

Mogućnosti razvoja turizma na ruralnom području Brodsko-posavske županije

BERISLAV BOLFEK
Veleučilište u Slavonskom Brodu
Dr. Mile Budaka 1, 35000 Slavonski Brod
Hrvatska
berislav.bolfek@vusb.hr

DARIJA JAKIČIĆ
studentica Poslijediplomskog specijalističkog studija
na Ekonomskom fakultetu u Osijeku
Branimirova 130 a, 35000 Slavonski Brod
Hrvatska
darija.jakicic@gmail.com

BILJANA LONČARIĆ
Turistička zajednica grada Slavanskog Broda
Trg pobjede 28/I, 35000 Slavonski Brod
Hrvatska
info@tzgsb.hr

Sažetak: Razvoj ruralnog prostora predstavlja poseban izazov zbog čitavog niza razloga. Prije svega, njegova nerazvijenost, nedovoljno razvijene strategije razvoja i nepoznata tržišna pozicija za proizvode i usluge. Činjenica je kako je to problem, ne samo Republici Hrvatskoj nego i većeg dijela Europe. Ruralni razvoj Brodsko-posavske županije postaje još zanimljiviji s obzirom članstvo u Europskoj uniji. U Hrvatskoj se vide naponi u razvoju ruralnog turizma, ali ti su naponi tek na početku razvoja. Europska unija svoj razvoj temelji na regionalnom razvoju gdje formalne državne granice nisu prepreka, nego točke spajanja regija. Smatra se kako turizam na ruralnom prostoru, s obzirom na trendove potražnje u Europi i svijetu, a i njegovu razvijenost u nekim državama, ukazuje kako na ovom području razvoja ima puno neiskorištenih mogućnosti. To je i bila polazna premisa i razlog istraživanja i izrade analize postojećeg stanja ruralnog turizma na području Brodsko-posavske županije, sa namjerom dijagnosticiranja stanja te naznakama mogućnosti razvoja temeljenim na raspoloživim resursima. Rad se temelji na ocjeni stanja dobivenoj putem primarnog istraživanja, koje daje uvid o tome je li turizam na ruralnom prostoru Brodsko-posavske županije dobar razvojni pravac posebno sa aspekta razvoja ruralnog prostora Županije. U svrhu istraživanja postojećih turističkih proizvoda, njihovog unaprjeđenja i daljnjeg razvoja, anketiranje je provedeno na području 26 općina Brodsko-posavske županije. Nastojanje je bilo istražiti postojeću ponudu te steći uvid u trenutno stanje turističkih potencijala na ruralnom prostoru županije, a u cilju davanja konkretnih prijedloga za razvoj postojećih resursa i stvaranja novih turističkih proizvoda u svrhu poboljšanja ponude.

Ključne riječi: ruralni prostor, ruralni turizam, analiza turizma na ruralnom području, strategija razvoja ruralnog turizma, Brodsko-posavska županija

1 Uvod

Hrvatski turizam predstavlja jednog od glavnih pokretača ukupnog hrvatskog gospodarstva i značajno doprinosi ukupnom društvenom razvoju Republike Hrvatske. Hrvatski turistički sektor nalazi se na prekretnici koja će omogućiti promjenu smjera budućeg razvoja i tržišnog pozicioniranja Republike Hrvatske kao cjelovite i kvalitetne turističke destinacije.

Novi Glavni plan i Strategija razvoja hrvatskog turizma za razdoblje do 2020. godine uz postavljanje glavnih smjernica i strateškog okvira održivog razvoja hrvatskog turizma, omogućili su definiranje i ključne projekte kroz prostornu i vremensku dimenziju cjelovitog razvoja hrvatskog turističkog sektora: Hrvatske kao zemlje doživljaja za različite turističke segmente sukladno njenim komparativnim prednostima i snažnije generiranje pozitivnih ukupnih društvenih učinaka na principima održivosti. Jedan od segmenata razvoja je i razvoj ruralnih područja. Ruralni turizam je skupni naziv za različite aktivnosti i oblike turizma koji se razvijaju izvan područja gradova i područja na kojima se razvijao masovni turizam. Ruralno područje u Hrvatskoj zauzima više od 90% teritorija, točnije 91,6% i obilježava ga velika bio i društvena raznolikost (DZZS, 2012).

Ruralni turizam u Hrvatskoj pa tako i u Brodsko-posavskoj županiji nalazi se u početnoj fazi. Posljedica je to pretežite usmjerenosti hrvatskog turizma na maritimne prostore, ali i desetljećima dugog procesa zanemarivanja ruralnog prostora i obiteljskih seljačkih gospodarstava. Promjene društveno-ekonomskog sustava početkom devedesetih godina 20. stoljeća bile su poticaj razvoju ove vrste turizma u Hrvatskoj. Promjena društveno-ekonomskog sustava početkom devedesetih godina prošlog stoljeća bila je poticaj razvitku ove vrste turizma u Hrvatskoj.

No, kako veći dio ruralnog prostora ima obilježje socijalno-ekonomske krize, ruralni turizam u Županiji postaje značajan čimbenik u revitalizaciji ruralnih prostora. Potporu procesu na mikro-ekonomskoj razini daje strateški dokument Razvoja turizma na ruralnim područjima Brodsko-posavske županije sa jasno definiranim smjernicama i vizijom dugoročnog razvoja temeljen na provedenom istraživanju i analizi prikupljenih primarnih podataka.

Hrvatska je u dokumentu Strategija razvoja turizma do 2020. podijeljena na tri makro regije - kontinent, sjeverni i južni Jadran, uz 10 subregija, a u svakoj od njih planira se razviti 30 diferenciranih turističkih proizvoda. To su primjerice sunce i more, nautički, zdravstveni, ruralni, pustolovni, kulturni, poslovni, socijalni i omladinski turizam, golf kao novost i ostale vrste turističkih proizvoda.

