

TURIZAM ZNANJA – OBRAZOVNI TEMELJI ZA TRANSFORMACIJU RURALNIH DESTINACIJA

KNOWLEDGE TOURISM - EDUCATIONAL FOUNDATIONS FOR TRANSFORMATION OF RURAL DESTINATIONS

Tihana SUDARIĆ

Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek
Vladimira Preloga 1, Osijek,
Republika Hrvatska
tihana.sudaric@fazos.hr

Received/Primljeno: 28. 5. 2025.

Accepted/Prihvaćeno: 12. 12. 2025.

Original scientific paper/Izvorni znanstveni rad

UDK / UDC: 338.48:63

[338.48+711.3] (497.54)

SAŽETAK

Razvoj ruralnog turizma zahtijeva integrirani pristup koji obuhvaća obrazovne, stručne i istraživačke aspekte kako bi se osigurala konkurentnost i održivost destinacija. U tom procesu, ključnu ulogu imaju različiti oblici obrazovanja koji omogućuju stjecanje vještina i kompetencija potrebnih za uspješno upravljanje ruralnim turističkim destinacijama. Formalno obrazovanje, kroz visokoškolske ustanove i strukovne škole, pruža temeljne teorijske osnove, dok neformalno obrazovanje nudi fleksibilnije i praktične mogućnosti za usavršavanje. Ovo istraživanje usmjereno je na analizu kvalitativnih obilježja nositelja ruralnih turističkih subjekata u Slavoniji i Baranji, s ciljem prikaza njihove obrazovne strukture, iskustva u obavljanju turističke djelatnosti te motivacije za stjecanje potrebnih znanja i vještina. Istraživački proces sadrži analizu primarnih i sekundarnih izvora podataka, te je kompilacijom rezultata istraživanja zaključeno kako su potrebna nova znanja u ruralnom turizmu kako bi se unaprijedila konkurentnost i održivost ruralnih destinacija. U analizi podataka korištena je deskriptivna statistika kako bi se opisao uzorak (struktura udjela, frekvencije, aritmetička sredina, standardna devijacija), a od neparametrijskih testova korišten je Kruskal - Wallis test rangova vezanih uz analizu podataka povezanih s obrazovanjem, radnim statusom i zaposlenosti u turističkom sektoru. Prema specifičnostima ruralno-turističkih područja potrebno je razvijati vještine u upravljanju mikro-turizmom, promociji lokalnih proizvoda i digitalnim alatima. Preporuka je razvijati inovativne pristupe koji uključuju održavanje autentičnosti lokalne kulture i tradicije, što značajno doprinosi povećanju turističke ponude i zadovoljstvu posjetitelja.

Ključne riječi: Slavonija i Baranja, ruralni turizam, obrazovanje, zaposlenost

Keywords: Slavonia and Baranja, rural tourism, education, employment

UVOD

Slavonija i Baranja s geo-turističkog aspekta nudi autentične doživljaje kroz prirodne ljepote, lokaciju, kulturne manifestacije, vinske ceste, kulinarsku ponudu i slično, čime se pozicionira kao važna destinacija za razvoj održivog turizma kao oblika regionalne kulturne baštine. Ključnu ulogu u razvoju specifičnih znanja i vještina imaju različite forme obrazovanja, bilo formalne ili neformalne, koje omogućuju razvoj potrebnih vještina i kompetencija za uspješno upravljanje ruralnim turističkim destinacijama. Formalno obrazovanje, kroz visokoškolske institucije i strukovne škole, nudi temeljne teorijske osnove, dok neformalno obrazovanje pruža fleksibilnije i praktične mogućnosti za usavršavanje. Prema istraživanjima Smolčić i Milohnić (2018) utvrđen je dodatni prostor u implementaciji posebnih formalnih obrazovnih programa za ruralni turizam poduzetništva kao i programa cjeloživotnog obrazovanja kako bi se osigurala dodana kvaliteta i nova znanja uz poštivanje održivog razvoja ruralnih područja i

na taj način doprinijelo koristima lokalnog stanovništva i tržišnoj konkurentnosti. Potrebna je snažnija integracija ruralnog turizma u sustave obrazovanja uz poseban naglasak na kontinuiranom razvoju programa cjeloživotnog obrazovanja prilagođenih specifičnostima ruralnih područja i uz potporu lokalne zajednice.

Istraživanje ima za cilj analizirati ruralno turističke subjekte u Slavoniji i Baranji, te utvrditi obrazovnu strukturu, razinu iskustva u obavljanju turističke djelatnosti kao i mogućnosti ka stjecanju potrebnih znanja i vještina nositelja ruralno turističkih subjekata. S obzirom na dinamične promjene u okruženju i nove izazove, cjeloživotno obrazovanje postaje neophodno za održavanje konkurentnosti i prilagodbu novim trendovima. Među tim trendovima izdvajaju se nove tehnologije, koje omogućuju inovativne pristupe u promociji i upravljanju ruralnim destinacijama, te *storytelling*, *storydoing* i *storysharing*, koji pružaju emotivnu povezanost s posjetiteljima i stvaraju jedinstvene doživljaje. Uz to, ekonomija doživljava i upravljanje vremenom gostiju postaju sve važniji za pružanje personaliziranih iskustava, dok upravljanje projektnim ciklusom omogućuje uspješno planiranje i implementaciju turističkih projekata. Autori Deže i sur. (2023/2) naglašavaju važnost inovacija u sustavu obrazovanja kroz projekt RUR'UP (2020 – 2022) čiji je cilj bio inovativno obrazovanje za održivi razvoj perifernih ruralnih područja. Primjenjivost projekta ogleda se u elektroničnoj platformi za učenje odraslih u Europi (EPALE 2023), koja pohranjuje virtualnu banku studija slučaja. Također i autori Kantar i sur. (2021) analiziraju poučavanje i obrazovanje kroz projektni pristup koji je aktualan, inovativan i društveno koristan zbog uporabe različitih praktičnih metoda i novih alata koji mogu doprinijeti aktiviranju i jačanju društvenog kapitala kojeg je važno graditi u široj društvenoj zajednici. Osim praktičnih vještina, edukacija za ruralni turizam uključuje i važnu komponentu u interpretaciji ruralne baštine, koja doprinosi očuvanju kulturnih i prirodnih resursa.

