

RURALNA PODRUČJA - novi prostor za slobodno vrijeme

Izvod: Ovim radom definišu se osnovne karakteristike i turistički potencijali ruralnih područja na osnovu kojih se izvode zaključci o mogućnostima razvoja seoskog turizma kao alternativnog oblika turističke privrede.

Кljučне riječi: turizam, selo, ruralnost, agroturizam, razvoj, slobodno vrijeme, alternativni turizam

Abstract: In this paper we can find out the main characteristics and resources of the rural areas. The conclusion will point out the development of the rural tourism as an alternative to the classis tourism.

Key words: tourism, village, rural, rural tourism, development, leisure time, alternative tourism.

Uvodne napomene

Ruralna područja su odavno bila smatrana i korištena kao prikladna mjesta za rekreaciju i turističke aktivnosti. (Towner 1996, str 18) Poslije II svjetskog rata odnosi između seoske sredine i aktivnosti u slobodno vrijeme znatno su izmijenjeni. Rekreacija i turizam su prije smatrani uglavnom sasvim pasivnim faktorima malo važnim za seosku sredinu. Sada su postali aktivna i glavna predstavništva u transformaciji i kontroli seoske sredine. (Cloke 1993, str. 55) Takve promjene su odredile povećanu pažnju za slobodno vrijeme koje se provodi u seoskim područjima, kao i za turizam u cjelini koji je u fazi brzog širenja.

U tom kontekstu, nužno je definisati neke termine koji će biti korišteni u ovom radu, kao npr. slobodno vrijeme, rekreacija i turizam, pojmovi koji su čvrsto vezani. Ili, "Leisure is a comlicate concept..." koji se može protumačiti, ili kao mentalno stanje da ljudi nemaju obaveze, ili kao oblik dobrovoljne aktivnosti (ili neaktivnosti) koja ima za cilj zabavu i lično zadovoljstvo. (Butler, Hall, Jenkins 1998, str. 3)

Rekreacija je nakon II svjetskog rata postala bitna komponenta u životu privredno razvijenih društava, urbano-industrijskih, tercijarnih i kvartarnih u Zapadnoj Evropi, mediteranskim zemljama, Sjevernoj Americi, Japanu i u nekim zemljama u razvoju. Vidljivo je da je stanovništvo ovih područja na višem kulturnom nivou, da su dohoci veći i da ima više slobodnog vremena, što nameće potrebu djelotvorne organizacije rekreativne službe. (Novelli 1995, str. 195).

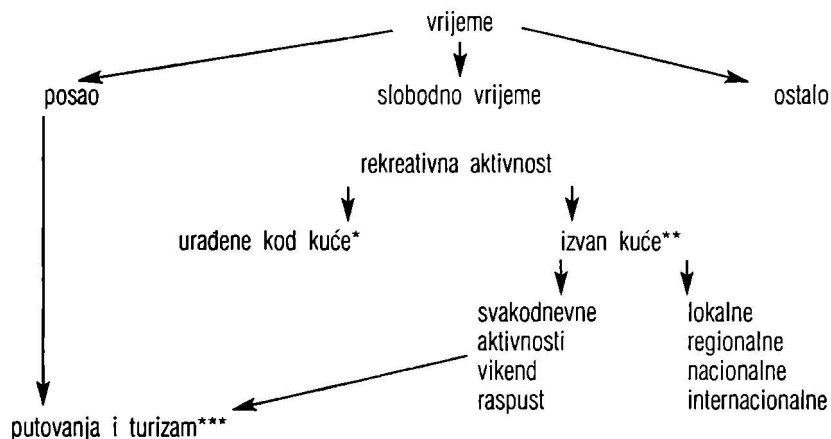
* Dr Marina Novelli, senior lecturer, College of fond, tourism, crative studies, University of Birmingham

Izražavanje slobodnog vremena može biti protumačeno na više načina: kao ostatak vremena koje je ostalo od neke obaveze, kao izabrano vrijeme provedeno na jedinstven način, a u osnovi se dijeli na lični izbor i kao vrijeme za "loisir" (slobodno vrijeme). (Lanzetti 1990, str. 45-46)

U privredno razvijenim zemljama postoje različiti vidovi odmora ljudi, od svakodnevnih slobodnih sati tokom radnog dana, do sedmičnih pauza i godišnjih odmora. Zato dobra organizacija slobodnog vremena dobija sve veći značaj (Innocenti 1990, str. 1) i može biti odlučujuća u izvjesnim slučajevima rekreacije koja može biti u kući ili njenoj blizini, te na turističkim putovanjima koja obuhvataju premještanje na veće ili manje udaljenosti.