2 Ruralni prostor Hrvatske

Ruralna područja Hrvatske čine oko 90 % kopnenog dijela Hrvatske (ili 61 % naseljenog dijela Hrvatske) i u njima živi oko 47 % ukupnog stanovništva Hrvatske. Ta su područja, još od sredine 19 stoljeća, 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 sela kao osnovnog elementa ruralnog prostora.

Čak 77 % ruralnih područja Hrvatske ima karakteristiku izrazitog nazadovanja u razvitku, što označava izrazitu negativnost svih demografskih, socio-kulturnih i prostorno-planskih pokazatelja. Često prometno izolirana, s pretežitim udjelom staračke populacije, ta su područja duboko u procesu izumiranja (Bosanac, 2001).

Samo 11 % ruralnih područja nalazi se u stagnaciji - prosječnom tipu razvoja koji karakterizira niz povoljnih pretpostavki za brže, lakše i racionalnije usmjeravanje procesa i odnosa. Ipak, konkretnim se mjerama treba djelovati na daljnji razvitak ovih područja jer bez intervencija ona teže zaostajaju. Ruralni prostor zahvaćen je ekonomskim osiromašenjem, nedostatnom komunalnom i društvenom infrastrukturom. Usitnjeni i neracionalno raspoređeni 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 egzistencije od bavljenja djelatnostima primarnog sektora. Pao je društveni ugled seljaka. Do ovakve situacije doveo je čitav niz faktora koji su obilježili razvoj sela i ruralnog prostora Hrvatske u prošlosti, prvenstveno od sredine 19. stoljeća i ukidanja kmetstva, do danas.

Revitalizacija sela u smislu održivog i cjelovitog razvoja neophodan je proces očuvanja ruralnih prostora kao primarnih proizvodnih područja hrane i ostalih dobara, područja specifičnog antropogenog pejzaža s naglašenim prirodnim, tradicijskim, kulturnim i povijesnim elementima, oaze zelenila i ekološke ravnoteže, i na kraju - kao područja mira i odmora od dinamičnog stresnog gradskog miljea.

2.1. Ocjena postojećeg stanja ruralnog razvoja u Hrvatskoj

Razvoj turizma na ruralnim područjima značajan je čimbenik aktivaciji i održivom razvoju ruralnih područja koji pomaže očuvanju lokalnog identiteta, tradicije i običaja, štiti okoliš, jača autohtonu, tradicijsku i ekološku proizvodnju. Važnost ruralnog turizma, prije svega, ogleda se u vrlo važnoj interakciji poljoprivredne proizvodnje, proizvodnje tradicionalnih proizvoda, prezentiranja tradicije, tradicijske gastronomije i turističkih usluga – korištenjem postojećih resursa ruralnog prostora i sela, kao njegovog sastavnog dijela.

Stoga je važna revitalizacija postojećih, tradicijskih objekata, kulturne baštine, kojima se daje nova, osuvremenjena gospodarska – tj. turistička namjena. Osnovica razvoja ruralnog turizma su turistička seljačka obiteljska gospodarstva. U posljednjih 10-tak godina svjedoci smo sve većeg interesa državne uprave, lokalne samouprave, pojedinih institucija i poduzetnika u ruralnom prostoru za razvojem nekih novih, dosada nepoznatih oblika turističke ponude na ruralnom prostoru, čime se stvaraju preduvjeti za razvitak i brendiranje ruralnih destinacija.

Dugoročno održivi turistički rast i razvoj podrazumijeva postizanje svojevrsnog razvojnog konsenzusa između svih relevantnih dionika destinacijskog razvoja bez obzira je li je riječ o lokalnoj, regionalnoj ili nacionalnoj razini (Demonja, Ružić, 2010). To podrazumijeva, ne samo potrebu međusobnog usuglašavanja stavova (vizija, ciljevi, prioriteta, dinamika) nositelja javne vlasti, poduzetničkog sektora, civilnih udruga i lokalne populacije, već i jasno razumijevanje prostornih mogućnosti destinacije i očekivanja turističkog tržišta. Pritom već i same fraze “usuglašavanje stavova“ i “razumijevanje prostornih mogućnosti“ upućuju na određena razvojna ograničenja i dileme subjektivnog i/ili objektivnog karaktera, odnosno na potrebu traženja najboljih rješenja u današnjim uvjetima.

2.2. Razvoj turizma na ruralnom području Hrvatske

Prema definiciji Vijeća Europe, ruralni turizam kao širi pojam od samog seoskog turizma, je turizam na ruralnom odnosno seoskom području sa svim aktivnostima koje se provode na tom području

(Mišćin, 2008). Njegove najznačajnije karakteristike su mirna sredina, odsutnost buke, očuvani okoliš, komunikacija s domaćinima i domaća hrana. Tome se može dodati i cijeli niz posebnih oblika turističke ponude tj. usluga koje se mogu pružati na ruralnom prostoru.

Razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj kao posebni oblik turizma operativno se i organizirano počeo razvijati 1996. godine, temeljem tada važećeg Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti. Tada je donesen Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu i tada je stvoren pravni okvir reguliranja ove vrste turizma. Od tada broj registriranih turističkih seljačkih obiteljskih gospodarstava na razini Hrvatske, neprekidno je u uzlaznom trendu.

No ipak, u ukupnom prihodu od turizma Hrvatske, turizam na ruralnom prostoru sudjeluje sa samo 1% prihoda. Pozitivan primjer je Istra koja je napravila kvalitativan iskorak dostojan usporedbe s državama koje imaju dobro valoriziran ruralni prostor. Ruralni turizam definiran je prirodnim i kulturnim resursima koji se nalaze u ruralnom prostoru, a upravo ti resursi predstavljaju osnovnu bazu za daljnji razvitak ruralnog prostora. Također je i vrlo značajan element za održiv turistički, socijalni i ekonomski razvoj ruralnog prostora.

Smatra se kako je turizam na ruralnom prostoru jedna od najperspektivnijih dopunskih gospodarskih grana u Hrvatskoj i da se prema njegovom daljnjem razvoju treba kontinuirano i planski težiti. Turizam i poljoprivreda su osnova razvoja ruralnog prostora Hrvatske.

