

Mato BARTOLUCI*
Zvezdana HENDIJA**
Mateja PETRAČIĆ***

MOGUĆNOSTI ODRŽIVOG RAZVOJA RURALNOG TURIZMA U KONTINETALNOJ HRVATSKOJ

POSSIBILITIES OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN CONTINENTAL CROATIA

SAŽETAK: U radu se analiza postojeće stanje ruralnog turizma u Hrvatskoj te se utvrđuju mogućnosti i smjernice njegova održiva razvoja. Istraživanje je pokazalo da ruralni turizam u Hrvatskoj zaostaje za kupališno-odmorišnim turizmom primorske Hrvatske, kao i da se nedovoljno koriste brojni i raznoliki prirodni i društveni resursi kojima kontinentalni dio Hrvatske obiluje. Dosadašnji razvoj ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj bio je uglavnom prepušten individualnoj poduzetničkoj inicijativi i oskudnim izvorima financiranja pa se stihijski razvila heterogena i usitnjena turistička ruralna ponuda temeljena na različitim vrstama i specifičnim oblicima turizma. Budući da je riječ o ekološki očuvanom prostoru čije je resurse potrebno sačuvati i za buduće generacije, u razvoju ruralnog turizma nužno se nameće koncept održivog razvoja. Iz toga proizlazi temeljna hipoteza ovog rada da se dugoročni održivi razvoj ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj može osigurati samo integriranom turističkom ponudom različitih specifičnih oblika turizma.

KLJUČNE RIJEČI: održivi razvoj ruralnog turizma, specifični oblici turizma, integrirana turistička ponuda, kontinentalna Hrvatska

SUMMARY: The goal of this paper was to analyse the current status of rural tourism in Croatia and to identify possibilities and guidelines of its sustainable development. The research has shown that rural tourism in Croatia falls behind the sun-and-beach holiday tourism in coastal Croatia and that numerous and diverse natural and social resources in continental Croatia are insufficiently employed. Past research of rural tourism in continental Croatia relied on individual entrepreneurial initiative and scarce funding resources, so that consequently a heterogeneous and fragmented rural tourism offer, based on various tourism forms and special interest tourism types, has developed in an unorganised way. Since the area in question is ecologically preserved and its resources need to be protected for future generations, the issue of rural tourism development unequivocally introduces the concept of sustainable development. From these results the basic hypothesis of this paper is derived that long-term sustainable development of rural tourism in continental Croatia may be provided only through integrated tourism offer of special interest tourism.

KEYWORDS: tourism, special interest tourism, integrated tourism offer, continental Croatia

* Professor Mato Bartoluci, Ph.D., Faculty of Economics & Business, Trg J.F.Kennedyja 6, Zagreb, Croatia, e-mail: mbartoluci@efzg.hr

** Associate Professor Zvezdana Hendija, Ph.D., Faculty of Economics & Business, Trg J.F.Kennedyja 6, Zagreb, Croatia, e-mail: zhendija@efzg.hr

*** Mateja Petračić, MA, lecturer, Karlovac University of Applied Sciences, Trg J. J. Strossmayera 9, Karlovac, Croatia, e-mail: mateja.petracic@vuka.hr

1. UVOD

Ruralni turizam u Hrvatskoj mogao bi imati znatno veću ulogu od one koju trenutno ostvaruje uzme li se u obzir veličina tog prostora. Prema podacima Ministarstva poljoprivrede (2008:7) čak je 92% teritorija Republike Hrvatske ruralno područje. Od 6.754 naselja u svim županijama 92% naselja nema više od 100.000 stanovnika što ukazuje na njihov pretežno ruralni karakter (DZS-SLJH, 2014:111). Za razliku od gradova i naselja na obali i otocima, ruralna su područja poprilično raspršena u unutrašnjosti zemlje.

U Republici Hrvatskoj turizam je tradicionalno razvijen u njezinom primorskom pojasu koji obuhvaća sedam županija uz Jadransko more od ukupno 21 županije i premda one zauzimaju manje od polovice ukupnog teritorija (45%), u njima se ostvaruje 98% ukupnog turističkog prometa iskazanog brojem noćenja (Bartoluci, Kesar i Hendija, 2014:1287). U primorskim županijama uglavnom je razvijen kupališno-odmorišni turizam „sunca i mora“ fokusiran na ljetnu turističku sezonu. U kontinentalnom dijelu Hrvatske ostvaruje se samo oko 2% ukupnog turističkog prometa u 13 županija i Gradu Zagrebu. Pod kontinentalnom Hrvatskom podrazumijevaju se one županije koje nemaju izlaz na Jadransko more.

Budući da je tema ovog rada analiza ruralnog turizma u Hrvatskoj, rad se prostorno fokusira na 13 kontinentalnih županija koje su po svom karakteru pretežno ruralne, jer većina njihovih naselja, osim županijskih središta, uglavnom nema više od 100.000 stanovnika. Iz te je analize izuzet Grad Zagreb zbog dominantno urbanog karaktera njegova turizma. Također nisu uzeta u obzir ruralna područja u sedam primorskih županija, i to zbog drugačijeg karaktera turizma razvijenog u primorskim mjestima na obali i otocima, zbog čega i sam ruralni turizam u tim županijama ima potpuno drugačija obilježja u odnosu na ruralni turizam u kontinental-

1. INTRODUCTION

Rural tourism in Croatia might have a significantly more important role than the present one if the size of this area be taken into account. According to the data of the Ministry of Agriculture (2008:7), as much as 92% of the territory of the Republic of Croatia is rural. Of 6,754 places in all counties, 92% have the population of less than 100,000, which indicates their predominantly rural character (CBS, 111). In contrast to towns and places on the coast and on islands, rural areas are dispersed across the mainland.

Tourism is traditionally developed in Croatian coastal area which stretches near the Adriatic Sea across seven out of the total of 21 counties in Croatia. Although these seven counties stretch across less than a half (45%) of the total Croatian territory, 98% of the total tourism revenue, expressed in overnights, is realised in them (Bartoluci, Kesar and Hendija, 2014:1287). In coastal areas prevails the 'sun-and-beach' holiday tourism, focused on summer tourism season. Only about 2% of the total tourism revenue is generated in continental Croatia, i.e. in 13 counties and in the City of Zagreb. Continental Croatia assumes the counties which do not have the access to the Adriatic sea.

Since the topic of this paper addresses the analysis of rural tourism in Croatia, we have focused on the 13 continental predominantly rural counties, because the population in most places in them, apart from the counties' seats, does not exceed 100,000. The City of Zagreb was not included in this analysis due to its predominantly urban character of tourism. Rural areas in the seven coastal counties were also not taken into account due to the different type of tourism developed in coastal areas. This is the reason why rural tourism in coastal counties has completely different features from those of rural tourism in continental Croatia. Demand is not the principal

noj Hrvatskoj. U tim županijama potražnja nije glavno ograničenje razvoja kao što je to slučaj u kontinentalnim županijama, a u strukturi posjetitelja dominiraju inozemni turisti koji ostvaruju dulje boravke u turističkim destinacijama. Naime, kada se govori o razvoju ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj, sva dosadašnja istraživanja većine autora ističu da je riječ o prostoru izuzetnih prirodnih i društvenih potencijala, ali nedovoljno valoriziranom u hrvatskom turizmu (Petrić, 2006; Ružić, 2009; Bartoluci, 2013; Bartoluci, Kesar i Hendija, 2014; Bartoluci i Petračić, 2015).

U radu su korištene opće znanstvene metode dedukcije i analize za interpretaciju sekundarnih izvora podataka, a za provedeno primarno istraživanje korištena je metoda deskriptivne statističke analize. Sekundarni podaci prikupljeni su iz službenih statističkih izvještaja, znanstvenih i stručnih članaka domaćih i stranih autora te s relevantnih internetskih stranica.

Glavna je hipoteza ovog istraživanja da se dugoročni održivi razvoj ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj može osigurati samo integriranim turističkom ponudom različitih specifičnih oblika turizma. Hipoteza je testirana provođenjem primarnog istraživanja ispitivanjem pomoću strukturiranog *on-line* anketnog upitnika pozvanim e-mailom koji se popunjavao anonimno tijekom listopada 2015. godine. U istraživanju je sudjelovao samo 31 ispitanik zbog relativno malog broja stručnjaka koji se u Hrvatskoj bave ovom problematikom, pri čemu su većina (58%) bili stručnjaci u turizmu iz znanstvenih i/ili obrazovnih ustanova, 26% iz turističkih zajednica, 7% iz sustava turističke ponude (turističkih agencija, hotela i sličnih pružatelja usluga u turizmu), 6% iz javne uprave, odnosno iz Ministarstva turizma, ureda državne uprave i sl. te 3% iz javnih ustanova kao što su uprave nacionalnih parkova, kulturne ustanove itd. Premda je strukturirani upitnik sadržavao više podskupina, za ovo istraživanje odabrane su samo tri najrelevantnije. Od ispitanika se tražilo

limitation of development in coastal counties as is the case with continental ones. Structure of tourists is dominated by international visitors who stay in tourism destinations longer. In other words, most results of past research into the development of rural tourism in continental Croatia stress that this Croatian area has extraordinary natural and social potentials that are insufficiently valued in Croatian tourism (Petrić, 1996; Ružić, 2009; Bartoluci, 2013; Bartoluci, Kesar and Hendija, 2014; Bartoluci and Petračić, 2015).

To interpret secondary data sources, general scientific methods such as deduction and analyses were used, whereas descriptive statistics was employed for the primary research that had been conducted. Secondary data were collected from official statistical reports, scientific and professional papers of Croatian and foreign authors, and from relevant Internet sites.

The main hypothesis of this research was that long-term sustainable development of rural tourism in continental Croatia may be provided only through integrated tourism offer of special interest tourism types. To test this hypothesis, the primary research had been conducted by means of a structured on-line questionnaire. An e-mail was sent to prospective subjects and in it they were asked to anonymously participate in the questionnaire during October 2015. Due to a relatively low number of experts in Croatia who focus on this subject area, only 31 subjects participated in the study. Most of them (58%) were experts in tourism who worked in scientific and/or educational institutions, 26% worked in tourist offices, 7% in the tourism offer system (travel agencies, hotels and the similar service renderers in tourism), 6% in public administration, i.e. in the Ministry of Tourism, government administration offices etc., and 3% in public institutions such as national parks' headquarters, institutions of culture and the like. Although the structured questionnaire contained several subgroups, only three were relevant for

da vrednuju pojedine elemente istraživanja koristeći Likertovu skalu u rasponu od pet ocjena, pri čemu je ocjena pet značila visok stupanj razvoja i veliku važnost za turizam, a ocjena jedan nizak stupanj razvoja turizma i nisku važnost za turizam, ovisno o sadržaju tvrdnje. Rezultati provedenog empirijskog istraživanja prezentiraju se u ovom radu u usporedbi s mišljenjima i zaključcima nekih drugih autora koji su prethodno istraživali razvoj kontinentalnog turizma u svijetu i u Hrvatskoj, kao i u odnosu na slično istraživanje autora Bartoluci, Kesar i Hendija provedeno 2014. godine.

2. TEORIJSKI OKVIR

Iako je ruralni turizam predmet mnogih rasprava u literaturi brojnih stručnjaka diljem svijeta, čvrsti konsenzus u definiranju njegova pojma još uvijek nije postignut (Pearce, 1989:21; Petrić, 2006:140; Lebe i Milfelner, 2006:1137; Nair *et al.*, 2015:314), a intenzivnije proučavanje ruralnog turizma započinje relativno kasno (Gartner, 2004:151). Razlog tomu može se potražiti i u jako izraženim različitostima samog ruralnog prostora koje proizlaze iz njegovih klimatskih obilježja, konfiguracije terena, geomorfoloških obilježja te vegetacijskog pokrova kao ključnih prirodnih činitelja koji ga određuju te brojnih specifičnih društvenih obilježja. Ako se analizira ruralni prostor samo u Hrvatskoj, uočavaju se vrlo velike razlike između slavonskog dijela i Gorskog kotara, Međimurja ili Hrvatskog zagorja te Podravine i Žumberka i ostalih ruralnih prostora u kontinentalnoj Hrvatskoj (Ružić i Demonja, 2013:45), a u svijetu su te razlike još jače izražene. Zbog toga istraživači diljem svijeta razvijaju definicije ruralnog turizma primjerene za njihove ruralne prostore, a posebno su velike razlike u poimanju ruralnog turizma u visoko razvijenim zemljama te onima koje se tek počinju gospodarski razvijati (Nair *et al.*, 2015:318). Vrlo često se u definiciji ruralnih područja

this topic. The subjects were asked to mark the level of their agreement with any given statement on a five-point Likert-type scale ranging from one (*I completely disagree*), denoting small degree of tourism development and low importance level for tourism, to five (*I completely agree*), denoting high degree of tourism development and high importance level for tourism. Results of the conducted empirical research are presented in this paper both in comparison with opinions and conclusions of some other authors who have researched into the development of continental tourism both on the global level and in Croatia, and against a similar research conducted by Bartoluci, Kesar and Hendija in the year 2014.

