

# Strategija razvoja seoskoga turizma Slavonije

---

**Kolak, Kristina**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2023**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:523366>

*Rights / Prava:* [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-14**



*Repository / Repozitorij:*

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)





Sveučilište u Zagrebu  
**Ekonomski fakultet**



Preddiplomski stručni studij: Poslovna ekonomija

Smjer studija: Turističko poslovanje

# **STRATEGIJA RAZVOJA SEOSKOGA TURIZMA SLAVONIJE**

## **ZAVRŠNI RAD**

Kristina Kolak

JMBAG: 0067558230



Sveučilište u Zagrebu  
**Ekonomski fakultet**



Preddiplomski stručni studij: Poslovna ekonomija

Smjer studija: Turističko poslovanje

## **STRATEGIJA RAZVOJA SEOSKOGA TURIZMA SLAVONIJE**

### **STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN SLAVONIA**

#### **ZAVRŠNI RAD**

Kolegij: Gospodarstvo Hrvatske

Mentor: Prof. dr. sc. Vladimir Čavrak

Autor: Kristina Kolak

Broj indeksa autora: 0067558230

**Zagreb, rujan 2023.**

---

Ime i prezime studenta/ice

## **IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI**

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog izvora te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Student/ica:

U Zagrebu, \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(potpis)

## SAŽETAK

Slavonija spada pod ruralna područja Republike Hrvatske u kojima je posljednjih godina, a posebice od trenutka kada je RH pristupila punopravnom članstvu EU vidljiv izražen trend depopulacije, koji je nastao kao posljedica otvaranja granica. U isto vrijeme, na području RH dolazi do značajnog razvoja turizma, primarno u primorju, ali je pritom riječ o obliku turizma koji je sezonskog, kupališnog karaktera. Ujedno, ovaj tip turizma ima obilježja masovnog turizma, koji se danas u literaturi ističe kao vrlo neaktivna pojava. Druga izuzetno negativna činjenica je sezonski karakter budući da se ovaj turizam temelji na dolascima i noćenja turista primarno u razdoblju od lipnja do kolovoza.

Seoski turizam kao specifičan tip turizma ima potencijal cjelogodišnjeg razvoja te je ujedno riječ o turizmu koji može potaknuti razvoj ruralnih područja. Jedna od specifičnosti svakako je i mogućnost prodaje domaćih proizvoda na samom pragu, uz nuđenje drugih usluga na OPG-ovima. Moguće je istaknuti kako je Slavonija vrlo bogata kulturom, ali i drugim resursima koji su danas uglavnom neiskorišteni. Jedan od njih svakako su i ergele konja čiji potencijal je uglavnom neiskorišten, a mogle bi potaknuti razvoj više tipova turizma u Slavoniji. Jedan od njih svakako je i rehabilitacijski turizam budući da su se konji dosada pokazali kao vrlo dobri u postupku rehabilitacije npr. osoba s posebnim potrebama. Turizam koji bi se razvijao u Slavoniji izravno doprinosi održivom razvoju turizma budući da ovaj tip turizma nije orijentiran isključivo na profitabilnost, već je riječ o turizmu koji bi značajno doprinio razvoju društvene zajednice te očuvanju prirodnih resursa. Iako se na prvi mah pretpostavlja kako u Slavoniji ne postoje kapaciteti za prihvata većeg broja turista, to zapravo nije tako, budući da postoji potencijal razvoja smještajnih kapaciteta u kućama koje su trenutno prazne, kao i u objektima koji su građeni tradicionalnom gradnjom, što bi potencijalno moglo doprinijeti poboljšanju turističkog doživljaja.

*Ključne riječi: seoski turizam, održivi razvoj turizma, Slavonija*

## SUMMARY

Slavonia belongs to the rural areas of the Republic of Croatia, where in recent years, and especially since the moment when the Republic of Croatia joined the full membership of the EU, a pronounced trend of depopulation has been visible, which arose as a result of the opening of borders. At the same time, there is a significant development of tourism in the territory of the Republic of Croatia, primarily in the coastal area, but it is a form of tourism that is seasonal, bathing in nature. At the same time, this type of tourism has the characteristics of mass tourism, which today stands out in the literature as a very negative phenomenon. Another extremely negative fact is the seasonal character, since this tourism is based on the arrivals and overnight stays of tourists primarily in the period from June to August.

Rural tourism, as a specific type of tourism, has the potential for year-round development, and it is also tourism that can stimulate the development of rural areas. One of the specifics is certainly the possibility of selling domestic products at the doorstep, in addition to offering other services at OPGs. It is possible to point out that Slavonia is very rich in culture, but also in other resources that are mostly unused today. One of them is definitely the horse stables, whose potential is mostly unused, and could stimulate the development of several types of tourism in Slavonia. One of them is certainly rehabilitation tourism, since horses have so far proven to be very good in the rehabilitation process, for example, of people with special needs. Tourism that would develop in Slavonia directly contributes to the sustainable development of tourism, since this type of tourism is not oriented solely on profitability, but rather tourism that would significantly contribute to the development of the social community and the preservation of natural resources. Although at first it is assumed that there are no capacities in Slavonia to accommodate a large number of tourists, this is actually not the case, since there is a potential for the development of accommodation capacities in houses that are currently empty, as well as in buildings that were built using traditional construction, which could potentially contribute to the improvement of the tourist experience.

*Keywords: rural tourism, sustainable development of tourism, Slavonia*

# SADRŽAJ

<b>1. UVOD .....</b>	<b>1</b>
1.1. Predmet i cilj rada.....	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja .....	2
1.3. Sadržaj i struktura rada .....	3
<b>2. TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ.....</b>	<b>4</b>
2.1. Pojmovno određenje turizma.....	4
2.2. Povijesni razvoj turizma u Republici Hrvatskoj.....	6
2.3. Turistički trendovi u Republici Hrvatskoj tijekom 21. stoljeća.....	7
<b>3. SEOSKI TURIZAM.....</b>	<b>13</b>
3.1. Pojmovno određenje seoskog turizma .....	13
3.2. Oblici seoskog turizma .....	14
3.3. Seoski turizam u Republici Hrvatskoj .....	15
<b>4. ANALIZA POTENCIJALA RAZVOJA SEOSKOG TURIZMA U SLAVONIJI.....</b>	<b>17</b>
4.1. Smještajni kapaciteti kao potpora razvoju seoskog turizma.....	17
4.2. Značajne manifestacije na području Slavonije .....	20
4.3. Etnosela na području Slavonije .....	23
4.4. Izletišta na području Slavonije .....	26
4.5. Kušaonice .....	28
<b>5. ZAKLJUČAK.....</b>	<b>30</b>
<b>LITERATURA.....</b>	<b>32</b>
<b>POPIS SLIKA: .....</b>	<b>34</b>

# 1. UVOD

U javnosti se seoski turizam nerijetko brka s pojmom ruralni turizam, iako je riječ o dva različita pojma. Pritom ruralni turizam obuhvaća sve oblike turizma koji se održavaju u ruralnim područjima, dok pojam seoski turizam obuhvaća širok spektar djelatnosti koje spajaju poljoprivredu i turizam. Odnosno, moguće je istaknuti kako je seoski turizam uži pojam u odnosu na ruralni turizam (Dobrota, 2018). Uzme li se u obzir činjenica kako je glavnina područja RH ruralno područje, ističe se koliki je zapravo potencijal razvoja ruralnog, ali i seoskog turizma diljem RH.

Potrebno je istaknuti kako seoski turizam predstavlja odličnu mogućnost za iskorištavanje kako prirodnih, tako i drugih potencijala u ruralnim područjima RH. Ovo se posebice odnosi na obiteljska poljoprivredna gospodarstva (OPG) koji proizvode raznolike proizvode, a kojima bi se na ovaj način omogućio dodatni razvoj poslovanja te bi se potaknula dugoročna održivost poslovanja. Kao jedna od specifičnosti ističe se i skraćivanje opskrbnog lanca, odnosno na ovaj način bi se turistima omogućila konzumacija na lokaciji gdje isti i nastaju, a usto bi bili upoznati i s proizvodnim procesom te lokalitetom s kojeg poljoprivredni proizvodi potiču, što dodatno doprinosi razvoju turističkog doživljaja.

## 1.1. Predmet i cilj rada

U turizmu danas sve učestalije dolazi do razvoja novih trendova. Odnosno, moguće je istaknuti kako je razvoj novih trendova u turizmu svakodnevno te je stoga nužna prilagodba turističke ponude željama i potrebama turista. Moderni turisti danas žele jedinstven doživljaj, a ne isključivo boravak na jednoj lokaciji te samo kupanje (iako ima i takvih turista), odnosno ističe se kako veći broj turista danas želi aktivniji odmor te ujedno pristup specifičnim lokacijama, uz kušanje lokalno uzgojene hrane. Ovo posljednje je djelomično posljedica i sve intenzivnijeg razvoja gastronomskog turizma, a pritom je tijekom posljednjih godina uočeno i kako sve veći broj turista dolazi u RH ponajprije zbog gastronomije.

Seoski turizam predstavlja se kao smjer razvoja turizma koji ima potencijal izraženog utjecaja na budući gospodarski razvoj ruralnih područja u RH, kroz sinergiju proizvodnje poljoprivrednih proizvoda te pružanje turističkih usluga, čime se razvijaju dodatne usluge na



OPG-ovima. Što je vrlo bitno, ovaj tip turizma ima potencijal kreiranja pozitivnog utjecaja na ublažavanje depopulacije ruralnih sredina, kao i stvaranje dohotka većem broju pojedinaca, što bi u konačnici doprinijelo poboljšanju kvalitete života ljudi u ruralnim sredinama. Ujedno, poboljšanju kvalitete života potencijalno bi mogao pridonijeti i razvoj dodatnih turističkih sadržaja, čime bi se svakako moglo utjecati i na zadržavanje mladih osoba u ruralnim područjima.

