

RURALNI TURIZAM: Turisti ne nose nužno spas, ali mogu barem usporiti propast ruralnih područja

Share Tweetaj Podijeli

≡ Kategorija: **Društvo**

🕒 Objavljeno: Četvrtak, 01 Prosinac 2022 20:04

✍️ Piše: Lana Bunjevac (foto: Darko Kešnjer)



Selo **Gradište** nedaleko od **Županje** jedno je od onih tipičnih slavonskih ušorenih sela, u kojem imate osjećaj da vrijeme protječe nešto sporije nego inače, no zadnjih je godina popularna turistička destinacija, prije svega zahvaljujući ruralnom turizmu. Jedna od prvih koja je počela ulagati u turizam u tom kraju bila je **Marica Jovanovac**, vlasnica ruralne kuće **Snašini kućari**, smještene na glavnoj cesti kojom se iz **Vinkovaca** stiže u **Gradište**. Već i sam prolaz kroz vrt melem je za oči: stari bunar, panjevi u obliku stolića, ukrasne tikvice i posvuda cvijeće. S desne strane pruža se dugačak trijem, s kojega se ulazi u sobe, odnosno kućare. Nekada su, priča nam vlasnica, u **Slavoniji** postojale kućne zadruge, a obuhvaćale su nekoliko obitelji koje su zajedno živjele i obrađivale zemlju.

Na glavnu stambenu kuću nastavljale su se prostorije s posebnim ulazima iz trijema, tzv. **kućari**, u kojima su živjeli mladi parovi nakon vjenčanja, tj. sve dok ne dobiju dijete. S obzirom da se ljeti radilo u polju i da nije bilo frižidera, svadbena jela nisu se mogla dugo držati vani pa su se svatovi održavali isključivo zimi, a kako se kućari nisu grijali, mladi su nastojali što prije postati roditelji.



Snašini kućari: Kuća stara preko 100 godina

Ova ruralna kuća stara je više od 100 godina i bila je u vlasništvu obitelji Maričinog pokojnog muža. Prije jedanaest godina gospođa **Marica** kupila ju je i obnovila, a prvo su krenuli s muzejom, odnosno etno zbirkom, naslijeđenom od suprugove bake. No sve je zapravo počelo još krajem 70-ih kada se nakon smrti supruga gospođa **Marica** s troje djece vratila iz **Njemačke** u **Hrvatsku**. Jednom ju je nazvala vlasnica trgovine iz mjesta gdje su živjeli i pitala je bi li htjela primiti na spavanje trgovačke putnike iz **Njemačke** i tako je još od 1980. primala trgovačke putnike kao goste, ali bez naknade.

Snašini kućari otvoreni su stalno, većina njihovih gostiju su stranci, a smještaj najviše rezerviraju preko Bookinga. Česti posjetitelji su im turisti s kruzera iz **Županje**, ali i gosti u tranzitu, budući da je **Gradište** samo 4 km udaljeno od autoceste. U to smo se i sami uvjerali kada smo upoznali simpatičan bugarsko-talijanski par koji živi na relaciji Venecija-Plovdiv i svaki put kada putuju u jednom ili drugom smjeru obavezno prenoće u **Gradištu**. Ovo im je već šesti boravak ovdje, a kada su prvi put došli njihova kći imala je tek dva mjeseca.

- Ono najbitnije je da se gosti vraćaju - kaže gospođa **Marica** i dodaje da gostu uvijek valja ugoditi. Često odlazi na turističke sajmove, a edukacije u turizmu smatra vrlo bitnima, pa tako njena kći koja joj pomaže trenutno u **Osijeku** pohađa tečaj za voditelja turističkog gospodarstva. Smatra da ruralni turizam može zaustaviti depopulaciju, ali i da je potrebno manje papirologije.

Iako u **Hrvatskoj** dominira obalni i pomorski turizam, priča o **Snašnim kućarima** jedna je u nizu pozitivnih priča o ruralnom turizmu, koji je vrlo često neopravdano zanemaren, a hrvatska se turistička ponuda u ruralnim područjima, uz iznimku **Istre i Baranje**, razvija prilično sporo. Ruralna područja čine preko 90 posto ukupne površine **Hrvatske** i na njima živi oko 47 posto populacije. S obzirom na opadanje poljoprivredne proizvodnje i depopulaciju ruralnog prostora, bilo uslijed migracija prema gradovima, bilo uslijed negativnog prirodnog prirasta, ubrzani razvoj ruralnog turizma pripomogao bi gospodarskoj i demografskoj revitalizaciji ruralnog prostora. No, ne neumjeren i stihijski razvoj, već onaj koji je unutar granica održivog. Turizam je jedna od gospodarskih grana koje se najbrže razvijaju, a samim time mijenjaju se i navike turista - trend u turizmu danas ne znači luksuz, već povećanje kvalitete, što je ključ uspjeha u turizmu općenito, pa tako i u ruralnom turizmu.