2. THEORETICAL BACKGROUND

Although rural tourism is a subject matter to many discussions in publications written by various experts all around the world, a firm consensus on defining its concept has not been reached yet (Pearce, 1989:21; Petrić, 2006:140; Lebe and Milfelner, 2006:1137; Nair *et al.*, 2015:314). A more thorough investigation of rural tourism began relatively late (Gartner, 2014:151). Reasons for this might be sought, among other things, in highly expressed varieties of a rural region under consideration which are the result of its climatic characteristics, land configuration, geomorphological features and flora, i.e. in its key natural factors, as well as in various specific social characteristics. If only the rural area in Croatia are analysed, compelling differences can be observed between, for example, Slavonia on the one hand and Gorski Kotar on the other, between Međimurje and Hrvatsko Zagorje, or Podravina and Žumberak, as well as among other rural areas in continental Croatia (Ružić and Demonja, 2013:45). These differences are even more expressed around the world. Consequently, researchers from all areas of the world try to formulate definitions of rural tourism that

primjenjuju statistički kriteriji kao što su broj stanovnika ili gustoća naseljenosti nekog prostora. Ruralnim područjem u Europskoj uniji smatraju se sva ona područja u kojima je gustoća naseljenosti ispod 150 stanovnika po kilometru kvadratnom (Simkova, 2007:265). U istraživanju OECD-a iz 1994. godine navode se razlike u definiranju ruralnih područja prema zemljama, gdje se takvim prostorom u Danskoj i Norveškoj smatraju naselja koja imaju manje od 200 stanovnika, u Francuskoj su to pak naselja s manje od 2.000 stanovnika, u Austriji ona ispod 5.000 stanovnika, dok su u Indiji to naselja s manje od 10.000 stanovnika i sl. Na temelju provedene analize stručnjaci OECD-a u definiranju pojma ruralnog turizma ističu da se on odvija u ruralnom prostoru koji uključuje naselja s manje od 10.000 stanovnika te da ga obilježavaju boravak na otvorenom prostoru, u prirodi i u ruralnom ambijentu (OECD, 1994:51). Gartner (2004:154) također ukazuje na različite kriterije u definiranju ruralnih područja u SAD-u i Kanadi, gdje se ruralnim područjem u SAD-u smatra ono s manje od 2.500 stanovnika, dok su u Kanadi to neurbana naselja s manje od 1.000 stanovnika uz gustoću naseljenosti manju od 400 stanovnika po kvadratnom kilometru. Sve to ukazuje na ogromne razlike u definiranju ruralnih područja po zemljama, iz čega slijede i različiti pristupi u definiranju samog pojma ruralnog turizma. Stoga se u nastavku ovog poglavlja iznose definicije nekih autora kako bi se ukazalo na različite pristupe u definiranju pojma ruralnog turizma.

Janet H. Momsen (u Jafari, 2000:514) definira ruralni turizam kao dio ukupne turističke ponude u kojem je selo glavni atribut privlačnosti, koje posjećuje gradsko stanovništvo zbog rekreacije na otvorenom i uživanja u dokolici i miru, više negoli zbog povezanosti s prirodom. Navedena definicija zapostavlja elemente ekoturizma, također prisutnog u ruralnim prostorima gdje su glavni motivi dolaska upravo

would be pertinent to the corresponding rural regions. Particularly big differences in conceptualising rural tourism are to be found between highly developed countries and those which are at the onset of their economic development (Nair *et al.*, 2015:318). Statistical criteria are frequently used when attempting to define rural areas, e.g. settlement size or population density. In the European Union all regions in which population density is below 150 persons per square kilometre are regarded as rural (Simkova, 2007:265). In the research conducted by OECD in 1994, differences in defining rural areas by country were specified, and in it rural areas in, for example, Denmark and Norway are considered to be those with agglomerations of fewer than 200 inhabitants, in France towns containing agglomeration of fewer than 2,000 people, in Austria towns of fewer than 5,000 people, whereas in India this figure is below 10,000 inhabitants, etc. On the basis of the aforementioned analysis, when defining the concept of rural tourism, the OECD's experts pointed out that it takes place in rural areas that entail settlements with a population of fewer than 10,000 inhabitants and that are open-door and nature-based environments, i.e. "repositories of the natural world and wild-life" (OECD, 1994:51). Gartner (2004:154) also pointed to different criteria in defining rural areas in the USA and Canada – in the USA a rural area is considered to be the one with settlements of fewer than 2,500 inhabitants, whereas in Canada rural areas are non-urban areas of fewer than 1,000 inhabitants, the population density being below 400 inhabitants per square kilometre. All the aforementioned points to huge differences in defining rural areas in various countries, which subsequently results in various approaches to defining the actual concept of rural tourism. Hence, definitions of rural tourism as formulated by various authors follow in further text in order to emphasise the diversity of definitions of rural tourism.

Janet H. Momsen (in Jafari, 2000:514) defines rural tourism as a part of the total tourism offer – this offer uses countryside

posjećivanje i razgledanje zaštićenih dijelova prirode.

U definiranju pojma ruralnog turizma Ružić (2012:219) ističe pojam ruralnog prostora, odnosno njegova fizička i sociokulturna obilježja pa je prema njemu to vrsta turizma razvijena na prostoru izvan gradskih središta za koje je karakteristično obilje prirodni i društveni posebnosti, na kojem živi mali broj stanovnika s dominantnim korištenjem zemljišta za poljoprivrednu proizvodnju i na kojem su društvena struktura i običaji dijelom sačuvani (Ružić, 2012:217). Isti autor nadalje navodi da je ruralni turizam aktivnost ili pokret kojim se čovjek urbane sredine vraća prirodi (Ružić, 2009:17). Pröbstl-Haider, Melzer i Jircka (2014:216) definiraju ruralni turizam kao vrstu turizma u kojem se prikazuje seoski život, umjetnost te prirodna i kulturna baština nekog ruralnog područja.

Glavna je zamjerka ovim definicijama da su usmjerene samo na to da ruralni turizam određuje prostor sa svojim obilježjima, a zanemaruju se tržišni kriteriji, odnosno potražnja, kao i aspekti ponude, odnosno poduzetnici i svi ostali dionici koji sudjeluju u kreiranju turističke ponude ruralnog turizma.

Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji četiri su ključna elementa koji determiniraju ruralni turizam. To su prirodni ruralni resursi (rijeke, jezera, planine, šume i dr.), ruralni način života (obrti, lokalni događaji, gastronomija, tradicionalna glazba i sl.), ruralno nasljeđe (tradicionalna arhitektura, povijest, dvorci, crkve, sela i sl.) i ruralne aktivnosti (jahanje, lov, ribolov, pješačenje, biciklizam, vodeni sportovi i čitav niz aktivnosti na otvorenom) (UNWTO, 2004:13).

U Europskoj uniji objavljen je temeljni dokument o ruralnom turizmu *Integrirano upravljanje kvalitetom ruralnih destinacija* (European Commission, 2008:18). U tom dokumentu ruralne turističke destinacije su područja koja su kao takva posebno identificirana i promovirana turistima koji ih posjećuju zbog uživanja u seoskom krajoliku i

as its principal attribute of attraction, and it is the countryside that is visited by urban dwellers more frequently in order to search for outdoor recreation and tranquility than to be linked with nature. This definition neglects elements of ecotourism that is also present in rural areas where motivation for visiting them is to be found in the wish to visit the natural protected areas.

When defining the concept of rural tourism, Ružić (2012:219) emphasises the concept of rural space, i.e. its physical and socio-cultural features. Subsequently, he defines rural tourism as a variety of special interest tourism that is developed outside towns, that is rich in natural and social particularities, that is inhabited by a small number of people who cultivate the land predominantly for agricultural purposes and whose social structure and customs have been partly preserved (Ružić, 2012:217). The same author further says that rural tourism is an activity or a movement by means of which man leaves an urban environment and returns to nature (Ružić, 2009:17). Pröbstl-Haider, Melzer and Jircka (2014) defined rural tourism as a type of tourism in which life in the countryside, art, as well as natural and cultural heritage of a rural area are presented.

The main objection to these definitions is that they are directed solely towards the fact that rural tourism is distinguished by an area and its characteristics, simultaneously refuting market criteria, i.e. demand, as well as the aspects of offer, in other words, entrepreneurs and all other subjects participating in creating rural tourism offer.

According to UNWTO, there are four key elements that determine rural tourism – these are: natural resources (rivers, lakes, mountains, forests, etc.), rural way of life (businesses, local events, gastronomy, traditional music, etc.), rural heritage (traditional architecture, history, castles, churches, villages, etc.) and rural activities (horseback riding, hunting, fishing, walking, biking, water sports and the whole series of outdoor activities (UNWTO, 2013).

mogućnosti provođenja raznih aktivnosti na otvorenom.

Dernoi (1991:90) i Oppermann (1996:89) ističu da ruralni turizam obuhvaća niz aktivnosti koje se odvijaju izvan urbanih sredina u područjima čije se stanovništvo pretežno bavi poljoprivredom, a slično navodi i Bartoluci (2013:452) ističući da je to vrsta turizma koja podrazumijeva povremeni boravak turista u ruralnom području radi sudjelovanja u određenim aktivnostima. Dio autora fokusira se na aktivnosti koje se mogu odvijati u ruralnom turizmu, pa Alexander i McKenna (1994:205) navode ekoturizam, pješačenje, planinarenje, jahanje, avanturizam te razne druge oblike sportsko-rekreativnog turizma, zdravstveni turizam, lov i ribolov, obrazovni turizam, turizam usmjeren na umjetnost i baštinu i slične podoblike turizma. Cox, Murray i Kereluik (2004:21) naglašavaju kako je riječ o kulinarskom turizmu usmjerenom primarno na hranu, piće i napitke u vinarijama, restoranima i sličnim objektima u ruralnom prostoru. Thomson (2004:592) ističe kako ruralni turizam aludira na višedimenzionalni raspon tema i aktivnosti vezanih uz lokalni poljoprivredni način života koji turisti mogu susresti, a obuhvaća razne sadržaje boravka, od upoznavanja lokalnih prehrambenih proizvoda i metoda kuhanja na farmama do aktivnosti vezanih uz kulturu, povijest i baštinu lokalnog stanovništva. Ružić (2009:17) također navodi neke pojavne oblike ruralnog turizma i to: seoski (odnosno upoznavanje života na selu), agroturizam (odmor na farmama ili seoskim obiteljskim gospodarstvima), rezidencijalni turizam, zavičajni turizam, proučavanje biljnog i životinjskog svijeta, sportsko-rekreativni turizam (jahanje, planinarenje, šetanje, biciklizam i sl. aktivnosti), avanturistički turizam, zdravstveni turizam, edukacijski turizam, kamping turizam, kulturni turizam (manifestacije, događanja, festivale i sl.), vjerski turizam, lovni turizam, ribolovni turizam, gastronomski turizam, enofilski turizam, ekoturizam i dr. Iako se svaki navede-

A basic document under the title *Towards Quality Rural Tourism: Integrated Quality Management (IQM) of Rural Destinations* (European Commission, 2008:16) regarding rural tourism was published in the European Union. In this document rural tourism destinations are defined as “areas which are separately identified and promoted to tourists as places to visit, where enjoyment of the countryside and countryside activities is a primary motive”.

Dernoi (1991:90) and Oppermann (1996:89) pointed out that rural tourism encompasses a series of activities outside urban environments in areas whose residents are predominantly farmers. Bartoluci (2013:452) presented similar results and emphasised that this type of tourism implies occasional stays of tourists in a rural area in order to participate in certain activities. Some authors focused on activities that can be pursued in rural tourism, so that Alexander and McKenna (1994:205) list ecotourism, walking, hiking, riding, adventure sports tourism, health tourism and other types of sports and physical recreation tourism, hunting, fishing, educational tourism, arts and heritage tourism and other similar types of tourism. Cox, Murray and Kereluik (2004:21) stressed that the focus is on culinary tourism directed primarily on food and beverages in wine cellars, restaurants and similar facilities in rural areas. Thomson (2004:592) accentuated that rural tourism suggests a multifaceted range of topics and activities connected with the local farmerlike lifestyle which encompasses various activities ranging from tasting local foods and learning about local cooking on farms to activities connected with culture, history and heritage of local inhabitants. Ružić (2009:17) also listed some types of tourism such as village tourism (i.e. learning about countryside lifestyle), agritourism (spending leisure time on farms or family farms), residential tourism, homeland tourism, studying flora and fauna, sports and physical recreation tourism (horseback riding, hiking, walking, biking, etc.), adventure

ni oblik može smatrati specifičnim oblikom turizma, svi se oni mogu razvijati u okviru ruralnog prostora, što znači da se vežu za ruralni turizam. Slične oblike navodi i Jelinčić (2007:271), i to: seljački, rezidencijalni, zavičajni, zdravstveni, kulturni, gastronomski, vinski turizam i sl. U ruralnoj turističkoj destinaciji može se razvijati više specifičnih oblika turizma, a neki od njih može biti vodeći i prepoznatljiv, dok ostali mogu imati dopunsku ulogu u ponudi (Bartoluci i Hendija, 2013:201). Želja za razvijanjem ruralnog turizma prisutna je danas u gotovo svakom ruralnom području diljem svijeta (Lebe i Milfelner, 2006:1138).