Prema mišljenju svjetske turističke organizacije (WTO) bilo koja definicija turizma u sebi sadrži udaljenost od mjesta uobičajenog prebivališta za bar 24 sata sa noćenjem, čime putnik postaje takozvani turista.

Rekreacija i turizam su specifične aktivnosti koje se realizuju tokom slobodnog vremena, ali su ponekad gotovo identične, iako se razlikuju po položaju, vremenskom trajanju, motivaciji i opažanju učesnika. (Butler, Hall, Jenkis 1998, str 3) Imati slobodnog vremena i moći ga iskoristiti u kvalitetnim oblicima stiže se i proizvodi u pojedincu jedan osećaj zdravlja. Između raznih načina korištenja slobodnog vremena, jedan tip rekreativne aktivnosti je karakterističan po usmjerenosti ka selu, koga sačinjava fenomen zelenog ili alternativnog turizma. Radi se zapravo, o seoskom turizmu koji može biti definisan kao moguća alternativa i upotpunjavanje klasičnih aktivnosti na seoskom imanju, ali i kao usluga privrednom razvoju sela.



*** kod kuće**

- slušati muziku
- gledati TV i video
- slušati radio
- čitati
- stone igre i video igre
- hobi

****izvan kuće**

- baviti se sportom
- razne zabave (kino pozorište)
- posjećivati atrakcije
- jesti i piti
- kladiti se i igrati (igrati karte u klubovima, lutrija...)
- hobi

*****putovanja i turizam**

- putovati prema određenju
- naći jedno boravište
- rekreacija

Ruralna područja mogu biti označena kao mjesta gdje se bježi od stresa modernog urbano-industrijskog društva, kao izvanredno mjesto za obnavljanje duha, ili uopšte kao velike rezerve prostora na otvorenom prikladnog za razvoj više različitih rekreativnih aktivnosti. (Shaw, Williams 1994, str. 223). Posjećivanje sela može predstavljati realizaciju dubljih poteba spojenih na jednom visokom nivou kvaliteta života i obično neostvarljivih u urbanoj okolini. Mnoge rekreativne aktivnosti na otvorenom moraju biti osmišljene na prostorima udaljenim od grada, u urban fringe. Posjetiti jedan zoološki vrt ili ići na stadion su aktivnosti relativno važne, ali pravljenje ekskurzija u seosko područje na srednjoj udaljenosti poprima poseban značaj. Pristupačnost područja takođe ima svoj uticaj na broj posjetilaca, ona proističe iz kombinacije daljine, kvaliteta saobraćajnica i javnih i privatnih prevoznih sredstava.

Binom, prostor-vrijeme, je bitan u izboru rekreativne aktivnosti koja s događa na selu. Relativno dug period zahtijevao bi odvijanje sigurnih seoskih aktivnosti, kao što su duge šetnje i jahanje. Naime, postoje razlike između različitih tipova rekreacije i turizma na selu koje se planiraju na nekoliko sati, na jedan dan, za vikend ili jednom godišnje. U Pigramovom modelu koga su razradili Shaw i Williams zanimljivo je vidjeti kako se izbor seoskih aktivnosti mijenja na osnovu relacije prostor-vrijeme.

Razvoj turizma

U periodu dužem od jednog vijeka, socijalno-kulturne veze između grada i sela su znatno promijenjene. Snažne tendencije usmjerene ka industrijalizaciji i urbanizaciji su korjenito promijenile poziciju ekonomije i politike ruralnog društva poslije II svjetskog rata. Intenziviranje ovih procesa dovodi do pada prihoda, a tehnološke promjene utiču na smanjenje zaposlenosti u sektoru zemljoradnje. Sve skupa dovodi do znatnog smanjenja resnabdijevanja odgovarajućih službi u ruralnim oblastima. Takve tendencije u ruralnom svijetu donose vidne promjene. Posebno se to odnosi na očuvanje prirode i pejzaža kao elemenata od primarnog značaja, istorijski gradovi i tradicija sela dobijaju veću pažnju, čak su neki rejoni postali prihvatljiviji po uslovima života u odnosu na grad. Ipak, u mnogim dijelovima sela, ruralna promjena i neophodnost razvoja su predmet daljnjih procesa. Od ranih pedesetih prisutne su tendencije dekadentnosti u poljoprivrednom sektoru i krupne promjene sela, s jedne strane i brzi napredak turizma, s druge strane.

