme ruralnog turizma u iskazima eksperata, donositeljima odluka i neposrednih aktera u ruralnom turizmu, možemo reći kako su to: nesuglasje propisa, preklapanje ingerencija različitih ministarstava, nekoordiniranost resora i nepostojanje ikakve promocije ruralnog turizma u specijaliziranim publikacijama. U smislu programiranja razvoja naglasak je na razvoju turističkih kapaciteta u ruralnom prostoru, umjesto diverzifikacije djelatnosti na obiteljskim gospodarstvima, nedostaju administrativni kapaciteti za povlačenje sredstava iz EU na lokalnom nivou, ne postoje turističke tradicije u usporedbi s tradicijom maritivnog turizma, općenito vlada nepovjerenje u nadležne institucije i „šum“ u komunikaciji odozgo prema dolje. Također, nedostaje strategija razvoja turizma i ruralnog turizma, snimka situacije uz pomoć strateških alata (npr. SWOT analiza), suvremeni strateški dokumenti, riješena zemljišno-knjižna pitanja i legalizacija objekata, a oslabljena je i deficitarna poljoprivredna proizvodnja. Nadalje, pitanje razvoja ruralnih sredina je strateški nedefinirano i načelno vezano uz razvoj poljoprivrede, a posredno uz razvoj ruralnog turizma, kulturne i umjetničke manifestacije ruralnog karaktera međusobno se preklapaju (iako ih ima premalo), ruralni turizam u svojim vrlo raznolikim oblicima ne ukalupljuje se lako u birokratki sustav te time gubi čitav niz autohtonih, tradicijskih i vrijednosnih obilježja, a i sam je prereguliran do granica koje ugrožavaju njegov opstanak, a kamoli razvoj. Razvoj ruralnog

turizma obilježen je stihijskim i kratkoročnim pristupom. S obzirom na to da je područje Podravine i Prigorja prostor snažno izraženog gostoprimstva, potrebno ga je rasteretiti nepotrebe prereguliranosti.

8. ZAKLJUČAK: POTENCIJALI RAZVOJA RURALNOG TURIZMA U KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKOJ ŽUPANIJI

U ovoj disertaciji razmatran je razvoj održivog ruralnog turizma u interdisciplinarnom kontekstu sociologije sela, sociologije prostora i sociologije turizma na području Koprivničko-križevačke županije. Međutim, razvoj održivog ruralnog turizma prerastao je okvire pitanja razvoja specifičnog oblika turizma i nametnuo se kao široko razvojno, socijalno i ekonomsko pitanje ruralnih sredina i kvalitete života ljudi u ruralnim prostorima.

Poznato je kako razvoj ruralnog turizma, općenito, pomaže očuvanju lokalnog identiteta, tradicije i običaja, štiti okoliš te jača autohtonu, tradicijsku i ekološku proizvodnju. Važnost ruralnog turizma ogleda se u interakciji poljoprivredne proizvodnje, proizvodnje tradicionalnih proizvoda, prezentiranju tradicije, tradicijske gastronomije i turističkih usluga – korištenjem postojećih resursa ruralnog prostora i sela, kao njegova sastavnog dijela. Ruralni turizam pokušava na novi način objediniti, obnoviti i organizirati prostor. On nema potrebu za izgradnjom novih kapaciteta, već nastoji na najbolji i najkvalitetniji način iskoristiti postojeće strukture. Ruralni turizam je velikim dijelom zaslužan za spoznaju o potrebi održivog razvoja jer je najviše zainteresiran za održivost svih resursa koji su temelj njegova razvoja i održivosti. Primjena koncepcije održivog razvoja u ruralnom turizmu treba omogućiti čuvanje resursa na temelju kojih se turizam i počeo razvijati na određenu području jer o prirodnom i kulturnom resursu ruralnog područja ovisi zadovoljstvo turista i turistički razvoj. Ovdje posebno naglašavamo sociološki aspekt ruralnog turizma koji se temelji na težnji „vraćanja samosvijesti“ lokalnom stanovništvu, pokušaja održavanja i oživljavanja sela i seoskih zajednica koje su izložene sveprisutnim globalizacijskim procesima, te u činjenici da ruralni turizam postaje sve više popularan i atraktivan kao mehanizam za stimuliranje razvoja ruralnih sredina u teškim vremenima.

Polazeći od ovakvih, sociološki relevantnih konstatacija, pokušali smo realizirati opće i posebne ciljeve, verificirati posebne hipoteze i, na kraju, potvrditi opću hipotezu disertacije. Sada valja analizirati stupanj postignuća tih ciljeva i hipoteza.

U skladu s naslovom ove disertacije koji glasi: „Razvoj održivog ruralnog turizma: potencijali Koprivničko-križevačke županije“ opći cilj ovog doktorskog rada bio je utvrditi mogućnosti primjene principa održivog razvoja na seljačkim obiteljskim gospodarstvima i ostalim postojećim oblicima ruralnog turizma, odnosno odgovoriti na pitanje u kojoj mjeri i u kojim dimenzijama je ruralni turizam u ovom području održiv.

Koncept održivog razvoja, kao procesa unaprjeđivanja kvalitete ljudskog života koji se odvija u okvirima tzv. nosivog kapaciteta održivih ekosustava, razložen je na sljedeće dimenzije održivosti: ekološku, ekonomsku, socio-kulturnu i političku dimenziju održivosti koje su zasebno operacionalizirane u set pitanja o aktualnom stanju u ruralnom turizmu. Pod ekonomskom održivošću podrazumijeva se konkurentnost ruralnog turizma, potrebni proizvodni resursi (zemljište, stočni fond, objekti i slično), te financijska dobit. Socio-kulturna (društvena) održivost podrazumijeva njegovanje regionalnog identiteta Podravine i Prigorja u seljačkom, enogastronomskom, kulturnom, zavičajnom i ostalom značenju. Održivost u domeni okoliša iskazuje se u ekološki prihvatljivoj poljoprivrednoj proizvodnji i konzumaciji, održivom upravljanju, zaštiti i konzervaciji prirodnih resursa u ruralnom turizmu. Politička održivost iskazuje se strateškom i programskom podrškom na makronivou, te na podršci lokalne zajednice i obitelji. Sve ove dimenzije održivosti trebaju biti uravnotežene i integralno zastupljene kako bi i ruralni turizam bio održiv.

U kontekstu prostornog i sadržajnog obuhvata teme posebni (uži) ciljevi ovog doktorskog rada podrazumijevali su istraživanje i opisivanje postojećih oblika ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji te njihovu analizu u vidu koncepta održivog razvoja u ekološkoj, ekonomskoj, socio-kulturnoj i političkoj dimenziji, što je i učinjeno. Nadalje, drugi cilj disertacije bio je istražiti ljudski i društveni kapital i društvene aktere na lokalnom nivou, a koji uključuje donositelje odluka na općinskom i županijskom nivou, te vlasnike ili zaposlenike postojećih objekata ruralnog turizma u županiji koji prakticiraju održivi razvoj ruralnog turizma. Od ukupno 30 ispitanika u prvoj grupi ispitanika nalazili su se različiti profili stručnjaka i donositelji odluka u ruralnom turizmu, a u drugoj grupi od 12 ispitanika bili su vlasnici turističkih seljačkih obiteljskih gospodarstava, izletišta, prenoćišta, obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, te ostalih vrsta registriranih objekata. Pretpostavljalo se da je ljudski kapital, kojeg čine znanja, sposobnosti i vještine ljudi, od izuzetne važnosti za razvoj u smjeru održivosti i on je identificiran među akterima istraživanja, osobito po pitanju obrazovnih postignuća, profesija, bavljenja poslom u ruralnom turizmu i ostalog. Također se pretpostavljalo da je, pored ljudskog kapitala, za razvoj ruralnog turizma važan i društveni kapital kojeg smo protumačili kao vrstan vezivni materijal koji pomaže ljudima da sve svoje ostale kapitale (financijske, fizičke i ljudske) stave u funkciju unaprjeđenja svog zajedničkog dobra, a što je osobito važno za slabije razvijene zajednice u ruralnom području. U metodološkom dijelu disertacije zaključeno je kako je društveni kapital važna karika u razvoju održivog ruralnog turizma Koprivničko-križevačkoj županiji.

Nadalje, strateške i razvojne pretpostavke za razvoj ruralnog turizma elaborirane su u dijelu disertacije koji je opisivao prirodne i antropogene osnove razvoja ruralnog turizma županije čime je realiziran treći cilj istraživanja. Koprivničko-križevačka županija kreirala je do sada nekoliko važnih strategija razvoja, ali ne i politiku razvoja ruralnog turizma (to još nije učinila niti Republika Hrvatska, op.a.) što bi u budućnosti svakako trebala učiniti jer se, iskusivši brojne probleme poput depopulacije, pada ekonomske aktivnosti i slično, suočava sa problemom ekonomskog opstanka. Naposljetku, u empirijskom dijelu istraživanja prikazano je aktualno stanje i pretpostavke unaprjeđivanja postojećeg društvenog i ljudskog kapitala koji bi implementirao koncept održivog razvoja u ruralnom turizmu i ruralnom području u obliku iscrpnih citata ispitanika, čime je realiziran i četvrti cilj istraživanja.

Sukladno ciljevima disertacije, definirana je i opća hipoteza iz koje su izvedene (operacionalizirane) posebne hipoteze. Prema općoj hipotezi ovog rada koja glasi: *Ruralni turizam u kontinentalnom području Hrvatske, utemeljen na principima održivog razvoja, predstavlja realnu alternativu masovnom turizmu i počiva na jačanju ljudskog i društvenog kapitala koji bi mogao doprinjeti implementiranju koncepta održivog razvoja*, obrazloženo je kako ruralni turizam doista može biti važan instrument održivog razvoja ruralnih područja i revitalizacije ruralnog društva jer podržava procese očuvanja ruralnih prostora kao primarnih proizvodnih područja hrane i ostalih dobara te područja specifičnog antropogenog pejsaža s naglašenim prirodnim, tradicijskim i kulturnim elementima.