2.3. Obiteljska seljačka gospodarstva i klasteri kao nositelji turističkog razvoja ruralnih područja Hrvatske

Obiteljska seljačka gospodarstva i klasteri danas se smatraju temeljnim nositeljima turizma kao čimbenika integralnog razvitka ruralnih prostora, a i taj je aspekt doživio značajnu transformaciju. Pored navedenog upravo taj oblik turizma izrazito djeluje na socio-ekonomsku preobrazbu seoskih naselja. Jedan od prvih impulsa koji su potaknuli promišljanje ruralnog turizma u funkciji cjelovitog razvoja sela dao je Savez seljaka Hrvatske osnovan 1990. U svom je Programu Savez istaknuo "seoski turizam" kao važan element razvoja brojnih aspekata ruralne sredine. Iako tada nije postojala administrativno pravna regulativa koja bi podržala ovakvu inicijativu, važnost tog prvog poticaja je u činjenici da je došao od samih seljaka, a već je istaknuto kako je lokalna zajednica nezaobilazan element u razvoju ruralnog turizma. Jasno se nameće činjenica kako je udio turizma na seljačkim gospodarstvima, uzimajući u obzir broj ostvarenih noćenja, zanemariv u ukupnom turizmu Hrvatske. Danas je rašireno mišljenje da je i klasterско povezivanje osnova osiguranja uspjeha pojedinih područja u uvjetima globalne ekonomije. Stoga oni koji su zaduženi za stvaranje uvjeta za omogućavanje razvoja lokalne ekonomije često provode politiku stimuliranja klastera koja se u javnosti percipira poželjnom. Sve veći broj turističkih subjekata stoga se udružuje u klasterе.

Teorija umrežavanja u turističkom sektoru datira nekoliko godina unazad, kad je prepoznato da odnosi između gospodarskih subjekata djeluju stimulatивно na razmjenu znanja između različitih subjekata, što rezultira kvalitativnim i kvantitativnim koristima za gospodarski subjekt, zajednicu i odredište. I u turističkom sektoru umreženi mali i srednje veliki gospodarski mogu se natjecati globalno, kooperirajući lokalno, uz evidentne koristi za poslovanje u smislu veće fleksibilnosti, boljeg marketinškog informiranja, inovativnosti, boljih prilika za ulazak u druge mreže ili klasterе na nacionalnoj razini. Umrežavanje, odnosno klasterizacija u hrvatskoj turističkoj industriji tek su u svojim začecima. Kao pozitivan primjer klasterizacije odredišta provedene u kontinentalnom dijelu Hrvatske je osnivanje turističkog klastera „Slavonska košarica“, a čine ju davatelji ugostiteljskih usluga, turističke agencije, proizvođači hrane, vina, sira, eko proizvoda i suvenira s područja cijele Slavonije.

U uvjetima globalizacije i sve veće konkurencije te u sklopu postojeće zakonske regulative, uz surađivanje i povezivanje u turističkom sektoru turistički slabije razvijenih područja (regija) kao nužan uvjet za opstanak na turističkim tržištu, glavni zagovornici započinjanja procesa klasterizacije na razini regija trebale bi biti turističke zajednice (Lončarić, 2012).

Njihovu ulogu vidimo prije svega u lobiranju, odnosno educiranju potencijalnih članova klastera o višestrukim prednostima umrežavanja, i to ne samo u području marketinga, pokretanju samih postupaka umrežavanja i to selektivno, po pojedinim vrstama turističkih proizvoda, već i u zagovaranju modela stvaranja menadžment organizacije na razini regije kao turističkog odredišta (Bosanac, 2001).

Stoga je, a u cilju da se ruralna područja učine prepoznatljivim u turističkom smislu, nužno provesti međusobno umrežavanje na horizontalnoj i vertikalnoj osnovi svih turističkih subjekata, ali i institucija te predstavnika lokalnih vlasti koji djeluju na području regije, dakle svih onih koji na bilo koji način sudjeluju u stvaranju turističkog proizvoda regije.

2.4. Upravljanje marketinškim alatima u procesu razvoja turizma na ruralnom području

Pitanje strateškog razvoja ruralnog turizma i turističke valorizacije ruralnih krajeva nužno zadire u područje marketinga, a posebice u područje kreiranja ruralnog turističkog proizvoda i njegove promocije u zemlji i inozemstvu. Upravljanje marketingom ruralnog turizma nailazi tako na brojne specifičnosti koje je potrebno sagledati ne samo prilikom donošenja marketing plana, već i u samom začetku – tijekom procesa strateškog planiranja.

Radi se o dvije važne specifičnosti:

1. Kako domaća, tako i inozemna iskustva potvrđuju da su pojedinačne jedinice agro-turizama previše limitirane da samostalno koriste marketinške alate, pa se ističe značenje marketinškog umrežavanja svih dionika, definirajući njegove razine i osnovne strateške marketinške ciljeve na pojedinim razinama. Na taj se način marketinško umrežavanje treba izvoditi:
 - na lokalnoj razini (grad/općina) – definiranje pojedinih marketinških aktivnosti unutar marketinške strategije turističkog klastera,
 - na razini turističkog klastera, gdje se definira osnovni turistički proizvod kojim klaster razvija marketinšku prepoznatljivost unutar krovne marke,
 - na razini regije (županije), na kojoj se definira krovna marka turističkog proizvoda sastavljena od turističkih proizvoda pojedinih klastera i
 - na državnoj razini, gdje se definira ukupni (integrirani) turistički proizvod zemlje u cjelini.
2. Turistički proizvod ruralnog turizma nastaje kao kombinacija agro-turizma i drugih oblika ruralnog turizma. Pri tome se kao najvažniji resursi temeljem kojih se kreira turistički proizvod pojavljuju i sljedeći elementi: poljoprivreda i poljoprivredni resursi pri čemu je agro-turizam nositelj, klima i prirodne atraktivnosti, lokalni običaji, lokalna zajednica, kultura i kulturološki resursi općenito i ostale turističke atrakcije i pogodnosti – pješačke i biciklističke ture, kulturno-zabavne manifestacije, izložbe i sajmovi autohtonih proizvoda, suveniri (lokalni obrt), kulturni i rekreacijski itinereri. U kreiranju proizvoda važna je i "turistička suprastruktura" - prometni putovi, turistička signalizacija, uređenje cesta, putova, biciklističkih staza i slično. Na prikazanim se načelima donosi marketinška strategija kao dio razvojne strategije ruralnog turizma, u čijem je donošenju važna uloga javnog turističkog sektora, posebice sustava turističkih zajednica, udruženja (konzorcija) agro-turizama te ostalih. U realizaciji marketinške strategije potrebno je