METODOLOGIJA RADA

Za potrebe ovog istraživanja provedeno je empirijsko ispitivanje ruralnih turističkih subjekata u Slavoniji i Baranji, pri čemu je korišten statistički značajan uzorak od 46 ispitanika. Istraživanje je provedeno tijekom 2024. godine. Ciljevi istraživanja definirani su kako bi se utvrdio utjecaj obrazovanja, znanja i vještina potrebnih za razvoj turističke djelatnosti, s posebnim naglaskom na ekonomske i sociokulturne aspekte. U istraživanja formulirana su specifična pitanja na koja su odgovarali nositelji ruralnih turističkih subjekata, iskazujući svoje slaganje ili neslaganje s navedenim tvrdnjama. Anketna pitanja oblikovana prema principima Likertove skale, pri čemu su odgovori omogućili kvantitativnu procjenu razine slaganja ispitanika kroz pet-stupanski sustav vrednovanja. U svrhu provedbe istraživačkog procesa korišten je Google obrazac koji je distribuiran svima evidentiranim u bazi podataka turističkih zajednica: Baranja, Draž, Erdut i Bilje. Anketni upitnik sadržavao je sljedeće kategorije pitanja:

- sociodemografska pitanja (dob, spol, obrazovanje, mjesto djelatnosti i slično)
- percepcije ispitanika o značaju i primjenjivosti ekonomskih komponenti u razvoju ruralnog turizma
- percepcije ispitanika o značaju i primjenjivosti sociokulturnih komponenti u razvoju ruralnog turizma

Tijekom obrade prikupljenih podataka korištene su različite metode deskriptivne statistike, odgovarajuće metode diferencijalne statistike te odabrane tehnike multivarijantne analize. Podaci su analizirani pomoću statističkog programskog paketa SPSS Statistic V30. Korištena je deskriptivna statistika za analizu podataka uzorka istraživanja (struktura udjela, frekvencije, aritmetička sredina, standardna devijacija). Od parametarskih testova, korištena je jednostavna analiza varijance ANOVA, koja nije pokazala statistički značajne razlike, te je iz tog razloga korišten Kruskal Wallis neparametarski test koji je pokazao statistički značajne razlike gdje su razine značajnosti označene sa $p < 0,05$ (*), $p < 0,01$ (**). Primjenom Kruskal-Wallis (H test) međusobno se uspoređuju tri ili više nezavisnih skupina podataka s podacima koji po svojoj prirodi imaju ordinalnu skalu. Tijekom obrade podataka prikazane su isključivo

varijable gdje je H test pokazao statistički značajne razlike odnosno korelacije s obrazovanjem, radnim statusom i zaposlenosti u turističkom sektoru.

REZULTATI I RASPRAVA

Kako bi se utvrdio utjecaj obrazovanja, znanja i vještina potrebnih za razvoj ruralne turističke djelatnosti, s posebnim naglaskom na ekonomske i sociokulturne aspekte proveden je anketni upitnik (N=46) nositelja turističkih gospodarstava iz Slavonije i Baranje, iz 7 općina i 1 grada. Najzastupljenija u uzorku, gotovo polovica uzorka, su turistička gospodarstva iz općine Draž (F=20; 46 %), a slijede općine Bilje (F=8; 17 %) i Kneževi Vinogradi (F=7; 15 %), te općine Čeminac i Erdut (F=3; 7 %). Najslabije su zastupljene općine Darda, s 2 ili 4 % turističkih gospodarstava, te Popovac s 1 ili 2,2 %. Uzorak obuhvaća i 2 turistička gospodarstva iz grada Belog Manastira. Prema spolnoj strukturi, u uzorku je 39 % muškaraca i 61 % žena, kako je prikazano slijedećom tablicom:

Prosječna dob ispitanika je 49 godina u rasponu godina od 24 do 72 godine. Trećinu uzorka čine oni dobne skupine starosti od 44-50 godina (F=15; 33 %), dok je podjednako (F=11; 24 %) onih starosti od 34-43 godina starosti, te onih 54-63 godina starosti. Najmanje je onih starijih od 64 godine koji su nositelji turističkih gospodarstava (F=5; 11 %), te onih najmlađih 24-33 godina starosti (F=4; 9 %). Prema obrazovanju, u uzorku je 59 % nositelja turističkih gospodarstava sa završenom srednjom školom, te 41 % onih s razinom visokog obrazovanja. Prema radnom statusu, dvije trećine nositelja je zaposlena izvan sektora turizma (65 %), te povremeno rade na vlastitom turističkom objektu. Manjina

Tablica 1. Sociodemografska obilježja ispitanika

Varijable	N	Struktura udjela (%)	Mo
Spol	Muško	18	39,1
	Žensko	28	60,9
Obrazovanje	Srednja školska sprema	27	58,7
	Visoko obrazovanje	19	41,3
Dobna struktura	24-33	4	8,7
	34-43	11	23,9
	44-53	15	32,6
	54-63	11	23,9
	64-72	5	10,9
Radno iskustvo	Zaposleni i izvan sektora turizma	30	65,2
	Zaposleni isključivo u turističkom sektoru	16	34,8
Praktično turističko iskustvo	Ne	38	82,6
	Da	8	17,4
Trajanje bavljenja turizmom	1 godina	8	17,4
	2 godine	11	23,9
	3-5 godina	7	15,2
	5-10 godina	8	17,4
	11-20 godina	6	13,0
	21-30 godina	5	10,9
	> 31 godina	1	2,2

Izvor: obrada autora

od 16 % radi samo na svom turističkom gospodarstvu. Prosječno turizmom se ispitanici bave 3 i pol godina ($Mdn=3,5$), iako je prosječna vrijednost trajanja bavljenja turizmom puno veća ($Mo=7,7$), taj podatak ne odražava dobro podatke zbog malog broja onih koji se izuzetno dugo bave turizmom i koji je umjetno povećao iznos prosječne vrijednosti na varijabli. Preko polovice nositelja se do 5 godina bavi turizmom, pri čemu 24 % se turizmom bavi 2 godine, 17 % godinu dana, a 15 % ih se bavi turizmom između 3 i 5 godina. Između 5 i 10 godina turizmom se bavi dodatnih 17 % ispitanika. Dakle, četvrtina uzorka se turizmom bavi više od 10 godina, pri čemu 13 % ih se bavi turizmom između 11 i 20 godina, a 11 % između 21 i 30 godina. Konačno, u uzorku je i jedan ispitanik koji se turizmom bavi duže od 30 godina.