Tijekom izraženog djelovanja pandemije COVID-19 došlo je gotovo do potpunog prekida turističkih kretanja na globalnoj razini te ujedno i u RH. Ono što je doprinijelo očuvanju dijela turističkih kretanja u RH je aktivnost domaćih turista, koja je uvelike uključivala ruralni turizam pa i seoski turizam. Pritom je seoski turizam omogućavao izolaciju pojedinaca, što je smanjivalo rizik prijenosa COVID-19, a ujedno je gostima pružena ptpuna usluga. Stoga, moguće je istaknuti kako je ovo jedan od oblika turizma koje je nužno dodatno razvijati u budućnosti budući da imaju viši stupanj otpornosti na specifične uvjete nesigurnosti kao što je pandemija COVID-19.

Temeljni cilj ovog rada je analiza potencijala razvoja seoskog turizma Slavonije kako bi se dale temeljne smjernice za buduću razvoj istog. Danas je moguće uočiti kako Slavonija obiluje prirodnim te drugim resursima, koji su u glavnini neiskorišteni. Ovo je djelomično posljedica nezainteresiranosti dijela dionika za poticanjem razvoja seoskog turizma (npr. lokalne vlasti), ali i posljedica tromosti državne birokracije koja koči razvoj dodatnih sadržaja na OPG-ovima. Usto, cilj teorijskog dijela rada je prikaz svih relevantnih činjenica koje se odnose na turizam i seoski turizam, a posebice na prikaz statističkih podataka u turizmu.

## **1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja**

Za potrebe pisanja ovog rada korišteni su sekundarni podaci, odnosno podaci koji su raspoloživi u znanstvenoj i stručnoj literaturi, uz podatke koji su dostupni na web stranicama. Za potrebe pisanja rada korišteno je više metoda znanstvenog istraživanja. Riječ je o: metodi deskripcije, metodama sinteze i analize, komparativnoj metodi, metodi dokazivanja, metodi opovrgavanja, metodi kompilacije te induktivnoj i deduktivnoj metodi. Pritom se metode primarno koriste za potrebe pisanja teorijskog dijela rada, dok se komparativna metoda te metoda sinteze i analize intenzivnije koriste u empirijskom dijelu rada kako bi se što efikasnije prikazao potencijal razvoja seoskog turizma Slavonije.

### **1.3. Sadržaj i struktura rada**

Ovaj rad podijeljen je na pet poglavlja. Prvo ili uvodno poglavlje čine predmet i cilj rada, izvori podataka i metode prikupljanja te sadržaj i struktura rada. U drugom dijelu pojmovno se određuje turizam, što je temelj za daljnja poglavlja. Na samom početku ovog poglavlja pojmovno se određuje turizam, a pritom je jedan od pojavnih oblika turizma i seoski turizam koji je temeljni pojam ovog rada. U nastavku slijedi prikaz povijesnog razvoja turizma kako bi se prikazalo koliko je kroz povijest razvoja turizma turizam u RH bio znatno drugačiji u odnosu na današnje poimanje turizma, što se posebice odnosi na same korijene razvoja turizma u RH kada je turizam bio znatnije razvijen u ruralnim dijelovima RH. Na samom kraju ovog poglavlja prikazuju se turistički trendovi u RH tijekom 21. stoljeća. Odnosno, prikazuju se statistički podaci o turističkim kretanjima u RH kako bi se dobio uvid u trendove razvoja turizma na području RH.

U trećem poglavlju ovog rada pojmovno se određuje seoski turizam kao temeljni pojam ovog rada, odnosno na početku poglavlja pojmovno se određuje seoski turizam, nakon čega slijedi prikaz oblika seoskog turizma. Posebno se naglašavaju karakteristike seoskog turizma prema kojima se on diferencira u odnosu na druge oblike turizma, nakon čega slijedi prikaz seoskog turizma u RH. Četvrti dio ovog rada empirijski je dio rada u kojem se analizira potencijal razvoja seoskog turizma u Slavoniji. Peti dio rada je zaključak, nakon koga slijedi popis korištene literature te popis slika.

## **2. TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ**

Turizam u RH razvoja se još od doba antike, kao i diljem Europe. U svojim počecima turizam je bio znatno drugačiji u odnosu na poimanje turizma danas, budući da je tehnološki razvoj doveo do transformacije turizma na globalnoj razini. U samim počecima turizam je bio rezerviran isključivo za najbogatije članove društva, dok je danas u različitim oblicima dostupan svima. Kroz povijest, s razvojem turizma uvelike je došlo do razvoja oblika turizma te je danas gotovo pa nemoguće nabrojiti sve oblike turizma. Djelomično je to posljedica i činjenice kako se novi oblici turizma razvijaju svakodnevno pod utjecajem promjena u preferencijama turista te pod utjecajem globalnih zbivanja kao što je pandemija COVID-19.

Od samog kraja 20. stoljeća, a posebice na samim počecima 21. stoljeća došlo je do značajnog razvoja turizma na području RH. Pritom je primarno riječ o sezonskom, kupališnom turizmu masovnog karaktera u primorskim područjima RH (s posebnim naglaskom na Istru i Kvarner). Utjecaj pandemije COVID-19 pokazao je kako ovaj oblik turizma nije dugoročno održiv, što se dodatno pokazuje i tijekom 2023. godine kroz brojne medijske natpise koji prikazuju izuzetno nedolično ponašanje turista te ujedno i negativan utjecaj na kvalitetu života lokalnog stanovništva.

Turizam je danas jedna od primarnih gospodarskih grana u RH, što ukazuje potrebu za budućim razvojem istog koji će ići u smjeru održivog razvoja turizma koji će biti rasprostranjen diljem teritorija RH, a ujedno i biti cjelogodišnjeg karaktera. U ovom poglavlju se pojmovno određuje turizam, odnosno prikazuju se njegove primarne odrednice, nakon čega slijedi prikaz povijesnog razvoja turizma te prikaz turističkih trendova u RH tijekom 21. stoljeća.

### **2.1. Pojmovno određenje turizma**

Turizam je složen pojam budući da „obuhvaća široki splet pojava i odnosa koji nastaju za vrijeme turističkog putovanja, a u svojoj realizaciji zadire ne samo u ekonomski, već i u ekološki, socijalni te kulturni aspekt života“ (Grgić, 2013). Temeljem ove definicije uočljivo je kako je turizam specifična pojava koja se vezuje za brojne aspekte života osobe koja putuje, odnosno turista, ali i subjekata koji pružaju usluge u turizmu. Na primjeru RH moguće je uočiti kako turizam ima izražen ekonomski utjecaj, što je izravna posljedica činjenice da je turizam

danas primarna gospodarska grana s približnim udjelom od oko 20% u BDP-u tijekom razdoblja koje je prethodilo pojavi pandemije COVID-19 (HTZ, 2022).

Prema UNWTO, turizam je društveni, kulturni i ekonomski fenomen koji uključuje kretanje ljudi u zemlje ili mjesta izvan njihovog uobičajenog okruženja u osobne ili poslovne/profesionalne svrhe. Ti se ljudi nazivaju posjetiteljima (koji mogu biti turisti ili izletnici, rezidenti ili nerezidenti), a turizam ima veze s njihovim aktivnostima, od kojih neke uključuju troškove turizma (UNWTO, 2023). Iako se u javnosti turizam nerijetko povezuje isključivo s putovanjem u strane destinacije, ne smije se zanemariti činjenica kako se turizam temelji na kretanjima turista kako van granica države, tako i okvirima granica određene države. Pritom je temelj turističkih kretanja zapravo boravak u destinaciji koja se ne smatra prebivalištem ili uobičajenim boravištem turista. Pritom turizam podrazumijeva širok spektar aktivnosti turista, počevši s putovanjem, smještajem, aktivnim boravkom, kupanjem, posjetama kulturnim znamenitostima i sl.

Kada je riječ o pojmovnom određenju turizma, potrebno je istaknuti kako je riječ o putovanju pojedinaca u osobnom aranžmanu ili pak organiziranom na destinaciju koja se ne smatra njegovim uobičajenim boravištem ili prebivalištem. Pritom putovanje mora trajati minimalno 24 sata do maksimalno 6 mjeseci. Ujedno, pojam turizma isključuje putovanja koja se poduzimaju s ciljem rada, odnosno ostvarivanja dohotka. Tako se ne mogu turistima smatrati osobe koje npr. idu u Njemačku raditi, a ujedno se otvaraju i brojna pitanja kada je riječ o radu digitalnih nomada koji su sve učestaliji u RH. Prema nekim karakteristikama digitalni nomadi se mogu smatrati turistima, dok prema činjenici da tijekom boravka u RH rade te temeljem rada ostvaruju dohodak ne mogu biti smatrani turistima (Croatialink.com, 2023).

Kroz povijesni razvoj turizma došlo je do pojave brojnih trendova, što je za posljedicu imalo oblikovanje širokog spektra oblika turizma. Kao neke od njih moguće je istaknuti naredne (Ministarstvo turizma i sporta, 2022):

- Kulturni turizam;
- Ruralni turizam;
- Ekološki turizam;
- Zdravstveni turizam;
- Eno-gastronomski turizam;
- Sportski turizam;

- Aktivni ili rekreativni turizam;
- Poslovni turizam;
- Gradski turizam te
- Seoski ili agro turizam.