Dio autora fokusira se na aspekte potražnje u definiranju ruralnog turizma. Za posjetitelja, prema Longu (1998:160), ruralni prostor predstavlja mjesto u kojem mu se pruža osjećaj sigurnosti, čvrste vrijednosti, boravak na otvorenom prostoru te uživanje u prirodnim ljepotama, gdje ga se tretira prijateljski i s poštovanjem. Ruralni turizam nastoji posjetiteljima omogućiti personaliziranu uslugu, što više im približiti fizičke i ljudske aktivnosti ruralnog područja te im omogućiti sudjelovanje u aktivnostima i načinu života lokalnog stanovništva. Ponuda ruralnih destinacija treba predstavljati „užitak za dušu“ (vrtovi s obiljem cvijeća, uređene zelene površine i sl.) (Lebe i Milfelner, 2006:1138).

U svijetu se predviđa dinamičan rast potražnje za ruralnim turizmom. Iznimno visoke stope rasta, između 10 i 30%, predviđaju se za posjećivanje prirode, za kulturni i pustolovni turizam (Gartner, 2004:161), a ti oblici turizma su sastavni elementi ponude ruralnih destinacija. Uzroke dinamičnog trenda rasta ruralnog turizma Long i Lane (2000:302) pripisuju osobinama svojstvenim ruralnom okruženju, kao što je osobni kontakt, autentičnost, baština i individualizam koje sve snažnije utječu na rastuću urbanu populaciju diljem svijeta. Osim toga, dinamičnom rastu ruralnog turizma u svijetu pogoduju sljedeći činitelji: veći broj kraćih

tourism, health tourism, educational tourism, camping tourism, cultural tourism (festivals, events, etc.), religious tourism, hunting tourism, fishing tourism, gastronomy tourism, wine tourism, ecotourism, etc. Although each of these types of tourism may be regarded as a special interest tourism type, they can all be developed within a rural area, which means that they are associated with rural tourism. Similar types are also listed by Jelinčić (2007:271) – village tourism, residential tourism, homeland tourism, health tourism, cultural tourism, gastronomy tourism, wine tourism, etc. There are several special interest tourism that may be developed in a rural tourist destination – some of them might be leading types, and the other may be complementary as regards their role in tourism offer (Bartoluci and Hendija, 2013:201). The wish to develop rural tourism may nowadays be found in almost all rural areas all over the world (Lebe and Milfelner, 2006:1138).

In their attempt to define rural tourism, some authors have focused on an aspect of demand. As for visitors, according to Long (1998:160), rural areas are places in which visitors feel safe, they encounter firm values, they may spend time outdoors and enjoy in natural attractions, they are treated in a friendly way and with respect. An attempt is also made in rural tourism to provide guests with individually adapted services, help them learn as much as possible about various activities in rural areas and provide them with an opportunity to participate in these activities as well as in the lifestyle of local people. The offer in rural destinations should be a ‘thrill for the soul’ (gardens with many flowers, green areas, etc.) (Lebe and Milfelner, 2006:1138).

It is anticipated that at global level the demand for rural tourism will dynamically increase. Exceptionally high growth rates between 10 and 30% are prognosticated for activities like visiting the nature, and for cultural and adventure tourism (Gartner, 2004:161). These types of tourism create the offer in rural destinations. Long and Lane (2000:302) attributed the causes of the dynamic growth

putovanja tijekom godine, starenje stanovništva, potreba za bijegom u prirodu zbog načina života u gradu, porast svijesti o nužnom psihofizičkom oporavku, rastuća potreba za boravkom u mirnom i opuštajućem ambijentu i brojni drugi činitelji. Međutim, većina autora upozorava da je u ruralnom turizmu uglavnom riječ o domaćoj turističkoj potražnji (Gartner, 2004:152; Pesonen *et al.*, 2011:38) i jednodnevnim posjetiteljima.

Ruralni se turizam može definirati kao turistička valorizacija agrarnih područja, prirodnih resursa, kulturnog nasljeđa, ruralnih naselja, lokalnih tradicijskih običaja i proizvoda kroz posebno oblikovane turističke proizvode koji obilježavaju identitet područja i zadovoljavaju potrebe posjetitelja u području smještaja, usluga hrane i pića, rekreacije i aktivnosti, animacije i ostalih usluga s ciljem održivog lokalnog razvoja (Bartoluci, 2013:190). U definiranju pojma ruralnog turizma dio autora fokusira se na turističku ponudu. U funkcionalnom smislu, ruralnim turističkim mjestom može se smatrati ono u kojem dominiraju mala gospodarska poduzeća, koje obiluje otvorenim prostorom i u kojem posjetitelji mogu ostvariti izravni kontakt s prirodom i tradicionalnom sredinom (društvom), ali gdje razvoj sporo napreduje uz pomoć oskudnog lokalnog kapitala, a posjetiteljima se nude aktivnosti temeljene na lokalnim resursima (Lane, 1994:19). Ružić (2009:28) naglašava kako ruralni turizam pokreće niz gospodarskih i izvangospodarskih aktivnosti u ruralnoj sredini, kao što su: uzgoj prirodne i zdrave hrane, poljoprivredna proizvodnja, aktivan odnos prema prirodi (uključivanje turista u poljoprivrednu proizvodnju na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima), povratak prirodnim vrijednostima (boravak na otvorenom u nezagađenoj prirodi) te ambijentalno dočaravanje seoskog života (arhitekture, vegetacije i faune, tradicionalne kulture, nošnje i sl). To je spoj malih poduzetničkih projekata koji su u lokalnom vlasništvu i pod kontrolom lokalne uprave (Bartoluci, 2013:452). Ruralni

of rural tourism to features of rural environments, such as personal contact, authenticity, heritage and individualism that progressively affect the increasing urban population all over the world. Moreover, the following factors are beneficial for the dynamic growth of rural tourism in the world – a greater number of shorter journeys throughout a year, ageing of world's population, need to escape from urban areas and go to nature, increase of awareness about necessary psychophysical recovery, growing need to spend time in a peaceful and relaxing environment, etc. However, most authors warn that rural tourism is mostly associated with domestic tourism demand (Gartner, 2014:152; Pesonen *et al.*, 2011:38) as well as with same-day visitors.

Rural tourism may be defined as tourism evaluation of agricultural areas, natural resources, cultural heritage, rural settlements, local traditional customs and products through specifically fashioned tourism products that are representative of locality identity and that meet the demands of guests in terms of accommodation, food and drinks, recreation, animation and other services for the purpose of local sustainable development (Bartoluci, 2013:190). When defining the concept of rural tourism some authors focus on tourism offer. Functionality-wise, a rural tourist settlement is the one in which small economic businesses dominate, that is rich in open-door environments and in which visitors may be in direct contact with nature and traditional community, in which visitors may participate in activities based on local resources, but in which, progress develops slowly and is supported by scarce local capital (Lane, 1994:19). Ružić (2009:28) underlines that rural tourism instigates a series of economic and extra-economic activities in a rural environment, such as: growing natural and healthy food, agricultural production, active attitude towards nature (participation of tourists in agricultural production on family farms), return to natural values (spending time outdoors in unpolluted nature) and environment portrayal of countryside lifestyle (architecture, flora

turizam se zamišlja kao čista gospodarska aktivnost koja ne oštećuje okoliš kao što ga oštećuju proizvodnja, rudarstvo, sječa šuma, intenzivna agrarna proizvodnja i sl. (Bartoluci, 2013:190). Glavna je prednost ruralnog turizma što se on povezuje s ekološkom održivošću te s društveno odgovornim razvojem ostvaruje niz ekonomskih i društvenih učinaka u lokalnoj zajednici u kojoj se takva vrsta turizma razvija. Premda su vrlo uočljivi pozitivni ekonomski učinci njegova razvoja, autori često naglašavaju kako su ključne komponente ruralnog turizma kultura, baština i tradicija (George *et al.*, 2009:36; Roberts i Hall, 2001:51). Tako primjerice Dwyer i suradnici (2009:68) naglašavaju kako se upravljanje ruralnim područjem treba fokusirati na razvoj proizvoda temeljenog na osebujnoj kulturnoj i prirodnoj baštini jer se samo na taj način mogu razlikovati od konkurencije.

Osnovni problem ruralnih destinacija je njihova usitnjena, atomizirana ponuda. Umjesto da se privatni poduzetnici udruže u promociji turističke destinacije, oni iz straha od konkurencije nastupaju sami na turističkom tržištu i sami plasiraju svoje proizvode i/ili usluge. Zbog toga je za razvoj ruralnog turizma izuzetno važno razvijati integrirani ruralni proizvod, investirati u obrazovanje lokalnog stanovništva i provesti zajednički marketing ruralnih područja (Lebe i Milfeller, 2006:1141). Naime, u ruralnim područjima stanovništvo je u prosjeku niže obrazovne razine negoli u urbanim. Što je niži stupanj obrazovanja lokalnog stanovništva (seoskog stanovništva koje pruža neke usluge ili prodaje svoje autohtone proizvode i rukotvorine turistima), to je veći njihov strah od konkurencije.

Iz navedenog pregleda može se uočiti kako se autori fokusiraju na istraživanja različitih obilježja ruralnog turizma. Međutim, vrlo je malo radova prisutno u literaturi iz marketinga u kojima bi se razmatrale mogućnosti predstavljanja turističke ponude ruralnih područja potencijalnim potrošačima (Gartner, 2004:154). Danas to postaje tim

and fauna, traditional cultures, folk costumes, etc.). This type of tourism is a combination of small entrepreneurial projects which are owned locally and which are under control of local administration (Bartoluci, 2013:452). Rural tourism is considered a pure economic activity which does not devastate the environment as do industry, mining, deforestation, intensive farming, etc. (Bartoluci, 2013:190). The main strength of rural tourism is that it is associated with ecological sustainability and that together with socially responsible development it generates a series of economic and social effects in a local community in which it expands. Although positive economic effects of its development are evident, authors regularly emphasise that the key components of rural tourism are culture, heritage and tradition (George *et al.*, 2009:36; Roberts and Hall, 2004:51). Thus, for example, Dwyer *et al.* (2009:68) stress that rural area management should concentrate on development of products that is based on distinctive cultural and natural heritage, because it is only in this way that such products can differ from those of competition.

The basic problem of rural destinations is their discrete, fragmented offer – namely, instead of pursuing a joined promotion of a tourism destination, for fear of competition they venture alone onto the tourism market and put their products and/or services on this market on their own. This is why it is very important for rural tourism to develop an integrated rural product, to invest in education of local inhabitants and to conduct mutual marketing of rural areas (Lebe and Milfeller, 2006:1141). In other words, population in rural areas has on average a lower education level than in urban environments. The lower the education level of local people (people residing in villages and rendering certain services or selling their own autochthonous products and folk handicrafts to tourists), the greater is their fear of competition.

The aforementioned survey shows that the authors have focused on research into various characteristics of rural tourism.

važnije što je na tržištu izražena sve oštrija konkurencija između ruralnih turističkih destinacija jer ponuda najčešće premašuje potražnju.

Prednosti u poticanju razvoja ruralnog turizma su u tome što unaprjeđuje lokalnu ekonomiju, kreira nova radna mjesta, jača regionalni identitet te osigurava financiranje infrastrukture (Pröbstl-Haider, Melzer i Jiricka, 2014:216). Razvoj ruralnog turizma pridonosi smanjivanju razlika u razvijenosti između visoko razvijenih urbanih i slabije razvijenih ruralnih područja, posebno onih u rubnim prostorima (Pröbstl-Haider, Melzer i Jiricka, 2014:217). Međutim, da bi se u potpunosti osigurali pozitivni učinci razvoja ruralnog turizma u nekom području, potrebno je osigurati odgovarajuće upravljanje tim prostorom, čemu se, nažalost, ne posvećuje dovoljna pažnja, ni u literaturi ni u praksi. Na to posebno upozoravaju autori Pröbstl-Haider, Melzer i Jiricka (2014:217), „unatoč jasno izraženoj potrebi za upravljanje destinacijama, odnosno ruralnim područjima, o tome postoji vrlo malo istraživanja“. Haven-Tang i Jones (2012:31) utvrdili su da se ruralni turizam često razvija na različite načine i stihijski, a vrlo rijetko temeljeno na nekom razvojnom dokumentu, kao što je npr. strategija razvoja ruralnog turizma. Takva situacija izravna je posljedica niske razine svijesti malih lokalnih poduzetnika i ostalih dionika u destinaciji o potrebi razvijanja primjene koherentne lokalne razvojne politike koja bi pozitivno iskoristila sve atribute odredišta kreirajući ga kao konkurentno i održivo odredište čiji se razvoj temelji na održivosti lokalne prirode, kvalitetnom krajoliku, umjetnosti, obrtu, hrani, obrtima, piću i tradicionalnim vještinama i dr. Što je u nekoj ruralnoj sredini više uključenih dionika u razvoj ruralnog turizma, to se ostvaruju bolji učinci tog razvoja (Pröbstl-Haider, Melzer i Jiricka, 2014:218).

Zbog izrazitog multi i interdisciplinarnog karaktera turizma u ruralnim područjima, više negoli u svim drugim vrstama tu-

However, few marketing-related papers can be found that analyse possibilities to present tourism offer of rural areas to prospective consumers (Gartner, 2004:154). It has nowadays become even more important as competition among rural tourism destinations becomes intense, so that subsequently the offer frequently exceeds demand.