U najvećem broju radi se o posjedovanju i upravljanju kućama za odmor (59 %), a u manjem broju je riječ o registriranom obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu (20 %), te apartmanima (13 %). Najmanje je onih koji imaju sobe (4 %), te pansione i kamp (2 %). Gotovo tri četvrtine uzorka je kupilo svoja turistička gospodarstva (72 %), dok ih je 24 % naslijedilo. Tek 4 % uzorka ima turističke objekte u zakupu.

Radnu snagu na turističkim gospodarstvima u 87 % slučajeva čine članovi obitelji. Turistička gospodarstva koriste povremene radnike koji nisu članovi obitelji (4 ili 9 %), te stalne radnike koji nisu članovi obitelji (7 ili 15 %). Polovica turističkih gospodarstava obuhvaćenih ispitivanjem nema stalnih zaposlenika, 28 % ih ima jednog stalnog zaposlenika, a 20 % dva zaposlenika. Samo jedno turističko gospodarstvo u uzorku ima 3 stalna zaposlenika. Može se zaključiti kako dvije trećine uzorka rade izvan turističkog sektora i povremeno rade na vlastitom turističkom gospodarstvu. Kada je u pitanju struktura gostiju turističkih gospodarstava, najvećim dijelom se radi o stranim gostima; samo 4 ispitanika ili 9 % ispitanika bilježi da je taj udio stranih gostiju do 30 %. Oko polovice ili blago više (50-60 %) stranih gostiju ima 10 ili 22 % ispitanika. Čak polovica (23 ispitanika) procjenjuje da je udjel stranih gostiju 70 % ili više, od čega 12 ili 26 % smatra da je udio stranih gostiju 90 % ili veći.

Formalno obrazovanje nositelja ruralno turističkih subjekata Slavonije i Baranje

Prema istraživanjima autora Jež Rogelj i sur. (2019) postoji snažna pozitivna korelacija između obrazovanosti stanovništva i BDP-a po stanovniku ($r=0,877$, $p<0,01$) te između udjela visokoobrazovanih i indeksa razvijenosti županija u Hrvatskoj ($r=0,8457$, $p<0,01$). Slična povezanost postoji i u poljoprivredi, gdje obrazovanje poljoprivrednika pozitivno utječe na razvijenost sektora u EU ($r=0,4534$, $p<0,05$). Budući da mlađi i obrazovaniji poljoprivrednici brže prihvaćaju inovacije, trenutna dobna i obrazovna struktura hrvatskih poljoprivrednika (38,74 % starijih od 65 godina, 5,96 % bez osnovne škole, 21,71 % s osnovnom školom) otežava brzi razvoj, no važno je raditi na poboljšanju tih pokazatelja. Obrazovanje koje je vezano s poslovanjem obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava također je prema istraživanjima Ivanković i sur. (2024) nezadovoljavajuće te zaključuju kako je obrazovanje i kontinuirano učenje ključno za uspješno vođenje obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava. Znanje i vještine su bile visoko cijenjene u odnosu na vrijeme i novac uloženi u stjecanje novih znanja (Deže i sur., 2023/1.). Vezu između inovacija i poduzetničkog ponašanja istraživali su Autade i sur. (2023), koji su prepoznali potrebu za intenziviranjem obrazovnih napora kako bi se poljoprivrednicima predstavile inovativne tehnologije i motivirali ih na stjecanje novih znanja.

Tablica 2. prikazuje deskriptivnu statistiku za tri ponuđene tvrdnje, uspoređene prema obrazovnom statusu ispitanika kroz dvije varijable: srednja stručna sprema (SSS) i visoka stručna sprema (VSS). Prikazane su vrijednosti za broj sudionika (N), aritmetičku sredinu (Mean), standardnu devijaciju (SD) i medijan (Mdn) za svaku skupinu. Analizom prve tvrdnje *Ponuđene edukacije su aktualne i kvalitetne može se zaključiti kako ispitanici sa SSS iskazuju viši stupanj slaganja (M = 3.00) s tvrdnjom u usporedbi s ispitanicima s VSS (M = 2.32)*. S obzirom na Likertovu skalu (1-5), ovo ukazuje da osobe s nižim obrazovanjem percipiraju edukacije kao kvalitetnije i aktualnije nego osobe s višim obrazovanjem. Obje skupine pokazuju relativno visoku standardnu devijaciju (>1), što upućuje na raznolikost odgovora unutar svake skupine. Kod druge tvrdnje *Potrebna su nova znanja i vještine*, ispitanici sa SSS imaju višu prosječnu ocjenu (M = 4.04) u odnosu na VSS (M = 3.42), što sugerira da osobe sa srednjom stručnom spremom percipiraju veću potrebu za dodatnim znanjima i vještinama. Medijan za SSS je viši (4.00) nego za VSS (3.00), što dodatno potvrđuje ovaj trend. Prema tvrdnji *Vjernost posjetitelja je važna*

Tablica 2. Statistički značajne varijable prema obrazovnom statusu

Ponudene edukacije su aktualne i kvalitetne				
Varijable	N	Mean	SD	Mdn
SSS	27	3.000	1.144	3.000
VSS	19	2.316	1.157	2.000
Potrebna su nova znanja i vještine				
SSS	27	4.037	1.091	4.000
VSS	19	3.421	0.902	3.000
Vjernost posjetitelja je važna i krucijalna				
SSS	27	3.778	0.801	4.000
VSS	19	4.526	0.697	5.000

Izvor: obrada autora

i krucijalna može se zaključiti kako ispitanici s VSS ocjenjuju ovu tvrdnju znatno višom ($M = 4.53$, $Mdn = 5.00$) od ispitanika sa SSS ($M = 3.78$, $Mdn = 4.00$) što pokazuje kako osobe s višim obrazovanjem izraženije naglašavaju važnost vjernosti posjetitelja.