Potrebno je posebno naglasiti kako prethodna lista nije iscrpna, odnosno kako je danas moguće diferencirati na desetine oblika turizma, s trendom razvoja novih oblika turizma u skoroj budućnosti. Kao jedan od trendova koji je izravno utjecao na oblikovanje novih oblika turizma moguće je istaknuti i pandemiju COVID-19 koja je dovela do razvoja oblika turizma koji se ne temelje na masovnosti. Stoga, moguće je istaknuti činjenicu kako je pandemija indirektno potaknula i razvoj seoskog turizma na koji je stavljen poseban naglasak u ovom radu.

## **2.2. Povijesni razvoj turizma u Republici Hrvatskoj**

RH ima bogatu povijest razvoja turizma, koja se povezuje još sa samim počecima kretanja ljudi u turističke svrhe u antičko vrijeme. U samim počecima turističkog razvoja ljudi su primarno putovali u posjetu manifestacijama i drugim sadržajima, poput sportskih natjecanja. Također, na području kontinentalne Hrvatske postojala su brojna liječilišta, poput toplica u Bizovcu koje djeluju i danas te doprinose razvoju turizma na području Slavonije. U samim počecima razvoja, turistička kretanja bila su moguća isključivo pripadnicima viših slojeva koji su su mogli omogućiti putovanje, djelomično je ovo posljedica nedostatka razvijene infrastrukture, poput cesta. Tijekom srednjeg vijeka te kasnije, do 20. stoljeća dolazi do postupnog razvoja infrastrukture te do značajnog napretka razvoja prijevoznih sredstava. Stoga, moguće je istaknuti kako je tehnološki napredak značajno potaknuo razvoj turizma na području RH, a time i na području Slavonije (Gržinić, 2019:38-39).

Turizam na području RH uvelike se razvija s razvojem prometnica, ali i s razvojem željeznica (Ban, 1996:727). Moguće je istaknuti kako do značajnijeg razvoja turizma u RH dolazi tek u 19. stoljeću, što je moguće povezati osim s razvojem infrastrukture i sa činjenicom da je tijekom 19. te 20. stoljeća došlo do industrijalizacije, a time i zapošljavanja većeg broja građana, uz povećanje raspoloživog dohotka. Usto, dolazi do izgradnje prvih hotela na području RH, čime su stvoreni preduvjeti za značajniji razvoj turizma. Moguće je istaknuti kako je u RH u poslijeratnom razdoblju, odnosno nakon II svjetskog rata došlo do značajnijeg razvoja turizma, koji se rapidno razvijao sve do Domovinskog rata, kada su uništeni brojni smještajni kapaciteti.

Do ponovnog razvoja turizma dolazi po samom završetku Domovinskog rata, a posebice na samim počecima 21. stoljeća, kada je RH prepoznata kao jedna od najpoželjnijih destinacija na području Europe (Gržinić, 2019:38-40).

Danas razvoju turizma doprinose brojne specifičnosti određene destinacije kao što je primjerice korištenje lipicanaca na području Slavonije, točnije u Đakovu te Lipiku. Moguće je istaknuti kako lipicanci privlače veliki broj turista u Đakovo, kao i u posjetu samoj ergeli. Pritom turisti u gradu ostaju veći broj dana, što izravno potiče razvoj turizma na području grada. S ciljem poticanja daljnjeg razvoja drugih vrsta turizma, bila bi poželjna suradnja većeg broja dionika na području grada. Moguće je istaknuti i kako su ovi konji jedan od simbola manifestacije koja predstavlja grad, odnosno Đakovačkih vezova. Budući da se ova manifestacija prikazuje na nacionalnoj televiziji, moguće je istaknuti i kako sama manifestacija te konji i drugi prikazani sadržaji izravno potiču razvoj seoskog te drugih oblika turizma u Slavoniji (Čačić i sur., 2013:17-19).

### 2.3. Turistički trendovi u Republici Hrvatskoj tijekom 21. stoljeća

U 21. stoljeću dolazi do intenziviranja razvoja turizma u RH, što je posljedica djelovanja širokog spektra čimbenika. Kao neke od njih moguće je istaknuti utjecaj geopolitičke situacije u Egiptu, Tunisu, Grčkoj te Turskoj, povećanje broja te kvalitete smještajnih kapaciteta u RH, dodatni turistički sadržaji, poboljšanje marketinških aktivnosti, ulazak u članstvo EU i sl. S ciljem prikazivanja turističkih trendova u RH tijekom 21. stoljeća, u nastavku se prikazuju relevantni statistički podaci koji se odnose na turizam kao gospodasku djelatnost.

**Slika 1: Turistički trendovi 21. stoljeća nasuprot turističkim trendovima 20. stoljeća**

Osnovni pokazatelji razvoja turizma								
	1980.	1985.	1990.	1995.	2000.	2005.	2010.	2015.
Broj postelja (u 000)	692	820	863	609	710	909	910	1.029
Broj turista (u 000)	7.929	10.125	8.498	2.438	7.136	9.995	10.604	14.343
Broj noćenja (u 000)	53.600	67.665	52.523	12.885	39.183	51.421	56.416	71.605
Prosječni broj noćenja po postelji	77	83	61	21	55	57	62	70
Prosječni broj noćenja po dolasku turista	6,8	6,7	6,2	5,3	5,5	5,1	5,3	5

Izvor: HTZ (2022.), Turizam u brojkama, preuzeto 20. svibnja 2023. s [https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-08/HTZ%20TUB%20HR\\_%202021.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-08/HTZ%20TUB%20HR_%202021.pdf)

Na prethodnoj slici prikazani su osnovni pokazatelji razvoja turizma za sami kraj 20. te početak 21. stoljeća. Uočljivo je kako je došlo do značajnog rasta broja postelja, a sami rast ovog broja najizraženiji je na samom početku 21. stoljeća, odnosno u razdoblju od 2000. do 2005. godine. Rast broja postelja primarno je posljedica razvoja privatnog smještaja koji se tijekom 21. stoljeća razvijao u svim destinacijama na području obale, ali i u kontinentalnom dijelu RH. Vrlo zanimljivo je za primijetiti činjenicu kako se broj dolazaka turista gotovo pa udvostručio u promatranom razdoblju, što nije pratio rast broja noćenja. Ovo ukazuje na promjene u preferencijama turista 21. stoljeća, odnosno riječ je primarno o turistima koji žele posjetiti veći broj destinacija, u kojima borave vrlo kratak vremenski period. Pritom, iako je povećanje broja turista poželjan pokazatelj, smanjenje broja noćenja po pojedinom turistu nije nimalo dobar pokazatelj budući da povećava troškove poslovanja iznajmljivača, a ujedno je i otežano poticanje održivog razvoja turizma. Vidljivo je kako je osim pada broja noćenja turista došlo i do pada broja noćenja po jednoj postelji, što ukazuje na to da je došlo do negativnog utjecaja na iskorištavanje potencijala smještajnih kapaciteta u turizmu.

**Slika 2: Smještajni kapaciteti po županijama u Republici Hrvatskoj 2021. godine**

Smještajni kapaciteti po županijama (stanje 31. kolovoza)						
ŽUPANIJA	BROJ POSTELJA		INDEKS 21./20.	BROJ POSTELJA U HOTELIMA		INDEKS 21./20.
	2020.	2021.		2020.	2021.	
Zagrebačka	3.024	2.907	96,13	879	702	79,9
Krapinsko-zagorska	3.316	3.259	98,28	1.173	1.154	98,4
Sisačko-moslavačka	1.237	1.270	102,67	219	267	121,9
Karlovačka	8.607	14.183	164,78	755	882	116,8
Varaždinska	3.377	4.170	123,48	757	760	100,4
Koprivničko-križevačka	946	1.010	106,77	373	340	91,2
Bjelovarsko-bilogorska	1.051	964	91,72	213	170	79,8
Primorsko-goranska	179.722	184.438	102,62	18.975	22.465	118,4
Ličko-senjska	37.103	39.193	105,63	2.341	2.512	107,3
Virovitičko-podravska	920	944	102,61	141	172	122,0
Požeško-slavonska	1.074	1.180	109,87	19	19	100,0
Brodsko-posavska	1.084	1.098	101,29	287	287	100,0
Zadarska	137.365	140.267	102,11	6.445	7.146	110,9
Osječko-baranjska	3.502	3.542	101,14	918	956	104,1
Šibensko-kninska	75.542	78.288	103,64	5.934	8.518	143,5
Vukovarsko-srijemska	2.105	2.331	110,74	537	558	103,9
Splitsko-dalmatinska	211.660	219.447	103,68	21.225	22.997	108,3
Istarska	281.799	291.130	103,31	22.779	27.702	121,6
Dubrovačko-neretvanska	71.873	76.030	105,78	14.087	27.702	196,6
Međimurska	1.706	1.922	112,66	609	16.072	2.639,1
Grad Zagreb	22.096	19.071	86,31	7.896	6.756	85,6
UKUPNO	1.049.109	1.086.644	103,58	106.562	148.137	139,0

Izvor: HTZ (2022.), Turizam u brojkama, preuzeto 20. svibnja 2023. s [https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-08/HTZ%20TUB%20HR\\_%202021.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-08/HTZ%20TUB%20HR_%202021.pdf)

Na prethodnoj slici prikazano je stanje kada je riječ o smještajnim kapacitetima prema županijama u RH. Ono što je na prvi pogled uočljivo je činjenica kako je u gotovo pa svim županijama došlo do rasta broja smještajnih kapaciteta, osim u Zagrebačkoj, Krapinsko-zagorskoj, Bjelovarsko-bilogorskoj te gradu Zagrebu. Promatra li se suma smještajnih kapaciteta u županijama na području Slavonije, odnosno u Virovitičko-podravskoj, Osječko-baranjskoj, Požeško-slavonskoj, Brodsko-posavskoj te Vukovarsko-srijemskoj, moguće je uočiti kako na području svih ovih županija ne postoji niti 10.000 postelja. Promatra li se površina ukupnog teritorija RH koja se odnosi na ove županije, moguće je istaknuti kako je ovo nedovoljan broj postelja kako bi se efikasnije razvijao turizam na području ovih županija. Pritom bi svakako trebalo poticati razvoj smještajnih kapaciteta na OPG-ovima, što je moguće i kroz educiranje OPG-ovaca te poticanje na apliciranje za sredstva dostupna iz fondova EU kroz Program ruralnog razvoja koji za cilj ima razvoj ruralnih sredina. Između ostalog, kroz



ovaj Program moguće je i korištenje sredstava koja će za cilj imati razvoj dopunskih djelatnosti na OPG-ovima kao što je primjerice i djelatnost smještaja.