Kućari u nastavku stambene kuće

Ministarstvo turizma 2015. godine donijelo je **Akcijski plan razvoja turizma ruralnih područja Republike Hrvatske**, čiji su autori **Ivo Kunst i Neven Ivandić s Instituta za turizam**, a riječ je o dokumentu koji definira vizije i ciljeva razvoja turizma u ruralnim područjima. Godinu kasnije izdan je i prvi **Nacionalni katalog ruralnog turizma Hrvatske** koji detaljno i informativno predstavlja turističku ponudu domaćem i stranom tržištu, a zajednički su ga objavili Ministarstvo turizma i Hrvatska gospodarska komora. Nažalost, jedna od glavnih boljki ruralnog turizma u Hrvatskoj jest ta da se o njemu ne vode zasebne statistike, pa tako nisu dostupni ni relevantni podatci o broju turističkih dolazaka i noćenja, već se razvoj ruralnog turizma predočava tek praćenjem broja registriranih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava (OPG) koja pružaju turističke usluge. Prema podacima iz spomenutog Nacionalnog kataloga, na području Republike Hrvatske registrirano ih je ukupno 317, od čega se u **Slavoniji**, točnije u pet slavonskih županija, nalazi njih 82, što je jedna četvrtina ukupnog broja, a najviše ih je koncentrirano na području **Baranje**. U **Vukovarsko-srijemskoj županiji**, na koju smo se fokusirali u ovom tekstu, registrirano je 19 objekata seoskog turizma, od kojih devet pružaju usluge smještaja i prehrane, dok su preostalih devet izletišta, kušaonice i vinotočja, a jedan objekt klasificiran je kao zoološki vrt.



Slavonija ima 82 registrirana OPG-a

Iz podataka **Državnog zavoda za statistiku** vidimo da je u prvih devet mjeseci 2022. godine na području **Hrvatske** ostvareno **16,2 milijuna** turističkih dolazaka i **85,7 milijuna** noćenja, što je znatno povećanje u odnosu na prošlu, pandemijsku godinu, ali je ipak za 8,4 posto manje dolazaka i 1,0 posto manje noćenja u odnosu na rekordnu turističku 2019. godinu. Od toga su domaći turisti ostvarili 2,0 milijuna dolazaka i 6,8 milijuna noćenja, no kod njih se bilježi porast u odnosu na prvih devet mjeseci 2019. i to za 12 posto više dolazaka i za 10,1 posto više noćenja. **Ruralni turizam** čini svega pet posto ukupnih turističkih prihoda na razini cijele Hrvatske, a iz gornjih brojki vidljivo je kako domaći turisti čine svega 12,3 posto ukupnog broja dolazaka i svega 7,93 posto ukupnog broja turističkih noćenja. No, za razliku od obalnog turizma, ruralni turizam specifičan je i po tome što je omjer domaćih i stranih turista uvjerljivo na strani domaćih gostiju, što je jedna od njegovih bitnih karakteristika. Iako se taj omjer, zbog već spomenute

nepostojeće statistike za ruralni turizam, ne može precizno definirati brojkama, o njemu govore iskustva na terenu, razne studije i stručni radovi koji se odnose na pojedine županije, te statistika o putovanjima domaćih turista ostvarena posredovanjem putničkih agencija. Isto tako, prema podacima Državnog zavoda za statistiku o dolascima i noćenjima turista po županijama u rujnu 2022., primjećuje se sljedeći obrazac: dok u **Primorsko-goranskoj, Istarskoj, Zadarskoj, Šibensko-kninskoj, Splitsko-dalmatinskoj i Dubrovačko-neretvanskoj**, dakle svim onim županijama koje tradicionalno generiraju ljetni kupališni turizam, broj stranih turista i do 15 puta nadmašuje broj domaćih gostiju, u županijama koje bi se uvjetno rečeno mogle nazvati ruralnima (**Bjelovarsko-bilogorska, Međimurska** i četiri slavonske županije s iznimkom **Brodsko-posavske**), broj domaćih gostiju u prosjeku je gotovo dva puta viši od broja stranaca, a prednjači upravo **Vukovarsko-srijemska županija** u kojoj je samo u rujnu ove godine boravilo 2,78 puta više domaćih gostiju od stranih.