Encouraging the development of rural tourism produces advantages in that local economics is improved, new jobs are created, regional identity is established and financing of infrastructure is provided (Pröbstl-Haider, Melzer and Jiricka, 2014:216). The development of rural tourism contributes to decreasing the differences between highly and poorly developed rural areas, particularly those in peripheral areas (Pröbstl-Haider, Melzer and Jiricka, 2014:217). However, to be sure to provide positive effects of rural tourism development in a particular area, appropriate management of this area must be arranged. Unfortunately, not enough attention is paid to this matter either in literature or in practice, which is expressly emphasised by Pröbstl-Haider, Melzer and Jiricka (2014:217), “despite a clearly expressed need to manage destinations, i.e. rural area, scarce research into this subject matter exists”. Haven-Tang and Jones (2012:31) have found that rural tourism often develops disconnectedly and in various ways, and that it is rarely based on a development-related document, such as a strategy of rural tourism development. This is a direct consequence of low level of awareness of small local entrepreneurs and other participants in a destination of the need to develop and apply a coherent local development policy that would employ all attributes of a destination in a positive way by making it a competitive and sustainable destination whose development is based on sustainability of local natural environment, beautiful landscape, arts, local businesses, food, beverages, traditional skills, etc. The greater the numbers of participants in the development of rural tourism in a particular rural environment the better the effects of this devel-

rizma, u ruralnom turizmu treba primijeniti holistički pristup u upravljanju razvojem te treba kreirati integrirani turistički proizvod cijele šire regije jer samo takav razvojni koncept ima perspektivu budućeg razvoja (Lebe i Milfelner, 2006:1144). Naravno, taj razvoj treba biti dugoročno održiv. Održivi razvoj ruralnog turizma je proces koji omogućuje njegov rast i razvoj bez oštećivanja i iscrpljivanja onih faktora na kojima se temelji, a to su prije svega, zdrava klima, nezagađeni zrak, tlo i voda, odsutnost buke, odsutnost potencijalnih opasnosti od elementarnih nepogoda, očuvana priroda, očuvano graditeljsko nasljeđe, očuvane socio-kulturne značajke, slikoviti krajobraz i mogućnost slobodnog kretanja turista (Kušen, 2006:169).

Problem upravljanja ruralnim turističkim destinacijama proizlazi iz činjenice da su svi koncepti upravljanja turističkim destinacijama kreirani za tradicionalne destinacije „sunca i mora“ i velike gradove koje bilježe velik broj posjetitelja, što nije slučaj s ruralnim destinacijama u kojima je i struktura posjetitelja drugačija zbog prevladavajućeg udjela domaćih posjetitelja i izletnika. Naime, ruralne turističke destinacije znatno su kompleksnije od tradicionalnih kupališno-odmorišnih i gradskih turističkih destinacija jer obuhvaćaju razne, vrlo usitnjene aspekte ponude. Na taj problem upozorili su i neki drugi autori (Petrić, 2006:140). Ključni problem koji se pri tome javlja je da u kreiranju te ponude sudjeluje u načelu slabije obrazovano stanovništvo ispodprosječnog stupnja obrazovanja (Lebe i Milfelner, 2006:1140) i da često nedostaje adekvatna potpora javnog sektora tom razvoju, posebno na razini turističkih destinacija. Naime, većina lokalnih vlasti u ruralnim područjima ima ograničena financijska sredstva i nedostatak osoblja za upravljanje turizmom (Jelinčić, 2007:287).

Zaključno se mogu izdvojiti sljedeća obilježja turističke ponude ruralnih destinacija: čine je mala raspršena poduzeća koja bi trebala koristiti zajednički marketing i međusobno surađivati, čine je brojne male op-

ponent (Pröbstl-Haider, Melzer and Jiricka, 2014:218).

Due to an outstandingly multifaceted and interdisciplinary character of tourism in rural areas, more multifaceted and of a more expressed interdisciplinary character than in all other tourism forms and types, a holistic approach to development management should be applied, and an integrated tourism product of a whole broad area should be created. Namely, it is only this type of a developmental concept that has the opportunity of future development (Lebe and Milfelner, 2006:1144). Naturally, this development should be sustainable on a long-term basis. Sustainable development of rural tourism is a process which enables its growth and development without devastating and exploiting the factors on which it is based—before all healthy climate; unpolluted air, soil and water; absence of noise; absence of potential dangers from bad weather; preserved nature; preserved architectural heritage; preserved socio-cultural characteristics; picturesque landscape; opportunity of moving freely (Kušen, 2005:169).

The problem of managing rural tourism destinations is derived from the fact that all concepts of tourism destination management have been created for traditional ‘sun-and-sea’ destinations, as well as for big cities that have registered a great number of visitors, which is not the case with rural destinations in which the structure of guests is different due to the prevailing share of domestic tourists and one-day visitors. Rural tourism destinations are notably more complex than traditional ‘sun-and-beach’ holiday and urban tourism destinations because they encompass different fragmented aspects of offer. Some other authors have also warned about this problem (Petrić, 2006:140). The key problem emerging from the aforementioned is that, on the one hand, in principle less educated people of an underaverage education level participate in creating the offer (Lebe and Milfelner, 2006:1140), and on the other, that this development lacks appropriate support of the public sector, particularly

ćine koje bi trebale međusobno surađivati u kreiranju integrirane turističke ponude, što se ne ostvaruje. U ponudi dominiraju mala obiteljska poduzeća koja pružaju osobnu dobrodošlicu posjetiteljima, ali vrlo često nude nedosljedne i nestandardizirane usluge. Uočljiv je nedostatak identiteta većine ruralnih turističkih destinacija; značajan je prostor za podržavanje tradicionalne ekonomije pružanjem usluga smještaja na seoskim obiteljskim gospodarstvima i za proizvodnju lokalnih autohtonih proizvoda i sl.

U ruralnom turizmu teško se održava ravnoteža između želje da ruralna destinacija postane što popularnija (da privuče što veći broj posjetitelja) i želje da se istovremeno sačuvaju izvorna prirodna obilježja prostora (Lebe i Milfelner, 2006:1138). U kontinentalnoj Hrvatskoj prihvatljiva su stajališta autora da je ruralni turizam kao vrsta turizma aktivnost ili pak pokret, kojim se čovjek urbane sredine vraća prirodi (Ružić, 2009:17).

U zemljama Europske unije ruralni turizam kao posebna vrsta turizma ima važnu gospodarsku ulogu primjerice u Austriji, Sloveniji i Mađarskoj, koje su turistički valorizirale svoje prirodne, kulturne i druge resurse i od različitih oblika ruralnog turizma ostvaruju visoke ekonomske učinke (Horwath Consulting, 2009:27). Za razliku od tih zemalja, u Hrvatskoj je ta vrsta turizma još uvijek slabo razvijena, posebno u kontinentalnom dijelu Hrvatske koji obiluje prirodnim i društvenim resursima koji bi mogli postati uporište razvoja ruralnog turizma u „zelenoj“ Hrvatskoj.

on the level of tourism destinations—namely, most rural local authorities possess limited funds and lack personnel necessary for tourism management (Jelinčić, 2007:287).

Ultimately, the following features of tourism offer of rural destinations may be distinguished: it consists of small dispersed businesses that should co-operate and make use of collective marketing; it consists of small municipalities that should co-operate to create an integrated tourism offer, which is not the case. Offer is dominated by small family enterprises that personally welcome visitors and while doing so they frequently offer inconsistent and non-standardised services. Most rural destinations lack identity; accommodation at family farms offers possibilities to support traditional economy, as well as to manufacture local autochthonous products, etc.

It is difficult to keep the balance between the wish for rural destinations to become as popular as possible (to attract as many visitors as possible) and the wish to preserve original natural attractions of an environment (Lebe and Milfelner, 2006:1138). As for continental Croatia, the conceptualisation is acceptable that rural tourism is an activity or a movement by which people from urban environments return to nature (Ružić, 2009:17).

In the European Union countries rural tourism, as a special interest tourism variety, has an important economic role, for example, in Austria, Slovenia and Hungary that have evaluated in terms of tourism their natural, cultural and other resources and which realise great economic effects from rural tourism (Horwath Consulting, 2009:27). In contrast to these countries, this type of tourism is still poorly developed in Croatia, particularly in continental Croatia that is rich in natural and social resources which could become the basis of rural tourism development in ‘green’ Croatia.

3. ANALIZA STANJA RURALNOG TURIZMA U KONTINENTALNOJ HRVATSKOJ

U Hrvatskoj se ruralni turizam razvija u posljednjih petnaestak godina, a prema istraživanju Hrvatske gospodarske komore iz 2008. godine najrazvijeniji ruralni turizam imaju Istarska, Osječko-baranjska i Dubrovačko-neretvanska županija (Mišćin i Mađer, 2008:8), što potvrđuje ranije iznesenu konstataciju da je ruralni turizam kontinentalne Hrvatske slabo razvijen, uz izuzetak jedne županije. Rast te vrste turizma potiče se mjerama turističke politike, Ministarstva turizma, Ministarstva poljoprivrede, Hrvatske gospodarske komore (HGK) uz podršku Hrvatske banke za obnovu i razvitak. Međutim, još ima mnogo prostora za razvoj te vrste turizma, osobito nakon ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju 1. srpnja 2013. godine.

Najrazvijeniji oblik ruralnog turizma u Hrvatskoj je seoski turizam. On podrazumijeva privremeni boravak u seoskoj sredini koji posjetiteljima, osim čistog zraka i prirodnog ambijenta, pruža različite mogućnosti aktivnog sudjelovanja u životu i radu na seoskom obiteljskom gospodarstvu, sudjelovanje u raznim poljoprivrednim svečanostima i drugim manifestacijama (Kesar, 2011). Razvoj seoskog turizma u Hrvatskoj započeo je 1998. kada su bila registrirana tek 32 obiteljska poljoprivredna gospodarstva (OPG-a). Od tada do danas broj OPG-a u Hrvatskoj kontinuirano raste i 2015. godine registrirano je 688 seoskih kućanstava, posebno u unutrašnjosti Istre te Osječko-baranjskoj županiji (Kljaić Šebrek, Birkić i Petračić, 2013:263; Bartoluci i Petračić, 2015:1045), a Hrvatska gospodarska komora (HGK) navodi podatak kako je u Hrvatskoj više od 160.000 upisanih poljoprivrednih gospodarstava (HGK, MT RH, 2015:5).

Službeni statistički podaci pokazuju da je u Hrvatskoj ukupno u seljačkim kućanstvima ostvareno svega 0,04% noćenja (26.000

3. ANALYSIS OF RURAL TOURISM IN CONTINENTAL CROATIA

Rural tourism has developed in Croatia in the last fifteen years. According to the research by the Croatian Chamber of Economy (CCE) in the year 2008, rural tourism is developed the most in Istria, Osijek-Baranja and Dubrovnik-Neretva County (Mišćin and Mađer, 2008), which confirms the earlier claim that rural tourism is poorly developed in continental Croatia, with an exception of one county. The growth of this special interest tourism variety is encouraged through tourism policy measures, by the Ministry of Tourism, the Ministry of Agriculture, the Croatian Chamber of Economy and it is supported by the Croatian Bank for Reconstruction and Development. However, a wide range for the development of this type of special interest tourism variety still remains, particularly after the accession of the Republic of Croatia to the European Union on 1 July 2013.

In rural tourism in Croatia village tourism is the most developed type of tourism. It implies an occasional stay in a rural area which offers to visitors, apart from clean air and natural environment, various opportunities of active participation in life and work on a family farm, participation in various agricultural festivals and other events (Kesar, 2011). Development of rural tourism in Croatia started in the year 1998, when only 32 family farms were registered. Since then the number of family farms in Croatia has continuously increased and has amounted to 688 households, particularly in Istria's mainland, in Osijek-Baranja County and elsewhere (Kljaić Šebrek, Birkić and Petračić, 2013:263; Bartoluci and Petračić, 2015:1045), and the Croatian Chamber of Economy specifies that there are more than 160,000 registered family farms in Croatia (HGK, MR RH, 2015).