Kako bismo potvrdili opću hipotezu, u radu su istražene sve pretpostavke održivog razvoja ruralnog turizma pomoću ekonomske, ekološke, socio-kulturne i političke dimenzije održivosti, ali i pomoću dimenzija ljudskog i društvenog kapitala. Time smo potvrdili i posebne hipoteze ove disertacije o počecima razvoja ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji i njegovom neiskorištenom potencijalu kojem se ne pridaje dovoljno pozornosti. Slijedom dobivenih podataka empirijskog istraživanja potvrđena je činjenica o niskom društvenom kapitalu većine aktera u ruralnom turizmu koji, u trenutku istraživanja, predstavlja prepreku brzom i održivom razvoju ruralnog turizma kao važne gospodarske grane. Koncept društvenog kapitala, kao što je spomenuto ranije, sastoji se od tri dimenzije: povjerenja, normi uzajamnosti i mreža povezanosti koje direktno koindiciraju s dimenzijom socio-kulturne održivosti i podrazumijevaju oslonac na obitelj, u manjoj mjeri na širu zajednicu i u najmanjoj mjeri na resorni sektor, što u konačnici reflektira činjenicu o slaboj zastupljenosti društvenog, a većoj zastupljenosti ljudskog kapitala. Također smo detektirali činjenicu kako se ljudski kapital, odnosno osobe koje razvijaju ruralni turizam sve više oslanjaju na tradicionalna umijeća i održive prakse življenja kao osnove za konceptualizaciju mogućnosti održivog razvoja

ruralnog turizma, što im uspijeva u većoj ili manjoj mjeri. Na tragu prethodno potvrđene hipoteze, izravno je potvrđena i hipotezu o obnovljivim prirodnim resursima, i prirodnim ljepotama, koji mogu i moraju biti pokretači razvoja održivog ruralnog turizma kao gospodarske grane.

Na temelju provedenog empirijskog istraživanja zaključeno je kako u Koprivničko-križevačkoj županiji postoji određeni broj ljudi koji imaju znanja, vještine, entuzijazam, ideje i viziju održivog razvoja ruralnog turizma u županiji. Njihov utjecaj na razvoj ruralnog turizma uvelike je određen hijerarhijom i ingerencijama te kapacitetima i resursima kojima raspolažu. Oni promišljaju razvoj ruralnog turizma s aspekta (integralne) održivosti i nivoa uključenosti u razvoj i prakticiranje ruralnog turizma i žele ga razvijati kao potencijalnu gospodarsku granu. Problem je u tome što nisu dovoljno vertikalno i horizontalno umreženi s ostalim akterima ruralnog turizma na državnom nivou. Postojeći sistem upravljanja ruralnim turizmom je relativno neorganiziran, netransparentan i nekoordiniran, to posebice osjećaju vlasnici objekata ruralnog turizma, a vizija razvoja ruralnog turizma je vrlo heterogena, nije strateški osmišljena i počiva na entuzijazmu pojedinaca. Postojeći objekti ruralnog turizma su vrlo raznoliki i posebni u smještajnim, ugostiteljskim i ponudbenim kapacitetima te tako utječu na oblikovanje pojedinih vrsta ruralnog turizma i turističkih aktivnosti. Objekti su u svojem poslovanju snažno oslonjeni na dopunsku djelatnost poput poljoprivrede, a važnu ulogu imaju (međunarodni) projekti, potpore i bespovratna financijska sredstva koja se namjenski koriste. Ruralni turizam u Koprivničko-križevačkoj županiji počiva na spontanoj segmentaciji tržišta i usmenoj preporuci kao glavnoj reklamnoj aktivnosti, nije organiziran u klastere niti je ruralnoturistička ponuda objedinjena, no postoji izražena potreba za boljim i efikasnijim organiziranjem sektora. Općenito, županija ima jako puno potencijala za razvoj ruralnog turizma među kojima se osobito ističu lovni, ribolovni, turizam na seljačkim obiteljskim gospodarstvima, vjerski turizam, avanturistički, ekoturizam i slično, koji su bili značajno zastupljeni u prijašnjem razdoblju, a na njih se nadovezuju rezidencijalni turizam (vikendice, klijeti), kulturni, edukacijski, zavičajno-nostalgičarski i eno-gastronomski turizam koji se razvija paralelno saveć etabliranim ruralno-turističkim manifestacijama. Ruralni turizam, promatran s aspekta integralne održivosti koja uključuje biološko-ekološku, ekonomsku, političku i sociokulturnu dimenziju, različito se shvaća. Na nivou vlasnika objekata u ruralnom turizmu, održivost se percipira kao jednodimenzionalna održivost, najčešće ekonomska (financijska) održivost. Ostali oslonci održivog razvoja turizma su brojni i različiti, a mogu biti konkretni (npr. konkretni akteri, donositelji odluka, vlasnici objekata u ruralnom turizmu, voditelji turističkih

zajednica i slično) i apstraktni (npr. dokumenti, strategije, zakonska osnova). Na nivou donositelja odluka održivost se razumijeva kao integralna održivost svih četiriju dimenzija.

Najvidljiviji kamen spoticanja u ruralnom turizmu županije je turistička (turistička signalizacija) i komunalna infrastruktura (kanalizacija, struja, plin, voda, telefon i internet) koja se polako unaprjeđuje i koja je važna za poslovanje takvih objekata. Ekološka dimenzija održivosti postignuta je u velikoj mjeri i to u segmentu zadovoljstva stanjem okoliša i praksama očuvanja okoliša koje egzistiraju u svakodnevnom životu aktera, te u zadovoljstvu ukupnom estetikom krajolika Podravine, Bilogore i Kalnika. Ekološka dimenzija održivosti na objektima ruralnog turizma podrazumijeva štednju (očuvanje) energije te općenito život u skladu s prirodom koji je imanentan svakodnevnim tradicionalnim i održivim praksama življenja aktera. Ekonomska dimenzija održivosti ili isplativosti bavljenja ruralnim turizmom nije postignuta ukoliko se ne oslanja na popratne djelatnosti kao što su poljoprivreda ili privatni obiteljski posao, te neke druge vrste uvećanja prihoda. Općenito, stav aktera je da bavljenje ruralnim turizmom nije u potpunosti financijski isplativo. Što se tiče socio-kulturne dimenzije održivosti, ona se njeguje kroz identitet Podravine i Prigorja kao regije, zavičajni identitet, identitet podravskog sela, eno-gastronomije, nošnje i kulture. Socio-kulturna održivost nije, prema mišljenjima aktera, u dovoljnoj mjeri zastupljen,a iako postoji izražena svijest o razlici između Podravaca, Prigoraca i Bilogoraca koje se manifestiraju u mentalitetu, običajima, kulturi i tradiciji. Nadalje, podrška obitelji i samodeterminacija razvoja najvažnija je komponenta političke dimenzije održivosti ruralnog turizma. Sustavna podrška (logistička, financijska, organizacijska...) turističkih zajednica je slaba, a županijske turističke zajednice nedostatna. To znači da društveni kapital, koji pomaže ljudima da svoje ostale kapitale (financijski, fizički i ljudski kapital) stave u funkciju unaprjeđenja svog zajedničkog dobra, u županiji, nažalost, nije dovoljno razvijen. Stoga je nužno ojačati povjerenje, norme uzajamnosti i mreže povezanosti kod svih aktera u ruralnom turizmu, a ne se oslanjati isključivo na obitelj. Kao jedan od zaključaka ovako komponiranoj održivosti, koja je najviše zastupljena u biološko-ekološkoj i političkoj dimenziji, a u manjoj mjeri u ekonomskoj i socio-kulturnoj dimenziji, nameće se potreba za inovacijom u objektima ruralnog turizma, ali i u pristupu razvoju ruralnog turizma. Inovacije u objektima ruralnog turizma podrazumijevaju uvećanje investicija u objekte, objedinjene turističke aranžmane na turističkoj destinaciji, jači razvoj pograničnog turizma, marketinške alate (reklama), cjeloživotno obrazovanje aktera u ruralnom turizmu, a osobito vlasnika objekata, udruživanje (klasterizacija) i umrežavanje te mijenjanje dosadašnjeg načina razmišljanja („imati priču“, „imati svijest“ o sebi). Da bi ruralni turizam bio održiv, potrebna je plodna kombinacija tradicijskih i modernih znanja uz kontinuirano umrežavanje s ostalim

akterima. Od modernih znanja najviše se ističe informatička pismenost, marketing, znanje stranih jezika, praćenje zakonskih propisa, informiranje i kandidiranje na fondove EU, edukacija za okoliš, ugostiteljska (enologija, gastronomija) edukacija i slično. Dosadašnja edukacija bila je samoedukacija metodom „vlastite kože“. Najveći problemi ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji su: nesuglasje propisa i prereguliranost sektora ruralnog turizma, vertikalna nekoordiniranost resora i nedostatna promocija ruralnog turizma, stavljanje naglaska na razvoj turističkih kapaciteta u ruralnom prostoru umjesto poticanja diverzifikacije djelatnosti na obiteljskim gospodarstvima, nedostatak administrativnih kapaciteta za povlačenje sredstava iz EU, stagnacija u bavljenju ruralnim turizmom, nepovjerenje u institucije i „šum“ u komunikaciji odozgo prema dolje, izostanak strategije razvoja ruralnog turizma i strateških dokumenata, problem zemljišta i legalizacije zemljišta, oslabljena poljoprivredna proizvodnja, međusobno preklapanje manifestacija ruralnog karaktera, stihijski i nestrateški razvoj ruralnog turizma, nužnost dugoročnog pristupa razvoju, te stigmatizacija regionalnog identiteta.

Analizom sistemskih uvjeta za održivi razvoj ruralnog turizma u ovoj županiji može se zaključiti kako mogućnosti održivog razvoja ruralnog turizma Koprivničko-križevačke županije u **ekološkoj dimenziji dosežu najvišu razinu**, u **ekonomskoj dimenziji** održivosti rezultati pokazuju **nezadovoljavajuće stanje** zbog općenitog slabljenja ekonomske aktivnosti, **socio-kulturna dimenzija također nije postignuta** u očekivanoj mjeri, a **politička dimenzija je postignuta djelomično** (samo u slučaju podrške obitelji). Smatra se da integralna održivost ruralnog turizma Koprivničko-križevačke županije nije postignuta u cijelosti jer ne počiva na podjednakoj zastupljenosti svih dimenzija održivosti, nego postoji tek u ekološkoj i političkoj dimenziji, a slabije se očituje u ekonomskoj i socio-kulturnoj dimenziji. Usprkos prepoznavanju važnosti ruralnog turizma kao mogućeg alata u razvoju ruralnih prostora, Koprivničko-križevačka županija se nalazi u pionirskoj, početnoj fazi razvoja ovog oblika turizma kojeg je, zbog njegovog razvoja u slabo održivim uvjetima razvoja, teško smatrati integralno održivim.