Kroz testiranje sociokulturnih i ekonomskih doprinosa primjenjujući Kruskal-Wallis H test nije se uočila statistički značajna razlika između razine obrazovanja i pojedinih tvrdnji koje su također testirane a povezane su s učestalosti sudjelovanja ispitanika na stručnim edukacijama, učestalost komunikacije na stranim jezicima, nasljeđivanje kroz generacijski nastavak poslovanja, značaj obiteljske podrške, suradnje, primjene etičkog ponašanja, komunikacijskih vještina i slično. Iz analiziranih rezultata Kruskal-Wallis H testa proizlazi kako u slučaju tri tvrdnje postoji statistički značajna razlika.

U tablici 3. se testira utjecaj razine obrazovanja (SSS – srednja stručna sprema; VSS – visoka stručna sprema) na percepciju ispitanika prema tri tvrdnje. Za svaku od navedenih stavova izračunata je vrijednost H-testa, broj stupnjeva slobode ($df = 1$) te p-vrijednost. Rezultati Kruskal-Wallis H testa upućuju kako stav o potrebi za novim znanjima i vještinama, kao i važnosti vjernosti posjetitelja, značajno varira ovisno o obrazovnoj strukturi ispitanika. To sugerira da osobe s višim stupnjem obrazovanja (VSS) statistički značajno drugačije procjenjuju važnost cjeloživotnog učenja i lojalnosti posjetitelja u odnosu na ispitanike sa SSS. Iako percepcija aktualnosti i kvalitete edukacija nije dosegla konvencionalnu razinu značajnosti ($p = 0.051$), rezultat se nalazi na granici statističke značajnosti, što može ukazivati na trend koji bi mogao postati značajan u većem uzorku.

Formalni stupovi obrazovanja u ruralnom turizmu prvenstveno su vezani za Sveučilišta, srednje škole, različite istraživačke institucije, stručnjake i savjetodavna tijela. Neformalna obrazovanja nude lokalne turističke zajednice kao i županijski uredi za razvoj turizma. Kao dio obrazovanja i osposobljavanja u turizmu Tubić (2019) navodi važnost uloga: znanja i diseminacija, potpornih politika i strategija razvoja, izgradnju kapaciteta i obuka kao i specifičnih savjeta i ekspertiza u ruralnom turizmu.

Tablica 3. Testiranje relativne frekvencije neparametrijskim testom Kruskal-Wallis (H test)

Obrazovanje (SSS/VSS)	H	df	p
Ponudene edukacije su aktualne i kvalitetne	3.80	1	0.051
Potrebna su nova znanja i vještine	4.06	1	0.044
Vjernost posjetitelja je važna i krucijalna	8.94	1	0.003

Kruskal-Wallis H, df – stupnjevi slobode, p vrijednost - razina značajnosti (ns nema značajnosti, *0,05, **0,01, ***0,001)

Stručna praksa i dualni sustav obrazovanja aktivno doprinose povezivanju obrazovnih institucija s poslovnim sektorom, omogućujući sudionicima stjecanje praktičnog iskustva i razvoj specifičnih vještina potrebnih u sektoru turizma. Ovaj pristup omogućuje sudionicima da se upoznaju s izazovima i perspektivama ruralnog turizma, pripremajući ih za tržište rada. U kontekstu obrazovnih sustava, Hrvatski kvalifikacijski okvir (HKO) predstavlja važan alat za povezivanje obrazovnih programa s tržištem rada, omogućujući usklađivanje kvalifikacija s potrebama sektora ruralnog turizma. HKO osigurava da stečena znanja i vještine budu relevantni i primjenjivi, čime se doprinosi razvoju ali i prepoznatljivošću stručnjaka koji su ključni za uspješno upravljanje i promociju ruralnog turizma.

Ruralni turizam u uvjetima dinamičkog razvoja treba biti održiv što podrazumijeva očuvanje, kako fizičkog tako i društvenog okruženja, odnosno materijalnih ali i nematerijalnih resursa lokalnih ruralnih zajednica. Upravo je za ruralni turizam primjena ove koncepcije u praksi iznimno važna. Prema Smolčić Jurdana (2018) turizam, kao i svaka ekonomska aktivnosti, polučuje pozitivne i negativne posljedice. Održivim razvojem ruralnog turizma treba maksimizirati koristi od turizma i istovremeno minimizirati štete ili troškove, te usmjeriti i limitirati turistički razvoj sukladno zahtjevima održivog razvoja turizma.

Zbog toga se potrebe poduzetnika za novim znanjima ogledaju u širokom spektru kompetencija, koje su primjenjive kako u vođenju vlastitog poslovanja, tako i na različitim mjestima u različitim industrijama. Razvijanje poduzetničkog načina razmišljanja i pristupa radu može značajno unaprijediti sposobnost zaposlenika da se snađu u složenima situacijama, inoviraju, te učinkovito upravljaju projektima i timovima (Koprivnjak Popović i sur. 2024).