Official statistical data show that only 0.04% (26,000 overnights compared to 66.5 million of all overnights in Croatia in 2014) were realised in rural households, and that 310 rooms, i.e. 0.06% of commercial accom-

noćenja u odnosu na 66,5 milijuna svih noćenja u Hrvatskoj 2014. godine) te da se u toj vrsti smještaja nudilo 310 soba odnosno 0,06% komercijalne smještajne ponude u Hrvatskoj (DZS, 2015:12). Kada bi se analizirali samo ti podaci, moglo bi se zaključiti kako je ruralni turizam potpuno nerazvijen u Hrvatskoj, što ipak nije točno. Istraživanja, primjerice, pokazuju da oko 160.000 građana Hrvatske posjećuje vinske ceste, pri čemu ih 61% kupuje lokalna vina, a 63% lokalne prehrambene proizvode (Strategija razvoja turizma u Hrvatskoj do 2020. godine, 2013:36). Međutim, valja upozoriti da se taj razvoj ne odvija podjednako ravnomjerno u svim područjima u Hrvatskoj. Može se zaključiti da je ova vrsta turizma nedovoljno turistički valorizirana i zbog nedostatnog sustavnog pristupa i poticaja njegova razvoja. Određeni napredak učinjen je tek 2015. godine kada je Hrvatska gospodarska komora u suradnji s Ministarstvom turizma RH izdala prvi nacionalni katalog „Ruralni turizam Hrvatske“ (HGK, MT RH, 2015) gdje su popisane sve vrste objekata u kojima se mogu pružati usluge posjetiteljima na ruralnom prostoru u Hrvatskoj, a katalog je pisan na hrvatskom i engleskom jeziku. Osim provedene inventarizacije bogate i raznovrsne ruralne ponude svih pružatelja usluga i proizvođača raznih autohtonih proizvoda, u katalogu se posebna pozornost posvećuje i drugim specifičnim oblicima turizma koji se razvijaju u sklopu ruralnog turizma pa se posebno ističu ekoturizam i kulturni turizam. Prema katalogu citira se sljedeće: „Stvaranje kulturnih turističkih proizvoda koji se dobro uklapaju u ukupnu turističku ponudu ruralnog turizma obnovljenim tradicijskim gospodarstvima, turističkim uslugama u seljačkim domaćinstvima i uživanjem u kulturnom krajoliku, gastronomiji i običajima, razgledavanjem kulturnih dobara – dvoraca, samostana, sakralne baštine, muzeja i raznih tematskih zbirki, povijesnih, arheoloških i memorijalnih lokaliteta, posjetom kulturnim manifestacijama i festivalima tijekom cijele godine, može se smatrati dobrim po-

modation capacity in Croatia, comprised the offer in this type of accommodation (DZS, 2015:12). Judging only on the basis of these data, a conclusion could be drawn that rural tourism is completely undeveloped in Croatia, which, however, is not true. Available research shows, for example, that about 160,000 of Croatian citizens visit wine roads, and of this number as many as 61% buy local wine and 63% local dietary products (Croatian Tourism Development Strategy until 2020, 2013:36). However, it should be warned that this development does not progress proportionately in all areas in Croatia. A conclusion could hence be drawn that this type of tourism has been insufficiently valued in terms of tourism both due to insufficient systematic approach to this subject matter and due to insufficient systematic encouragement to its development. Certain progress was made in the year 2015 when Croatian Chamber of Economy together with the Ministry of Tourism of the Republic of Croatia has published, in two languages – Croatian and English, the first national catalogue Rural Tourism in Croatia (HGK, MT RH, 2015) in which all facilities in which various services rendering to visitors in rural Croatia have been listed. Apart from registering the rich and diverse rural offer of all service renderers and of all manufacturers of various autochthonous products, special attention in the catalogue has been paid to other special interest tourism types developing within rural tourism, ecotourism and cultural tourism in particular. We quote the following piece of text from this catalogue: “The creation of cultural tourism products that fit in well in the overall scope of rural tourism can be considered good indicators for the development of continental tourism and tourism in general. Such products include renewing traditional farms, tourism services in rural households and enjoyment in the cultural landscape, cuisine and customs, sightseeing cultural structures, such as castles, monasteries, sacral heritage, museums and other thematic collections, historical, archaeological and memorial sites, visits

kazateljem za razvoj kontinentalnog turizma i turizma uopće“. Glavna prednost tog Kataloga je da objedinjeno predstavlja ukupnu ponudu na ruralnom prostoru Hrvatske koja bez takvog integralnog pristupa nema mogućnosti prodora na domaće, a posebice ne na izbirljivo strano tržište. Nedvojbeno je da je upravo izrada jedinstvenog nacionalnog kataloga ruralne turističke ponude jedan od ključnih elementa u razvijanju ruralnog turizma Hrvatske, što može biti uporište u kreiranju jedinstvene nacionalne turističke ruralne politike kojom bi se objedinili svi aspekti ponude i formirali integrirani proizvodi povezujući razne vrste i specifične oblike turizma koji se pružaju u nekim turističkim destinacijama jer se jedino na takvoj premisi može ostvariti dugoročno održiv razvoj ruralnog turizma u zemlji.

Ruralni turizam može biti važan čimbenik u aktivaciji i održivom razvoju ruralnih područja (Peña, Jamilena i Molina, 2012:1045) koji pomaže očuvanju lokalnog identiteta, tradicije i običaja, štiti okoliš, jača autohtonu, tradicijsku i ekološku proizvodnju te pomaže razvoju ruralnih krajeva na osnovi održivoga razvoja (HGK, MT RH, 2015:3). U projektima ruralnog razvoja trebalo bi objediniti turizam i proizvodnju hrane čime bi se ubrzao razvoj ruralnog turizma ali i poljoprivrede, što može generirati dodatne ekonomske učinke (Srića, 2010:238). Nužno je razvijati one oblike ruralnog turizma koji najmanje degradiraju okoliš i kulturno povijesnu baštinu, a mogu biti ekonomski održivi. U kontinentalnom dijelu Hrvatske to mogu biti: seoski turizam, gastronomski i enofilski, kulturni, vjerski, sportsko-rekreacijski, zdravstveni, ekoturizam i dr. (Bartoluci i Hendija, 2014:12). Dugoročni razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj treba se temeljiti na načelima održivosti: načelu ekološke održivosti, sociokulturne i ekonomske održivosti. Primjena tih načela osobito je važna u ruralnom turizmu koji bi trebao postati pokretač turističkog razvoja kontinentalne Hrvatske. Usklađenim djelovanjem načela

to cultural events and festivals throughout the year.“ The main advantage of this catalogue is that the complete offer in rural Croatia is presented in one place. Without such an integrated approach, no access both to domestic and particularly to choosy foreign market is possible. Such a national catalogue containing rural tourism offer is undoubtedly one of the key elements for the development of rural tourism in Croatia, and it could be the basis for the creation of an integrated national rural tourism policy which would combine all aspects of offer and subsequently create integrated products by connecting various special interest tourism types offered in particular tourism destinations. It is only on the basis of such a proposition that sustainable development of rural tourism in Croatia could be realised on a long-term basis.

Rural tourism can be an important factor in activation and sustainable development of rural areas (Peña, Jamilena and Molina, 2014:1045) – a factor that would help preserve local identity, tradition and customs; that would help protect the environment; develop autochthonous, traditional as well as ecological manufacture; and that would help develop rural areas on the basis of sustainable development (HGK, MT RH, 2015:3). Tourism and food production should be combined in rural development projects to accelerate both rural tourism development and agriculture, which might generate additional economic effects (Srića, 2010:238). It is necessary to develop those rural tourism types that destroy environment and cultural as well as historical heritage to the least possible extent, and that can be economically sustainable. As for continental Croatia, the following special interest tourism types could serve this purpose: village tourism, gastronomic tourism, enotourism, cultural tourism, religious tourism, sports and physical recreation tourism, health tourism, ecotourism, etc. (Bartoluci and Hendija, 2014:12). Long-term development of rural tourism in Croatia should be based on sustainability principles—principles of ecological, socio-cultural and economic sustainability. Application of these principles

održivosti u ruralnom turizmu može se osigurati dugoročni razvoj turizma kontinentalnog dijela Hrvatske koji svoj identitet gradi na kumulativnim atrakcijama prirodnih, sociokulturnih i ekonomskih resursa.

Turistička seljačka gospodarstva nalaze se u kategoriji subjekata hrvatskog gospodarstva čiji se status i razvoj reguliraju propisima te prate i potiču mjerama državne politike koja se razmjerno sporo prilagođavaju u odnosu na konkurentsko okruženje uvjetima tržišta u razvoju novog i nedovoljno razvijenog proizvoda na hrvatskom tržištu. Turistička seoska obiteljska gospodarstva su zaživjela u jedan novi turistički proizvod čiji se kvantitativni i kvalitativni razvoj kontinuirano ostvaruje, i to zbog prirodne predispozicije za razvoj (tradicionalno usmjerenje na poljoprivredu i tradiciju života na selu). Međutim, unatoč pozitivnom trendu rasta i razvoja, analize pokazuju da rast i razvoj turističkih seoskih obiteljskih gospodarstava nije ravnomjeran i dostatan u svim dijelovima kontinentalne Hrvatske, što zbog usitjenosti seoskog turizma i slabije razine obrazovanosti lokalnih poduzetnika uključenih u ovaj oblik poduzetništva, što zbog izrazito velikog broja zakonskih propisa. Stoga razvoj turističkih seoskih obiteljskih gospodarstava treba više procjenjivati na temelju objektivnih mogućnosti njegova budućeg razvoja i ulaganja u nužnu prateću infrastrukturu i razvoj ostalih specifičnih oblika turizma poput lova, ribolova i zdravstvenog turizma.

Turistička seoska obiteljska gospodarstva nude bogatu i raznoliku enološku i gastronomsku ponudu, ali pružaju skromnu ponudu smještajnih kapaciteta. Površinom su zemljišta vrlo mala, pa imaju ograničenu mogućnost organizacije samostalne poljoprivredne proizvodnje i turističke ponude. Ni jedno gospodarstvo ne nalazi se iznad 400 metara nadmorske visine, što znači da su locirana u nizinskim područjima Hrvatske (Miščin i Mađer, 2008:20). Baćac (2011:18,38-44) navodi sljedeće glavne vrste objekata koji se javljaju na ruralnim prostorima u Hrvatskoj

is particularly important in rural tourism that should become a prime mover of tourism development in continental Croatia. Co-ordinated effectuation of sustainability principles in rural tourism could ensure long-term development of continental Croatia's tourism which creates its identity on cumulative natural, socio-cultural and economic resources.

Tourism family farms belong to the category of those subjects in Croatian economics whose status and development are regulated by laws, and are accompanied and encouraged by measures of state policy which proportionately slowly adapts to competitive environment and market conditions of developing a new and insufficiently developed product on Croatian market. These farms constitute a new tourism product that quickly develops in terms of quantity and quality on annual basis due to its natural developmental predisposition of being traditionally focused on agriculture and countryside lifestyle. However, in spite of positive growth and development tendencies, analyses have shown that both the growth and development of tourism family farms is neither uniform nor sufficient in all parts of continental Croatia. Reasons might be in fragmentation of rural tourism, a lower education level of local entrepreneurs participating in this type of entrepreneurship, or in too great a number of regulations. The development of tourism family farms should therefore more frequently be assessed on the basis of objective possibilities of its future development and investment both into the necessary accompanying infrastructure and into the development of other special interest tourism types such as hunting, fishing and health tourism.

Tourism family farms provide a rich and diverse offer of wines and foods. However, the offer of accommodation capacities is poor. The surface of farms is small, so that subsequently the organisation of their own independent agricultural production, and thus also of their own independent tourism offer, is limited. None of the family farms lie above the 400m altitude, which means that they are all located in lowland areas in Croatia (Miščin

i u kojima se pružaju turističke usluge: turistička seoska obiteljska gospodarstva, kušaonice, izletišta, ruralne kuće za odmor, ruralni hoteli, kampovi i kamp odmorišta. Mišćin i Mađer (2008:21) uz glavne vrste objekata navode i vrste usluga koje se mogu pružati na ruralnim prostorima:

- turistička seoska obiteljska gospodarstva (na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu tzv. OPG i dopunska ugostiteljsko-turistička djelatnost);
- vinotočja ili kušaonice (vinski podrumi, kušaonice, smještaj na vinotočju, vinske ceste);
- izletišta ili restorani, što mogu biti objekti tradicijskog pripremanja hrane, tradicijski obrti, radionice ili suvenirnice;
- smještaj na ruralnom prostoru: tradicijske i druge ruralne kuće za odmor, sobe, apartmani, kampovi (a u novije vrijeme i mali obiteljski ruralni hoteli);
- eko-etno sela i gospodarstva s etno-zbirkama kao što su npr. registrirani muzeji („stara sela“) poput muzeja „Staro selo“, Kumrovec i Zavičajni muzej Donja Kupčina; privatne poduzetničke inicijative: vodeničarsko selo Rastoke, etno selo Stara Kapela, etno selo Kravarščica u Zagrebačkoj županiji i dr.;
- eko gospodarstva i eko proizvodnja – npr. proizvodnja eko vina Čegec, Sveti Ivan Zelina, proizvodnja eko vina Enjingi, Vetovo; eko gospodarstvo Zrno, Habjanovac; eko gospodarstvo Sever, Ivanić Grad; eko gospodarstvo Mavrović, Sloboština i dr.;
- tematske ceste i putovi, staze: vinske ceste i/ili vinski putovi; gastro – enološki itinerari; ceste sira; putovi mednih točaka; mlinski putovi; putovi maslina i maslinovog ulja; gljivarski putovi; konjički putovi; kulturni putovi; biciklističke staze i sl.

Ovdje su navedeni neki registrirani objekti za pružanje usluga u ruralnom turizmu, što ne odražava stvarno stanje u Republi-

and Mađer, 2008:20). Baćac (2011:18,38-44) lists the following main types of facilities that are to be found in rural areas in Croatia and in which tourism services are rendered: tourism family farms, tasting rooms, excursions, vacation houses in villages, hotels in rural areas, camps and camper stops. Mišćin and Mađer (2008:21) also list, together with principal types of facilities, the types of services that could be rendered in rural areas:

- tourism family farms (on family farms and supplemental gastronomic tourism offer);
- wineries or tasting rooms (wine cellars, wine tasting rooms, accommodation near wineries, wine roads);
- excursion sites or restaurants (these could be facilities in which food is prepared in a traditional way, traditional crafts, workshops or souvenir shops);
- accommodation in a rural area: traditional and other rural vacation houses, rooms, apartments, camps (and recently small rural family hotels as well);
- eco-ethno villages and farms with ethnological collections, e.g. museums (‘old villages’) such as Museum ‘Old Village’ in Kumrovec and Donja Kupčina Local History Museum; private entrepreneurial initiatives: watermill village Rastoke, ethnological village Stara Kapela, ethnological village Kravarščica in Zagreb County, etc.;
- eco-family farms and organic farming – e.g. Eco Wines Čegec, Sveti Ivan Zelina; eco-winemaking Enjingi, Vetovo; Quantum of Environmental Goods, Habjanovac; Ecological Farm Sever, Ivanić Grad; Eco-Estate Mavrović, Sloboština, etc.;
- themed trails (routes, roads, paths): wine routes; gastrological and enological itineraries; cheese routes; honey point routes; windmill routes; olive tree and olive oil routes; mushroom routes; equestrian routes; cultural routes; biking routes, etc.