Tradicionalno poljoprivredno područje u kojoj se promjene odvijaju sporo ili u potpunosti izostaju, znatno je slabije angažirano u razvoju ruralnog turizma u odnosu na primorske regije. Mogući razlog za ovakvu situaciju u ovim kontinentalnim ruralnim područjima jest upravo nedostatak tradicije u razvoju turizma u odnosu na primorske destinacije. Drugi razlog vjerojatno leži u relativno pasivnoj ulozi koju su sve donedavno imale nacionalna i/ili regionalne vlade u promicanju razvoja ruralnog turizma, te činjenica da održivi razvoj ruralnog turizma u ovoj županiji ne pronalazi dostatnu potporu u sustavu državne administracije, ni u lokalnom, ni u državnom proračunu. Održivi razvoj ruralnog turizma je, u

ovom trenutku, više predmet akademske i znanstvene rasprave o razvoju, negoli konkretne rasprave o financijskim, strateškim i ostalim pretpostavkama održivog razvoja ruralnog turizma.

Osim toga, u županiji je i socijalni kapital nedovoljno razvijen, a to može biti jedan od razloga zbog kojeg ruralno stanovništvo nije spremno prihvatiti nove razvojne modele koji se temelje na suradnji i umrežavanju. To upućuje na činjenicu da se razvoj turizma u lokalnoj zajednici još uvijek ne smatra zajedničkim poslom cijele zajednice, odnosno da nužnost suradnje u razvoju ruralnog turizma još uvijek nije u potpunosti shvaćena niti široko prihvaćena.

Ipak, ruralni turizam posjeduje osnovne potencijale za postizanje integralne održivosti. Ti se potencijali nalaze u prirodnom okolišu, čvrstim obiteljskim vezama, velikim mogućnostima u razvoju primarnog (poljoprivreda) i tercijarnog (usluge) gospodarskog sektora. Uz to, akteri „u“ i „izvan“ ruralnog područja koji su sudjelovali u istraživanju dokaz su kako postoji i određen broj ljudi koji posjeduju znanja i vještine potrebne za oblikovanje održivog razvoja ruralnog turizma. Aktualnu raznolikost i posebnost različitih oblika ruralnog turizma treba njegovati i unaprjeđivati, uz kontinuirano jačanje društvenog kapitala. .

Općenito, u disertaciji je implicirano i nekoliko zanimljivih nalaza koji izlaze iz zadanih okvira hipoteza i ciljeva istraživanja. Najprije treba istaknuti kako ruralno područje postaje važnim prostorom provjere novijih pristupa u društvenim fenomenima koji ne istražuju društvo (samo) iznutra, nego u složenoj mreži međuodnosa. Jedan od takvih pristupa je i koncept održivog razvoja. Stoga se smatra kako je koncept održivog razvoja fleksibilan i to ga čini osobito pogodnim za istraživanje u ruralnim područjima i manjim sredinama Naime, on se može prilagoditi socijalnim, demografskim i prostornim obilježjima kraja, kao i obilježjima razvoja novijih gospodarskih aktivnosti u ruralnim područjima.

Smatra se kako bi trebalo bolje promicati održiv razvitak tradicionalne proizvodnje i prerade poljoprivrednih proizvoda, kao i ugostiteljsko-turističku djelatnost na ruralnim područjima. Treba razmišljati i planirati prema konceptu održivosti i samoodrživosti. Cjeloviti ili integralni razvitak se, između ostalog, temelji i na uvažavanju, primjeni i valorizaciji svih endogenih razvojnih resursa. Među tim resursima je i lokalna tradicija i baština, kao i znanja i iskustva domaćeg stanovništva koje treba staviti u funkciju razvoja ruralnog turizma. Zapošljavanje domaćeg stanovništva u nepoljoprivrednim djelatnostima, kao što je ruralni turizam, smanjuje ovisnost o zemlji, o prirodi, a povećava gospodarsku ovisnost o društvu izvan lokalnih granica.

Naposljetku valja još jednom napomenuti kako su sociološka razmatranja o mogućnostima održivog razvoja ruralnog turizma jedno, dok je sveobuhvatan proces

artikulacije koncepta održivog razvoja složen, odnosno uključuje brojna stručna znanja, vještine, planiranje, koordinaciju i suradnju. Teorijski koncepti ljudskog i društvenog kapitala, zajedno s konceptom održivog razvoja ruralnog turizma, omogućuju nam pomno planiranje budućnosti razvoja ruralnog turizma koji bi za cilj trebao imati približavanje integralnoj održivosti. Pri tome treba imati na umu kako koncept integralne održivosti u svojoj biti ne poriče suvremena dostignuća i modernizacijske procese, već ima namjeru iz njih izvući ono najprihvatljivije za razvoj ruralnog turizma i ruralnog područja.

9. LITERATURA

1. Abercombie, N., Hill, S., Turner, B.S. (2008) *Rječnik sociologije*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
2. Akcijski plan razvoja turizma ruralnih područja RH, Institut za turizam, 2015. Dostupno na: http://www.laggorskikotar.hr/dokumenti/AP%20RURALNI%20TURIZAM%20FAZNO%20IZVJESCE%2023_6%20%20docx.pdf (pristupljeno 20.1. 2016.)
3. Alfier, D. (1994) *Turizam: izbor radova,* Zagreb: Institut za turizam.
4. Alfier, D. (2010) *Zaštita prirode u razvijanju turizma*. Zagreb: Nebo.
5. Bacsi, Zsuzsanna; Kovacs, Erno; Svržnjak, Kristina (2008) *Mogućnosti suradnje za razvoj prekograničnog područja*. U: Razvoj, identitet i okoliš – međuregionalni aspekti / Pintić, Vinko (ur.). – Križevci: Visoko gospodarsko učilište u Križevcima
6. Bacsi, Zsuzsanna, Kovacs, E. (2007) *Razvojne karakteristike prekograničnih regija.* Keszthely: Mikroregionalna multifunkcionalna i razvojna asocijacija Keszthely-Heviz: Zapadno-balatonska radionica za društveno-znanstvena istraživanja.
7. Bačun, D., Matešić, M. Omazić, M.A. (2012) *Leksikon održivog razvoja,* Zagreb: Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, dostupno na: http://www.dop.hr (pristupljeno: 11.5.2015.)
8. Baćac, R. (2011) *Priručnik za bavljenje seoskim turizmom: korak po korak od ideje do uspješnog poslovanja*. Zagreb: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske.
9. Bartoluci, M. (2013) *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva: turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu*. Zagreb: Školska knjiga.
10. Bokan, N. (2012) *Konceptualni pristupi ekološkim mikrosocijalnim zajednicama: studija slučaja u Hrvatskoj.* Doktorski rad. Zagreb: Filozofski fakultet.
11. Brščić, K., Franić, R., Ružić, D.: *Why agrotourism – owner's opinion*, Journal of Central European Agriculture, vol. 11(2010), No 1 (31-42).
12. Cetinski, V., Katica, D. *Turizam i održivi razvitak hrvatskog ruralnog područja* u: Turizam i održivi razvoj hrvatskog ruralnog područja: zbornik radova. Varaždin, 1998.
13. Cifrić, I. (2013) *Iskustva seljačkog društva. Poruka modernom društvu*. U: Sociologija i prostor, god.51, br. 2, str. 265-279.
14. Cifrić, I.(2012) *Leksikon socijalne ekologije*. Zagreb: Školska knjiga.
15. Cifrić, I. (2009) *Pojmovnik kulture i okoliša*. Zaprešić: Visoka škola „Baltazar Adam Krčelić".

16. Cifrić, I. (2001) *Ruralni metabolizam*, Socijalna ekologija, Vol. 10 No1/2.
17. Cifrić, I. (2003) *Ruralni razvoj i modernizacija: prilozi istraživanju ruralnog identiteta*. Zagreb: Biblioteka znanost i društvo.
18. Čaldarović, O. (2011) *Urbano društvo na početku 21. stoljeća: osnovni sociološki procesi i dileme.* Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
19. Čavlek, N. (2011) *Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Zagreb: Školska knjiga.
20. Čorak, S. (et.al.) (2006) *Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno*, Zagreb: Institut za turizam.
21. Demonja D., Ružić P. (2010) *Ruralni turizam u Hrvatskoj*. Zagreb: Meridijani.
22. Denzin, N. K., Lincoln, Y.S. (2005) *Introduction – The Discipline and Practice of Qualitative Research* U: N. K. Denzin, Y. S. Lincoln ed. *The Sage Handbook of qualitative research*, 3rd ed. Dostupno na: http://www.amazon.com/The-SAGE-Handbook-Qualitative-Research/dp/0761927573#reader_0761927573 (pristupljeno 10.5.2015.)
23. *Ekonomsko-sociološka analiza hrvatsko-mađarskih pograničnih regija* (2007) istraživački izvještaj napisan u okviru INTERREG projekta SLO/HU/CRO-4012-106/2004/01/HU-74. Kestzhely: Mikroregionalna multifunkcionalna i razvojna asocijacija Keszthely- Heviz: Zapadno-balatonska radionica za društveno-znanstvena istraživanja.
24. Franić, R., Grgić, Z.: *Agrotourism on a Family Farm in Croatia – Prospects for Development A Case Study, Agriculturae Conspectus Scientificus*, Vol. 67 (2002) No. 3 (131-141).
25. Galičić, V. (2014) *Leksikon ugostiteljstva i turizma*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.
26. Geić, S. (2011) *Menadžment selektivnih oblika turizma*. Split: Sveučilišni studijski centar za stručne studije.
27. Geiger, Marija (2009) *S onu stranu monokulture: tradicijska znanja o okolišu i mreža života.* Zagreb: Antibarbarus.
28. Geiger Zeman, M., Zeman, Z. (2010) *Uvod u sociologiju (održivih) zajednica.* Zagreb: IDZ Ivo Pilar.
29. Giddens, A. (2007) *Sociologija*. Zagreb: Nakladni zavod Globus.
30. Halmi, A. (2005) *Strategije kvalitativnih istraživanja u primjenjenim društvenim znanostima.* Zagreb: Naklada Slap.