U môru statistike, u oči upada još jedan podatak: osobe na seoskim domaćinstvima borave u prosjeku 2,08 dana, što je znatno kraće od 2006. godine kada je bilo manje gostiju, ali su oni na seoskom domaćinstvu boravili duže - u prosjeku 4,4 dana. Jedan od mogućih uzroka jest i suvremeni, ubrzani način života - ljudi imaju sve manje vremena i provode više kraćih odmora, a ne jedan dulji, no za potpunije objašnjenje ovog trenda pitali smo i profesora **Dejana Tubića**, docenta i dekana **Veleučilišta u Virovitici** i stručnjaka za ruralni turizam.

- Povećanje raspoloživog dohotka i slobodnog vremena, raspodjela godišnjih odmora tijekom cijele godine, dostupnost informacija u realnom vremenu te promjene u preferencijama turističke potražnje u odnosu na masovne turiste neki su od temeljnih razloga. Osim toga, turisti su danas informiraniji, ali i zahtjevniji u smislu specifičnih interesa, te osvješteniji u pogledu brige o vlastitom zdravlju. Jedan od razloga kraćih boravaka u destinacijama ruralnog turizma jest i nedovoljno dopunskih sadržaja, a oni su ključ boravka gostiju. Ovdje moram biti kritičan pa reći da se nama ruralni turizam dogodio, on nije bio institucionalno postavljen, već slučajan - smatra **Tubić**.

Istraživanje nastavljamo u vukovarskom prigradskom naselju **Sotin**, jednom od mjesta koje je među prvima nastradalo u Domovinskom ratu. Po povratku iz progonstva u **Poreču**, na zgaristištu spaljene obiteljske kuće, obitelj **Štrobilius** počela je graditi objekt danas poznat kao izletišta **Gondola**. **Luca Štrobilius** u ugostiteljskoj je branši pune 53 godine. Stara švapska kuća koju su kupili 1978. godine još je prije rata bila kafić koji se također zvao **Gondola**, a ime nije mijenjala jer kaže, riječ gondola asocira na ljubav i na nešto pozitivno.

- Osim toga, ovo je nekoć bilo **Panonsko more**, a cijela Venecija leži na našem slavonskom hrastu - kaže gospođa **Luca** koja spretno balansira između razgovora s nama i pripreme večere za terenske radnike obližnje firme. Odrasla je u **Vukovaru**, a kad je bila u ugostiteljskoj školi obaveznu praksu odrađivala je u **Zelenoj laguni**, pa joj je **Poreč**, kaže, bio suđen. Njezin sin Marko tamo je završio ugostiteljsku školu i danas je on glavni kuhar **Gondole**, dok je Luca zadužena za salenjake koji su njezin zaštitni znak. U kuhinji ne želi fritezu i ništa ne radi na brzinu, već onako po starinski.

Sotin se nalazi na dunavskoj biciklističkoj ruti **EUROvelo 6** te od proljeća do jeseni imaju puno biciklista, dok ostatak posjeta otpada na krštenja, pričesti i krizme. Od stranaca najviše je **Austrijanaca**, a uz majku, sina i snahu, u **Gondoli** su zaposlena još dva konobara. Usmenu reklamu **Luca Štrobilius** smatra najjačim marketingom; najsporija je, ističe, ali najtrajnija, a kao najveći problem vidi nedovoljnu educiranost radne snage.

- Ugostitelj je ambasador - naglašava. Smatra da teško da će ruralni turizam zaustaviti iseljavanje; ona sama prodala je nekretnine i digla brojne kredite kako bi njezin posao uspio, no misli da se mladi ne nalaze u ovome jer drugačije poimaju život i nisu spremni na tolika odricanja.



Na seoskim domaćinstvima gosti ostaju u prosjeku 2,2 dana



Acin salaš u Tordincima

No ne misle tako svi mladi - na zadnjoj destinaciji koju smo posjetili, Acinom Salašu u Tordincima u vlasništvu **Adama Adžića**, priprema se smjena generacija.