**Slika 3: Dolasci turista po mjesecima 2021. godine**

	DOLASCI TURISTA			STRUKTURA U %	
	ukupno	organizirano	individualno	organizirano	individualno
Siječanj	87.634	18.770	68.864	21,4	78,6
Veljača	104.074	23.339	80.735	22,4	77,6
Ožujak	132.625	31.705	100.920	23,9	76,1
Travanj	219.621	54.405	165.216	24,8	75,2
Svibanj	407.230	96.778	310.452	23,8	76,2
Lipanj	1.370.500	369.586	1.000.914	27,0	73,0
Srpanj	3.532.751	858.318	2.674.433	24,3	75,7
Kolovoz	4.067.300	990.587	3.076.713	24,4	75,6
Rujan	1.760.678	519.632	1.241.046	29,5	70,5
Listopad	636.814	211.796	425.018	33,3	66,7
Studeni	220.572	59.870	160.702	27,1	72,9
Prosinac	235.995	52.469	183.526	22,2	77,8

Izvor: HTZ (2022.), Turizam u brojkama, preuzeto 20. svibnja 2023. s [https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-08/HTZ%20TUB%20HR\\_%202021.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-08/HTZ%20TUB%20HR_%202021.pdf)

Na prethodnoj slici prikazana je distribucija dolazaka turista prema mjesecima. Uočljivo je kako glavina turista u RH dolazi u razdoblju od lipnja do rujna i eventualno tijekom svibnja ili listopada, ako je vrijeme toplije i bez kiše. Posljedica je to činjenice kako je turizam u RH razvijen stihijski te je primarno riječ o kupališnom turizmu. U drugim mjesecima dolasci turista su znatno manje brojni, što ukazuje na to kako je cjelogodišnji turizam u RH nedovoljno razvijen. Pritom bi seoski turizam izravno mogao doprinijeti boljoj disperziji dolazaka turista tijekom cijele godine, što bi ujedno doprinijelo ublažavanju negativnih efekata turizma danas, uz poboljšanje eksploatacije resursa s kojima ruralne sredine raspolažu.

U prilog potrebe za razvojem seoskog turizma ukazuje i činjenica kako prevladavaju individualni dolasci turista. Stoga, nije potrebno razvijati smještajne kapacitete s većim brojem ležajeva u ruralnim sredinama budući da su dostatni i raspršeni smještajni kapaciteti s manjim brojem postelja. Stoga, potrebno je poticati razvoj smještajnih kapaciteta koji će turistima omogućiti jedinstven doživljaj kao što su primjerice kuće tradicionalne gradnje i ujedno tradicionalno namještene. Na taj način bi se turistima mogla prezentirati povijest Slavonije, uz stvaranje pozitivnog utjecaja na očuvanje kulturne baštine područja.

#### Slika 4: Dolasci turista po županijama

Dolasci turista po županijama					
ŽUPANIJA	DOLASCI TURISTA (u 000)		INDEKS 2021./2020.	STRUKTURA (u %)	
	2020.	2021.		2020.	2021.
Zagrebačka	42	79	188,1	0,6	0,6
Krapinsko-zagorska	89	151	169,7	1,3	1,2
Sisačko-moslavačka	13	13	100,0	0,2	0,1
Karlovačka	102	220	215,7	1,5	1,7
Varaždinska	45	72	160,0	0,6	0,6
Koprivničko-križevačka	7	13	185,7	0,1	0,1
Bjelovarsko-bilogorska	10	15	150,0	0,1	0,1
Primorsko-goranska	1.323	2.212	167,2	18,9	17,3
Ličko-senjska	267	484	181,3	3,8	3,8
Virovitičko-podravska	7	10	142,9	0,1	0,1
Požeško-slavonska	9	15	166,7	0,1	0,1
Brodsko-posavska	15	25	166,7	0,2	0,2
Zadarska	800	1.299	162,4	11,4	10,2
Osječko-baranjska	43	75	174,4	0,6	0,6
Šibensko-kninska	400	705	176,3	5,7	5,5
Vukovarsko-srijemska	29	36	124,1	0,4	0,3
Splitsko-dalmatinska	1.223	2.309	188,8	17,5	18,1
Istarska	1.736	3.372	194,2	24,8	26,4
Dubrovačko-neretvanska	455	967	212,5	6,5	7,6
Međimurska	39	64	164,1	0,6	0,5
Grad Zagreb	342	634	185,4	4,9	5,0
UKUPNO	7.001	12.776	182,5	100,0	100,0

Izvor: HTZ (2022.), Turizam u brojkama, preuzeto 20. svibnja 2023. s [https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-08/HTZ%20TUB%20HR\\_%202021.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-08/HTZ%20TUB%20HR_%202021.pdf)

Na prethodnoj slici prikazani su dolasci turista po županijama. Ono što se na prvi pogled ističe je činjenica kako su Slavonske županije vrlo slabo zastupljene u ukupnom broju dolazaka turista. Iako primjerice Vukovarsko-srijemska i Osječko-baranjska županija imaju određeni broj dolazaka turista, promatra li se broj noćenja turista, udio u ukupnom broju noćenja turista je zanemariv, što ukazuje na to kako turisti koji dolaze u ove županije pretežito ostaju vrlo mali broj dana u Slavoniji. Za pretpostaviti je kako turisti dolaze na vikend izlete, u posjetu manifestacijama ili pak s ciljem obilježavanja određenih dana od značaja za pojedine osobe ili pak državu.

Iz ovog razloga je nužan razvoj strategije koja će doprinijeti poticanju razvoja sadržaja na području Slavonije, a koji bi mogli potaknuti zadržavanje osoba kroz više dana. Održivi razvoj turizma Slavonije nužno je temeljiti na dolascima turista koji će na destinaciji boraviti više

dana, a usto i biti upoznati sa specifičnostima destinacije poput njene gastro ponude, povijesne i kulturne baštine i sl.

### **3. SEOSKI TURIZAM**

U javnosti se nerijetko brkaju pojmovi ruralni i seoski turizam. Posljedica je to činjenice da se ruralni turizam odvija na područjima koje se ne smatraju urbanim sredinama, kao što je slučaj i sa seoskim turizmom. Bitna razlika je sama činjenica da se seoski turizam temelji na sinergiji poljoprivrede i turizma, odnosno moguće je istaknuti kako se seoski turizam temelji na valorizaciji proizvoda poljoprivredne proizvodnje. U nastavku ovog poglavlja pojmovno se određuje seoski turizam, nakon čega slijedi definiranje oblika seoskog turizma te se na samom kraju poglavlja prikazuje seoski turizam u RH.

#### **3.1. Pojmovno određenje seoskog turizma**

Primarno, nužno je diferencirati seoski turizam u odnosu na ruralni turizam koji je širi pojam u odnosu na seoski turizam budući da podrazumijeva sve oblike turizma koji se odvijaju u ruralnim područjima. „Seoski turizam je užiji pojam od ruralnog turizma, a istovremeno širi pojam od turizma na farmi (turističkom seoskom obiteljskom gospodarstvu) i vezan je uz ambijent sela i njegovu užu okolicu te sve njegove aktivnosti (poljoprivreda, manifestacije, gastronomija, folklor, etnologija, ostala gospodarska aktivnost)“ (Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2011:14).

Temeljem prethodnog, vidljivo je kako seoski turizam obuhvaća širok spektar aktivnosti koje se odvijaju u selu, a doprinose razvoju turizma u samom selu. Pritom je posebno potrebno istaknuti folklor i folklorna društva kao nositelje tradicijskih vrijednosti, a koji mogu turistima predložiti tradicionalne zanate, glazbu, kulturu, gastronomiju te druge aspekte života kroz povijest razvoja određene destinacije. Moguće je istaknuti i kako se seoski turizam temelji ponajprije na povezivanju poljoprivrede i turističkih aktivnosti budući da u ovom slučaju turizam doprinosi razvoju poloprivrede kroz plasman proizvoda na pragu, ali i poticanje razvoja novih poljoprivrednih proizvoda. Odnosno, potiče se prerada proizvoda primarne poljoprivredne proizvodnje.