31. Haralambos, M., Holborn, M. (2002) *Sociologija: Teme i perspektive*. Zagreb: Golden marketing.
32. Irshad, H. (2010) *Rural Tourism – an overview*. (s.n.): Government of Alberta. Agriculture and Development.
33. Jadrešić, V. (2001) *Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni: zbornik istraživanja*, Zagreb: Školska knjiga.
34. Jelinčić, D.A. (2007) *Agroturizam u europskom kontekstu*, Stud. ethnol. Croat., vol. 19, str. 269-291, Zagreb.
35. Jelušić-Kranželić, B. (2001) *Podravina i Prigorje: kulturna i prirodna baština = The Regions of Podravina i Prigorje: cultural and natural heritage*. Koprivnica: Koprivničko-križevačka županija.
36. Jerčinović, S., Svržnjak, K. (2007) *Strategija pozicioniranja ruralno turističke destinacije kroz građenje identiteta županije*. U: Prvi hrvatski kongres ruralnog turizma – Perspektive razvoja ruralnog turizma: zbornik radova. Hvar, 197-204.
37. Katica, D., Cukor, S: *Osnove ruralnog turizma*, Klub članova selo, http://matica.croatia-rab.com/pdf/1_Dijana_Vrbnik.pdf (pristupljeno: 20.5.2015.)
38. Krippendorf, J (1986) *Putujuće čovječanstvo – za novo poimanje slobodnog vremena i putovanja*, Zagreb: Sveučilišna naklada Liber, Zavod za istraživanje turizma.
39. Krešić, D. (2007) *Faktori atraktivnosti turističkih destinacija u funkciji konkurentnosti*, Acta turistica. Vol 19, No. 1.
40. Kunst, I. (2012) *Hrvatski turizam i EU integracije: prilog razvojnoj održivosti.* Zagreb: Naklada Jesenski i Turk; Institut za turizam.
41. Kušen, E. (2007) *Kako ugostiti turiste na vlastitom imanju*. Institut za turizam. Zagreb.
42. Kušen, E. (1994) *Održivi razvitak kontinentalnog turizma*. U: Prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj: međunarodni znanstveni skup, Zagreb: Institut za turizam.
43. Kušen, E. (2005) *Ruralni turizam*. U: Čorak, S. et.al.: Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno: Zagreb: Institut za turizam.
44. Kušen, E. *Terminologija ruralnog turizma* u: Prvi hrvatski kongres ruralnog turizma - Perspektive razvoja ruralnog turizma, zbornik radova, Hvar, 2007.
45. Kušen E. (2002) *Turistička atrakcijska osnova*. Zagreb: Institut za turizam.
46. Lay, Vladimir i Šimleša, Dražen (2012) *Nacionalni interesi razvoja Hrvatske kroz prizmu koncepta održivog razvoja.* Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
47. Lay, V. (2007) *Održivi razvoj i vođenje*, Društvena istraživanja, 16 (6): str. 1031-1055.

48. Lay, V. (2002) *Prilozi osmišljavanju usmjeravanja razvitka ruralnih prostora Hrvatske na osnovama ekološke i gospodarske održivosti*. U: M. Štambuk, I. Rogić, A. Mišetić ur. Prostor iza, kako modernizacija mijenja hrvatsko selo. Zagreb: IDZ Ivo Pilar.
49. Lay, V. (2007a) *Vizija održivog razvoja Hrvatske – Prinosi artikulaciji polazišta i sadržaja vizije* U: V. Lay ur. Razvoj sposoban za budućnost: prinosi promišljanju održivog razvoja Hrvatske. Zagreb: IDZ Ivo Pilar.
50. Lay, V. (2005) *Integralna održivost i učenje*, Društvena istraživanja,Vol. 14, No. 3 (77), str. 353-377.
51. Lokalna agenda 21 u Hrvatskoj: izazovi održivog razvoja u lokalnim zajednicama, Zagreb: Regionalni centar zaštite okoliša za Srednju i Istočnu Europu, dostupno na: http://croatia.rec.org/wp-content/uploads/2012/01/LA21KChrv2.pdf (pristupljeno: 12.7.2015.)
52. Lukić, A. (2010) *O teorijskim pristupima ruralnom prostoru*, Hrvatski geografski glasnik, 72 (2).
53. Lukić, A. (2012) *Mozaik izvan grada: Tiplogija ruralnih i urbaniziranih naselja Hrvatske.* Samobor: Meridijani.
54. Lukić, A. (s.a.) *Turizam na seljačkim gospodarstvima u Hrvatskoj*. Dostupno na: http://revije.ff.uni-lj.si/Dela/article/viewFile/1343/1147 (pristupljeno: 11.6.2015.)
55. Mendras, H. (1986) *Seljačka društva: elementi za jednu teoriju seljaštva*. Zagreb: Globus.
56. Milas, G. (2005) *Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
57. Milas, G. (2009) *Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima.* Jastrebarsko: Naklada Slap. 2.izd.
58. Miles, M. B., Huberman A. M. (1994) *Qualitative data analysis: An Expanded sourcebook*, Second edition. London: Sage Publication, Thousand Oaks.
59. Műller, H. (2004) *Turizam i ekologija: povezanost i područja djelovanja*. Zagreb: Masmedia.
60. *Održivi turizam u deset koraka: planiranje održivog turizma zasnovanog na baštini i prirodnom nasljeđu*: priručnik za upravljanje i razvijanje turističkih regija, destinacija i proizvoda (2006) Zagreb: Institut za turizam, Odraz.
61. Pančić Kombol, T. (2000) *Selektivni turizam-uvod u menadžment prirodnih i kulturnih resursa*, Matulji: TMCP Sagena.
62. Pažić, M. (1998) *Rječnik nazivlja u turizmu*. Zagreb: Informator.

63. Petrić, L. (2006) *Izazovi razvoja ruralnog turizma: Dosadašnja praksa u Europi i reperkusije na Hrvatsku*, Acta Turistica Vol. 18, No 2.
64. Petrić, L. (2011) *Upravljanje turističkom destinacijom*. Split: Ekonomski fakultet u Splitu.
65. *Psihologijski rječnik* (1992) (ur.) B. Petz. Zagreb: Prosvjeta.
66. Poljanec-Borić, S. (2011) *Hrvatsko društvo i turizam: prilog socioekonomiji lokalnog razvoja*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk & Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
67. *Priručnik za bavljenje seoskim turizmom*: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2011) Tiskara Zelina d.d., Sv. I. Zelina.
68. *Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske: 2014. – 2020*. dostupno na: http://www.mps.hr (pristupljeno 10.9.2015.)
69. Puđak, Jelena i Bokan, Nataša (2011) *Ekološka poljoprivreda: indikator društvenih vrednota*. U: Sociologija i prostor, god. 49, br. 2, str. 137-163.
70. *Rječnik turizma* (2001) ur. B. Vukonić, N. Čavlek; sur. Mirna Andrijašević...et.al./ Zagreb: Masmedia.
71. Ružić, P. (2005) *Ruralni turizam.* Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč.
72. Ružić, P., Dropulić, Marinela*: Okvir za ocjenu ambijentalnosti i izvornosti u agroturizmu*, zbornik radova, Prvi kongres ruralnog turizma,Hvar, 2007., dostupno na: http://www.hrvatski-farmer.hr/CMS/0085/ Rep/Zbornik_Radova_Hvar2007.pdf
73. Salaj, M. (1999) *Program prostornog uređenja Republike Hrvatske*, Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i stanovanja, Zavod za prostorno planiranje, Zagreb.
74. Seferagić, et.al. (1998) *Sociologijska studija za područje Koprivničko-križevačke županije.* Zagreb: Institut za društvena istraživanja.
75. Smolčić Jurdana, D. (2003) *Prednosti i ograničenja primjene koncepcije održivog razvoja turizma* (doktorska disertacija), Ekonomski fakultet, Zagreb.
76. *Strategija razvoja grada Križevaca: 2008-2013.(*2008) Križevci: DESONE dostupno na: http://www.krizevci.hr/arhiva/index.php?option=com_content&view=article&id=3727&Itemid=165 (pristupljeno 10.3.2015.)
77. *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.* dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf (pristupljeno 10.9.2015.)
78. *Strategija ruralnog razvoja Hrvatske 2008.-2013.*, Ministarstvo poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja, Zagreb.

79. *Strateški marketinški plan turizma Koprivničko-križevačke županije* (1997). Zagreb: Institut za turizam.
80. *Studija razvoja turizma Križevačko-kalničke regije* (2004). Križevci: Križevački poduzetnički centar.
81. Svržnjak, K., Jerčinović, S., Kantar, S. (2010). *Razvoj seoskog turizma sjeverozapadne Hrvatske,* 2. hrvatski kongres o ruralnom turizmu, Hrvatski farmer, Zagreb.
82. Svržnjak, K., Kantar, S., Jerčinović, S., Gajdić, D. (2014) *Mogućnosti razvoja ekoturizma u Koprivničko–križevačkoj županiji*, istraživački izvještaj napisan u okviru projekta „ECOTOP“, IPA HUHR/1101/2.2.1/0010.
83. Svržnjak K., Kantar, S., Jerčinović, S., Kamenjak, D. (2014) *Studija mogućnosti razvoja modela destinacijskog menadžmenta za ruralni turizam*, istraživački izvještaj napisan u okviru projekta „Health&rural tourism DM model“ IPA Programa za prekograničnu suradnju Mađarska – Hrvatska 2007 – 2013., Križevci.
84. Svržnjak, K., Kantar, S. (2013) *Studija o neiskorištenim turističkim potencijalima i mogućnostima investiranja u turizam na prekograničnom području Mađarska – Hrvatska,* istraživački izvještaj napisan u okviru projekta „Invest-Pro“ IPA prekograničnog programa Mađarska – Hrvatska 2007-2013. HUHR/1101/1.2.5/0003.
85. Svržnjak, K., et.al: *Ruralni turizam kroz prijave na projekte ruralnog razvoj*a, zbornik radova, Prvi kongres ruralnog turizma, Hvar, 2007.
86. Svržnjak, K., et.al. (2014): *Ruralni turizam: uvod u destinacijski menadžment*. Križevci: Visoko gospodarsko učilište.
87. Šalaj, B. (2007) *Socijalni kapital: Hrvatska u komparativnoj perspektivi.* Zagreb: FPZ.
88. Škrlec, M. (2012) *Križevačkim krajem.* Križevci: Križevački poduzetnički centar.
89. Šostar, M., Devčić, A.: *Fondovi Europske unije i drugi dostupni izvori financiranja razvoja ruralnog turizma*. U: Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu (1847-702X) 2 (2011); 105-110.
90. Štambuk, M (2015) *Lica nigdine*. Zagreb: IDZ Ivo Pilar.
91. Štambuk, M. (1993) *Od stare k „novoj“ ruralnosti,* Sociologija sela, Vol. 31, No. 3-4, str.173-181.
92. Štambuk, M (2004) *Selo i modernizacija: kratka povijest nesporazum*a. u: M. Štambuk, I. Rogić, A. Mišetić ur. Prostor iza, kako modernizacija mijenja hrvatsko selo. Zagreb: IDZ Ivo Pilar.str. 9-30.