Radni status nositelja ruralno turističkih subjekata

Moderni koncept društveno odgovornog poslovanja postao je svakodnevna praksa mnogim uspješnim i ekološki osviještenim poduzećima diljem svijeta. Poduzeća nastoje uskladiti svoje poslovanje s okolišem, aktivno pridonoseći poboljšanju zajednice, dok istovremeno ostvaruju poslovne ciljeve i osiguravaju konkurentne prednosti na tržištu. Ključ uspjeha leži u usklađivanju strategija s društvenim zahtjevima i pomoći u rješavanju globalnih problema (Primorac, 2024). Važnost obrazovanja omogućuje pojedincima i organizacijama bolje razumijevanje potreba društva, etičkih smjernica i održivih praksi. Kroz obrazovanje, sudionici mogu steći znanja koja im omogućuju primjenu društveno odgovornog poslovanja, čime doprinose općoj dobrobiti društva, očuvanju okoliša i dugoročnoj održivosti.

Tablica 4. prikazuje pet varijabli koje odražavaju stavove i percepciju zaposlenika prema različitim aspektima rada u turizmu, uspoređene prema njihovom radnom statusu. Ispitanici zaposleni isključivo u sektoru turizma ocjenjuju tvrdnju *Uvođenje inovacija, novih usluga i turističkih proizvoda* znatno višom prosječnom ocjenom ($M = 3.50$) u odnosu na one koji su zaposleni i izvan sektora turizma ($M = 2.50$). Ova razlika može ukazivati na veću angažiranost i senzibilitet zaposlenika unutar sektora turizma prema inovacijama, što je vjerojatno povezano s njihovom izravnom uključenosti u djelatnosti koje zahtijevaju stalna poboljšanja i prilagodbe tržištu. Sličan trend je vidljiv i kod percepcije važnosti baze kontakata posjetitelja: zaposleni isključivo u turizmu ocjenjuju je važnijom ($M = 3.50$) nego zaposlenici koji rade i izvan sektora ($M = 2.73$). Ova baza predstavlja ključni resurs za upravljanje odnosima s posjetiteljima, a zaposleni u turizmu su svjesniji njene važnosti za poslovni uspjeh. Najvišu prosječnu ocjenu ($M = 4.50$) daju zaposlenici isključivo u sektoru turizma tvrdnjom o važnosti vjernosti posjetitelja, odnosno ponovnim posjetom starih gostiju, dok je grupa zaposlenih i izvan sektora nešto manje naglasila važnost vjernosti posjetitelja ($M = 3.87$). Vjernost posjetitelja je važan čimbenik za stabilnost i rast turističkih poduzeća, što zaposlenici u turizmu prepoznaju kao ključni strateški element. Zaposlenici unutar sektora turizma daju veću ocjenu važnosti realizacije razvojnih vizija ($M = 3.94$) nego oni zaposleni izvan sektora ($M = 3.30$). Ovakva razlika može biti posljedica većeg razumijevanja važnosti strateškog planiranja i vizionarskog pristupa unutar sektora. Zaposleni isključivo u turizmu ocjenjuju volonterski rad kao značajniji ($M = 3.19$) u odnosu na zaposlene i izvan sektora ($M = 2.40$). Ova razlika ukazuje na veću povezanost zaposlenika u turizmu s lokalnom zajednicom, vjerojatno zbog izravnog utjecaja turizma na lokalni razvoj i socijalnu koheziju.

Tablica 4. Statistički značajne varijable prema radnom statusu

Uvođenje inovacija, novih usluga i turističkih proizvoda				
Varijable	N	Mean	SD	Mdn
zaposlen isključivo u sektoru turizma	16	3.500	0.894	3.500
zaposlen i izvan sektora turizma	30	2.500	1.167	2.000
Postojanje baze kontakata posjetitelja				
zaposlen isključivo u sektoru turizma	16	3.500	0.730	3.000
zaposlen i izvan sektora turizma	30	2.733	1.311	3.000
Vjernost posjetitelja				
zaposlen isključivo u sektoru turizma	16	4.500	0.516	4.500
zaposlen i izvan sektora turizma	30	3.867	0.900	4.000
Realizacija razvojnih vizija i očekivanja				
zaposlen isključivo u sektoru turizma	16	3.938	0.854	4.000
zaposlen i izvan sektora turizma	30	3.300	0.750	3.000
Volonterski rad u svrhu dobrobiti lokalne zajednice				
zaposlen isključivo u sektoru turizma	16	3.188	0.911	3.000
zaposlen i izvan sektora turizma	30	2.400	1.070	2.000

Izvor: obrada autora

Tablica 5. Testiranje relativne frekvencije neparametrijskim testom Kruskal-Wallis (H test)

Radni status (zaposlen isključivo u sektoru turizma/ zaposlen i izvan sektora turizma)	H	df	p
Uvođenje inovacija, novih usluga i turističkih proizvoda	8.76	1	0.003
Postojanje baze kontakata posjetitelja	4.71	1	0.030
Vjernost posjetitelja	5.54	1	0.019
Realizacija razvojnih vizija i očekivanja	5.54	1	0.019
Volonterski rad u svrhu dobrobiti lokalne zajednice	6.26	1	0.012

Kruskal-Wallis H, df – stupnjevi slobode, p vrijednost - razina značajnosti (ns nema značajnosti, *0,05, **0,01, ***0,001)

Radni status ima značajan utjecaj na percepciju ključnih turističkih vrijednosti. Primjenom Kruskal-Wallis H testa sve analizirane varijable pokazale su statistički značajne razlike između tvrdnji, pri čemu ispitanici zaposleni isključivo u sektoru turizma sustavno više cijene:

- Inovacije i razvoj novih usluga
- Upravljanje bazama kontakata
- Vjernost posjetitelja
- Stratešku realizaciju razvojnih ciljeva
- Doprinos lokalnoj zajednici kroz volonterski rad

Zaposleni izvan sektora turizma pokazuju nižu razinu senzibiliteta prema ključnim komponentama turističkog razvoja. To može biti rezultat manjeg profesionalnog angažmana, niže razine informiranosti ili višestrukih profesionalnih interesa. U konačnici, rezultati upućuju na značajnu ulogu profesionalne pripadnosti sektoru. Naime prema Kruskal-Wallis H testu potvrđeno je kako profesionalna direktna uključenost u turistički sektor oblikuje percepcije, vrijednosti i ponašanja pojedinaca. Zaposleni u turizmu ne samo da razumiju operativne aspekte sektora, već i širi društveni i strateški kontekst (Tablica 5.).