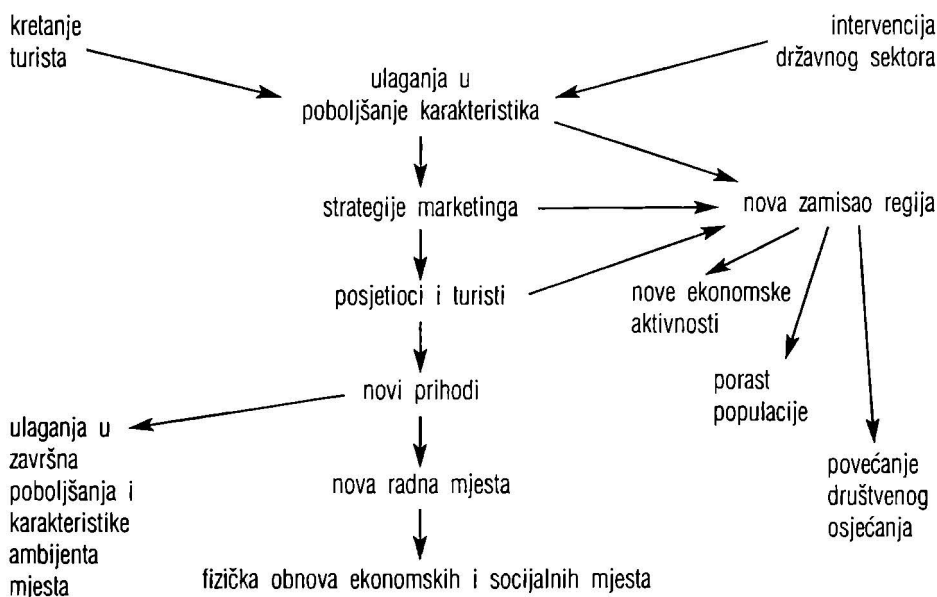
Broj turista u svijetu se ubrzano povećava od 25,3 miliona 1950, 165,8 miliona 1970, 459 miliona 1990. do 661 milion 2000. godine i procjena za 2010. od 937 miliona turista. Osim toga WTO je procijenio da će relativne vrijednosti kućnog turizma ubrzano rasti, a već je njegovo učešće u međunarodnom turizmu dostiglo 10%. WTO je predvidio, pored ostalog, da će u 2000. godini turistički sektor biti najveća industrija svijeta. Evropa je znala učvrstiti svoju poziciju u tom sektoru. U pozadini ovih statističkih pokazatelja sigurno postoje mnogi faktori.

Tabela 1. Međunarodni dolasci

Zemlja	1990.	1995.	1996.	1997.
V. Britanija	18	23	25	26
Italija	26	31	32,8	34
Španija	34	39,3	41	43
SAD	39	43	46	49
Francuska	52,4	60	62	66

(Izvor: WTO, 1998.)

Klima, istorija, pejzaži su sigurno glavni elementi u konstituisanju turističkog paketa jedne određene lokacije. Turizam je još uvijek skoncentrisan na morska kupališta, jezera i planine, te u veće kulturne centre. Osim toga, turizam se pokazao kao jedan moćni motor pokretanja ekonomskog razvoja, prenosa kapitala iz regija urbano-industrijskih prema oblastima bez industrije. Najzad, porast putnika u pravcu jedinstvenog odmora izvan posebnih turističkih boravišta u pretežno ruralne oblasti, dodao je jednu novu dimenziju podsistemu turizma. Ta tendencija može se posmatrati u smislu moćnog pokretanja procesa obnove ekonomije datih ruralnih oblasti i drugih susjednih regija (Lane 1994. P 8)



Turizam ruralnih područja i ruralnost

Turistički izbor stanovništva, danas se prvenstveno razlikuje po mjestu i načinima odmora. Taj fenomen može se pojednostaviti podjelom na tri tendencije: prva se odnosi na tradicionalne rejone ljetovanja; druga prezentuje duga putovanja, često međukontinentalna u kojima se traže novine u dalekim zemljama; treća je okarakterisana kao alternativni turizam, različit po originalnosti sadržaja, ponudi i lokaciji, neobičnim načinima prijema, ulazak u dublje nacionalne ili čak regionalne zone. Ruralni turizam je sigurno jedna forma alternativnog turizma, ali ne i sasvim nova. Razvoj željeznice, naročito razvoj drumskog saobraćaja je uticao na jedno veće kretanje turista ka selima. (Lane 1994. P8)