93. Štambuk, M. (2004) *Selo u europskom iskustvu*. U: M. Štambuk, I. Rogić, A. Mišetić ur. Prostor iza, kako modernizacija mijenja hrvatsko selo. Zagreb: IDZ Ivo Pilar. str. 361-390.
94. Štifanić, I., Debelić, B. (2009) *Leader program: Europskom praksom do vlastitih prilika*, Rijeka: Poslovni biro PBIRO d.o.o.
95. Štulhofer, A. (2005) *Civilno je društvo ključna poluga razvoja društvenog kapitala*, Civilnodruštvo.hr, Vol. 2., No.5. Dostupno na: http://zaklada.civilnodrustvo.hr/upload/File/hr/izdavastvo/casopis/broj05/casopis_05.pdf (pristupljeno: 1.5.2015.)
96. Šundalić, A. (2010) *Selo – iz autentičnosti u neprepoznatljivost*, Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku.
97. Tkalac-Verčić, A., Sinčić- Ćorić, D., Pološki-Vokić, N. (2014) *Priručnik za metodologiju istraživanja u društvenim djelatnostima: Kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje*. Zagreb: MEP.
98. Tomljenović, R. (2005) *Kulturni turizam.* U: Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno. Zagreb: Institut za turizam.
99. *Tourism and Local Agenda 21: The Role of Local Authorities in Sustainable Tourism* (2003). The United Nations Publications.
100. *Turizam na seoskim obiteljskim gospodarstvima: tko se, kako i zašto može baviti turizmom na seoskom obiteljskom gospodarstvu*, Zagreb: Hrvatska gospodarska komora. 2012.
101. United Nations (1992) *Agenda 21: The Rio Declaration on Environment and Development*. New York: United Nations.
102. Vukonić, B. (2005) *Povijest hrvatskog turizma*, Zagreb: Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti; Prometej.
103. Vukonić, B. (1994) *Turizam u susret budućnosti*, Zagreb: Mikorad i Ekonomski fakultet.
104. Vukonić, B., Keča, K. (2001) *Turizam i razvoj: pojam, načela, postupci*, Zagreb: Mikorad.
105. Weber S., Mikačić V.(1994) *Osnove turizma*, Zagreb: Školska knjiga,
106. World Commission on Environment and Development (WCED) (1987) *Our Common Furure (The Brundtland report)*. New York: Oxford University Press Inc.
107. *Zajedno za održivi razvoj ruralnih područja*: Priručnik za provedbu LEADER pristupa u Hrvatskoj, Zagreb: HMRR i ODRAZ dostupno na:

http://www.odraz.hr/media/146901/leader%20prirucnikzajedno%20za%20odrzivi%20razvoj_web.pdf (pristupljeno: 2.2.2015.)

108. Župančić, M. (1998.) *Seoska modernizacija i tranzicija*. Sociologija sela, god 36 (1-4): str. 53-66.

109. Župančić, m (2002) *Vitalni poljoprivrednici i drugi akteri u razvoju ruralnih područja* U: Selo: izbor ili usud. (ur.) D. Seferagić. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.

Internetski izvori:

- Url.1. Koprivničko-križevačka županija, dostupno na: http://hr.wikipedia.org/wiki/Koprivni%C4%8Dkokri%C5%BEeva%C4%8Dka_%C5%Beupanija (pristupljeno: 2.6.2015)
- Url.2. Održivi turizam, dostupno na: http://www.odrzivi.turizam.hr/ (pristupljeno: 20.12. 2015.)
- Url.3. Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje 2014. – 2020. Nacrt programa. Dostupno na: http://www.mps.hr/ipard/UserDocsImages/Postpristupno%20razdoblje%20%20EAFRD/PRR%202014-2020%20finalna%20ina%C4%8Dica%20EN/Adopted_RDP2014-2020_ENG_26May2015.pdf (pristupljeno: 25.8.2015.)
- Url.4. Regionalni operativni program za Koprivničko-križevačku županiju za razdoblje od 2006. – 2013., Koprivnica, 2006. dostupno na: http://kckzz.hr/user_content/documents/ROP_2006-2013.pdf (pristupljeno: 2.6.2015)
- Url.5. Strategija održivog razvoja Hrvatske. Dostupno na: http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2009_03_30_658.html (pristupljeno: 12.1.2016.)
- Url.6. Zakon o turističkim zajednicama, dostupno na: http://www.zakon.hr/z/342/Zakon-o-turisti%C4%8Dkim-zajednicama-i-promicanju-hrvatskog-turizma (pristupljeno: 8.4.2015.)
- Url.7. Kriteriji za definiranje okvira ruralnog turizma dostupno na: http://www.ruralis.hr (pristupljeno 7.4.2015.)

10. PRILOZI

PRILOG 1

Pitanja za donositelje odluka i stručnjake/eksperte u turizmu:

1. Dob:
2. Spol/rod:
3. Stručna sprema:
4. Zanimanje:
5. Molim Vas da ukratko predstavite rad svoje organizacije/odjela/ureda.
6. Koja je Vaša uloga / uloga Vaše organizacije/odjela /ureda u poticanju razvoja ruralnog turizma na području Koprivničko-križevačke županije?
7. Prema Vašem saznanju, provode li se trenutno neki projekti/programi vezani za razvoj ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji? Molim, obrazložite/nabrojite.
8. Prema Vašem mišljenju, koliko je razvijeno tržište ruralnog turizma u Hrvatskoj?
9. Kakva je struktura institucija za potporu i razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj? Koje institucije su uključene u potporu i razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj?
10. Koliko je razvijen ruralni turizam u Koprivničko-križevačkoj županiji? Koji oblik turizma (seljački, lovni, ribolovni...) ima najviše potencijala za razvoj?
11. Je li ruralni turizam u Koprivničko-križevačkoj županiji održiv? U kojem segmentu i aktivnostima je održiv (okolišni, ekonomski, sociokulturni, politički)? Molim, pojasnite.
12. Poznajete li po nazivu neka turistička seljačka gospodarstva u Koprivničko-križevačkoj županiji? Molim, nabrojite. Jesu li ona održiva? U kojem segmentu su održiva (okolišni,ekonomski, sociokulturni, politički)?
13. Što je potrebno inovirati/promijeniti/ u aktivnostima Vaše organizacije/odjela/ ureda kako bi ruralni turizam bio održiv u Koprivničko-križevačkoj županiji?
14. Što je potrebno inovirati u aktivnostima na konkretnim objektima u ruralnom turizmu u županiji da bi njihovo poslovanje bilo održivo? Što je potrebno inovirati na konkretnim objektima u ruralnom turizmu da bi njihovo poslovanje bilo održivo?
15. Koji su glavni oslonci održivog razvoja turizma u županiji?
16. Koji su glavni oslonci održivog razvoja turizma na konkretnim objektima u ruralnom turizmu?
17. Na koji način ruralni turizam može doprinositi održivom razvoju lokalne zajednice?

18. Koje vrste znanja za održivi razvoj ruralnog turizma trenutno postoje među vlasnicima objekata u ruralnom turizmu? Koja znanja za održivi razvoj bi im bila potrebna?

PRILOG 2.

Pitanja za vlasnike ili djelatnike na turističkim seljačkim obiteljskim gospodarstvima (agroturizmima), izletištima, vinotočjima i ostalim objektima u ruralnom turizmu:

1. Dob:
2. Spol/rod:
3. Stručna sprema:
4. Zanimanje:
5. Molim Vas da ukratko predstavite svoje gospodarstvo/objekt u ruralnom turizmu: naziv i lokaciju, broj zaposlenih (od ukupnog broja – koliko članova obitelji je zaposleno), ugostiteljske (broj sjedećih mjesta) i smještajne kapacitete (broj kreveta – ako ima), te usluge (škola u prirodi, sudjelovanje u poljoprivrednim poslovima, vjenčanja...) koje nudite. Što Vaše gospodarstvo čini osobitim u odnosu na druge?
6. Kojim resursima (osim objekta) raspolažete? Vlastito obradivo zemljište (ili u najmu), stočni fond, etnografska zbirka, prirodna ljepota krajolika, nešto drugo...?
7. Kako se opskrbljujete proizvodima koje nudite? Jesu li to proizvodi koje sami proizvodite? Otkupljujete li proizvode od lokalnih dobavljača? Postoji li lokalno tržište poljoprivrednih proizvoda? U kojoj mjeri pripremate hranu/piće za vlastite potrebe (potrebe turista). Jeste li pristalica ekološke poljoprivrede i proizvodite li proizvode na ekološki način?
8. Kome najviše usmjeravate svoju turističku ponudu? Tko su Vaši klijenti/gosti? Posjećuju li Vas ciljani gosti ili netko drugi? Imate li stalne goste?
9. Jeste li član neke udruge/klastera/strukovnog udruženja i slično?
10. Koristite li kakvu potporu lokalne zajednice/grada/općine/resornog Ministarstva? Molimo, navedite naziv potpore, iznos i godinu kada ste potporu dobili? Jeste li se prijavili na kakav međunarodni projekt za razvoj turizma?
11. Jeste li zadovoljni postojećem infrastrukturom (ceste, oznake, smjerokazi/putokazi, vodovod, kanalizacija, plin, struja, internet, telefon)?
12. Što za Vas znači pojam održivosti? Smatrate li da je poslovanje Vašeg gospodarstvo održivo? U kojem segmentu poslovanja je održivo?
13. Koji je glavni oslonac održivog razvoja ruralnog turizma općenito i glavni oslonac održivog razvoja turizma Vašeg gospodarstva? Imate li neke ideje za koje biste mogli reći da su održive,

koje bi općenito omogućile razvoj ruralnog turizma i razvoj turizma na Vašem gospodarstvu, te koje bi bile isplative na duže vrijeme? Molim, obrazložite.

14. Jeste li zadovoljni stanjem okoliša u kojem se nalazi Vaše gospodarstvo: čistoća vode, zraka, tla, način zbrinjavanja otpadnih voda, odvoz i recikliranje smeća, buka, stanje biljnog i životinjskog svijeta? Što ugrožava/nagriza stanje okoliša u kojem se nalazi Vaše gospodarastvo? Na što bi trebalo usmjeriti posebnu pozornost (rješavanje nekih problema, na primjer) kako bi okoliš ostao očuvan, ali i održivo korišten? Pratite li/mjerite li utjecaj Vašeg gospodarstva na okoliš? Ako je pozitivan – na koji način je pozitivan, a ako je negativan – što bi trebalo popraviti?

15. Koje ekološke vrijednosti promičete u svojem poslovanju? Ponašaju li se Vaši gosti na ekološki prihvatljiv način? Koje mjere poduzimate za smanjenje zagađenja okoliša? Kako štedite energiju? Poduzimate li mjere za smanjenje otpada? Poduzimate li mjere za smanjenje potrošnje vode?