## Slika 5: Odnos seoskog i ruralnog turizma



Izvor: Dobrota, A. (2018.), Što je seoski turizam i kako spojiti poljoprivredu s turizmom u Hrvatskoj?, preuzeto 15. svibnja 2023. s <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/seoski-turizam-hrvatska>

Na prethodnoj slici prikazan je odnos seoskog i ruralnog turizma. Uočljivo je kako je riječ o dvama različitim pojmovima, pritom ruralni turizam može podrazumijevati brojne oblike turizma koji nemaju nikakve poveznice sa poljoprivredom kao primarnom djelatnošću, dok se seoski turizam temelji na povezivanju poljoprivrede i turizma. Iz tog razloga se u slučaju seoskog turizma ističe i sam pojam agroturizam te značaj kušaonica, izletišta, ruralnih kuća za odmor te drugih sadržaja u ruralnim sredinama.

### 3.2. Oblici seoskog turizma

Kao i kada je riječ o drugim vrstama turizma, moguće je diferencirati više oblika seoskog turizma. Pritom je nužno naglasiti kako se oblici seoskog turizma svakodnevno poboljšavaju i razvijaju, temeljem čega je moguće zaključiti kako će u budućnosti doći do razvoja novih oblika seoskog turizma.

Danas je u RH moguće diferencirati ponajprije naredne oblike seoskog turizma (Ministarstvo turizma, 2011:37-44):

- Agroturizam;

- Kušaonica;
- Ruralna kuća za odmor;
- Ruralni bed and breakfast;
- Ruralni obiteljski hotel – npr. difuzni hotel;
- Rurani kamp te
- Ruralno kamp odredište.

Moguće je istaknuti kako su prethodno istaknuti oblici seoskog turizma raznoliki, a ujedno doprinose kreiranju potencijala razvoja seoskog turizma u RH, koji je dosada bio znatno zanemaren.

### **3.3. Seoski turizam u Republici Hrvatskoj**

Moguće je istaknuti kako je seoski turizam u RH nedovoljno razvijen, što je posljedica sustavnog zanemarivanja ovog oblika turizma kroz duži vremenski period, a posebice tijekom posljednjih desetljeća kada je nužno trebalo razvijati ovaj oblik turizma uz kupališni turizam, čime bi se doprinijelo razvoju cjelogodišnjeg turizma na području RH. U nastavku ovog rada prikazuju se primjeri koji su vrlo bitni za razvoj seoskog turizma, pritom je moguće uočiti da iako je riječ o vrlo bogatoj turističkoj ponudi u ovom području, ipak je riječ o ponudi koja je nedovoljno poznata široj javnosti, što ima za posljedicu nemogućnost značajnijeg razvoja seoskog turizma na području RH.

Kada je riječ o ruralnim područjima, vidljivo je kako nedostaje adekvatnih smještaja, a što bi bilo moguće kompenzirati kroz razvoj novih, inovativnih oblika smještaja. Budući da veliki broj turista danas želi doživjeti destinaciju kroz povezanost s prirodom, s ciljem razvoja seoskog turizma u RH, a posebice na području Slavonije, bilo bi preporučljivo razviti kampove koji će koristiti šatore te druge oblike smještaja turista tijekom njihovog boravka na destinaciji. Na ovaj način bi se turistima prezentiralo prirodna bogatstva, uz kreiranje minimalno štetnog utjecaja na okoliš, što bi doprinijelo održivom razvoju seoskog turizma u RH.

Moguće je istaknuti činjenicu kako je pandemija COVID-19 jedan od čimbenika koji su izravno utjecali na razvoj seoskog turizma u RH budući da su smještajni kapaciteti u seoskom turizmu manjeg kapaciteta te su omogućili izolaciju turista, uz istovremeno uživanje u svim prednostima destinacije. Potrebno je istaknuti kako je za daljnji razvoj seoskog turizma potrebno dodatno

iskoristiti prednosti koje se trenutno predstavljaju kao nedostaci ovog oblika turizma, odnosno transformirati ih u komparativne prednosti koje će doprinijeti daljnjem razvoju turizma.

## **4. ANALIZA POTENCIJALA RAZVOJA SEOSKOG TURIZMA U SLAVONIJI**

Moguće je istaknuti kako postoji značajan potencijal razvoja seoskog turizma na području Slavonije, što je posljedica razvijene poljoprivrede te djelovanja drugih čimbenika kao što su primjerice bogata kulturna baština, jedinstvena gastronomska ponuda i sl. Zasad je seoski turizam na području Slavonije nedovoljno razvijen, što je svakako djelomično posljedica nedovoljne promocije ruralnih sredina, ali i sadržaja koje se nude u istima. Iako pojedinci mogu značajno doprinijeti razvoju seoskog turizma, to djelovanje je ograničenog karaktera, zbog čega je potrebno istaknuti kako je za značajniji razvoj ovog oblika turizma na području Slavonije ključna uloga turističkih zajednica te svakako i HTZ-a.

U nastavku ovog poglavlja detaljnije se obrađuju odrednice koje su vrlo bitne za razvoj seoskog turizma na području Slavonije. Odnosno riječ je o specifičnostima smještajnih kapaciteta koji su kako je prethodno istaknuto vrlo ograničeni. Pritom se daju smjernice za razvoj budućih smještajnih kapaciteta. Poseban naglasak potrebno je staviti na prikaz značajnih manifestacija na području Slavonije koje imaju potencijal privlačenja velikog broja turista, a ujedno i potencijal poticanja daljnjeg razvoja seoskog turizma, budući da turisti koji dolaze na manifestacije ili iste vide u medijima dobivaju inspiraciju za posjećivanjem destinacija koje su povezane s određenom destinacijom. Za razvoj seoskog turizma značajno je postojanje etnosela, izletišta i kušaonica, zbog čega se ista posebno analiziraju u ovom poglavlju.

### **4.1. Smještajni kapaciteti kao potpora razvoju seoskog turizma**

Iako brojni OPG-ovi raspolažu sa smještajnim kapacitetima, moguće je istaknuti kako postoji potencijal dodatnog razvoja smještajnih kapaciteta, jedan od kojih je svakako i razvoj difuznih hotela u ruralnim područjima. Difuzni hoteli su specifičan oblik smještaja turista, na što sami naziv ovih hotela ukazuje. Riječ je o tipu smještajnih jedinica koje su nerijetko udaljene jedna od druge, pritom svaka smještajna jedinica može biti različito uređena i imati znatno različite karakteristike u odnosu na neke druge smještajne jedinice. Difuzni hoteli trebali bi imati minimalno 3 smještajne jedinice, uz postojanje jedne zajedničke jedinice u kojoj će biti smješteni sadržaji koji su nužno potrebni turistima poput recepcije. Ovaj tip hotela razvija se



na samom kraju 20. stoljeća u Italiji, a već sada je vidljivo kako je znatno doprinio razvoju turizma u ruralnim područjima Italije, uz očuvanje infrastrukture (Gašpert, 2017).

### Slika 6: Prvi difuzni hotel u Švicarskoj - Corippo Albergo Diffuso



Izvor: Portonoy, S. (2023.), How Alberghi Diffusi Turn Villages Into Hotels, preuzeto 01. srpnja 2023. s <https://www.smithsonianmag.com/travel/how-alberghi-diffusi-turn-villages-into-hotels-180981951/>

Na prethodnoj slici dan je prikaz difuznog hotela Corippo u Švicarskoj. Ovo je istaknuto iz razloga što je ovaj difuzni hotel jedan od odličnih primjera kako je razvoj difuznog hotela doprinio očuvanju napuštenog zaseoka, uz istovremeno očuvanje tradicionalne gradnje. Iako je riječ o teže pristupačnoj destinaciji, turisti ju posjećuju iz većeg broja razloga, a jedan od njih svakako je mogućnost autentičnog turističkog doživljaja. Vidljivo je kako su kuće na slici kamene, odnosno tradicionalne gradnje, čime se ovaj hotel u potpunosti uklapa u postojeću infrastrukturu destinacije (budući da nastaje uz minimalan utjecaj na okoliš te na same građevine u kojima se smještajni kapaciteti nalaze).

Prethodni difuzni hotel odabran je s ciljem prikaza potencijala razvoja difuznih hotela na području Slavonije. Odnosno, budući da je danas vrlo izražena depopulacija Slavonije te se pritom veliki broj kuća prodaje za vrlo male iznose, moguće je istaknuti kako bi ulaganje u razvoj ovog tipa smještajnih kapaciteta bilo znatno manje u odnosu na investicije u razvoj smještajnih kapaciteta tipa hotela. Jedna od specifičnosti ovog tipa hotela je i mogućnost uređenja okućnice svake smještajne jedinice, na taj način bi se mogli urediti vrtovi i drugi sadržaji koji bi turistima omogućili kušanje tradicionalno proizvedene hrane, kao i pružanje uvida u prirodna bogatstva na području Slavonije.

## Slika 7: Tradicionalno građene kuće u Slavoniji



Izvor: Lončar-Vicković, S. i Stober, D. (n.d.), Tradicijska kuća Slavonije i Baranje, Zagreb: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, str. 8

Na prethodnoj slici prikazan je izgled tradicionalne kuće u Slavoniji. Riječ je o salašu Ipša u Čemincu. Pri samoj revitalizaciji građevine zadržan je izvorni izgled iste, što je doprinijelo samoj autentičnosti građevine. Iako pojedini vlasnici ovog tipa građevina preferiraju moderno uređenje u unutrašnjosti, preporučljivo bi bilo zadržati tradicionalno uređenje interijera, uz korištenje namještaja koji je izrađen od prirodnih materijala poput drva. Ono što je kod ove građevine na prvi pogled uočljivo je sama okolina u kojoj se građevina nalazi te činjenica kako ju okružuju poljoprivredne površine. Moguće je istaknuti kako je preporučljivo zadržavanje nekih domaćih životinja poput primjerice kokoši, kunića, konja, pataka, gusaka i sl. kako bi se turistima pružio uvid u život u ruralnim područjima.