Kroz testiranje sociokulturnih i ekonomskih doprinosa primjenjujući Kruskal-Wallis H test nije se uočila statistički značajna razlika između radnog statusa i pojedinih pitanja povezanih sa rastom prihoda, brojem rezervacija, zapošljavanjem novih djelatnika (turistički obrazovanih), suradnjom s konkurencijom i slično.

Iskustvo u obavljanju turističke djelatnosti (informalno obrazovanje)

Turizam je jedan od najvažnijih gospodarskih sektora u svijetu, sa značajnim utjecajem na okoliš, uključujući negativne učinke uzrokovane turizmom kao i neprimjereno ponašanje posjetitelja tijekom turističke aktivnosti. Omogućavanjem informalnih obrazovnih aktivnosti, turizam također ima obrazovnu ulogu koja vodi pozitivnim i korisnim ishodima učenja koji mogu utjecati na okoliš ali i na različite druge stavove (Machado Toffolo M., 2022).

Sa strane nositelja ruralno turističkih subjekata postoji »iskustvena nota« bavljenja u turizmu bez obzira na formalno ili neformalno učenje. Ovo informalno znanje zasigurno utječe i pospješuje turističku djelatnost. U analiziranom statističkom uzorku 82,6 % ispitanika nema iskustva u bavljenju turizmom, odnosno ovo im je prvo zaposlenje u turizmu.

Tablica 6. prikazuje usporedbu dviju skupina ispitanika (bez iskustva u turizmu/s iskustvom u poslovanju). Ispitanici sa iskustvom u turizmu prema tvrdnji o primjenjivosti *Etičkog ponašanja s posjetiteljima i dionicima* daju najvišu ocjenu ($M = 5.00$, $SD = 0.000$), što znači potpunu i jednoglasnu sugla-

Tablica 6. Statistički značajne varijable prema praktičnom iskustvu u ruralnom turizmu

Varijable	N	Mean	SD	Mdn
Etičko ponašanje s posjetiteljima i ostalim tržišnim dionicima				
Bez iskustva u turizmu (prvo zaposlenje)	38	4.289	1.293	5.000
Iskustvo u poslovanju	8	5.000	0.000	5.000
Oblikovanje lokalnog razvoja kroz udruge, zadruga, klastere ili neko drugo partnersko djelovanje				
Bez iskustva u turizmu (prvo zaposlenje)	38	2.658	1.458	2.000
Iskustvo u poslovanju	8	3.875	1.632	4.500
Zapošljavanjem novih, turistički obrazovanih ljudi				
Bez iskustva u turizmu (prvo zaposlenje)	38	2.421	1.061	2.000
Iskustvo u poslovanju	8	3.375	1.081	3.500
Uvođenje inovacija, novih usluga i turističkih proizvoda				
Bez iskustva u turizmu (prvo zaposlenje)	38	2.632	1.125	3.000
Iskustvo u poslovanju	8	3.875	0.835	4.000
Kontinuitet dolaska posjetitelja tijekom godine - sezonalnost				
Bez iskustva u turizmu (prvo zaposlenje)	38	3.237	0.913	3.000
Iskustvo u poslovanju	8	3.875	0.835	4.000
Zadovoljstvo porezima, doprinosima, troškovima poslovanja				
Bez iskustva u turizmu (prvo zaposlenje)	38	2.447	1.061	3.000
Iskustvo u poslovanju	8	1.625	1.005	1.000
Realizacija razvojnih vizija i očekivanja				
Bez iskustva u turizmu (prvo zaposlenje)	38	3.395	0.755	3.000
Iskustvo u poslovanju	8	4.125	0.991	4.500
Volonterski rad u svrhu dobiti lokalne zajednice				
Bez iskustva u turizmu (prvo zaposlenje)	38	2.526	1.084	3.000
Iskustvo u poslovanju	8	3.375	0.744	3.000

Izvor: obrada autora

snost o važnosti etike. Naime praktično iskustvo povećava svijest o etičkim aspektima poslovanja. Etika se ne percipira kao teorijska vrijednost, već kao ključna praksa u odnosu s posjetiteljima i suradnicima. Ispitanici sa iskustvom u turizmu prema tvrdnji *Oblikovanje lokalnog razvoja kroz različite oblike suradnje* imaju višu prosječnu ocjenu ($M = 3.875$) nego ispitanici bez iskustva u turizmu ($M = 2.658$). Ispitanici s iskustvom u turizmu više prepoznaju važnost partnerskih mreža i suradničkih modela za lokalni razvoj. Isto tako iskusni ispitanici u turizmu više cijene važnost kvalificirane radne snage ($M = 3.375$ vs. $M = 2.421$), uvođenje inovacija i novih usluga ($M = 3.875$ vs. $M = 2.632$), važnosti kontinuiteta dolazaka posjetitelja ($M = 3.875$), volonterski rad kao dobrobit zajednici ($M = 3.375$ vs. $M = 2.526$) kao i realizaciju razvojnih vizija i ciljeva ($M = 4.125$ vs. $M = 3.395$), što omogućava konkretnije planiranje i realnije očekivanje razvoja, ali i sposobnost njegovog provođenja. Tvrdnju *Zadovoljstvo poreznim i poslovnim troškovima* bolje su ocijenili početnici u turizmu ($M = 1.625$ vs. $M = 2.447$). Ispitanici s iskustvom u poslovanju upoznati su sa barijerama u poslovanju, dok ispitanici bez iskustva još nemaju dovoljno teoretskog i operativnog znanja.