koristiti i pojedinačne marketinške alate (primjerice internet-stranice pojedinih objekata agroturizma i sl.), no svaka ozbiljnija promocijska i marketinška aktivnost treba se odvijati na višim razinama, sukladno gore prikazanom marketinškom konceptu. Posebno su važni prospekti, brošure (po pojedinim proizvodima i za sveukupni ruralni turizam) i e-marketing. Važno je da promomaterijali sadrže sve informacije potrebne za turiste.

3 Strategija razvoja ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji

Izrada projekta (programa) Strategije razvoja ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji slijedi kao logičan nastavak projekta "Analiza postojećeg stanja ruralnog turizma Brodsko posavske županije". Zapravo, oba projekta čine cjelinu i treba ih na taj način tretirati. Rezultati i zaključci projekta "Analiza postojećeg stanja ruralnog turizma Brodsko-posavske županije" predstavljaju, jednim djelom, polaznu osnovu za koncipiranje Strategije razvoja ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji.

Hipoteza da turizam inače, svojim multiplikativnim efektima, potiče ukupni društveno-ekonomski razvoj, bila je nit vodilja na način da i turizam na ruralnom prostoru izaziva iste efekte i ide u prilog razvoju ukupnog ruralnog prostora.

Detaljnim sagledavanjem stanja turizma, analizirano je:

- Resursi (prostor, demografske karakteristike, prirodni resursi, povijesni i kulturni resursi, infrastruktura, komunalna djelatnost, društvene djelatnosti, gospodarska stanja;
- Stanje planske dokumentacije (Europska unija, Republika Hrvatska, županija i djelomično općine);
- Poticajne mjere, kreditne linije i ostali izvori financiranja;
- Zakonska regulativa (relevantna za turizam);
- Organizacijski oblici;
- Inozemna iskustva.

Polazna osnova obuhvaća ocjenu postojećeg stanja turizma na ruralnom prostoru Brodsko-posavske županije koja je provedena pomoću SWOT analize. U polaznu osnovu uključeno je i poboljšanje postojeće ponude prema tržišnim zahtjevima kao i razvoj nove ponude prema trendovima u turizmu. Na kraju je ukratko opisana nova strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine s posebnim osvrtom na ruralni turizam

3.1. Ocjena postojećeg stanja turizma na ruralnom prostoru

Postojeće stanje ruralnog turizma na području Brodsko-posavske županije može se sagledati pomoću SWOT analize koja je provedena na temelju prethodne analize resursa, planskih dokumenata, stanja ponude i potražnje (obilježja ponude i potražnje), poticajnih mjera, zakonske regulative, organizacijskih oblika i inozemnih iskustava. Na taj način došlo se do određenih zaključaka koji su dobra podloga za koncipiranje ocjene mogućnosti razvoja turizma na ruralnom prostoru Brodsko-posavske županije, a sve s ciljem doprinosa ukupnom ruralnom razvoju.

Ocjena stanja ruralnog turizma Brodsko-posavske županije pomoću SWOT analize vidljiva je kroz prednosti odnosno snage, zatim kroz nedostatke, mogućnosti odnosno prilike i, na kraju, kroz prijetnje tj. rizike. Na temelju rezultata provedene SWOT analize proizlazi da postoje pretpostavke i resursi koji

bi mogli omogućiti razvoj turizma na ruralnom prostoru (Tomčić, Bolfek, 2012). Moguće je također zaključiti da nisu učinjeni propusti ili devastacije koje bi onemogućile razvoj.

Međutim, postojeće stanje ponude, način upravljanja destinacijom, ne otvara mogućnost ozbiljnom razvoju turizma na ruralnom prostoru koji bi postao značajan čimbenik razvoja ruralnog prostora. Polazeći od identificiranih internih snaga i nedostataka, a vodeći, istodobno, računa i o eksternim prilikama i prijetnjama s kojima je razvoj turističke djelatnosti povezan, moguće je izlučiti one strateške konkurentske prednosti na kojima bi Brodsko-posavska županija trebala dugoročno izgrađivati svoju turističku budućnost te sagledati strateške nedostatke čije je utjecaje potrebno eliminirati ili minimalizirati. Poznato je, naime, da se u suvremenim uvjetima tržišno pozicioniranje nekog područja (destinacije) u turizmu više ne bazira samo na kvaliteti turističke ponude u užem smislu.

Današnje ozbiljne turističke politike, koje su vođene na principima ekonomije doživljaja, sve su više usmjerene na izgradnju, njegovanje i isticanje vlastitih dugoročnih strateških potencijala iza kojih stoje ponude i proizvodi koje je vrlo teško kopirati te koji, stoga, predstavljaju strateške resurse za održivi uspjeh u budućnosti

3.2. Razvojne mogućnosti

Analiza postojećeg stanja ruralnog turizma Brodsko-posavske županije ukazuje na čitav niz karakteristika:

- Postojeća turistička ponuda sa svim svojim nedostacima, te poticajima, organiziranjem (upravljanjem destinacijom), marketingom itd., ne omogućava ozbiljniji razvoj turizma na ruralnom prostoru i njegov doprinos ruralnom razvoju.
- Nedvojbeno je da postoje značajni resursi, čine se određeni napori, ulažu se određena sredstva, poticaji i želje za razvojem itd., što otvara značajne mogućnosti razvoju turizma na ruralnom prostoru.
- Također treba naglasiti da potražnja, a posebno trendovi u turizmu, daju priliku ovom vidu turizma.
- Prema tome, može se zaključiti da su, bez obzira na dosta loše postojeće stanje turizma na ruralnom prostoru, mogućnosti razvoja ovog vida turizma velike i da bi bilo vrijedno razraditi strategiju i koncepciju razvoja.