Ponovo se naglašavaju konji iz razloga jer se pokazalo kako konji imaju terapijsko djelovanje na većinu pojedinaca, neovisno o jahanju. S obzirom na to da je pandemija COVID-19 imala negativan utjecaj na mentalno zdravlje ljudi, moguće je istaknuti kako je jedan od smjerova promocije ovog oblika turizma svakako i promoviranje istog kao bijega od svakodnevnih problema, koji omogućava pojedincu smanjenje razine stresa, relaksaciju i sl. Odnosno, ističe se doprinos razvoja ovakvog oblika turizma mentalnom te fizičkom zdravlju turista.

## 4.2. Značajne manifestacije na području Slavonije

Na području Slavonije postoji veći broj manifestacija koje su više ili manje poznate diljem RH. Uzme li se u obzir kako ribarske večeri te druge manifestacije doprinose privlačenju turista u primorske dijelove RH, moguće je istaknuti i kako je nužna promocija manifestacija koje trenutno postoje u kontinentalnom dijelu RH, a imaju potencijal privlačenja većeg broja turista.

Iako su u javnosti najpoznatiji Đakovački vezovi ili Vinkovačke jeseni, postoji veći broj drugih, manje poznatih manifestacija. Među njima je moguće istaknuti (Osječko-baranjska županija, 2023):

- Eko-etno festival u Bilju;
- Petrijevačke žetvene svečanosti;
- Miholjačko sijelo;
- Olimpijadu starih sportova u Brođancima;
- Ribarske dane u Kopačevu;
- Praćkijadu u Radikovcima;
- Sajam poljoprivrede, lova, ribolova i seoskog turizma u Bizovcu;
- Dane slavonske šume u Našicama te
- Ladimirevačke divane u Ladimirevcima.

Temeljem prethodno navedenog, vidljivo je kako na području Slavonije danas postoje brojne manifestacije. Riječ je o manifestacijama koje se mogu smatrati tradicionalnima budući da imaju bogatu povijest razvoja te ih je nužno iskoristiti s ciljem daljnjeg razvoja seoskog turizma na području Slavonije. Promatra li se tematika pojedinih manifestacija, uočljivo je kako su iste vrlo različite tematike, što doprinosi bogatstvu turističke ponude, ali istovremeno je potrebno naglasiti kako je riječ o manifestacijama koje su primarno poznate na lokalnoj razini, zbog čega je nužna daljnja promocija istih. Manifestacije se posebno ističu kao značajne za razvoj seoskog turizma iz razloga što manifestacije služe kao instrument privlačenja turista u destinaciju, a pritom turisti mogu ostati veći broj dana na području destinacije kako bi u potpunosti uživali na određenoj destinaciji. Stoga, potrebno je i na samim manifestacijama pojačano promovirati prednosti određene destinacije u vidu prezentiranja turističke ponude iste.

## Slika 8: Žetvene svečanosti u Petrijevcima



Izvor: Općina Petrijevci (2023.), Žetvene svečanosti, preuzeto 07. srpnja 2023. s [https://www.petrijevci.hr/izbornik2.php?n\\_id=33](https://www.petrijevci.hr/izbornik2.php?n_id=33)

Na prethodnoj slici prikazan je jedan detalj sa žetvenih svečanosti u Petrijevcima. Ova manifestacija ne samo da prikazuje tradiciju općine Petrijevci, već i ima potencijal privlačenja turista u budućnosti. Manifestacija je postala tradicionalna budući da se održava već gotovo 30 godina. Ova manifestacija održava se drugog vikenda srpnja svake godine, počevši od 1994. godine. Cilj manifestacije je promocija tradicionalne žetve, odnosno kosidbe žita. Sama manifestacija temelji se na promociji kulturne baštine te na istoj sudjeluju folklorna društva.

S ciljem bolje valoritacije iste te ujedno i promocije ovog kraja nužno je oblikovati marketinški miks za manifestaciju te istovremeno istu dopuniti kroz druge sadržaje kojima će se prikazati ponuda ove destinacije. Pritom bi bilo nužno tijekom održavanja same manifestacije dodati sadržaje poput promocije lokalno proizvedenih proizvoda. Usto, nužna je izrada brošura kroz koje bi se potencijalnim turistima prikazale mogućnosti koje im se nude u destinaciji. Pritom bi bilo poželjno s ciljem izbjegavanja stvaranja neželjenog utjecaja na okoliš brošuru plasirati online. Ujedno, ovo bi doprinijelo poboljšanju vidljivosti iste budući da bi u tom slučaju turisti diljem svijeta imali pristup istoj.

### Slika 9: Olimpijada starih sportova u Brođancima



Izvor: HedonismTourism (2022.), Olimpijada starih sportova u Brođancima, preuzeto 07. srpnja 2023. s <https://hedonism-tourism.org/2022/08/30/olimpijada-starih-sportova-u-brodancima/>

Na slici je prikazana povorka koja se odvija u sklopu Olimpijade starih sportova u Brođancima. Brođanci su naselje koje je u blizini općine Bizovci, a u neposrednoj je blizini i Osijeka. Koliko je ova manifestacija bitna za lokalno stanovništvo pokazuje podatak da je dosada održana gotovo 50 puta. Pod starim sportovima smatraju se kandžijanje, banga, tokač, potezanje konopa, trčanje u vrećama, bacanje kamena s ramena, itd. Na manifestaciji koja je održana 2022. godine sudjelovalo je preko 630 natjecatelja iz 6 županija.

Sama činjenica kako na manifestaciji sudjeluje veliki broj sudionika ukazuje na činjenicu kako ova manifestacija ima veliki potencijal za promociju seoskog turizma. Odnosno, nužno je manifestaciju iskoristiti s ciljem promocije seoskog turizma ove destinacije. Kao i u prethodnom slučaju, poželjno bi bilo iskoristiti manifestaciju s ciljem razvoja dodatnih sadržaja koji će obogatiti samu manifestaciju, pritom može biti riječ o prezentaciji lokalno proizvedenih proizvoda, prezentaciji subjekata koji djeluju u području seoskog turizma i sl.

### 4.3. Etnosela na području Slavonije

Na području cijele RN postoje etnosela, ali su ista slabije poznata u javnosti, što u konačnici ima izravan utjecaj na poslovanje etno sela. Također, kada je riječ o Slavoniji, postoje brojna etnosela, odnosno salaši, koji su manje poznati u javnosti. Moguće je istaknuti kako većina turista dolazi u etnosela temeljem preporuke prijatelja ili poznanika. Usto, danas je učestalo moguće uočiti i kako turisti istražuju preporuke online, na različitim grupama s recenzijama i sl. Iz tog razloga, kako bi se efikasnije promovirala etnosela (kao i drugi sadržaji u sklopu seoskog turizma), nužno je sve sadržaje promovirati na grupama koje služe za recenzije. Na ovaj način temeljem besplatne promocije moguće je postići izuzetne efekte.

Kao primjere moguće je istaknuti etnosela koja pružaju uslugu održavanja vjenčanja i drugih svečanosti. Na ovaj način stvaraju se temelji za razvoj cjelogodišnjeg seoskog turizma te ujedno za plasman širokog spektra proizvoda koji se proizvode na lokalnom području.

**Slika 10: Seosko gospodarstvo Salaš**



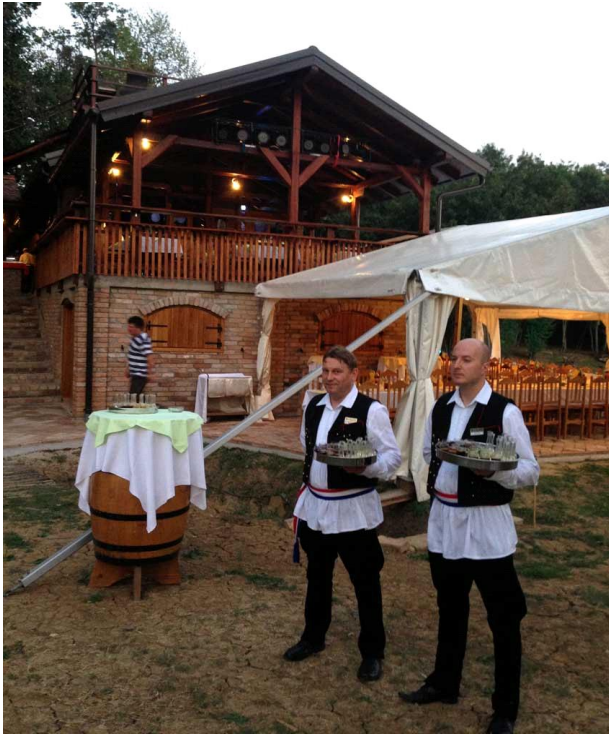
Izvor: Turistička zajednica Brodsko-posavske županije (2023.), Seosko gospodarstvo Salaš, preuzeto 10. srpnja 2023. s <https://tzbpz.hr/salas/>

Na prethodnoj slici prikazani su detalji iz etnosela koje se nalazi u Ratkovcu. Na području etnosela nalazi se više objekata, između kojih je moguće istaknuti smještajne kapacitete s 8 dvokrevetnih soba, wellness spa sa jacuzzijem i finskom saunom, kuhinju, igralište za djecu itd. Moguće je istaknuti kako su vlasnici posebnu pozornost posvetili razvoju većeg broja sadržaja, počevši od sadržaja za djecu pa sve do sadržaja za najstarije. Na ovaj način moguće je privući turiste više dobnih skupina, ali i različitih preferencija. Također, potrebno je istaknuti i kako se u ovom etnoselu posebna pozornost posvećuje prezentaciji lokalno proizvedenih proizvoda te je tako u cijenu smještaja uključen i tradicionalni slavonski doručak. Moguće je istaknuti kako je ovo jedan od inicijalnih koraka prema poticanju turista da dodatno istraže gastronomsku ponudu destinacije.