16. Prema Vašem mišljenju, u kojoj mjeri ruralni turizam doprinosi očuvanju okoliša, zdravlju, rekreaciji i edukaciji pojedinaca/obitelji, korištenju obnovljivih izvora energije ako postoje, ekološkoj proizvodnji hrane, tradicionalnoj pripremi hrane i napitaka, autohtonim jelima i piću? Je li to ekonomski isplativo?

17. Prema Vašoj procjeni, koliko su obiteljski odnosi, poštivanje običaja i tradicije, kulture življenja u duhovnom i materijalnom smislu autentične? Koliko se njeguje identitet Podravaca i Prigoraca u svakodnevnom životu? Koliko se njeguje identitet Podravaca i Prigoraca u posebnim prilikama (običaji, manifestacije...)?

18. Imate li podršku Vaše obitelji, susjeda i lokalne sredine u svojem poslovanju? Kako lokalna turistička zajednica, županijska turistička zajednica i resorno ministarstvo podržavaju Vaše poslovanje?

19. Koja znanja su Vam potrebna za razvoj i unaprjeđenje turizma u Vašem objektu?

20. Kako ocjenjujete stupanj razvoja turizma/ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji? Što se danas nudi posjetitelju u našoj županiji? Što bi se još moglo ponuditi u godinama koje dolaze? Koje su mogućnosti u tome smislu?

21. Koliko su i gdje razvijeni alternativni oblici turizma (npr. ekološki, ruralni, lovni, ribolovni)? Navedite primjere dobre prakse! Koji oblik turizma bi trebalo razvijati, a da se Vi možete uklopiti u njega?

PRILOG 3.

Popis zakona i pravilnika koji reguliraju ruralni turizam u Republici Hrvatskoj:

1. Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 138/06, 152/08, 43/09, 88/10, 50/12), čiji se čl. 38. odnosi na pružanje usluga u seljačkom domaćinstvu

Provedbeni propisi:

a) Pravilnik o utvrđivanju posebnog standarda – hrvatska autohtona kuhinja (NN 60/11)
b) Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu (NN 88/07, NN 58/08, NN 45/09)
c) Pravilnik o upisnicima ugostiteljskih objekata i o upisnicima o pružanju ugostiteljskih usluga u domaćinstvu i seljačkom domaćinstvu (NN 5/08)
d) Pravilnik o obliku, sadržaju i načinu vođenja knjige gostiju i popisa gostiju (NN 5/08)
e) Pravilnik o obliku, sadržaju i načinu vođenja knjige žalbi (NN 5/08)
f) Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu (NN 05/08, 46/08, 44/11, 118/11) i razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u seoskom domaćinstvu

2. Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN 68/07, 88/10), kojim se pružanje ugostiteljskih usluga i dopunske turističke djelatnosti u seljačkom domaćinstvu povezuje i s turističkim uslugama u ostalim oblicima turističke ponude (zdravstvenim, kulturnim, well-ness, pustolovnim, lovnim, sportskim i drugim oblicima turizma na ruralnom prostoru)
3. Zakon o članarinama u turističkim zajednicama (NN 152/08) ; (NN 88/10)

Provedbeni propisi:

a) Pravilnik o proglašavanju turističkih općina i gradova i o razvrstavanju naselja u turističke razrede (NN 122/09); Ispravak Pravilnika (NN 9/10); Izmjene i dopune (NN 61/10); Izmjene i dopune (NN 82/10); Izmjene (NN 36/11); Izmjene i dopune (NN 89/11); Izmjene (NN 146/11); Izmjene i dopune (NN 141/12); Izmjene i dopune (NN 144/12); Izmjene (NN 38/13)

PRILOG 4.

Popis kodova:

KOD 1: Akteri ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji su eksperti, donositelji odluka na županijskom i općinskom nivou te pružatelji turističkih usluga u ruralnom prostoru. Njihova uloga u poticanju ruralnog turizma razlikuje se s obzirom na stručnost/kompetentnost, hijerarhiju i ingerenciju te kapacitete i resurse kojima raspolažu. Identificirana je parcijalnost pristupa u razvoju ruralnog turizma.

KOD 2: Ruralni turizam u Hrvatskoj je nedovoljno razvijen u odnosu na maritimni, strateški neprepoznat i različito shvaćen. Artikuliraju se kontinentalne ruralnoturistički razvijenije županije (Istra, Baranja). Koprivničko-križevačka županija je razvojno neodrživa u smislu isključivog bavljenja ruralnim turizmom. Nužno je osloniti se na poljoprivredu kao resursnu osnovu.

KOD 3: Neorganiziranost, glomaznost, i neefikasnost upravljanja ruralnim turizmom u Hrvatskoj brojnih postojećih institucija čije su ingerencije djelomice naslonjene na ruralni turizam. Ruralni turizam je interdisciplinaran i multiplikativan u svojoj srži. Zahtijevana poveznica s poljoprivredom koju treba ojačati.

KOD 4: Ruralni turizam je nedovoljno razvijen iako županija ima jako puno potencijala za njegov razvoj. Postoji potreba za stalnim unaprjeđivanjem ruralnog turizma na ovom području. Ekološka i kulturno-povijesna niša i ekološki temeljeni oblici turizma imaju najviše potencijala za razvoj. Pomanjkane financijskih sredstava, a ne ideja.

KOD 5: Projekti razvoja ruralnog turizma su raznovrsni s obzirom na cilj i potrebe određenog područja. Projekti su malobrojni, disperzirani na različite aktere i oblike i ovise o logističkim, stručnim i ostalim kapacitetima aktera. Na lokalnom nivou, projekti su uglavnom infrastrukturni.

KOD 6: Održivost ruralnog turizma u KKŽ shvaćena je kao parcijalna/jednodimenzionalna održivost. Identificirana je rang lista dimenzija održivosti: biološko-ekološka, ekonomska, politička i na kraju sociokulturna dimenzija. Ove dimenzije održivosti funkcioniraju na razini pretpostavke, odnosno poželjnog smjera razvoja.

KOD 7: Oslonci održivog razvoja turizma su konkretni (npr. akteri) i apstraktni (npr. dokumenti).To je posljedica neorganiziranosti i netransparentnosti sustava upravljanja turizmom, nekoordiniranosti i nepostojanja zajedničke vizije procesa i aktera razvoja.

KOD 8: Inovacija u ruralnom turizmu je nužno potrebna. Inovacija se odnosi na komunikaciju, povezivanje, udruživanje, financijsku strategiju (privlačenje sredstava iz EU fondova),

edukaciju, marketing, uporabu novih tehnologija. Pretpostavka inovacije je mijenjaje svijesti i drugačiji način pričanja o sebi.

KOD 9: Velika raznolikost i posebnost ponude i objekata ruralnog turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji. Različitost oblika registracije objekata. Snažna oslonjenost objekata na dopunsku djelatnost (poljoprivreda, privatno poduzetništvo). Skromnost smještajnih kapaciteta. Postojanje odličnih ugostiteljskih kapaciteta. Turizam je većinom obiteljski posao. Nema jasne profiliranosti gostiju niti reklamnih aktivnosti. Ne postoji klasteriranje, ali postoji svijest o potrebi za strukturiranjem sektora.

KOD 10: Turistički resursi su vrlo različiti. Neki turistički resursi nisu registrirani i kategorizirani. Proizvodni resursi (zemljište, poljoprivredna proizvodnja) nalaze se u funkciji turističkih resursa i čine stožernu okosnicu održivosti.

KOD 11: Najveći problem je turistička signalizacija u ingerenciji županijske turističke zajednice. Komunalna infrastruktura (kanalizacija, struja, plin, voda, telefon i Internet) je stari/„novi“ problem.

KOD 12: Stanje okoliša je zadovoljavajuće. Prakse očuvanja okoliša treba unaprjeđivati. Estetika krajolika je usko vezana za stanje okoliša, a to je važan „adut“ u ruralnom turizmu.

KOD 13: Ekološka dimenzija održivosti podrazumijeva štednju (očuvanje) energije, te općenito život u skladu s prirodnim pravilima, odnosno ekološki menadžment. Ekološka dimenzija održivosti je prisutna u ruralnom turizmu.

KOD 14: Ekonomska održivost u ruralnom turizmu nije prepoznata u smislu ekonomske isplativosti. Postojeći način življenja i rada, isključivo bavljenje ruralnim turizmom, nije ekonomski održiv.

KOD 15: Socio-kulturni identitet njeguje se kroz identitet Podravine i Prigorja kao regije, zavičajni identitet, identitet podravskog sela, enogastronomije, nošnje, kulture. Važno je „biti svoj“. Trebalo bi se uložiti više napora. Socio-kulturna održivost nije prepoznata u dovoljnoj mjeri iako svijest o tome postoji.

KOD 16: Podrška obitelji i samodeterminacija razvoja najvažnija je komponenta političke dimenzije održivosti ruralnog turizma. Sustavna podrška (logistička, financijska, organizacijska...) turističkih zajednica je slaba, a županijske turističke zajednice nepostojeća. Politička dimenzija održivosti počiva na obitelji kao najsnažnijoj karici. Održivost je jače zastupljena u ekološkoj i političkoj dimenziji, a slabije zastupljena u ekonomskoj i socio-kulturnoj dimenziji.

KOD 17: Inovacije u objektima ruralnog turizma podrazumijevaju investicije, objedinjene turističke aranžmane, razvoj pograničnog turizma, marketinške alate (reklama), cjeloživotno

obrazovanje, udruživanje (klasterizacija) i umrežavanje te mijenjanje dosadašnjeg načina razmišljanja („imati priču“).

KOD 18: Da bi ruralni turizam bio održiv, potrebna je plodna kombinacija tradicijskih znanja i modernih znanja uz povezivanje s ljudima koji se bave tom istom djelatnošću. Od modernih znanja najviše se ističe informatička pismenost, marketing, znanje stranih jezika, praćenje zakonskih propisa, informiranje i kandidiranje na fondove EU, edukacija za okoliš, ugostiteljska (enologija, gastronomija) edukacija i slično. Bitno je poticati želju za znanjem, ali i omogućiti pohađanje seminara vezanih za bavljenje ruralnim turizmom. Dosadašnja edukacija bila je samoedukacija metodom „vlastite kože“

KOD 19: Ruralni turizam kao multiplikativna djelatnost može doprinijeti razvoju lokalne zajednice (sela). Najvažniji je realni prihod od turizma, odnosno ekonomska dimenzija. Važna je socio-kulturna (demografska) i biološko-ekološka dimenzija. Putem ruralnog turizma cijela zajednica može bolje funkcionirati.