We have listed some of the registered facilities that render services in rural tourism, which does not reflect the actual situation in this respect in the Republic of Croatia. Some family

ci Hrvatskoj. Dio obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava nije registriran za obavljanje turističke djelatnosti ili je u fazi ishođenja, što znači da je stvarno stanje veće od navedenog (HGK, MT RH, 2015:5).

4. MOGUĆNOSTI RAZVOJA POJEDINIH SPECIFIČNIH OBLIKA TURIZMA U KONTINENTALNOJ HRVATSKOJ NA TEMELJU REZULTATA EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA

Posljednjih desetak godina Ministarstvo turizma Republike Hrvatske je različitim oblicima i sredstvima poticaja nešto intenzivnije poticalo razvoj ruralnog turizma. Rezultat toga su novi smještajni kapaciteti, vinski podrumi, kušaonice i drugi atraktivni sadržaji na području Slavonije i Baranje, u okolici Zagreba, u Zagorju i Međimurju te u Istri i Dubrovačkom zaleđu. Međutim, njihov glavni nedostatak je da su tržišno nepovezani i nisu konkurentni na europskom turističkom tržištu. Stoga je nužno razvijati one oblike turizma koji najmanje degradiraju okoliš i kulturno povijesnu baštinu, a mogu biti ekonomski održivi. U kontinentalnom dijelu Hrvatske to mogu biti: seoski turizam, kulturni, vjerski, sportsko-rekreacijski, zdravstveni, ekoturizam, manifestacijski, gastronomski i enofilski, lovno-ribolovni, memorijalni uz urbani i poslovni u većim naseljima i županijskim središtima u ruralnom prostoru.

Provedenim primarnim istraživanjem u 2014. godini na uzorku od 77 ispitanika autori Bartoluci, Kesar i Hendija (2014:1284) analizirali su trenutno dostignuti stupanj razvoja ponuđenih 12 vrsta i oblika turizma (odnosno urbani i ruralni kao vrste turizma i kongresni, kulturni, manifestacijski, zdravstveni, gastronomski i enofilski, sportsko-rekreacijski i pustolovni, lovno-ribolovni, vjerski, ekološki i memorijalni kao specifične oblike turizma) na području kontinentalne Hrvatske. Ukupna prosječna razvijenost tih specifičnih oblika turizma dobila je nisku

farms have not yet been registered for pursuing tourism-specific activities or they are currently in the process of registration, which means that current situation is better than the one described previously (HGK, MT RH, 2015:5).

4. POSSIBILITIES OF DEVELOPING SOME SPECIAL INTEREST TOURISM TYPES IN CONTINENTAL CROATIA ON THE BASIS OF EMPIRICAL RESEARCH RESULTS

In the last twenty years the development of rural tourism was somewhat more intensively encouraged by the Ministry of Tourism of the Republic of Croatia through various types and ways of stimulation. This resulted in new accommodation capacities, wine cellars, tasting rooms and other attractions in Slavonia and Baranja, in the areas surrounding Zagreb, in Zagorje and in Međimurje in continental Croatia, as well as in Istria and in Dubrovnik hinterland in coastal Croatia. However, their main disadvantage is that they are not connected in market terms and that they are not competitive on European tourism market. It is therefore necessary to develop those rural tourism types that destruct environment and cultural as well as historical heritage to the least possible extent and that can be economically sustainable. In continental Croatia the following special interest tourism types could serve this purpose: village tourism, cultural tourism, religious tourism, sports and physical recreation tourism, health tourism, ecotourism, event tourism, gastronomic tourism, enotourism, hunting and fishing tourism, memorial tourism, as well as urban and business tourism in bigger places and county seats in rural areas.

In an empirical research conducted in 2014 on a sample of 77 subjects Bartoluci, Kesar and Hendija (2014:1284) analysed the then current degree of development of 12 basic types and special interest types of tourism (i.e. urban and rural tourism as tourism

prosječnu ocjenu 2,7. Pri tome je najbolje ocijenjen manifestacijski turizam (3,2), a slijede ga gastronomski i enofilski (3,0) te kulturni (2,9) i ekoturizam (2,8). Premda su ovi specifični oblici turizma dobili najviše ocjene, valja upozoriti na to da su njihove prosječne ocjene relativno niske, odnosno da su tek nešto više od prosjeka (Tablica 1).

forms, and MICE tourism; cultural tourism; event tourism; health tourism; gastronomic tourism; enotourism; sports-physical recreation and adventure tourism; hunting and fishing tourism; religious tourism, ecotourism and memorial tourism as special interest tourism types in continental Croatia. The total average development of these special interest tourism types received a low average mark of 2.7. As for its developmental level, event tourism received the highest mark (3.2), followed by gastronomic tourism and enotourism (3.0), cultural (2.9) and ecotourism (2.8). Although being the highest in relative terms, we must stress that these marks were actually relatively low – they were only slightly above average (Table 1).

Tablica 1: Evaluacija postojeće i potencijalne ponude vrsta i oblika turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj (prema istraživanju u 2014. i 2015.)* / Table 1: Evaluation of the existing and potential offer of tourism forms and special interest tourism in continental Croatia (according to research in 2014 and 2015)*

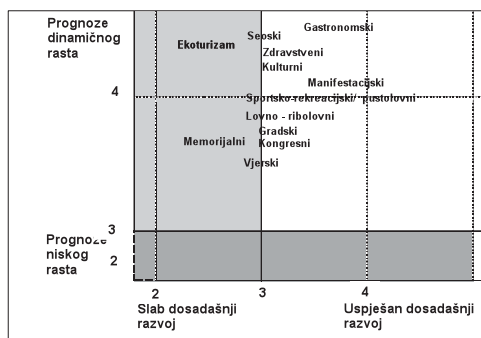
Vrste i specifični oblici turizma / Forms and special interest tourism	Prosječne ocjene prema istraživanju u 2015. / Average marks according to the 2015 research		Prosječne ocjene prema istraživanju u 2014. / Average marks according to the 2014 research	
	Sadašnji stupanj razvijenosti / Actual development	Prognozirani razvoj / Estimated development	Sadašnji stupanj razvijenosti / Actual development	Prognozirani razvoj / Estimated development
Manifestacijski / Event	3.42	4.10	3.22	4.01
Gastronomski i enofilski / Gastronomy and wine	3.45	4.55	2.97	4.44
Kulturni / Cultural	2.97	4.16	2.89	4.13
Ekoturizam / Eco-tourism	2.84	4.32	2.79	4.29
Seoski / Rural	2.84	4.45	2.79	4.41
Urbani / Urban	2.94	3.48	2.72	3.50
Vjerski / Religious	2.68	3.52	2.70	3.64
Zdravstveni / Health	3.03	4.32	2.53	4.08
Lovno-ribolovni / Hunting and fishing	2.58	3.94	2.50	3.96
Sportsko-rekreacijski i pustolovni / Sports recreation and adventure	2.81	3.97	2.45	4.08
Kongresni / MICE	2.87	3.48	2.11	3.23
Memorijalni / Memorial (dark)	2.19	3.45	2.11	3.17
Prosječna ocjena / Overall average mark:	2.88	3.98	2.65	3.91

Izvor: Izrada autora 2015, Zagreb; Bartoluci, Kesar i Hendija, 2014:1291 / Source: Devised by authors 2015, Zagreb; Bartoluci, Kesar and Hendija, 2014:1291

* Napomena: Prosječne ocjene koje su ispitanici dodijelili za stupanj razvijenosti pojedinim vrstama i oblicima turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj dobivene primarnim istraživanjima u 2014. godini (N=77) i 2015. godini (N=31) putem Likertove skale od 1 do 5, pri čemu ocjena 1 označava nizak stupanj razvijenosti i nizak prognozirani rast, a 5 visok stupanj razvijenosti i prognozirani dinamičan rast. / *Note: Average marks assigned by the subjects to certain tourism forms and special interest tourism in continental Croatia were obtained by empirical research in 2014 (N=77) and 2015 (N=31) by using the Likert-type scale ranging from one denoting small degree of tourism development level and low prognosticated increase, to five, denoting high degree of tourism development level and dynamic prognosticated increase.

Novim empirijskim istraživanjem provedenim među 31 ispitanikom u 2015. godini za potrebe ovog rada potvrdili su se nalazi ranijeg istraživanja. Prosječna ocjena svih specifičnih oblika turizma u ovom trenutku iznosila je 2,9 - dakle, nešto je viša negoli je bila ranije, što ukazuje na trend unaprjeđenja turističke ponude u ruralnoj Hrvatskoj. Gotovo svi specifični oblici turizma (osim vjerskog) dobili su više ocjene, iz čega je moguće zaključiti da se počinje ostvarivati njihov dinamičniji razvoj u kontinentalnoj Hrvatskoj kao rezultat nove strategije razvoja turizma i raznih mjera poticanja. Na Slici 1. prikazana je perspektiva razvoja pojedinih vrsta i specifičnih oblika turizma u odnosu na njihov sadašnji stupanj razvijenosti.

Slika 1. Usporedni pregled sadašnjeg i budućeg razvoja pojedinih vrsta i oblika turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj (prema istraživanju u 2015.)*



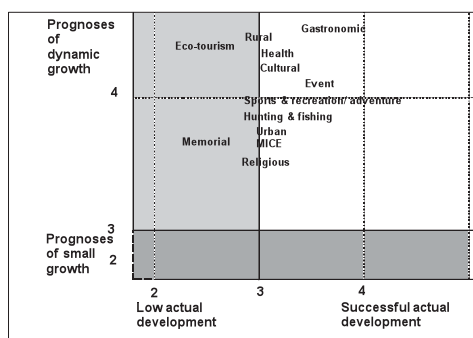
Izvor: Izrada autora, Zagreb, 2015

*Napomena: Na slici 1. prikazane su prosječne ocjene stavova ispitanika o sadašnjem stupnju razvijenosti vrsta i oblika turizma te ocjene o njihovom očekivanom razvoju prikazane u Tablici 1.

Rezultati istraživanja nesumnjivo ukazuju na nužnost razvoja niza jakih destina-

The new empirical research conducted among 31 subjects in the year 2015, the findings of the earlier research have been confirmed for the purpose of this paper. The average mark of all special interest tourism types at this moment is 2.9 – in other words, it is slightly higher than it was before, which points to the tendency of improving tourism offer in rural Croatia. Almost all special interest tourism types (except for religious tourism) received higher marks, which makes it possible to conclude that this might indicate the onset of their more dynamic development in continental Croatia as the result of a new strategy of development of tourism and of various initiative measures. In Figure 1 prospective development of certain forms of tourism and of special interest tourism types is presented with regard to the present developmental level, i.e. on the basis of research conducted in 2015.

Figure 1. Parallel survey of the present and future development of certain special interest tourism types in continental Croatia (according to research in 2015)*



Source: Devised by authors, Zagreb, 2015

*Note: Average marks of subjects' attitudes regarding the present degree of development of some tourism forms and some special interest tourism types, together with their anticipated development, are presented in Figure 1.

The results of research undoubtedly point to the necessity of developing a series

cijskih turističkih proizvoda čije će se komponente (prvenstveno atrakcije) međusobno nadopunjavati i stvarati kritičnu masu prilagodljive komplementarne ponude. Čak je 77% ispitanih eksperata u turizmu odgovorilo kako je za ekonomsku održivost turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj nužno kreirati i razvijati integrirane turističke proizvode (tablica 2), a ne ih nuditi kao pojedinačne atrakcije na tržištu. Kako je jedna petina ispitanika ocijenila takvu povezanost osrednjom dodijelivši joj ocjenu 3, a samo joj je 1,7% ispitanika dodijelilo ocjenu 2 i niže, potvrđena je hipoteza ovog istraživanja da se dugoročni održivi razvoj turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj može osigurati samo integriranom turističkom ponudom različitih specifičnih oblika turizma. Naime, nisu svi specifični oblici turizma dovoljno profitabilni (npr. ekoturizam, vjerski i sl.), ali su važni za kvalitetnu ponudu destinacije pa ih je potrebno uključiti u integrirani turistički proizvod. Na taj način moguće je osigurati njihovu dugoročnu ekonomsku održivost i kvalitetu ruralne turističke ponude destinacije.

of strong destination tourism products whose components (primarily attractions) will be mutually supplemented, thus creating a critical mass of adaptable complementary offer. As many as 77% of subjects, i.e. experts working in tourism, were of the opinion that it is necessary, for the purpose of economic sustainability of tourism in continental Croatia, to create and develop integrated tourism products (Table 2), and not individual attractions present in the market. Since one fifth of subjects evaluated this integration as medium and gave it mark 3, and only 1.7% of subjects gave this issue mark 2 or less, this confirmed the hypothesis in our research that long-term sustainable development of tourism in continental Croatia can be ensured only through integrated tourism offer of various special interest tourism types – not all special interest tourism types are sufficiently profitable (e.g. ecotourism, religious tourism, etc.), however, they are important for quality offer of a destination, so that they should be incorporated in integrated tourism product. Thus it is possible to provide long-term economic sustainability and quality of rural destination tourism offer.