- Čika Aca je rodom iz **Tordinaca**, radni vijek proveo je u uredu i kada je otišao u mirovinu zaželio se opuštenog života te je kupio zemljište i 2003. godine izgradio Acin salaš iz temelja. Cilj mu je bio održati tradicijske vrijednosti i to iz inata, jer se tradicija zapostavlja - priča nam Radmila Duma, koja je na salašu direktorica i voditeljica posla, ali po potrebi radi sve, pa smo je tako zatekli kako pomaže u kuhinji uoči dolaska jedne grupe iz **Podgore**. Ovo veliko šokačko imanje prostire se na četiri hektara, a za goste nudi smještaj u nekadašnjim ambarima koji su renovirani i uređeni kao male kućice s kupaonicom. Gosti na imanju mogu i jahati, igrati tenis i mali nogomet ili se okušati u boćanju. Za razliku od ušorenih sela, salaši su se izvorno gradili izvan naselja, a

kasnije na osami kako bi bili sigurni od turskih osvajanja. Acin salaš nalazi se na izlazu iz **Tordinaca**, koji su i sami pomalo dislocirani, pa nema prolaznih gostiju, tako da imanje nije uvijek otvoreno jer nije isplativo. Boravak je moguć samo uz prethodnu najavu, udarni dani su im petak, subota i nedjelja, a najbolja sezona im je od svibnja do srpnja, te potom od rujna, nakon što se ljudi vrate s ljetnih godišnjih odmora.

- Na salašu nas je troje stalno zaposlenih, a domar živi neposredno uz imanje. Vlasnik **Aca** živi u **Vinkovcima**, no navraća svako jutro kako bi obišao životinje uz koje je jako vezan. Najviše dolaze domaći gosti kao i školske ekscurzije, dok je korona smanjila broj stranaca - brifira nas gospođa **Duma**. I ona živi u **Vinkovcima** pa putuje na posao, no administrativni dio odrađuje od kuće. Najveći problem im je PDV, jer ne mogu pratiti porast cijena.

- Ako dignemo cijene, ostajemo bez gostiju - pojašnjava **Duma**, te dodaje i da suradnja među seoskim domaćinstvima, uz rijetke iznimke, nije uvijek zadovoljavajuća. Ona smatra da se od ove vrste turizma može živjeti i da on ima budućnost, no treba jako puno truda i rada, a sve, priča, polazi od toga da ugovoriš i dogovoriš posao i budeš prisutan na tržištu. U prilog njezinoj tezi govori i činjenica da gospodin Adžić razmišlja o povlačenju, a mogao bi ga naslijediti unuk koji trenutno studira, no ima ambicija okušati se u turizmu.

Kao što pokazuju tržišni trendovi, jedan od izuzetno važnih segmenata ruralnog turizma upravo je stalna prisutnost, odnosno učinkovite PR kampanje, te kreiranje prepoznatljivog identiteta ruralnih područja. To su prepoznali i u Vukovarsko-srijemskoj županiji, gdje je nedavno predstavljen zajednički vizualni identitet hrvatskih riječnih pristaništa, točnije dunavskih pristaništa **Aljmaš, Batina, Vukovar i Ilok**, dravskog pristaništa u **Osijeku** te savskih pristaništa u **Slavonskom Brodu i Sisku**. U posljednjih nekoliko godina došlo je do pojačanog djelovanja turističkog marketinga i kada je riječ o samom gradu Vukovaru - 2020. Turistička zajednica grada **Vukovara** objavila je brošuru **Visit Vukovar**, a trendovi u oglašavanju uključuju korištenje društvenih mreža kao i ciljanje mlađih dobnih skupina. Trenutno se provodi i Strateški marketinški plan turizma **Slavonije** s planom brendiranja za razdoblje od 2019. do 2025. godine, dok je 2018. završen projekt Brendiranje **Vukovarsko-srijemske županije** kao prepoznatljive turističke destinacije, čiji je nositelj Institut za turizam, a voditeljica oba projekta **Snježana Boranić Živoder**.



Na Acin salas dolazi se isključivo uz prethodnu najavu

Prve asocijacije na turizam u **Vukovaru** još uvijek su vezane uz ratna događanja, no Vukovar danas ima znatno bogatiju ne samo memorijalnu već i opću turističku ponudu. Jedan od njegovih najvećih potencijala je **Dunav** koji nudi mogućnost bavljenja raznim aktivnostima i sportovima na vodi, a sve je jači i razvoj ljetnog kupališnog turizma na dunavskoj **Adi**. Riječna luka **Vukovar** najveća je i najprometnija riječna luka u Hrvatskoj, a riječna krstarenja jedan su od najbrže rastućih turističkih proizvoda u Europi, te jedan od najperspektivnijih oblika turizma grada, ali i cijelog Podunavlja. Nakon dvije godine pandemije, tržište riječnih krstarenja u potpunosti se oporavlja pa je za ovu godinu najavljeno ukupno 565 pristajanja na dunavskim pristaništima. Tu je zatim i jedinstven **Muzej vučedolske kulture** kojemu je nedavno dodijeljena i Oznaka europske kulturne baštine, a jedini je hrvatski dobitnik europske nagrade Destinacija održivog kulturnog turizma 2022. Bivši kompleks kombinata **Borovo** ima velik turistički potencijal kao industrijska baština, a najznačajnija vukovarska manifestacija međunarodni je Vukovar film festival.