KOD 20: Najveći problemi ruralnog turizma su: nesuglasje propisa, nekoordiniranost resora i nepostojanje promocije ruralnog turizma, naglasak na razvoju turističkih kapaciteta u ruralnom prostoru umjesto diverzifikacije djelatnosti na obiteljskim gospodarstvima, nedostatak administrativnih kapaciteta za povlačenje sredstava iz EU, nepostojanje turističke tradicije, ali snažno izraženo gostoprimstvo, nepovjerenje u institucije i „šum“ u komunikaciji odozgo prema dolje, izostanak strategije razvoja turizma i strateških dokumenata, problem zemljišta i legalizacije, oslabljena poljoprivredna proizvodnja, pitanje razvoja ruralnih sredina vezano je uz razvoj ruralnog turizma, preklapanje manifestacija koje su u direktnoj vezi s ruralnim turizmom, prereguliranost ruralnog turizma, stihijski razvoj (nužan je dugoročan pristup razvoju, duh pripadnosti kraju i sektoru).

PRILOG 4.

Popis slika:

Slika 1. Tri sastavnice održivog razvoja.....88
Slika 2. Administrativna podjela KKŽ-a na gradove i općine.....82
Slika 3. Prikaz stanovništva po naseljima Koprivničko-križevačke županije.....93

Popis tablica:

Tablica 1. Kriteriji za definiranje okvira ruralnog turizma.....23
Tablica 2. Neke tržišne karakteristike masovnoga i alternativnog/selektivnog turizma.....46
Tablica 3. Turističke aktivnosti na ruralnom području.....50
Tablica 4. Usporedba naziva vezanih uz ruralni turizam na hrvatskom, slovenskom, njemačkom, engleskom i talijanskom jeziku.....69
Tablica 5. Specifičnosti seoskog turizma naspram gradskoga i odmorišnog turizma.....72
Tablica 6. Broj i vrsta objekata u ruralnom turizmu po županijama.....77
Tablica 7. Obrazovna struktura stanovništva KKŽ-a starijeg od 15 godina.....94
Tablica 8. Posebno zaštićeni dijelovi prirode na području KKŽ-a.....96
Tablica 9. Najnedostatnije vrste i kategorije smještaja ključnih za razvoj turizma.....111
Tablica 10. Ugostiteljska (gastronomska) ponuda u Koprivničko–križevačkoj županiji.....115
Tablica 11. „Što bi konkretno trebalo učiniti za poticanje ruralnog razvoja u vašem kraju?“.....117
Tablica 12. SWOT analiza Koprivničko-križevačke županije kao ruralno turističke destinacije.....119
Tablica 13. „Koju biste vrstu turizma prvenstveno razvijali u regiji?“.....121
Tablica 14. Oblici turizma privlačni za turiste.....122
Tablica 15. Najvažniji načini dobivanja informacija o raznim turističkim znamenitostima.123
Tablica 16. Zanimljive aktivnosti u krugu od 20 km.....126
Tablica 17. Ocjena atraktivnosti lokacije u sjeverozapadnoj Hrvatskoj.....127
Tablica 18. Ocjena atraktivnosti agroturističkih objekata sjeverozapadne Hrvatske.....126
Tablica 19. Ukupne turističke atrakcije Koprivničko-križevačke županije.....130
Tablica 20. Vrste ruralnog turizma pogodne za razvoj u Koprivničko-križevačkoj županiji135
Tablica 21. Razvojni problemi i potrebe turizma u Koprivničko-križevačkoj županiji.. 139
Tablica 22. Dobna i spolna struktura sudionika/ca istraživanja.....150
Tablica 23. Struktura obrazovanja po spolu sudionika/ca istraživanja.....151

Tablica 24. Broj ispitanika prema profesiji.....152
Tablica 25. Objekti u ruralnom turizmu.....165
Tablica 26. Dobna i spolna struktura ispitanika/ispitanica – vlasnici/ce objekata.....166
Tablica 27. Struktura obrazovanja po spolu sudionika/ca istraživanja – vlasnici objekta.....167
Tablica 28. Resursi u funkciji ruralnog turizma na gospodarstvima.....212
Tablica 29. Dimenzije i indikatori koncepta održivog razvoja ruralnog turizma u Koprivničko–križevačkojžupaniji.....221

Popis grafikona:

Grafikon 1. Struktura ukupnih prihoda gospodarstva Koprivničko-križevačke županije po djelatnostima u 2012. g.....101
Grafikon 2. Struktura smještajne ponude prema naseljima.....109
Grafikon 3. Struktura ugostiteljske ponude prema naseljima.....112
Grafikon 4. Tržišna spremnost atrakcija Koprivničko-križevačke županije.....133

Popis shema:

Shema 1. Međuodnos ruralnog turizma, seoskog turizma i turizma na turističkom seoskom obiteljskom gospodarstvu.....71
Shema 2. Akteri turističkog razvoja Koprivničko-križevačke županije.....107
Shema 3. Oslonci održivog razvoja turizma u KKŽ.....202

Životopis

Sandra Kantar rođena je 9.3.1973. u Koprivnici. U Križevcima završava Osnovnu školu Ljudevita Modeca i srednju školu „Centar za usmjereno obrazovanje“ – pedagoški smjer s odličnim uspjehom. Diplomirala je na Filozofskom fakultetu u Zagrebu 1999. godine na Odsjeku za sociologiju i stekla zvanje profesorice sociologije. Godine 2007. diplomirala je na Odsjeku za informacijske znanosti – smjer Bibliotekarstvo i stekla zvanje diplomirane knjižničarke. Poslijediplomski doktorski studij sociologije upisuje krajem 2006. godine.

Od 2000. do 2004. godine radila je u Gradskoj knjižnici „Franjo Marković“ u Križevcima kao knjižničarka – informatorica. Od 2000. godine radi kao vanjska suradnica, od 2004. godine je stalno zaposlena u svojstvu predavača, a od 2010. godine i višeg predavača na Visokom gospodarskom učilištu u Križevcima. Nositeljica je modula „Agrarna sociologija i bioetika“, te „Poslovna etika“ na preddiplomskom stručnom studiju Poljoprivreda i surealizatorica na modulu „Ruralni razvoj” i „Ruralni turizam“ na preddiplomskom stručnom studiju „Menadžment u poljoprivredi”. Također, surealizatorica je na modulu „Ruralni razvoj“ i „Destinacijski menadžment u ruralnom turizmu” na specijalističkom stručnom studiju „Menadžment u poljoprivredi”. Ujedno je i voditeljica stručne knjižnice, čitaonice i muzejske zbirke, predsjednica Povjerenstva za izdavačku djelatnost te članica Povjerenstva za odnose sa studentima u okviru Jedinice za osiguranje kvalitete na Učilištu. Sudionica je brojnih domaćih i međunarodnih stručnih i znanstvenih skupova i projekata (Tempus, Interreg, IPA, Erasmus) te polaznica brojnih tečajeva i radionica iz područja knjižničarstva, sociologije i ruralnog razvoja. Aktivna je članica Hrvatskog sociološkog društva, Hrvatskog bioetičkog društva, Hrvatskog agroekonomskog društva te Društva knjižničara Bilogore, Podravine i Kalničkog prigorja. Izvrsno se služi engleskim jezikom u govoru i pismu.

Kao autorica i koautorica objavila je 30-ak stručnih, znanstvenih i popularnih radova iz područja agrarne sociologije, ruralnog razvoja, ruralnog turizma, ekologije, bioetike i knjižničarstva. Koautorica je i triju stručnih studija iz područja ruralnog turizma te udžbenika „Ruralni turizam: uvod u destinacijski menadžment”. Do sada je mentorirala deset završnih radova na preddiplomskom stručnom studiju, te bila članicom povjerenstva za obranu 38 završnih radova na preddiplomskom stručnom studiju i 10 završnih specijalističkih diplomskih radova na specijalističkom stručnom diplomskom studiju.Na osnovi provedenih Sveučilišnih anketa za ocjenu aktivnosti nastavnika njezin rad ocijenjuje se pozitivnom ocjenom. Udana je i majka dviju djevojčica.

Bibliografija radova

A. ***Znanstveni radovi***

1. Svržnjak, Kristina; Kantar, Sandra; Husinec, Renata (2006): *Specijalistički seminari – oblik cjeloživotnog učenja poljoprivrednika*, 41. hrvatski & 1. međunarodni znanstveni simpozij agronoma, zbornik sažetaka, Opatija
2. Svržnjak, Kristina; Kantar, Sandra; Husinec, Renata; Marenčić, Dejan (2007): *Ruralni turizam kroz prijave na projekte ruralnog razvoja*, Prvi hrvatski kongres ruralnog turizma s međunarodnim sudjelovanjem: Perspektive ruralnog turizma, Hvar.
3. Kantar, Sandra; Svržnjak, Kristina (2007): *Prilozi za bibliografiju o bioetici u Hrvatskoj (1990.-2007.)*, Socijalna ekologija, vol.16, No. 2-3. str. 231-248.
4. Kantar, Sandra; Ivanek-Martinčić, Marijana; Augustinović, Zvjezdana (2008): *Razvoj, identitet i okoliš uz Muru*, 1st International Conference „Vallis Aurea" focus on: Regional development, Požega.
5. Kantar, Sandra; Razum Olga; Svržnjak Kristina (2009): *Zaštita okoliša u stavovima i ponašanju studenata Koprivničko-križevačke županije*, Socijalna ekologija, vol. 18, No 2, str. 171 – 189.
6. Svržnjak, Kristina; Jerčinović, Silvije; Kantar, Sandra (2010): *Razvoj seoskog turizma Sjeverozapadne Hrvatske* // 2. Hrvatski kongres o ruralnom turizmu s međunarodnim sudjelovanjem/Katica, Dijana (ur.) Zagreb: Hrvatski farmer d.d., 245-251.
7. Kantar, Sandra; Svržnjak Kristina; Kamenjak Dragutin (2010): *Stavovi o poljoprivredi*, // 2nd International Conference „Vallis Aurea" focus on: Regional Development / Katalinić, Branko (ur.).-Požega – Vienna: Veleučilište u Požegi i DAAM International Vienna, Austria, 2010.,547-551.
8. Kantar, Sandra; Svržnjak Kristina; Kamenjak Dragutin (2010): *Stavovi o poljoprivredi u sjeverozapadnoj Hrvatskoj* // Tradicijom usprkos krizi – može li se?: Zbornik radova sa I. Znanstveno-stručnog skupa Vinkovci 8. I 9. rujna 2010./ Krunoslav Zmaić, Tihana Sudarić (ur.). Vinkovci: Poljoprivredni fakultet u Osijeku i Zajednica kulturno-umjetničkih djelatnosti Vukovarsko-srijemske županije, 2011.
9. Kantar, Sandra; Svržnjak, Kristina (2010): *Cjeloživotno obrazovanje žena u ruralnom prostoru* // Status i uloga žene u ruralnim područjima: zbornik radova, 1.