Tablica 2. Važnost kreiranja integrirane turističke ponude destinacija u cilju ostvarivanja ekonomske održivosti svih oblika turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj (prema istraživanju u 2014. i 2015.)* / Table 2: Importance of creating integrated tourism offer of destinations for economic sustainability of all forms of tourism (according to research in 2014 and research in 2015)*

Godina / Year	Ocjena važnosti (u %) / Level of importance (in %)				
	Jako važno/ Very high	Važno/ High	Srednje važno/ Medium	Manje važno/ Low	Nije uopće važno/ Very low
2015	23.4	53.9	21.0	1.7	0.0
2014	17.1	56.6	25.0	1.3	0.0

Izvor: izrada autora 2015; Bartoluci, Kesar i Hendija, 2014 / Source: Devised by authors in 2015; Bartoluci, Kesar, Hendija, 2014

* Napomena: Korištenjem Likertove skale ispitanici su procijenili koliko je prema njihovu mišljenju u kreiranju turističke ponude destinacije važno za ekonomsku održivost ruralnog turizma razvijati integrirani turistički proizvod svih vrsta i oblika turizma u destinaciji, a ne nuditi ih kao pojedinačne turističke atrakcije. / *Note: By using Likert-type scale the subjects marked the degree to which, according to their opinion, it is important, when creating tourism offer of a destination, for economic sustainability of rural tourism to develop integrated tourism product of all possible types and forms of tourism in a destination, and not to offer them as individual tourism attractions.

Kulturne manifestacije imaju posebnu ulogu i značaj u razvoju kulturnog i ruralnog turizma. U kontinentalnoj Hrvatskoj održava se relativno mnogo festivala i smotri (glazbenih, dramskih, folklornih, zabavnih i sličnih) koji privlače turiste i izletnike - na primjer, Renesansni festival u Koprivnici, Đakovački vezovi, razne manifestacije u Čakovcu, gradu Zrinskih, Krapinski festival (Festival kajkavske popevke) i sl. Upravo su kulturne manifestacije glavni motiv privlačenja turista u tzv. kulturne destinacije. Vjerske manifestacije i hodočašća privlače sve veći broj turista. Vjerski turizam veže se prvenstveno uz vjerske blagdane i hodočašća, primjerice svetišta Gospe na Trsatu, u Sinju, Mariji Bistrici, Ludbregu, Aljmašu i dr. U Republici Hrvatskoj one imaju posebnu ulogu u privlačenju izletnika i turista u ruralna područja.

Osim kulturnih i vjerskih manifestacija, poseban značaj za razvoj turizma imaju sportske manifestacije i događaji vezani uz nogomet, rukomet, košarku, atletiku, tenis, vaterpolo, plivanje, skijanje i drugo. Sve one tvore sportski turizam kao specifičan oblik turizma koji se razvija u svim zemljama gdje su razvijeni turizam i sport, kao što je to slučaj u Republici Hrvatskoj (Bartoluci i Hendija, 2014:9) (primjerice, na ovom prostoru Olimpijada starih sportova u Starim Mikanovcima, ili različita sportska natjecanja u Osijeku, Đakovu, Varaždinu, Čakovcu i nekim drugim gradovima).

Eksperti u turizmu ocijenili su gastronomski i enofilski turizam u Hrvatskoj prosječnom ocjenom 3,45, što upućuje na zaključak da se radi o važnom segmentu sveukupne turističke ponude. To je vidljivo i iz Strategije razvoja turizma do 2020. godine u kojoj je naglašeno da je riječ o složenom turističkom proizvodu kojeg konzumiraju gotovo sve skupine posjetitelja i u gotovo svim krajevima Hrvatske. Iako je poznato da relativno malen broj međunarodnih turista putuje primarno zbog eno-gastronomskih doživljaja, rast potražnje za takvim turističkim proizvodom generira uglavnom domaća populacija. U promatranom području prisu-

Cultural events have a special role and importance in the development of cultural and rural tourism. Many celebrations and festivals (musical, drama, folklore, entertainment, etc.) that attract tourists and visitors are held in continental Croatia, e.g. the Renaissance Festival in Koprivnica, Đakovački Embroidery, events in the Zrinski Town of Čakovec, Kajkavian Song Festival in Krapina, etc. Cultural events are the principal motives for tourist to visit the so called cultural destinations. Religious events and pilgrimages attract an increasing number of tourists. Religious tourism is related primarily to religious holidays and pilgrimages, for example, sanctuaries of Our Lady at Trsat, Sinj, Marija Bistrica, Ludbreg, Aljmaš, etc. In Croatia, these places have a special role in attracting tourists to rural areas.

Besides cultural and religious events, sports events in sports such as football, basketball, athletics, tennis, water polo, swimming, skiing, etc. are of special relevance. They comprise sports tourism as special interest tourism type developed in all countries in which both tourism and sport prosper, as is the case in the Republic of Croatia (Bartoluci and Hendija, 2014:9), e.g. the Olympics of Old Sports in Stari Mikanovci and various sporting competitions in Osijek, Đakovo, Varaždin, Čakovec and other towns.

Importance both of gastronomic tourism and enotourism in Croatia received an average mark of 3.45 from experts working in tourism, thus pointing to its significance as a segment of total tourism offer in the region, which is evident from the Croatian Tourism Development Strategy until 2020 which emphasises that this is a complex tourism product consumed by almost all visitors and in almost all parts of Croatia. Although it is known that relatively few international tourists travel primarily because of eno-gastronomic reasons, the growth of demand for such a tourism product is generated mostly by domestic population. Development of ecotourism is also on the rise (average mark 2.84). It is the five nature parks and five inter-

tan je i trend razvoja ekoturizma (prosječna ocjena 2,84), gdje glavnu ulogu u privlačenju eko-turističke potražnje ima pet parkova prirode i pet međunarodno zaštićenih područja. Zdravstveni se turizam na području kontinentalne Hrvatske razvija u okviru 10 termalnih lječilišta u kojima prevladavaju lječilišni i termalno-kupališni oblici ponude, dok su *wellness* i medicinski turizam kao napredniji i visoko lukrativni programi još uvijek u fazi razvoja i snažnijeg izlaska na domaće i inozemno turističko tržište.

Svjesni brojnosti i raznolikosti prirodnih i društvenih potencijala kojima obiluje kontinentalna Hrvatska, a koji se nedovoljno turistički valoriziraju, eksperti u turizmu su znatno optimističnije ocijenili mogućnosti razvoja turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj u odnosu na njegov dosadašnji razvojni doseg. Iznesenu tvrdnju potvrđuju prosječno više ocjene za većinu vrsta i specifičnih oblika turizma koji se mogu razvijati na ovom području. Za sedam od 12 ponuđenih specifičnih oblika turizma predviđa se iznadprosječan rast (prosječna ocjena veća od 4) i to za gastronomski, ekoturizam, kulturni, zdravstveni, sportsko-rekreativni, manifestacijski te seoski turizam, što je vidljivo iz podataka u tablici 1. Takva optimistična predviđanja podudaraju se i s odrednicama Strategije razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine, osobito za gastronomski i enofilski turizam, kao i za zdravstveni i kulturni turizam, uz cikloturizam kao segment sportskog turizma, a koji su istaknuti kao najperspektivniji proizvodi u kontinentalnoj Hrvatskoj (Strategija razvoja turizma u Hrvatskoj do 2020. godine, 2013:35). Posebno valja izdvojiti gastronomski i enofilski turizam za koje je ocijenjeno da imaju najbolje razvojne šanse u promatranom dijelu kontinentalne Hrvatske. Međutim, sve je navedene specifične oblike turizma potrebno razvijati integriranom turističkom ponudom koja može osigurati održivi dugoročan razvoj ruralnih turističkih destinacija na području kontinentalne Hrvatske.

nationally protected areas that play the main part in attracting ecotourism demand. In the area in question health tourism develops in 10 thermal spas in which medical and spa-related type of offer prevail, whereas wellness and medical tourism, as more advanced and highly lucrative programmes, are still developing and attempting to permeate both the domestic and international tourism market.

Being aware of the number and diversity of natural and social capacities that continental Croatia is abundant with and that are insufficiently valued in terms of tourism, the subjects, i.e. experts working in tourism, were significantly more optimistic when assessing the possibilities of tourism development in the area under consideration in comparison with the past developmental magnitude. This statement is confirmed by marks that are on average higher for most special interest tourism types that can be developed in this area. An above average development (average mark higher than 4) has been anticipated for seven of 12 listed tourism forms and special interest tourism types: gastronomic tourism, ecotourism, cultural tourism, health tourism, sports and physical recreation tourism, event tourism and rural tourism, which is evident from data in Table 1. Such optimistic forecasts overlap with baselines in the Croatian Tourism Development Strategy until 2020, particularly for gastronomic tourism, enotourism, health tourism and culture tourism, cyclotourism being a segment of sports tourism, that are underscored as the most promising products in continental Croatia (Strategija razvoja turizma u hrvatskoj do 2020. godine, Croatian Tourism Development Strategy until 2020, 2013:35). Special emphasis should be laid on gastronomic tourism and enotourism that were rated to have the best chances for development in the analysed area of continental Croatia. However, all listed special interest tourism types should be developed through integrated tourism offer that can provide long-term sustainable development in rural tourism destinations in continental Croatia.

Ponudu ruralnog turizma potrebno je na poseban način integrirati s turističkim proizvodom većih gradskih središta u svakoj od promatranih subregionalnih cjelina. To je osobito važno zbog izgradnje imidža i jačanja konkurentnosti, ali i zbog smještajnih i drugih turističkih kapaciteta urbanih sredina koji su u postojećim uvjetima nedovoljno iskorišteni. Iako je promatrani prostor turistički atraktivniji domaćoj turističkoj potražnji, razvojem specijaliziranih i/ili posebno dizajniranih turističkih proizvoda stvorit će se osnova za privlačenje turista i iz inozemstva, što bi za promatrano područje mogao značiti novi poticaj za sveopću društvenu i ekonomsku revitalizaciju.

Ubrzavanje razvoja kontinentalnog turizma neće biti moguće bez kapitalnih investicija u resursno-atraksijsku osnovu uz znatno korištenje raspoloživih sredstava EU fondova. Pritom u prvom redu valja poticati razvoj onih receptivnih područja koji po svojim obilježjima i tradiciji imaju najveće šanse za uspjeh kroz integriranu turističku ponudu specifičnih oblika turizma i njihov održivi razvoj.

5. ZAKLJUČAK

U radu je potvrđena spoznaja da je ruralni turizam najslabije razvijena vrsta turizma u Hrvatskoj, iako preko 92% prostora čini upravo ruralno područje. U buduću razvoj ruralnog turizma potrebno je implementirati sva načela održivog razvoja na cijelom prostoru Hrvatske: ekološka, socio-kulturna te ekonomska načela održivog razvoja. Primjena ekoloških načela održivog razvoja treba osigurati ekološku očuvanost i zaštitu svih prirodnih resursa. Primjena socio-kulturnih načela mora zaštititi kulturnu i povijesnu materijalnu i nematerijalnu baštinu na prostoru kontinentalne Hrvatske. Ekonomska načela održivosti ruralnog turizma treba uskladiti s ostalim načelima kako bi se osigurao dugoročni održivi razvoj ruralnog turizma. Ekonomska održivost ruralnog turizma lakše je

Rural tourism offer should be integrated with tourism product of bigger towns in a special way in every subregional area in question. This is of particular importance for image-building and strengthening of competitiveness, but also for accommodation and other urban tourism capacities that are insufficiently exploited in existing conditions. Although the analysed area is in tourism terms more attractive for domestic tourism demand, by developing specialised and/or specially designed tourism products a basis will be created for attracting tourists from abroad as well, which could be a new encouragement for an extensive social and economic regeneration.

Acceleration of the development of continental tourism will not be possible without capital investments into resource-attraction basis with significant utilisation of available means from EU funds. Primarily, the development of those tourist-receiving areas should be encouraged that, by its features and tradition, have the best chance for success through integrated tourism offer of special interest tourism types and their sustainable development.

5. CONCLUSION

The results of analysis in this paper showed that rural tourism is mostly a poorly developed form of tourism in Croatia although more than 92% of Croatian territory is rural. It is necessary to incorporate all principles of sustainable development – ecological principles, socio-cultural principles and special economic principles of sustainable development – into future progress of rural tourism throughout Croatia. Application of ecological principles of sustainable development should provide ecological preservation and protection of all natural resources. Application of socio-cultural principles should protect cultural and historical tangible as well as intangible heritage in continental Croatia. Economic principles

ostvariva u primorskom dijelu kontinentalne Hrvatske zbog prisutnog velikog opsega turističke potražnje. Razvoj turizma u tom dijelu kontinentalne Hrvatske najviše će ovisiti o razvijenosti ponude i njezinoj atraktivnosti za privlačenje postojeće turističke klijentele. Međutim, u ostalim područjima kontinentalne Hrvatske ne postoji razvijena turistička potražnja, osobito ne inozemna, a domaća je još uvijek skromnih mogućnosti. Otvaranjem europskog tržišta privlačenje inozemne turističke potražnje u kontinentalnom dijelu Hrvatske ovisit će o atraktivnosti i konkurentnosti turističke ponude u ruralnom turizmu. Osnova tog razvoja mogu biti specifični oblici turizma koji se mogu potpunije valorizirati integriranom turističkom ponudom ruralnog turizma.