Moguće je istaknuti kako bi s ciljem daljnjeg razvoja seoskog turizma bilo poželjno poticati i udruživanje većeg broja subjekata koji djeluju u okvirima seoskog turizma te subjekata koji djeluju u području drugih oblika turizma. Kroz sinergijsko djelovanje moguće je poticanje razvoja cjelogodišnjeg turizma na području cijele Slavonije. Primjerice, na području urbanih sredina kao što je Osijek moguće je razvijati specifične oblike turizma kao što je konferencijski turizam, a usto, moguće je turistima prezentirati i potencijal seoskog turizma. Za pretpostaviti je kako će turisti koji na ovaj način dobiju uvid u turističku ponudu Slavonije koja se nudi u okvirima seoskog turizma preporučiti destinaciju svojim prijateljima i poznanicima, ali ujedno i ostaviti pozitivne recenzije online što je danas najefikasniji instrument promocije destinacije.

Moguće je istaknuti kako su na području Slavonije te Vojvodine, ali i Mađarske učestali salaši. Riječ je o kompleksu stambeno gospodarskih zgrada koje se nalaze u većim seoskim domaćinstvima, smještene su izvan naselja, primjerice na pašnjacima i sl. Salaš se sastoji od stambene građevine te pomoćnih građevina kao što su građevine za stoku, spremišta za žito te drugih pomoćnih objekata (Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2023).

**Slika 11: Eko-etno salaš Savus**



Izvor: Eko-etno salaš Savus (2023.), web stranica, preuzeto 10. srpnja 2023. s <http://www.savus-salas.com/>

Na prethodnoj slici dan je prikaz eko-etno salaša Savus. Ovaj salaš specifičan je budući da nudi širok spektar usluga, s posebnim naglaskom na gastronomske usluge. Kao što je prethodno istaknuto, s ciljem cjelogodišnjeg turizma nužna je orijentacija na organizaciju raznih događaja, poput vjenčanja, što je na ovom salašu moguće. Salaš se nalazi na oko 10 hektara šume, a kako je na fotografijama u galeriji (na web stranici salaša) moguće uočiti, prezentiraju se i prirodna bogatstva, što je temelj za privlačenje turista koji žele primarno boravak u prirodi tijekom svog posjeta određenoj destinaciji. Na području ovog salaša postoje sportski tereni, ali ujedno postoji veći broj pješačkih staza koje turistima koji posjećuju salaš omogućavaju aktivan odmor, što dodatno doprinosi poboljšanju turističke ponude ovog područja.

Moguće je istaknuti kako je ovaj salaš odličan primjer spoja prirodnog bogatstva, tradicije te ujedno valorizacije gastronomije. Jedini nedostatak je neovoljno odrađene promotivne aktivnosti, posljedica čega je činjenica da je salaš manje poznat u drugim dijelovima RH. Stoga, ponovo se naglašava potreba za efikasnijim promotivnim aktivnostima koje bi omogućile viši stupanj upoznatosti turista s turističkom ponudom destinacije.



#### 4.4. Izletišta na području Slavonije

Na području Slavonije postoje izletišta, ali su ista slabije poznata van okvira RH, ali i na samom području RH, što je potencijalno posljedica slabo odrađenih promotivnih aktivnosti.

**Slika 12: Kuća dida Tunje**



Izvor: Punkufer.dnevnik.hr (2023.), Slavonski zen: 10 vikend-ideja za resetiranje u brdima i dolinama na istoku Lijepe Naše, preuzeto 12. srpnja 2023. s <https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/putovanja/najbolja-izletista-u-slavoniji---780914.html>

Na prethodnoj slici prikazana je unutrašnjost restorana u sklopu etno-imanja Kuća dida Tunje koja se nalazi u Oprisavcima, selu koje je u blizini Đakova. Ovo imanje specifično je prema bogatstvu sadržaja koji se na njemu nude, počevši od restorana koji je kao jedan vid vremeplova budući da je zadržano izvorišno oblikovanje interijera iz 30-ih godina prethodnog stoljeća. Na imanju se nalaze i smještajni kapaciteti, ribnjak, dječji zabavni park, štala s domaćim životinjama, radionica sa starim alatima te drugi sadržaji. Na ovom imanju postoji vrlo bogata turistička ponuda, počevši od smještajnih kapaciteta, sadržaja za sve dobne skupine pa sve do gastro ponude.

Kao i u slučaju drugih sadržaja koji se nude na području Slavonije, nužno je sinergijsko djelovanje više skupina dionika u području seoskog turizma. Odnosno, poseban naglasak nužno je staviti na samu promociju turističke ponude, kako diljem RH, tako i šire. Pritom je pandemija COVID-19 pokazala kako su domaći turisti ključni za zadržavanje turističkih kretanja, zbog

čega bi bilo poželjno u samim počecima primarno se orijentirati na domaće turiste kojima je na ovaj način moguće ponuditi jedinstven, aktivan odmor, a opet u neposrednoj blizini većih urbanih sredina.

### **Slika 13: Planinarski dom Jankovac**



Izvor: Punkufer.dnevnik.hr (2023.), Slavonski zen: 10 vikend-ideja za resetiranje u brdima i dolinama na istoku Lijepe Naše, preuzeto 12. srpnja 2023. s <https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/putovanja/najbolja-izletista-u-slavoniji---780914.html>

Na prethodnoj slici prikazan je planinarski dom Jankovac. Ovaj planinarski dom nalazi se na području park šume Jankovac, na području Papuka. U planinarskom domu raspoloživo je oko 10 soba, uz gastro ponudu. Ali, posebitost ovog izletišta je sama njegova lokacija, odnosno u neposrednoj blizini planinarskog doma Jankovac nalazi se veći broj sadržaja kao što su slapovi, jezera, stoljetna stabla i sl. Također, turistima koji posjete park šumu Jankovac preporučuje se posjeta poučne Grofove staze koja obiluje brojnim kulturno-povijesnim zanimljivostima. Odnosno, ova staza turistima omogućava upoznavanje s poviješću destinacije na inovativan način, a usto je riječ o aktivnom istraživanju, što je vrlo zanimljivo za mlađe dobne skupine.

Ovaj primjer pokazuje kako za razvoj seoskog turizma nije nužno postojanje kapaciteta koji će biti u blizini urbanih sredina, lako dostupnih automobilom ili sl. Odnosno, ovaj planinarski dom služi kao poticaj razvoju aktivnog turizma u ruralnim sredinama, a istovremeno je temelj za razvoj seoskog turizma budući da povezuje poljoprivredu i turizam. Temeljem svih prethodno

istaknutih primjera uočljivo je kako u segmentu seoskog turizma na području Slavonije postoje brojni primjeri koje je moguće iskoristiti s ciljem daljnjeg razvoja ovog tipa turizma, ali se naglasak primarno stavlja na razvoj dodatnih sadržaja te na suradnju većeg broja dionika u području seoskog turizma.

#### **4.5. Kušaonice**

Na području Slavonije postoji manji broj kušaonica, koje su primarno povezane s vinima kao jednim od proizvoda koji se sve učestalije izvozi van granica RH. Kao jedan od nedostataka ovakvog oblika organiziranja kušaonica ističe se nedostatak postojanja kušaonica u kojima je moguće probati druga pića ili pak proizvode koji se proizvode na području Slavonije. Na ovaj način onemogućava se budući razvoj poljoprivredne proizvodnje koja će biti usmjerena prema preradi primarnih proizvoda, a čime se ujedno onemogućava i stvaranje dodatne zarade na OPG-ovima. S ciljem budućeg razvoja kušaonica, nužno je stvaranje inicijative na lokalnim razinama, primjerice od strane lokalne vlasti, kao i kroz stvaranje manifestacija koje bi potencijalno mogle biti povezane s prezentacijom gastro ponude određene destinacije.

Kako bi se razvila infrastruktura koja je potrebna za uspostavu kušaonica, poželjno bi bilo korištenje sredstava iz EU fondova, kao i drugih nacionalnih izvora. Ali pritom je moguće istaknuti kako je poželjan angažman lokalne vlasti pri uspostavi kušaonica kroz koje bi se omogućila prezentacija gastro ponude destinacije iz razloga što mali proizvođači ne raspolažu s financijskim i drugim kapacitetima za uspostavu kušaonica većeg obujma. Pritom, poželjno bi bilo da se posjetiteljima kušaonica pruži mogućnost kupovine proizvoda koje su probali, čime se može doprinijeti razvoju proizvodnje malih poduzetnika područja.

Postoji potencijal organizacije tematskih dana/tjedana kako bi se kroz kušaonice omogućilo testiranje proizvoda jedne skupine koje je proizveo veći broj proizvođača, ali i brojne druge mogućnosti. Ono što je jedna od specifičnosti turizma RH je činjenica da je riječ o ponajprije individualnim posjetama turista, dok bi postojanje infrastrukture kao što su kušaonice, uz razvoj smještajnih kapaciteta omogućio razvoj seoskog turizma i posjete većih grupa. Odnosno, na ovaj način bi se omogućilo da turističke agencije organiziraju putovanja za turističke grupe, čime bi se veći broj domaćih turista potaklo na posjetu ruralnim područjima.