Vizija turističke destinacije predstavlja funkcionalnu i inspirativnu sliku turizma u destinaciji u određenom duljem vremenskom razdoblju (npr. za deset godina). Vizija je slika budućnosti kakva se želi. U tom kontekstu, vizija predstavlja ne samo osnovno polazište, već i najkritičniju komponentu turističke politike, s obzirom da se postavlja kao vodilja turističkog razvoja i, kasnije, turističkog upravljanja destinacijom.

Vizija treba ponuditi odgovor na sljedeće pitanje:

- kakva ćemo destinacija biti,
- odnosno vizija je polazište za turističko pozicioniranje destinacije

U sljedećem prikazu (tablica 1.) nalaze se četiri varijante, odnosno mogući pravci razvoja ruralnog turizma na području Brodsko-posavske županije za narednih osam godina, odnosno do 2020 godine.

Tablica 1. Varijante razvoja – mogući scenarij

(Izvor: Strategija razvoja ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji 2012.-2020.)

OPIS	1. VARIJANTA	2. VARIJANTA	3. VARIJANTA	4. VARIJANTA
Smještaj	Zatečeno stanje	50 postelja godišnje (povećanje)	200 postelja godišnje (povećanje)	300 postelja godišnje (povećanje)
Ugostiteljska ponuda	Stihija	Nešto poboljšana	Autohtona ponuda	Specijalizirana
Turistička ponuda	Loša	Nešto poboljšana	Brži razvoj	Brzi
Novi proizvodi (usluge)	Nema razvoja	Spor razvoj	Brži razvoj	Brzi
Okruženje	Spor razvoj	Spor razvoj	Usklađen	Usklađen
Struktura gostiju	Nedefinirana (stihija)	Sadašnji pristup	Ciljana	Selekcija
Popunjenost kapaciteta (dana)	82	100	120	130
Postelje	280	680	1880	2680
Noćenja	23000	68000	225600	348400

Na temelju podataka iz prethodnog poglavlja o mogućim pravcima razvoja ruralnog turizma na području Brodsko posavske županije razrađeni su očekivani efekti koji proizlaze iz četvrte varijante, a prikazani su u donjoj tablici 2. kroz strategiju rasta i razvoja do 2020. godina.

Tablica 2. Razvojna projekcija turističkog razvoja 2012.-2020. godine

(Izvor: Strategija razvoja ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji 2012.-2020.)

Ponuda	2012. Postelje stolice	% učešća	2020. Postelje stolice	% učešća	Razlika 2010.- 2020.
Agroturizam	100	35,7	500	18,6	400
Kuće za odmor	-	-	200	7,5	200
Hoteli	100	35,7	600	22,5	500
Naselje (seosko)	-	-	500	18,6	500
Pansion	80	28,6	480	17,9	400
Kampovi	-	-	400	14,9	400
Smještaj ukupno	280	100	2680	100	2400
Ugostiteljska ponuda (stolice)	1500	-	4000	-	2500
Turistička ponuda (br. turista)	20000	-	70000	-	50000
Novi proizvodi	-	-	20 novih proizvoda	-	20 novih proizvoda
Okruženje prateće	Nije usklađeno	-	Pratiti intenzitet i kvalitetu razvoja	-	Uskladiti

Trenutno stanje ponude smještajnih kapaciteta iznosi 280 postelja, od čega 35,7% ponude čini agroturizam, zatim 35,7% ponude imaju hoteli, dok pansioni čine 28,6% ponude. Planirani porast od 2400 postelja do 2020. godine raspoređen je tako da agroturizam ima udio od 18,6% ponude, kuće za odmor 7,5% ponude, hoteli 22,5% ponude, naselje seosko 18,6% ponude, pansioni 17,9% ponude, a kampovi čine 14,9% ponude. Iz gornje je tablice vidljivo da je postojeća ponuda obogaćena novim vrstama smještajnih kapaciteta poput kuća za odmor, seoskih naselja (u funkciji turizma) i kampova, dok je kod postojećih vrsta smještajnih kapaciteta povećan broj objekata.

Ugostiteljska ponuda je s trenutnih 1500 stolica planirana na 4000 stolica do 2020. godine, što predstavlja rast od 2500 stolica. Za turističku ponudu, s postojećih 20000 turista godišnje, planira se rast na 70000 turista godišnje u 2020. godini, što predstavlja povećanje za 50000 turista koje treba ostvariti kroz osam godina.

Planirano je u narednih osam godina razviti i tržištu ponuditi novih 20 proizvoda. Okruženje trenutno nije usklađeno s turizmom te ga do 2020. godine treba uskladiti s razvojem turizma, što znači da se društvene i gospodarske djelatnosti paralelno razvijaju s turizmom te se međusobno u razvoju nadopunjuju.

3. 3. Odabrana mogućnost razvoja

Na temelju analiza i istraživanja u Strategiji razvoja ruralnog turizma Brodsko-posavske županije četvrta je varijanta, s obzirom na karakteristike, izabrana kao najprihvatljivija za Brodsko-posavsku županiju, destinaciju na kojoj će se razvijati ruralni turizam. Navedenom bi se varijantom ostvarili najveći prihodi po postelji, čime bi se znatno povećala i zaposlenost te bi u tom slučaju multiplikativni efekti na okruženje bili najviši.

Prihodi od ruralnog turizma na području Brodsko-posavske županije iskazani su u tablici 3. u eurima.

Tablica 3. Planirani prihodi od ruralnog turizma

(Izvor: Strategija razvoja ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji 2012.-2020.)