U XIX vijeku uočen je važan porast interesa za rekreativne ruralne aktivnosti, možda kao mogućnost autonomije koja teži za izbacivanjem svega što je previše organizovano i predvidljivo. U ovoj situaciji selo se postavlja kao alternativa gradovima umjetnosti i velikim turističkim centrima, obalama i planinama. Ruralni turizam, kako je definisan od strane Evropske zajednice 1986. godine, uključuje aktivnosti koje se odvijaju u rural-

nim oblastima karakterističnim po kompleksu različitosti, kao što su: razlike u smještaju, događajima, svečanostima, sportu i rekreativnim aktivnostima uopšte.

Na šta se misli kada se kaže "ruralna oblast"? U Njemačkoj, Holandiji, Belgiji, Luksemburgu i u Francuskoj pridjev ruralan se koristi da bi se razlikovale te oblasti od gradova, obala i planina. U Italiji, ovaj termin se odnosi na oblasti koje nisu niti gradovi, niti obale, ali uključuju planine, dok je u Irskoj i Velikoj Britaniji to sinonim za pojam "koltraside" kao opozicija gradovima u bilo kojoj dimenziji. U Španiji, Portugaliji i Grčkoj postoji jedna snažna tendencija za izjednačavanje ruralnih oblasti sa onim dijelovima zemlje koji se koriste za zemljoradničku proizvodnju. Pojam ruralnog turizma zato postaje komplikovan. Bernard Lane, direktor Projekta za razvoj seoskog turizma na Univerzitetu u Bristolu odredio je karakteristike jedne ruralne lokacije koje se sastoje u: blizini prirode bez gužve, mirnom i tihom neautomatizovanom ambijentu, ličnim kontaktima - suprotno otuđenosti grada i osjećaju za zajednicu, istorijskoj svijesti i mogućnosti upoznavanja i lakog kontaktiranja sa ljudima iz mjesta.

Svaka forma ruralnog turizma uključuje grupu socijalno-prostornih elemenata, te je njegov razvoj povezan sa lokalnim preduzetničkim inicijativama karakterističnim po atraktivnoj komunikaciji između gostiju i domaćina. Ekonomska korist i zaposlenost koja proističe iz toga idu na dobit zajednice, uspostavlja se veza između zemljoradničke i turističke ekonomije što utiče na jedan ubrzan razvoj tih regija. Za završno rasvjetljavanje pojma ruralnosti treba uključiti razmatranje sadašnje razlike između karakteristika ruralnog društva i onog urbanog koje je izdvojio još 1966. godine poznati sociolog Frankenburg, a koje vrijede i danas. Teško definišući pojam ruralnosti, ipak se može približno reći da je on usko povezan sa područjima niske gustine naseljenosti i otvorenim prostorima sa impresijama malih dimenzija. Ruralni turizam u svojoj "najčistijoj" formi treba:

- 1) da se odvija u ruralnim područjima,
- 2) da funkcionalno bude organizovan na karakteristikama ruralnog svijeta: male impresije, kontakt sa prirodom i svijetom prirode, tradicija i istorija,
- 3) da se odvija u manjim razmjerama sa različitim dužinom boravka,
- 4) da uvažava tradicionalne karakteristike - postepeno i stalno razvijanje veza sa lokalnim porodicama na duže vrijeme i na korist područja o kome je riječ,

Tabela 2. Karakteristike ruralnog i urbanog društva

Ruralno društvo	Urbano društvo
Zajednica	Društvo
Socijalni ambijent sa manjim brojem, ali mnogostruko realizovanim ulogama	Socijalni ambijent sa mnogim realizacijama uloge
Različite društvene uloge koje obavlja jedna osoba	Različite društvene uloge koje obavljaju različite osobe
Ekonomija jednostavna	Ekonomija razgranata
Niska podjela rada	Visok stepen podjele rada
Stalež se sliče rođenjem	Stalež se ne sliče rođenjem
Obrazovanost je u vezi sa staležom	Stalež proističe iz obrazovanja
Prihvatanjem uloge	Određivanjem uloge
Zatvorenost ambijenta	Ambijent otvoren
Mještani	Kosmopoliti
Ekonomske klase kao jedna od različitih podjela	Ekonomske klase kao nanvažnija podjela
Povezanost	Odvojenost
Povezanost sa radnim mjestom	Odvojenost od radnog mjesta

(Izvor: Rankenburg 1996.)