Za podizanje stupnja uspješnosti razvoja seoskog turizma nužna je uspostava suradnje između većeg broja dionika, počevši od samih seoskih gospodarstava, lokalne vlasti pa sve do turističkih agencija koje bi posjete seoskim gospodarstvima mogle uključiti u svoju ponudu. Kao jedan od odličnih primjera moguće je dati primjer organiziranog odlaska djece na jahanje ili posjetu seoskim gospodarstvima na kojima mogu vidjeti životinje u njihovom prirodnom okruženju.

## 5. ZAKLJUČAK

Turizam je danas primarna gospodarska djelatnost u RH sa udjelom od oko 20% u ukupnom BDP-u. Pritom, nužno je promatrati i indirektne efekte razvoja turizma budući da je turizam izravno povezan s drugim djelatnostima, počevši od poljoprivrede koja osigurava prehrambene proizvode potrebne za turističku djelatnost. Potrebno je naglasiti i kako razvoj turizma ima izravan utjecaj na druge djelatnosti kroz trošenje dohotka ili dobiti, što povećava primarno osobnu potrošnju budući da veliki dio subjekata u turizmu čine privatni iznajmljivači.

Turizam kakav je danas razvijen u RH primarno je masovnog karaktera, organiziran na 2-4 mjeseca trajanja u ovisnosti o lokalitetu. Odnosno, moguće je istaknuti kako rijetke destinacije imaju razvijen cjelogodišnji turizam, a među njima je moguće istaknuti Dubrovnik te pojedine destinacije u Istri i Kvarneru poput Opatije. Sama činjenica kako je turizam u RH primarno orijentiran na kupališnu sezonu uvelike povećava ovisnost uspješnosti turističke sezone o djelovanju većeg broja čimbenika poput vremenskih uvjeta i sl.

Pandemija COVID-19 je jedan od čimbenika koji je imao negativan utjecaj na turističke trnedove te je zapravo pandemija pokazala kako je nužno razvijati specifične oblike turizma poput seoskog turizma. Ovaj tip turizma moguće je razvijati na cjelogodišnjoj bazi, a pritom je riječ o tipu turizma koji izravno povezuje turizam i poljoprivredu kao primarnu djelatnost. Na ovaj način se OPG-ovima i drugim subjektima u ruralnim sredinama omogućeno je kreiranje dodatnog dohotka kroz obavljanje dopunskih djelatnosti na OPG-ovima. Primarno je tu riječ o djelatnostima smještaja te pripreme hrane i pića, ali se ne smiju zanemariti niti brojne druge djelatnosti. Kao takve je moguće istaknuti tradicionalne zanate i slične djelatnosti, koje doprinose obogaćivanju ponude ruralnih sredina.

Slavonija je specifična regija RH koja ima brojna bogatstva, s posebnim naglaskom na prirodna bogatstva te vrlo bogatu kulturnu baštinu. Stoga, moguće je brojne prednosti kao što je primjerice korištenje konja u rehabilitacijske i druge svrhe iskoristiti s ciljem poticanja dodatnog razvoja seoskog turizma. U ovom radu se poseban naglasak stavlja na konje kao jedno od kulturnih bogatstava Slavonije, pritom se primarno ističu lipicanci kao vrsta konja koja se u RH tradicionalno povezuje s područjem Slavonije. Konji su se dosada primarno koristili s ciljem

razvoja manifestacijskog turizma, kao što su primjerice Đakovački vezovi, dok su se u druge svrhe koristili slabijim intenzitetom.

S ciljem što efikasnijeg razvoja seoskog turizma Slavonije, nužno je efikasnije koristiti prirodne resurse, počevši od lokalno proizvedenih proizvoda koje je nužno brendirati te zaštititi oznakama porijekla i kvalitete. Usto, potrebno je i efikasnije iskorištavati bogatu kulturnu baštinu, dio koje su i sami lipicanci. Jedna od specifičnosti Slavonije koja je nastala kao posljedica izražene depopulacije ruralnih sredina je mogućnost razvoja difuznih hotela te uređenje istih u tradicionalnom stilu, čime bi se doprinijelo razvoju smještajnih kapaciteta te ujedno i turistima predočile karakteristike tradicionalnih građevina na području Slavonije, što bi doprinijelo poboljšanju kvalitete turističkog doživljaja.

## LITERATURA

- Ban, I. (1996.), Željeznica i turizam, Ekonomska misao i praksa, Vol. 5 No. 2, str. 727-750
- Croatialink.com (2023.), Turizam: definicija, nastanak, razvoj i podjela, preuzeto 12. svibnja 2023. s [https://croatialink.com/wiki/turizam:\\_definicija,\\_nastanak,\\_razvoj\\_i\\_podjela](https://croatialink.com/wiki/turizam:_definicija,_nastanak,_razvoj_i_podjela)
- Čačić, A. i sur. (2013.), Uloga lipicanaca u razvoju hrvatskog konjičkog turizma, Stočarstvo : Časopis za unapređenje stočarstva, Vol. 67 No. 1, str. 17-22
- Dobrota, A. (2018.), Što je seoski turizam i kako spojiti poljoprivredu s turizmom u Hrvatskoj?, preuzeto 15. svibnja 2023. s <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/seoski-turizam-hrvatska>
- Eko-etno salaš Savus (2023.), web stranica, preuzeto 10. srpnja 2023. s <http://www.savus-salas.com/>
- Gašpert, I. (2017.), Što je to raspršeni ili difuzni hotel?, preuzeto 01. srpnja 2023. s <http://www.hotelijer.hr/sto-je-to-rasprseni-ili-difuzni-hotel/>
- Grgić, I. (2013.), Turizam kao djelatnost, preuzeto 10. svibnja 2023. s <https://vguk.hr/multimedia/416bcc7a2f066bf781ed17adc15dca9f25736608c1c23dfb1fab488fcc6a78a18949f3391551171498.pdf>
- Gržinić, J. (2019.), Uvod u turizam, povijest, razvoj, perspektive, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
- HedonismTourism (2022.), Olimpijada starih sportova u Brođancima, preuzeto 07. srpnja 2023. s <https://hedonism-tourism.org/2022/08/30/olimpijada-starih-sportova-u-brodancima/>
- HTZ (2022.), Turizam u brojkama, preuzeto 20. svibnja 2023. s [https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-08/HTZ%20TUB%20HR\\_%202021.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-08/HTZ%20TUB%20HR_%202021.pdf)
- Leksikografski zavod Miroslav Krleža (2023.), Salaš, preuzeto 10. srpnja 2023. s <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=54158>
- Lončar-Vicković, S. i Stober, D. (n.d.), Tradicijska kuća Slavonije i Baranje, Zagreb: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske
- Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2011.), Priručnik za bavljenje seoskim turizmom, Zagreb: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske

- Ministarstvo turizma i sporta (2022.), Posebni oblici turizma, preuzeto 12. svibnja 2023. s [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022\\_odrzivi\\_web/221207\\_10\\_posebni.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_odrzivi_web/221207_10_posebni.pdf)
- Općina Petrijevci (2023.), Žetvene svečanosti, preuzeto 07. srpnja 2023. s [https://www.petrijevci.hr/izbornik2.php?n\\_id=33](https://www.petrijevci.hr/izbornik2.php?n_id=33)
- Osječko-baranjska županija (2023.), Sajmovi i manifestacije, preuzeto 05. srpnja 2023. s [http://www.obz-invest.hr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=242&Itemid=192](http://www.obz-invest.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=242&Itemid=192)
- Portonoy, S. (2023.), How Alberghi Diffusi Turn Villages Into Hotels, preuzeto 01. srpnja 2023. s <https://www.smithsonianmag.com/travel/how-alberghi-diffusi-turn-villages-into-hotels-180981951/>
- Punkufer.dnevnik.hr (2023.), Slavonski zen: 10 vikend-ideja za resetiranje u brdima i dolinama na istoku Lijepe Naše, preuzeto 12. srpnja 2023. s <https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/putovanja/najbolja-izletista-u-slavoniji---780914.html>
- Turistička zajednica Brodsko-posavske županije (2023.), Seosko gospodarstvo Salaš, preuzeto 10. srpnja 2023. s <https://tzbpz.hr/salas/>
- UNWTO (2023.), Glossary of tourism terms, preuzeto 10. svibnja 2023. s <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>



## POPIS SLIKA:

Slika 1: Turistički trendovi 21. stoljeća nasuprot turističkim trendovima 20. stoljeća .....	7
Slika 2: Smještajni kapaciteti po županijama u Republici Hrvatskoj 2021. godine .....	9
Slika 3: Dolasci turista po mjesecima 2021. godine .....	10
Slika 4: Dolasci turista po županijama .....	11
Slika 5: Odnos seoskog i ruralnog turizma .....	14
Slika 6: Prvi difuzni hotel u Švicarskoj - Corippo Albergo Diffuso .....	18
Slika 7: Tradicionalno građene kuće u Slavoniji.....	19
Slika 8: Žetvene svečanosti u Petrijevcima.....	21
Slika 9: Olimpijada starih sportova u Brođancima .....	22
Slika 10: Seosko gospodarstvo Salaš .....	23
Slika 11: Eko-etno salaš Savus.....	25
Slika 12: Kuća dida Tunje .....	26
Slika 13: Planinarski dom Jankovac.....	27