Opis	2012.	2012. Prihod (Eur)	2020.	2020. Prihod (Eur)
Noćenja	23000	690.000,00	350000	14.000.000,00
Ugostiteljska ponuda (stolice)	1500	750.000,00	4000	8.000.000,00
Turistička ponuda (posjete, izleti)	20000	400.000,00	70000	2.800.000,00
Novi proizvodi (posjete)	-	-	100000	4.000.000,00
Ukupni prihodi	-	1.840.000,00	-	28.800.000,00

Iz tablice 3. vidljivo da su prikazane samo dvije godine; 2012. godina kao početno stanje i 2020. godina kao ciljna godina u kojoj bi trebalo ostvariti planske ciljeve. Zatim, u opisu su navedene pojedine vrste ponude koja je iskazana u apsolutnom iznosu i financijskom iznosu.

Tako procjena za 2012. godinu iznosi 23000 noćenja s prihodom od 690.000,00 eura, a plan za 2020. godinu predviđa 350000 noćenja s prihodom od 14.000.000,00 eura. Nadalje, ugostiteljska ponuda sa sadašnjih 1500 stolica i prihodom od 750.000,00 penje se na 4000 stolica s prihodom od 8.000.000,00 eura. Turistička ponuda koja se sastoji od posjeta i izleta procijenjena je na 20000 turista s prihodom od 400.000,00 eura za 2012. godinu, a planirani broj je 70000 turista s prihodom od 2.800.000,00 eura

u 2020. godini. Razvoj novih proizvoda planiran je za narednih osam godina, te bi na temelju tih proizvoda bilo moguće ostvariti ukupno 100000 posjeta s prihodom od 4.000.000,00 eura.

Ukupni prihodi od ruralnog turizma na području Brodsko-posavske županije procijenjeni su za 2012. godinu na razini od 1.840.000,00 eura, dok očekivani ukupni prihodi za 2020. godinu iznose 28.800.000,00 eura.

4 Rezultati istraživanja turističkih potencijala na ruralnom području Brodsko-posavske županije

Kako bi se pristupilo pozicioniranju na turističkom tržištu i donošenju jasne strategije razvoja ruralnog turizma na području Brodsko-posavske županije bilo je nužno komunicirati ka ciljnoj skupini kako bi se istražilo trenutno stanje i pozicija na turističkom tržištu. Ovo poglavlje prikazat će proces istraživanja kroz nekoliko cjelina.

Izabrani postupak istraživanja u prvoj fazi definira problem i svrhu istraživanja, kao i ciljeve istraživanja koje treba dati odgovor na postavljena pitanja. Sljedeću fazu karakterizira izbor potrebnih podataka (primarni), kao i metode za njihovo prikupljanje. U narednoj fazi pristupa se definiranju plana istraživanja za prikupljanje primarnih podataka.

Potom slijedi terensko prikupljanje primarnih podataka, a osnovni instrument istraživanja je unaprijed definirani upitnik koji se provodi na unaprijed određenom uzorku istraživanja. U konkretnom slučaju istraživanje je provedeno u lipnju 2012. godine, a anketirani su načelnici 26 općina na području Brodsko-posavske županije.

4.1. Cilj i rezultati istraživanja

Cilj istraživanja bio je utvrditi postojeće stanje ponude turističkih proizvoda u Brodsko-posavskoj županiji. Na temelju dobivenih rezultata izrađena je Analiza postojećeg stanja ruralnog turizma Brodsko posavske županije, a koja je prethodila donošenju završne Strategije razvoja ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji.

Tablica 4. Turistički razvoj

(Izvor: Rezultati istraživanja provedenog u lipnju 2012. god.)

Smatrate li kako turizam može znatno doprinijeti razvoju Vaše Općine?	
DA	NE
88,5%	11,5%

Većina (88,5%) anketiranih načelnika Općina u Brodsko-posavskoj županiji smatra kako razvoj turizma ujedno može znatno doprinijeti razvoju njihovih općina (tablica 4.) Stoga i ne čudi činjenica kako te Općine podupiru sva nastojanja lokalne samouprave u cilju intenzivnijeg turističkog razvoja i poboljšanja ponude.

Tablica 5. Dokumenti i planovi

(Izvor: Rezultati istraživanja provedenog u lipnju 2012. god.)

Postoji li u Vašoj Općini dokument u kojem je definiran razvoj turizma?	
Prostorni plan uređenja Općine	34,6%
Strategija razvoja ruralnog prostora	27%
Ne postoji niti jedan dokument	38,4%

Brodsko-posavska županija ima dobru osnovu za razvoj društvenih djelatnosti. Uočen je problem nepostojanja ili nedovoljno detaljno razrađenih planova ili strategija koje bi omogućile turistički razvoj općina. To dokazuju i rezultati istraživanja prikazani u tablici 5.

Podaci govore kako 34,6% općina na području Brodsko-posavske županije posjeduje tek osnovni Prostorni plan uređenja općine. Njih najmanje (27%) tijekom svog postojanja donijelo je Strategiju razvoja ruralnog prostora. Najveći broj Općina (što je vidljivo iz istraživanja) njih 38% u svom razvojnom planu nema donesen apsolutno nikakav dokument u kojem se definira turistički razvoj Općine.

Za sada postoji osnovni sustav društvenih djelatnosti kao i mreža društvene infrastrukture. I Strategija razvoja jasno naznačuje kako je za kvalitetniji razvoj turizma, potrebno stimulirati razvoj pojedinih segmenata, posebno obrazovanja, kulture, športa i zdravstva.

Tablica 6. Postojeći resursi

(Izvor: Rezultati istraživanja provedenog u lipnju 2012. god.)

Koliko postojeći resursi omogućavaju i doprinose turističkom razvoju Općine?	
Prirodni resursi	88%
Kulturno-povijesna tradicija	73%
Postojeća infrastruktura	77%
Komunalna djelatnost	62%
Društvena djelatnost	73%
Gospodarska struktura	58%
Ljudski resursi	65%

Raznolikost prirodnih resursa kao i geografski položaj danas su veliki potencijal za razvoj turizma destinacije. Upravo tu hipotezu potvrđuje provedeno istraživanje čiji su podaci prikazani u tablici 6. 88% anketiranih načelnika Općina jasno se izjasnilo kako prirodni resursi u znatnoj mjeri doprinose omogućavanju cjelovitijeg turističkog razvoja na njihovu području.