Vrhunska ponuda domaće hrane adut je ruralnog turizma

turistička ponuda.

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, za turistički promet na području grada **Vukovara** karakteristična je i relativno ravnomjerna distribucija dolazaka/noćenja tijekom svih mjeseci u godini, pri čemu se primjećuje grupiranje dolazaka u proljeće, odnosno u kasnu jesen (obljetnica pada Vukovara). Indikativno je također da je broj dolazaka/noćenja najmanji tijekom srpnja, što i nije neočekivano, budući da je to razdoblje udarna sezona na Jadranu.

Ruralni turizam u pandemijskim se okolnostima istaknuo kao izuzetno tražen turistički proizvod, a pitanje je do kada će **Hrvatska** ostati konkurentna na turističkom tržištu ulaganjem i orijentacijom samo na obalni i pomorski turizam, budući da se preferencije turista, a samim time i turistički trendovi, sve više mijenjaju. S obzirom da kod ruralnog turizma nije prisutna izražena sezonalnost, on može biti prilika da se sezona protegne na čitavu godinu, čime bi se znatno obogatila

Kao što je vidljivo iz publikacije "Socioekonomske nejednakosti na relaciji selo-grad: izgradnja baze znanja u kontekstu provedbe mjera ruralnog razvoja" koju je objavio Institut za etnologiju i folkloristiku, u Hrvatskoj se već nekoliko desetljeća prate izrazito negativni trendovi, što je potvrdio i najnoviji popis stanovništva, a odnose se na opadanje nataliteta i starenje stanovništva. S obzirom da smo zemlja koju obilježava jako polarizirani razvoj i depopulacija ruralnih područja, kao jedna od glavnih zadaća ruralnog turizma ističe se razvoj nedovoljno razvijenih područja te sprječavanje iseljavanja mladih s ruralnih prostora.

Masovni turizam, čiji se počeci vezuju uz šezdesete godine 20. stoljeća, dugo se godina smatrao univerzalnim lijekom za nerazvijenu privredu, no s vremenom su se počele pokazivati njegove negativne posljedice po prostor, lokalnu zajednicu i pojedinca. Uz jake strane hrvatskog ruralnog turizma, kao što su raznolikost pejzaža i povoljan geoprometni položaj (blizina emitivnih zemalja), postavlja se pitanje bi li ruralni turizam mogao biti odgovor na izazove masovnog turizma te postati jedan od glavnih pokretača razvoja manje razvijenih područja, kao i generator promjene i zaustavljanja depopulacije ruralnih krajeva?

- Revitalizacija sela i ruralnog prostora apsolutno je nemoguća bez ruralnog turizma, ali on ne smije biti jedina grana privrede i također treba smanjiti količinu zakona i propisa, jer malo koji pravnik bi se iz toga ispetljao, a kamoli ne iznajmljivači. Problem je i preklapanje djelokruga nekoliko resornih ministarstava, država bi trebala pružiti institucionalnu podršku i efikasnu turističku politiku, no ruralni turizam svakako ima tu snagu biti generatorom promjene. I ono što je vrlo važno naglasiti, one koji educiraju nositelje turističke ponude također treba educirati. Visoka škola u **Viroviti** jedina je visokoškolska institucija koja se sadržajno kroz cijeli studentski program bavi ruralnom materijom, ali jako mi je drago vidjeti da i drugi fakulteti u svoju ponudu uključuju ruralni turizam, kao i da se sve više kolega njime bavi na akademskoj razini - zaključuje **Tubić**, inače prvi naš znanstvenik koji je doktorirao upravo na ruralnom turizmu.

Tekst je nastao u suradnji s Goethe-Institutom u sklopu projekta Media Incubator kojim Goethe-Instituti iz Bosne i Hercegovine, Bugarske, Hrvatske, Rumunjske i Sjeverne Makedonije podupiru društveno odgovorno novinarstvo.

Share

Tweetaj

Podijeli

© 2021. by [znaor.com](#)

[▶ Uvjeti i pravila](#) [▶ Politika privatnosti](#) [▶ Politika kolačića](#) [▶ Marketing](#) [▶ Kontakt / Impressum](#) [▶](#)

[▶ Login](#) [▶ O nama](#)

loading