Posljednjih desetak godina Ministarstvo turizma i Ministarstvo poljoprivrede Republike Hrvatske potiču razvoj ruralnog turizma, a u novije vrijeme to se čini i sredstvima fondova Europske unije. Rezultati su toga novi smještajni kapaciteti, vinski podrumi i drugi atraktivni sadržaji na području Slavonije i Baranje, u okolici Zagreba, u Zagorju i Međimurju u kontinentalnom dijelu Hrvatske te u Istri i Dubrovačkom zaleđu u primorskom dijelu Hrvatske. Međutim, to su mali kapaciteti koji u ukupnim smještajnim kapacitetima hrvatskog turizma čine ispod 1%. Osim toga oni su tržišno nepovezani i nisu dovoljno konkurentni na europskom turističkom tržištu. S druge strane potpuno su neupitni i znanstveno dokazani ekonomski i širi društveni učinci razvoja ruralnog turizma, što su pokazala brojna istraživanja, a dijelom potvrdilo i ovo istraživanje.

Ulaskom Republike Hrvatske u EU otvaraju se nove tržišne i investicijske mogućnosti razvoja ruralnog turizma. Otvorene su mogućnosti financiranja projekata ruralnog turizma iz strukturnih i drugih fondova EU, što bi trebalo intenzivnije koristiti. Da bi se to ostvarilo, potrebno je izraditi investicijske projekte specifičnih oblika turizma sukladno načelima održivog razvoja. Ovo je istraživa-

of the sustainability of rural tourism should be co-ordinated with other principles to preserve long-term sustainable development of rural tourism. Economic sustainability of rural tourism can be achieved more easily in the coastal area of continental Croatia due to a wide range of the tourism demand. The development of tourism in this part of continental Croatia will depend mostly on the level of demand enlargement and on its attractiveness for the existing tourism consumers. However, advanced tourism demand, especially the one from abroad, does not exist in other areas of continental Croatia, and domestic demand is still relatively poor. By opening the European market, attracting foreign tourists' demand for continental Croatia tourism offer will depend on attractiveness and competitiveness of tourism offer in rural tourism. The basis of this development might be comprised of special interest tourism types that can be evaluated in more detail through integrated tourism offer of rural tourism.

The last ten years have seen the encouragement of rural tourism development by the Ministry of Tourism of the Republic of Croatia and the Ministry of Agriculture of the Republic of Croatia, and recently also by the EU funds. This resulted in new accommodation capacities, wine cellars and other attractions in Slavonia and Baranja, in the area surrounding Zagreb, in Zagorje and Međimurje in continental Croatia, as well as in Istria and Dubrovnik hinterland in coastal Croatia. However, these accommodation capacities are to be regarded as small and they amount to less than 1% of total accommodation capacities in Croatian tourism. Still, economic and broader social effects of the development of rural tourism are unquestionable and have been scientifically proven in numerous studies, which has also been partly confirmed by our research.

The accession of Croatia to the European Union has opened new market and investment opportunities for the development of rural tourism. Opportunities to finance rural

nje potvrdilo hipotezu da se dugoročni održivi razvoj ruralnog turizma može osigurati integriranom turističkom ponudom različitih specifičnih oblika turizma na prostoru kontinentalne Hrvatske.

tourism projects from structural and other EU funds were created, and they should be even more intensely utilised. This requires investment projects for special interest tourism types in compliance with sustainable development principles. Our research has confirmed the hypothesis that long-term sustainable development of rural tourism may be provided through integrated tourism offer of various special interest tourism types in continental Croatia.

LITERATURA - REFERENCES

- Alexander, N., McKenna, A.. (1998) Rural tourism in the heart of England. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 10. No. 5. pp. 203-207
- Baćac, R. (2011) *Priručnik za bavljenje seoskim turizmom – korak po korak od ideje do uspješnog poslovanja*. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb. Dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/Prirucnik_Seoski_turizam.pdf (28.11.2015)
- Bartoluci, M. (2013) *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*. Školska knjiga. Zagreb.
- Bartoluci, M., Hendija, Z. (2014) Održivi razvoj ruralnog turizma kontinentalne Hrvatske. *3. međunarodna konferencija Menadžment turizma i sporta: Tehnološki razvoj u funkciji održivog turizma i sporta*. Veleučilište u Čakovcu. Čakovec. Dostupno na: <http://konferencija.mev.hr/wp-content/uploads/2014/04/Zbornik-radova-3.-me%C4%91unarodna-konferencija.pdf> (10.11.2015)
- Bartoluci, M., Hendija, Z. (2013) Possibilities of rural tourism development in Eastern Croatia. *Acta Turistica Nova*. Vol. 7. No. 2. pp. 199-216
- Bartoluci, M., Kesar, O., Hendija, Z. (2014) Critical Analysis of Economic Sustainability of Tourism Development in Continental Croatia. *7th International Conference: An Enterprise Odyssey: Leadership, Innovation and Development for Responsible Economy*. Galetić, L., Spremić, M., Šimurina, J. (ur.) Ekonomski fakultet Zagreb. pp. 1281-1298
- Bartoluci, M., Petračić, M. (2015) Mogućnosti razvoja ruralnog turizma na području Slavonije i Baranje, The possibility for development of rural tourism in the area of Slavonija and Baranja. *2nd International Scientific and professional Conference "The Challenges of today – tourism and local development"*. October 1-3, 2015. Šibenik. pp. 53-54
- Cox, M., Murray, L., Kereluik, M. (2004) *Rural tourism development in Southern Ontario*. Quebec: Administrative Sciences Association of Canada.
- Dernoi, L. (1991). Prospects of rural tourism: Needs and opportunities. *Tourism Recreation Research*. Vol. 16. No.1. pp. 89-94
- Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C. (2009) Destination and enterprise management for a tourism future. *Tourism Management*. Vol. 30. No.1. pp. 63-74
- DZS (CBS, Croatian Bureau of Statistics) (2015) Turizam u 2014. godini (Tourism in 2014). No. 1539. Zagreb.

12. DZS-SLJH (2014) Statistički ljetopis Hrvatske (Statistical Yearbook of the Republic of Croatia 2014). Zagreb.
13. European Commission (2008) Integrated Quality Management in Rural Tourism Destinations. *The Tourism Company (UK) in association with Futour (Germany) and the Ecotrans network for the European Commission*. Tourism Directorate. Dostupno na: <http://www.eccat-projects.org/tourism-manual/3-4%20Towards%20Quality%20Rural%20Tourism.pdf> (1.12.2015)
14. Gartner, W.C. (2004) Rural tourism development in the USA. *The International Journal of Tourism Research*. Vol. 6. No. 3. pp. 151-164. Published online in Wiley InterScience, ProQuest.
15. George, E.W., Mair, H., Reid, D.G. (2009) *Rural Tourism Development: Localism and Cultural Change*. Bristol: Channel View Publications.
16. Haven-Tang, C., Jones, E. (2012) Local leadership for rural development: a case study of Adventa, Monmouthshire. UK: *Tourism Management perspectives*. Vol. 4. pp. 28-35
17. HGK, MT RH (2015) Ruralni turizam Hrvatske. Nacionalni katalog (Rural tourism in Croatia – National Catalogue). Hrvatska gospodarska komora, HGK i MT RH, Ministarstvo turizma RH. (CCE, Croatian Chamber of Economy, Ministry of Tourism Republic of Croatia) Dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/hgk_2015_ruralni_turizam_katalog.pdf (10.11.2015)
18. Horwath Consulting (2009) *Strategija razvoja ruralnog turizma Splitsko-dalmatinske županije*. Izradio Horwath Co. za Turističku zajednicu Splitsko-dalmatinske županije. Zagreb.
19. Jafari, J. (2000) *Encyclopedia of Tourism*. London: Routledge.
20. Jelinčić, D.A. (2007) Agroturizam u europskom kontekstu. *Stud. ethnol. Croat*. Vol. 19. pp. 269-291
21. Kesar, O. (2011) *Specifični oblici turizma*. Nastavni tekst za predavanja na kolegiju Specifični oblici turizma na Ekonomskom fakultetu Zagreb.
22. Kljaić Šebrek, J., Birkić, D., Petračić, M., (2013) Uloga turističkih seoskih obiteljskih gospodarstva u razvoju turizma Istočne Hrvatske. *Acta Turistica Nova*. Vol. 7. No. 2. pp. 261-277
23. Kušen, E. (2006) *Ruralni turizam*. U: Čorak, S., Mikačić, V., *Hrvatski turizam – plavo, zeleno, bijelo*. Znanstvena edicija Instituta za turizam: knjiga br. 3. Zagreb. pp. 167-191
24. Lane, B. (1994) What is rural tourism? *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 2. No. 1-2. pp. 7-21
25. Lebe, S.S., Milfelner, B. (2006) Innovative organisation approach to sustainable tourism development in rural areas. *Kybernetes*. Vol. 35 No. 7/8. pp. 1136-1146
26. Long, P. (1998) Rural Tourism Foundation Information Piece. University of Colorado: Boulder. In: Gartner, W.C. (2004) Rural tourism development in the USA. *The International Journal of Tourism Research*. Vol. 6. No. 3. pp.151-164. Published online in Wiley InterScience, ProQuest.
27. Long, P., Lane, B. (2000) Rural tourism development. In: *Trends in Recreation, Leisure and Tourism*, (eds) Gartner, W., Lime, D., CABI, Wallingford. pp. 299-308
28. Ministarstvo poljoprivrede (Ministry of Agriculture) (2008) Strategija ruralnog razvoja RH 2008. – 2013. Dostupno na: www.mps.hr/userdocsimages/strategije/strategija_rr_19-05-081.doc (20.06.2014)
29. Miščin, L., Mađer, B. (2008) *Aktualno stanje turizma na ruralnom prostoru Hrvatske 2008*. HGK, Sektor za turizam. Zagreb: Dostupno na: <http://www.hgk.hr> (20.06.2014)
30. Nair, V., Munikrishnan, U.T., Rajaratnam, S.D., King, N. (2015) Redefining

- Rural Tourism in Malaysia: A Conceptual Perspective. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. Vol. 20. No. 3. pp. 314-337
31. OECD (1994) *Tourism strategies and Rural Development*. Paris.
32. Oppermann, M. (1996) Rural tourism in Southern Germany. *Annals of Tourism Research*. Vol. 23. No. 1. pp. 86-102
33. Pearce, D. (1989) *Tourism Development*. (2nd ed.) New York: Longman Scientific and Technical with John Wiley and Sons.
34. Peña, A.I.P., Jamilena, D.M.F., Molina, M.A.R. (2012) The perceived value of the rural tourism stay and its effect on rural tourist behaviour. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 28. No. 8. pp. 1045-1065
35. Pesonen, J., Komppula, R., Kronenberg, C., Peters, M. (2011) Understanding the relationship between push and pull motivations in rural tourism. *Tourism Review*. Vol. 66. No. 3. pp. 32-49
36. Petrić, L. (2006) Izazovi razvoja ruralnog turizma – dosadašnja praksa u Europi i reperkusije na Hrvatsku. *Acta Turistica*. Vol. 8. No. 2. pp. 138-170
37. Pröbstl-Haider, U., Melzer, V., Jiricka, A. (2014) Rural tourism opportunities, strategies and requirements for destination leadership in peripheral areas. *Tourism Review*. Vol. 69. No. 3. pp. 216-228
38. Roberts, L. Hall, D. (2001) *Rural tourism and recreation: Principles to Practice*. Oxon, CABI.
39. Ružić, P. (2009) *Ruralni turizam*. Poreč: Institut za poljoprivredu i turizam.
40. Ružić, P. (2012) Analiza posebnosti i percepcije ruralnog turizma Istre. *Ekonomska misao i praksa*. Godište XXI. Br. 1. Dubrovnik. pp. 217-238
41. Ružić, P., Demonja, D. (2013) Prirodna i antropogena osnova turizma Hrvatske. *Sociologija i prostor*. Vol. 51, 195. No. 1. pp. 45-65
42. Simkova, E. (2007) Strategic approaches to rural tourism and sustainable development of rural areas. *Agricultural Economics*. Vol. 53. No. 6. pp. 263-270
43. Srića, V. (2010) *Hrvatska 2020*. Profil. Zagreb.
44. Strategija razvoja turizma u Hrvatskoj do 2020. godine (2013) (Croatian Tourism Development Strategy until 2020) *Ministarstvo turizma RH i Institut za turizam Zagreb /NN 55/2013*. Dostupno na: <http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf> (15.11. 2015)
45. Thomson, C.S. (2004) Host produced rural tourism. *Annals of Tourism research*. Vol. 31. No. 3. pp. 580-600
46. UNWTO (2004) *Rural Tourism in Europe: Experiences, development and perspectives*. Madrid.

Primljeno: 31. listopada 2015.

/ Submitted: 31 October 2015

Prihvaćeno: 30. studenog 2015.

/ Accepted: 30 November 2015