Veliki resursi kulturno povijesne baštine (73% općina ih posjeduje) danas su neiskorišteni u pravoj mjeri ili ih se uopće ne prezentira u turističkoj ponudi. Površine na kojima se spomenici i arheološki

ostaci nalaze neuređene su, vlasnički odnosi zemljišta na kojima su spomenici ostali su neriješeni, a putovi koji vode do njih zapušteni su.

Posljednjih godina uočava se pomak u izgradnji infrastrukture i jednom dijelu modernizacije (77% općina stanje ocjenjuje zadovoljavajućim), međutim, to nije dovoljno kvalitetno i dinamično, stoga treba osmisliti sustavni i organizirani pristup rješavanju ove problematike. Slična situacija je i u području komunalne infrastrukture (62%). Za sada, u većini Općina postoji osnovni sustav društvenih djelatnosti kao i mreža društvene infrastrukture (77%).

I Strategija razvoja jasno naznačuje kako je za kvalitetniji razvoj turizma, potrebno stimulirati razvoj pojedinih segmenata, posebno obrazovanja, kulture, športa i zdravstva. Dosadašnji gospodarski razvoj Općina na području Brodsko-posavske županije bio je u stagnaciji ili tek s manjim pozitivnim pomacima, čemu su najviše uzrok Domovinski rat i poslijeratna ekonomska stagnacija.

Turistička ponuda nije razvijena, a nedostaje i čitav niz elemenata za razvoj turističke djelatnosti. To potvrđuje istraživanje gdje 58% općina smatra kako gospodarska struktura omogućuje i doprinosi turističkom razvoju. Zbog velikog broja nezaposlenih anketirani načelnici smatraju kako potrebno je poduzeti radikalne mjere za razvoj poduzetništva (turizma) kako bi se broj nezaposlenih smanjio (65%).

Tablica 7. Analiza postojećeg stanja

(Izvor: Rezultati istraživanja provedenog u lipnju 2012. god.)

Smatrate li kako na području Vaše Općine postoje resursi za ozbiljniji razvoj turizma?	
DA	100%
NE	0%

Razvoj nove ponude turizma na području Brodsko-posavske županije zahtijeva, između ostalog, osmišljavanje i pokretanje određenog broja ključnih programskih aktivnosti te s njima povezanih konkretnih razvojno-investicijskih projekata međunarodne prepoznatljivosti, koji će svojim kvalitativnim značajkama biti u stanju autonomno privlačiti nove segmente turističke potražnje, podizati kvalitetu i/ili raznovrsnost destinacijske ponude, produljivati sezonu te dodatno pridonijeti unapređenju međunarodnog imidža hrvatskog turizma.

U 100% odgovora (tablica 7) anketirani su se izjasnili kako njihove općine posjeduju kvalitetne resurse za ozbiljniji razvoj turizma, no uz poboljšanje postojeće ponude i uvođenje novih turističkih proizvoda i usluga.

Tablica 8. Prepreke razvoju turizma

(Izvor: Rezultati istraživanja provedenog u lipnju 2012. god.)

Što je u ovom trenutku najveća prepreka razvoju turizma u Vašoj Općini?	
Ljudski faktor	54%
Financiranje	62%
Infrastruktura	23%

U tablici 8. prikazani su rezultati istraživanja o segmentima koji mogu biti ozbiljna prepreka razvoju turizma na ruralnom prostoru Brodsko-posavske županije. Čak 62% ispitanika smatra kako je najveća

prepreka nedostatan izvor financiranja tj. proračunskih sredstava. 54% smatra kako ozbiljna prepreka razvoju Općine može biti i ljudski faktor (obrazovanje, dob), a najmanji postotak (23%) smatra kako prepreka razvoju može biti trenutno stanje infrastrukture (prometne, komunalne).

Tablica 9. Ljudski resursi

(Izvor: Rezultati istraživanja provedenog u lipnju 2012. god.)

Navedite ocjena postojećeg stanja ljudskih resursa u Općini?		
	Zadovoljavajuće	Poboljšati
Zaposlenost	15,4%	84,6%
Obrazovna struktura	15,4%	84,6%
Dob	19%	81%

Analiza stanja ljudskih resursa (tablica 9.) pokazuje kako je najveći broj anketiranih načelnika Općina (84,6%) nezadovoljno s postojećim stanjem ljudskih resursa u području zapošljavanja. Zadovoljno ih je tek 15,4%. Identičan podatak dobiven je i na upit o ocjeni zadovoljstva postojećim stanjem u obrazovnoj strukturi na području njihove općine. Isto tako primjetno je nezadovoljstvo dobnom strukturom stanovnika, što samo potvrđuje podatak i posljednjeg Popisa stanovništva (2011.) kako se Hrvatska, posebno ruralna područja suočavaju sa ozbiljnim problemom dominacije starije populacije u odnosu na mladu.

Da bi turistička ponuda mogla svojom kvalitetom odgovoriti na izazove razvoja turističkih djelatnosti, potrebno je sadašnje kadrove prekvalificirati ili doškolorovati jer trenutno ovaj prostor nema dovoljan broj školovanih turističko-ugostiteljskih i drugih profesionalnih kadrova za domenu turizma.

Tablica 10. Prirodni resursi i infrastruktura

(Izvor: Rezultati istraživanja provedenog u lipnju 2012. god.)

Navedite ocjena prirodnih resursa i infrastrukture		
	Zadovoljavajuće	Poboljšati
Pristup destinaciji	88%	12%
Flora	92%	8%
Fauna	92%	8%
Poljopriv.-šumsko zemljište	81%	19%
Zemljište uz rijeku Savu	38%	0%

Raznolikost prirodnih resursa kao i geografski položaj danas su veliki potencijal za razvoj turizma destinacije. Bogatstvo flore i faune, ekološki čista destinacija, plodno su tlo za razvoj ekološkog turizma i mamac su za nove potrošače. Održivi razvoj mora stalno biti nit vodilja razvoja. Tu hipotezu potvrđuju i rezultati istraživanja prikazani u tablici 10.