U tablici 7. prikazan je utjecaj iskustva u bavljenju turizmom (bez iskustva u turizmu/ iskustvo u poslovanju) na percepciju ispitanika prema sedam tvrdnji. Za svaku od navedenih stavova izračunata je vrijednost H testa, broj stupnjeva slobode ($df = 1$) te p-vrijednosti. Statistički značajne razlike uočene su u 4 tvrdnje. Rezultati Kruskal-Wallis H testa upućuju kako postoji statistički značajna razlika između odgovora na percepciju važnosti zapošljavanja turistički obrazovanih osoba ($p = 0.036$), uvođenju inovacija i novih usluga ($p = 0.005$), volonterskom radu za lokalnu zajednicu ($p = 0.043$), koja je izražena kod ispitanika koji imaju iskustva u turizmu. Također su ispitanici s iskustvom u turizmu (17,4 %) nezadovoljni sa financijskim aspektima poslovanja koji su povezani sa porezima, troškovima, doprinosima i slično ($p = 0.033$). Nema statistički značajne razlike u tvrdnjama »Etičko ponašanje s posjetiteljima i ostalim tržišnim dionicima«, »Oblikovanje lokalnog razvoja kroz udruge, zadruge, klastere ili neko drugo partnersko djelovanje« i »Kontinuitet dolaska posjetitelja tijekom godine. Tvrdnja povezana sa ispunjavanjem osobnih očekivanja kroz razvojne vizije i očekivanja je vrlo blizu granici statističke značajnosti ($p = 0.051$), odnosno – može se pretpostaviti kako ispitanici sa iskustvom u poslovanju više vjeruju u razvojne mogućnosti.

Sociokulturni doprinos mjerjen je varijablama povezanim sa obrazovanjem, tradicijom ali i drugim razvojnim aktivnostima (komunikacijske vještine, informatičke i slično). U najvećoj mjeri ispitanici (91 %) su se složili kako svakodnevno koriste internet za poslovanje, a veliki postotak je izrazio i veliko slaganje s time da primjenjuju etičko ponašanje u komunikacijskim procesima (85 %). Dodatno, oko tri četvrtine ispitanika je iskazala visoku razinu slaganja s tvrdnjama da pričom (*storytelling*) čuvaju kulturu i način života lokalnog stanovništva (76 %) te da podržavajuća obiteljska situacija pridonosi razvoju (72 %), dok se oko dvije trećine ispitanika složilo i da komuniciraju na stranim jezicima (68 %) te da sudjeluju u lokalnim manifestacijama (61 %). Preko polovice ispitanika složilo se i da su im potrebna nova znanja (54 %), te da surađuju s turističkim agencijama i čuvaju tradicijsku arhitekturu na svom

Tablica 7. Testiranje relativne frekvencije neparametrijskim testom Kruskal-Wallis (H test)

Subjektima prvo zaposlenje u turizmu (da/ne)	H	df	p
Etičko ponašanje s posjetiteljima i ostalim tržišnim dionicima	3.26	1	0.071
Oblikovanje lokalnog razvoja kroz udruge, zadruge, klastere ili neko drugo partnersko djelovanje	3.45	1	0.063
Zapošljavanjem novih, turistički obrazovanih ljudi	4.39	1	0.036
Uvođenje inovacija, novih usluga i turističkih proizvoda	7.86	1	0.005
Kontinuitet dolaska posjetitelja tijekom godine - sezonalnost	2.80	1	0.094
Zadovoljstvo porezima, doprinosima, troškovima poslovanja	4.55	1	0.033
Realizacija razvojnih vizija i očekivanja	3.80	1	0.051
Volonterski rad u svrhu dobiti lokalne zajednice	4.08	1	0.043

Kruskal-Wallis H, df – stupnjevi slobode, p vrijednost - razina značajnosti (ns nema značajnosti, *0,05, **0,01, ***0,001)

turističkom objektu (52 %). Najmanji broj ispitanika je iskazalo visoku razinu slaganja s tvrdnjama da sudjeluju u natjecanjima i/ili natječajima (28 %), u izgradnji lokalnih razvojnih strategija (26 %) te na edukacijama (22 %), pri čemu je daleko najmanje ispitanika složilo da je aktualnost i kvaliteta ponude ponuđenih edukacija zadovoljavajuća.

Ekonomski doprinos mjeren je kao zadovoljstvo pojedinim aspektima poslovanja njihova turističkog gospodarstva. Najveće zadovoljstvo ispitanici su procijenili za vjernost posjetitelja (70 %), a preko polovice ispitanika je visoku razinu zadovoljstva procijenila još samo za suradnju s lokalnim konkurentima u svrhu zajedničke ponude hrane i usluga (52 %). Veći stupanj zadovoljstva dobile su još 3 tvrdnje (44 % ispitanika): rast prihoda, kontinuitet dolaska posjetitelja te ispunjenje osobnih očekivanja i vizija razvoja njihova turistička gospodarstva. Velika je skupina tvrdnji vezana uz prakse turističkih gospodarstava koje označavaju ekonomske doprinose s kojima se složilo između 20 % i 28 % ispitanika, među kojima su: dobrovoljni rad i suradnja bez financijske naknade (20 %), prodaja proizvoda na turističkom gospodarstvu (22 %), aktivnosti potpornih institucija (26 %), te postojanje baze kontakata s posjetiteljima (28 %). Daleko najmanje zadovoljstvo iskazano je za poreze, doprinose i troškove poslovanja čime zadovoljstvo iskazuje tek 11 % ispitanika.