Međunarodni znanstveni skup povodom obilježavanja Svjetskog dana seoskih žena – 15. Listopada, Zagreb/ Karmen Sinković, Jelena Đugum (ur.), 2010.. str. 42-50.

10. Dušanka, Gajdić; Krunoslav, Škrlec; Kristina, Svržnjak; Sandra, Kantar (2011): *Unapređenje kvalitete na Visokom gospodarskom učilištu u Križevcima kroz inovacije programa*// „Inovativna primjena kvalitete“ // Tihomir, Babić (ur.). Zagreb.
11. Svržnjak, Kristina; Iličić, Vida, Kantar, Sandra (2011): *Razvoj ruralnog turizma kroz osnivanje klastera – primjer regionalno-turističkog klastera „Kuna“*, 46. hrvatski & 6. međunarodni znanstveni simpozij agronoma, zbornik sažetaka, Opatija.
12. Kantar, Sandra; Svržnjak Kristina (2011): *Ruralni razvoj u Koprivničko-križevačkoj županiji* // Gospodarske i kulturne odrednice regionalnog identiteta: Zbornik radova sa znanstvenog skupa Globalizacija i regionalni identitet 2011./Antun Šundalić, Krunoslav Zmaić, Tihana Sudarić (ur.), Osijek.
13. Kantar, Sandra; Svržnjak, Kristina; Jerčinović, S. (2012): *Agroinkubator – podrška ženskom zapošljavanju u Koprivničko-križevačkoj županiji*, Zbornik radova s II. znanstveno-stručnog skupa „Tradicijom usprkos krizi – može li se?“, Poljoprivredni fakultet u Osijeku i Zajednica kulturno-umjetničkih djelatnosti Vukovarsko-srijemske županije, Vinkovci, 2012.
14. Svržnjak, Kristina; Kantar, Sandra; Jerčinović, S; Kamenjak, D. (2014): *Turističke atrakcije u funkciji razvoja modela destinacijskog menadžmenta za ruralni turizam* // 4th International Conference „Vallis Aurea“, 2014., focus on: Regional Development / Katalinić, Branko (ur.). – Požega – Vienna : Veleučilište u Požegi i DAAAM International Vienna, Austria, 2014. 681-689.

B. Stručni radovi

1. Svržnjak, Kristina; Kantar, Sandra; Marenčić, Dejan (2006): *Projekti i prioriteti ruralnog razvoja*, I. međunarodno savjetovanje o poljoprivredi i ruralnom razvitku, (CD ROM) Topusko.
2. Svržnjak, Kristina; Kamenjak, Dragutin; Kantar, Sandra (2006): *Obrazovanje poljoprivrednika kroz specijalističke seminare*, Poljoprivreda, svezak 12, broj 2.
3. Svržnjak, Kristina; Kantar, Sandra; Marenčić, Dejan (2007): *Projects and priorities of rural development*, Research Advancement for Sustainable Society 2007, Zagreb.

4. Stojnović, Miomir; Kantar, Sandra (2008): *Neki socio-ekonomski aspekti uporabe poljoprivrednih strojeva u hrvatskim ruralnim sredinama* // Razvoj, identitet i okoliš, međuregionalni aspekti /Jerčinović Silvije; Kantar, Sandra; Svržnjak Kristina (ur.) Križevci: Visoko gospodarsko učilište u Križevcima, 32-34.
5. Jerčinović, Silvije; Svržnjak, Kristina; Kantar, Sandra (2008): *The effects of word of mouth communication on customer evaluation of professional study courses at the College of agriculture in Križevci* // 2nd International Scientific, Marketing Theory Challenges in Transitional Societies / Ozretić Došen, Đurđana; Krupka Zoran; Škare, Vatroslav (ur.), Zagreb: Faculty of Economics and Business, University of Zagreb, 2008. Str. 107-113.
6. Kantar, Sandra; Ivanek-Martinčić, Marijana; Augustinović, Zvjezdana (2009): *Mura – čovjek – priroda*, Podravina, vol. VII, broj 14. str. 147-158.
7. Svržnjak, Kristina; Kantar, Sandra; Jerčinović, Silvije (2009): *Istraživanje tržišta rada za studente Visokog gospodarskog učilišta u Križevcima* // Društvene promjene i društvena struktura: Hrvatska 20 godina kasnije / Ankica Marinović, Siniša Zrinšćak, Dinka Marinović Jerolimov i Branko Ančić (ur.), Zagreb: Hrvatsko sociološko društvo, 2009. (str.45).
8. Jerčinović, Silvije; Svržnjak Kristina; Kantar Sandra (2009): *Some important factors that affect consumer's green behaviour* // Abstracts of the 2nd International Economic Conference, Kaposvar University, Kaposvar, Hungary / Bakonyi, Erika; Barna, Robert ; Mathe, Attila, Szente, Viktoria ; Temesi, Angoston (ur.). Kaposvar : Kaposvar University, Faculty of Economic Science.
9. Kantar, Sandra; Svržnjak, Kristina (2011): *Položaj poljoprivrednika u Koprivničko-križevačkoj županiji* // Nacionalni kongres Hrvatskog sociološkog društva: Sociologija i promjena – izazovi budućnosti, /Aleksandar Štulhofer, Inga Tomić Koludrović, Branko Ančić (ur.), Zagreb: Hrvatsko sociološko društvo, 2011. str.32.
10. Svržnjak, Kristina; Pugelnik, Irena; Kantar, Sandra (2011): *Ograničavajući čimbenici razvoja ruralnog turizma Lonjskog polja*, Praktični menadžment Vol.II, br.2., Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, str. 27-32.
11. Gold, Marta; Kantar, Sandra; Svržnjak, Kristina (2011): *The social and bioethical aspects of hemp use, Smotra naučnih radova studenata agronomije sa međunarodnim učešćem* (zbornik radova), Vol. 7., br. 7., Čačak, 24.-26 August 2011.

12. Svržnjak, Kristina; Jerčinović, Silvije; Kantar, Sandra (2012): *Perspektive razvoja poduzetničkog agroinkubatora na području Grada Križevaca* // 47. hrvatski i 7. međunarodni simpozij agronoma: knjiga sažetaka / Pospišil, Milan (ur.).Zagreb : Agronomski fakultet,, 2012. 29-30
13. Kantar, Sandra; Svržnjak, Kristina; Jerčinović, Silvije (2012): *Perspektive razvoja ženskog poduzetništva u poljoprivredi Koprivničko-križevačke županije*// Nacionalni kongres Hrvatskog sociološkog društva:
14. Kantar, Sandra; Svržnjak, Kristina; Jerčinović, S.(2014): *Smještajna i ugostiteljska ponuda u funkciji održivog ruralnog turizma Koprivničko–križevačke županije*// Tehnološki razvoj u funkciji održivog turizma i sporta: zbornik Međunarodne konferencije Menadžment turizma i sporta, Sv. Martin na Muri, 10. i 11. travnja 2014.
15. Kantar, Sandra: (2014): *Possibilities for development of ecotourism in Koprivničko–križevačka county*, dostupno na: http://www.hah.hr/pdf/ecotop/VGUK_Development_of_ecotourism_in_Koprivnica-Krizevci_County.pdf
16. Kantar, Sandra; Svržnjak, Kristina.: *Tourism potentials in the cross-border area Hungary-Croatia*// 4th International Scientific Conference: Climate change, economic development, environment and people conference (CCEDEP): Regional development of Central and Eastern European countries/University of Agribusiness and rural development, Plovdiv. 7-9 October, 2014.
17. Svržnjak, Kristina; Kantar, Sandra (2015): *Prednosti i nedostaci razvoja ruralnog turizma prekograničnog područja*, Agroeconomica Croatica, Vol. 5, No. 1.

C. Knjige

1. Zsuzsana Bacsi, Kovacs, E: *Razvojne karakteristike prekograničnih regija*. Mikroregionalna Multifunkcionalna Asocijacija Keszthely – Heviz – Zapadnobalatonska radionica za društveno – znanstvena istraživanja, Keszthely 2007. (suradnica)
2. Feher, Emma: *Promjena krajolika uz rijeku Muru: studija povijesti krajolika*. Sveučilište Panonija, Poljoprivredni fakultet Georgikon, Keszthely 2008. (suradnica)

3. Svržnjak, K., Kantar, S., Jerčinović, S., Kamenjak, D.: *Ruralni turizam: uvod u destinacijski menadžment*, (ur. R. Husinec, fortografije D. Kamenjak), Križevci: Visoko gospodarsko učilište u Križevcima; Denona: Zagreb, 2014.
4. Svržnjak, K., Kantar, S., Jerčinović, S., Kamenjak, D.: *Rural tourism: an introduction to destination management*, (prev. Graham McMaster; ed. Renata Husinec), Križevci:College of Agriculture; Denona: Zagreb, 2014.
5. Svržnjak, K., Kantar, S., Jerčinović, S., Kamenjak, D.: *Ruralis turizmus: bevezetes a desztinaciomenedzsmentbe*, (szerkeszto: Renata Husinec) (fenykepeket keszitette: D. Kamenjak) Križevci: Mezogazdasagi Foiskola, Zagreb: Denona, 2014.

D. Studije

1. Svržnjak, K., Kantar, S.: *Studija o neiskorištenim turističkim potencijalima i mogućnostima investiranja u turizam na prekograničnom području Mađarska – Hrvatska*, Visoko gospodarsko učilište u Križevcima, 2013. (hrv/eng/hu) dostupno na: http://www.vguk.hr
2. Svržnjak, K., Kantar, S., Jerčinović, S., Kamenjak, D.: *Studija mogućnosti razvoja modela destinacijskog menadžmenta za ruralni turizam, Visoko gospodarsko učilište u Križevcima*, 2014. dostupno na: http://www.health-and-rural-tourism.info/dm
3. Svržnjak, K., Kantar, S., Jerčinović, S., Gajdić, D.: *Mogućnosti razvoja ekoturizma u Koprivničko-križevačkoj županiji*, Visoko gospodarsko učilište u Križevcima, 2014. (istraživačko izvješće)