Tako je ocjenom zadovoljavajuće najbolje ocijenjena flora i fauna s 92%, dok je pristup destinaciji ocijenjen s 88%, zatim poljoprivredno i šumsko zemljište s 81%, a zemljište uz rijeku Savu samo s 38% zbog malog broja Općina koje se nalaze uz Savu. Poboljšati sadašnje stanje treba na poljoprivrednom i šumskom zemljištu (19%) kao i pristup destinaciji (12%), a najmanja poboljšanja prema mišljenju ispitanika zahtijeva stanje flore i faune.

5 Zaključak

Analiza stanja, resursa i ostalih elemenata koji utječu na razvoj turizma na ruralnom prostoru Brodsko-posavske županije pokazuje da postoje pretpostavke i resursi koji bi mogli omogućiti razvoj turizma na ruralnom prostoru Brodsko-posavske županije. Moguće je zaključiti kako nisu učinjeni propusti ili devastacije u prostoru koje bi onemogućile razvoj.

Međutim, postojeće stanje ponude, način upravljanja destinacijom, zasigurno ne otvaraju mogućnost ozbiljnom razvoju turizma na ruralnom prostoru koji bi postao značajan čimbenik razvoja ruralnog prostora. Postoji daleko veći broj nedostataka (negativnosti) koji će se, ako se ne sagledaju realno i ako se ne priđe organiziranom i sustavnom rješavanju istih, pretvoriti iz postojeće pozitivnosti (mogućnosti) u negativne efekte.

Provedeno primarno istraživanje na ruralnom području Brodsko-posavske županije ukazuje na potrebu osiguravanja dodatnih financijskih sredstava, a koja su prema mišljenju ispitanika jedna od većih prepreka za daljnji razvoj turizma na tom prostoru. Nadalje, sljedeća prepreka su ljudski resursi gdje treba svakako poboljšati obrazovnu strukturu, te povećati zaposlenost u turističkoj djelatnosti i to prvenstveno mladom populacijom. Nešto manji problem predstavlja infrastruktura koju treba što prije dovršiti i izgraditi kako upravo ona ne bi postala ograničavajući faktor daljnjeg razvoja turizma na ruralnom prostoru.

Na temelju provedenog istraživanja izrađena je Strategija razvoja ruralnog turizma u Brodsko-posavskoj županiji do 2020. godine u kojoj su navedene različite mogućnosti razvoja turizma na ruralnom području Županije. Pri tome, u obzir je uzeta i hipoteza koju je potvrdilo provedeno istraživanje, a u kojoj se navodi da turizam svojim multiplikativnim efektima, potiče ukupni društveno-ekonomski razvoj, pa tako i turizam na ruralnom prostoru izaziva iste efekte i ide u prilog razvoju ukupnog ruralnog prostora.

U ovom radu je prikazan model razvoja turizma na ruralnom području Brodsko-posavske županije do 2020. godine koji se sastoji od dva odnosno tri dijela: analize postojećeg stanja ruralnog turizma i strategije razvoja ruralnog turizma. Treći dio, akcijski plan razvoja ruralnog turizma još uvijek nije završen jer se najprije trebala izraditi analiza koja prethodi strategiji, dok strategija prethodi akcijskom planu. Spomenuti model ima jasno definiranu strukturu kao i metodologiju prikupljanja podatka, pa se tako za analizu postojećeg stanja ruralnog turizma koriste sekundarni podaci, dok se za izradu strategije razvoja ruralnog turizma uz sekundarne prikupljaju i primarni podaci. Primjenjivost ovakvog modela razvoja turizma na ruralnom području prelazi okvire Brodsko-posavske županije pa ga je moguće koristiti i u ostalim županijama kontinentalne Hrvatske.

Obzirom da još uvijek nije izrađen Akcijski plan razvoja ruralnog turizma Brodsko-posavske županije, daljnjim istraživanjima treba utvrditi komparativne prednosti pojedinih općina, te na temelju dobivenih podataka definirati koji se oblici ruralnog turizma mogu razvijati u svakoj općini. Pri tome posebnu pažnju treba posvetiti obogaćivanju postojećih i generiranju novih turističkih sadržaja i doživljaja.

Reference:

Avelini-Holjevac, (2005), Integralni menadžment kvalitete (IQM) u turističkim destinacijama, Opatija, 6. hrvatska konferencija o kvaliteti, Hrvatsko društvo za kvalitetu

Bosanac, (2001), Slavonski pogled unaprijed, Grafika, Osijek, pp. 113.

Demonja, Ružić, (2010), Ruralni turizam u Hrvatskoj, Meridijani, Samobor, pp. 69.

Horak, (2006), Hrvatski turizam: plavo - bijelo - zeleno / Čorak, Sanda ; Mikačić, Vesna, Institut za turizam, Zagreb, pp. 93 – 118.

Lončarić, (2012), Marketing u turizmu regije Slavonije i Baranje, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, pp. 172.

Meler, Ružić, (2000), Marketing plan of the Republic of Croatia in the Function of Social Changes Realization, 25th Annual Macromarketing Conference: Marketing Contributions to Democratization and Socioeconomic Development, Arizona State University and University of Rijeka- Lovran, pp. 269 – 285.

Kranjčević, Kunst, (2009), Turizam i prostor – turističko i prostorno planiranje, (power point prezentacija), znanstveno-stručni skup Konkurentnost turističke destinacije, Institut za turizam, Zagreb

Tomčić., Bolfek, (2012), Strategija razvoja ruralnog turizma u Brodsko posavskoj županiji, (projekt) Veleučilište u Slavanskom Brodu, Slavonski Brod, Institut za poljoprivredu i turizam, Poreč, Visoka poslovna škola s p. j., Višnjan, Adria Bonus d.o.o., Poreč

Državni zavod za statistiku, (2012), Statistički ljetopis, raspoloživo na:
http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/ljetopis/2012/sljh2012.pdf [pristupljeno 23. siječnja 2013.].