ZAKLJUČAK

Obrazovanje, odnosno edukacija, inovacije i kontinuirano učenje su značajni činitelji za uspješno vođenje ruralnih turističkih subjekata. U kontekstu ruralnog turizma, važno je pratiti najnovija istraživanja u turističkoj djelatnosti kroz poslovne strategije i tržišne trendove kako bi se donijele odgovarajuće odluke koje poboljšavaju poslovne performanse. Prilagodba promjenjivim tržišnim potrebama i željama predstavlja ključni element strategija ruralnih turističkih subjekata. To uključuje implementaciju novih tehnologija, održivih praksi te prilagodbu promjenama na tržištu, čime se održava konkurentnost Slavonije i Baranje. Osim toga, očuvanje obiteljske tradicije kroz ruralni turizam postaje važna strategija jer stvara snažnu, autentičnu priču koja privlači potencijalne goste, čineći iskustvo u ruralnim područjima posebnim i jedinstvenim. U radu je primjenom Kruskal-Wallis (H test) međusobno uspoređivano više nezavisnih skupina podataka s podacima koji po svojoj prirodi imaju ordinalnu skalu. Tijekom obrade podataka prikazane su isključivo varijable gdje je test pokazao statistički značajne razlike a u korelaciji su sa obrazovanjem, radnim statusom i zaposlenosti u turističkom sektoru. Rezultati H testa pokazuju kako nositelji ruralno turističkih subjekata sa završenim srednjoškolskim obrazovanjem (58 %) smatraju kako su im potrebna nova znanja, ali i da su voljni educirati se. Ispitanici koji su specijalizirani u sektoru turizma (17,4 %), odnosno kojima je turizam jedino zaposlenje spremniji su za uvođenje novih proizvoda i usluga (inovacijama), te im predstavlja zadovoljstvo vjernost posjetitelja (ponovni posjeti starih gostiju). Također, im je važno postojanje baze posjetitelja te su otvoreni za dobrovoljni rad bez financijske naknade, a smatraju kako posao koji rade ispunjava njihova osobna očekivanja.

S obzirom na iznesene rezultate istraživanja, a sukladno specifičnostima ruralno-turističkih područja potrebno je razvijati vještine u upravljanju malim obiteljskim smještajima, promociji lokalnih proizvoda, održivom razvoju i digitalnim alatima. Potrebne su strukturne transformacije u obrazovnom sustavu kako bi kroz integraciju obrazovnih i stručnih pristupa, ruralni turizam mogao postati pokretač održivog razvoja, čuvar kulturne baštine i regenerator novih poduzetničkih prilika za lokalnu zajednicu.

LITERATURA

1. Autade, C D., Nigade, D.D. Pawar, R. S., & Sawant D. M. (2023). Entrepreneurial Behavior of Floriculture Growers. *Scientist*, 2(1).718-723.
2. Deže, J., Sudarić, T., Ranogajec, Lj. (2023). Agri-Entrepreneurship: Measurement and Evaluation of Intellectual Capital Potential // *Central European Business Review*, 12 /2023 (2023), 5; 1-22. doi: 10.18267/j.cebr.339
3. Deže, J., Sudarić, T., Tolić, S. (2023). Social Innovations for the Achievement of Competitive Agriculture and the Sustainable Development of Peripheral Rural Areas. *Economies* 2023, 11, 209.
4. Ivanković, D., Stjepanović, J. i Maurović Koščak, L. (2024). Poduzetničke strategije i održivi razvoj obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava u Osječko-baranjskoj županiji. *Podravina*, 23 (45), 94-101.
5. Jež Rogelj, M., Hadelan, L., Kovačićek, T. i Mikuš, O. (2019). Obrazovanost kao preduvjet inovativne poljoprivrede. *Agroeconomia Croatica*, 9 (1), 81-90.
6. Kantar, S., Svrznjak, K., Jerčinović, S. (2021). Društveno korisno učenje u području ruralnog turizma na Visokom Gospodarskom Učilištu u Križevcima // *Agroeconomia Croatica*, 11 (2021) 1; 104-114 Matuš, M. (2020.).
7. Koprivnjak Popović T., Perić, J., Vincetić, I. (2024). Poduzetničko obrazovanje: ključ za razvoj kompetencija kod studenata // *Zbornik studentskih radova (Pula)*, 3 (2024), 83-104
8. Machado Toffolo M., S.G.A. (2022). Long-term effects of an informal education program on tourist environmental perception. *FRONTIERS IN MARINE SCIENCE*, 9, 1-13 [10.3389/fmars.2022.830085].
9. Primorac, D. (2024). Analiza društveno odgovornog poslovanja na području Podravine. *Podravina*, 23 (45), 87-93.
10. Smolčić Jurdana, D., Milohnić, I. (2018). Sustav obrazovanja za ruralni turizam: analiza stanja i preporuke // 4th International rural tourism congress »New era – the era of rural tourism« / Smolčić Jurdana, Dora ; Milohnić, Ines (ur.). Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, 2018. str. 210-219
11. Tubić, D. (2019). Ruralni turizam-od teorije do empirije, Visoka škola za menadžment u turizmu i infomatici u Virovitici, Virovitica
12. <https://www.unwto.org/news/world-tourism-day-2020-global-community-unites-to-celebrate-tourism-and-rural-development>

SUMMARY

The development of rural tourism requires an integrated approach that encompasses educational, professional and research aspects in order to ensure the competitiveness and sustainability of destinations. In this process, various forms of education play a key role, enabling the acquisition of skills and competencies necessary for the successful management of rural tourist destinations. Formal education, through higher education institutions and vocational schools, provides the basic theoretical foundations, while non-formal education offers more flexible and practical opportunities for training. This research focuses on the analysis of the qualitative characteristics of rural tourism operators in Slavonia and Baranja, with the aim of presenting their educational structure, experience in performing tourism activities and motivation for acquiring the necessary knowledge and skills. The research process includes the analysis of primary and secondary data sources, and the compilation of research results concluded that new knowledge is needed in rural tourism in order to improve the competitiveness and sustainability of rural destinations. Descriptive statistics were used in the data analysis to describe the sample (proportion structure, frequencies, arithmetic mean, standard deviation), and the Kruskal-Wallis rank test was used as a non-parametric test related to the analysis of data related to education, work status and employment in the tourism sector. According to the specifics of rural-tourist areas, it is necessary to develop skills in micro-tourism management, promotion of local products and digital tools. The recommendation is to develop innovative approaches that include maintaining the authenticity of local culture and tradition, which significantly contributes to the increase in tourist offers and visitor satisfaction.