5) da se prihvate sve različitosti ruralnog ambijenta, njegove ekonomije, istorije i lokalizacije. (Lawe 1994. P14)

Iz prethodne tabele mogu se evidentirati razlike između urbanog i ruralnog turizma, suprotnosti koje su realnost među njima. Često oni koji rade na polju turizma nastoje prenijeti urbane karakteristike seoskim sredinama kao ključnu akciju za uspjeh svojih poduhvata.

Tabela 3. Karakteristike urbanog i ruralnog turizma

Urbani turizam	Ruralni turizam
Mali otvoreni prostori	Široki otvoreni prostori
Stambeni objekti za više od 10.000 stanovnika	Stambeni objekti za manje od 10.000 stanovnika
Područja gusto naseljena	Područja rijetko naseljena
Ambijent izgrađen	Prirodni ambijent
Mnoge aktivnosti "indor" u zatvorenom	Mnoge aktivnosti "outdoor" na otvorenom
Mnogobrojne infrastrukture	Rijetke infrastrukture
Grupne aktivnosti	Individualne aktivnosti
Turistička aktivnost predviđa puno vremena	Turistička aktivnost predviđena povremeno
Nikakvo uključivanje zemljoradnje i šumarstva	Nikakvo uključivanje zemljoradnje i stočarstva
Turizam oslonjen na sebe	Turizam se oslanja na druge
Mnogi zaposleni u turizmu nisu naslanjeni u turističkom području	Zaposleni u sektoru često nastanjeni u turističkom području
Slab uticaj klimatskih faktora	Jak uticaj klimatskih faktora
Veliki broj klijenata	Mali broj klijenata
Izrada profesionalna	Izrada amaterska
Kosmopolitska atmosfera	Lokalna atmosfera
Veliki broj modernih konstrukcija	Mnogobrojne antičke konstrukcije
Tendencija razvoja i porasta	Tendencija konzervativnosti
Generalna promocija	Specijalizovana promocija
Široke operacije marketinga	Uske operacije marketinga

(Izvor: Lane 1994, P 15)

Razmatrajući kompleksnost "svijeta ruralnog" koji se nalazi u suprotnosti sa onim industrijskim i postindustrijskim, može biti interesantno nazvati izrazom "ruralno-urbani trajni koncept". Radi se o jednom pojmu koji je skoncentrisan na veze grad-selo, na evidenciju nekih karakteristika zajedničkih jednoj i drugoj realnosti. Različitosti se ogledaju u pejzažu, stilu života, demografskim karakteristikama, a te promjene se mogu lako utvrditi i pratiti. Sporazumi koji se realizuju u okviru "trajni koncept" sadrže uvijek više događanja nego karakteristike urbanog centra. "Trajni koncept" pomaže da se razumiju tendencije promjena i dozvoljava posmatraču prepoznavanje indeksa ruralnosti koji se mogu mijenjati različitim intenzitetom sve do nestanka.

Program ruralnog razvoja promovisan od strane OECD sadrži jednu korisnu tipologiju za definisanje "ekonomske geografije" ruralnih područja. Taj program dijeli ruralni svijet u periferne regione, srednja područja koja obuhvataju najviše ruralnih područja i regioni ekonomski integrisani, često se nalaze u blizini velikih gradskih kompleksa. Regioni na periferiji su uglavnom okarakterisani rijetkim stambenim objektima poduhvatima manjih dimenzija, visokim cijenama i siromašnom ekonomijom. Regioni ekonomski integrisani imaju veće poduhvate i bolju organizovanost, raznovrsnu ekonomiju, srednje visoke cijene usluga, osrednju razmjenu sa urbanim centrom i nalaze se na

pola puta između ove dvije krajnosti. Ta tipologija treba biti razmatrana u relaciji sa "trajnim konceptom" imajući u vidu da ta tri regiona nisu definitivno ograničena i svaki od njih u pograničnom području se miješa sa susjednim. Tipološka podjela OECD-a ima značaj ne samo za ruralni razvoj, već i za turistička kretanja u ruralnim područjima. Regioni ekonomski integrisani pretenduju da razviju jednu snažnu razmjenu dnevnih posjetilaca sa urbanim centrom, računajući tako na veliki broj rezervacija /zauzeća/. Suprotno, dnevni posjetioc i visok broj rezervacija su rijetki u perifernim regionima i samo računajući na vrednovanje postojećih resursa može se računati da u budućnosti razviju turističke aktivnosti koje će ekonomski biti funkcionalne. U vezi s tim rasprostranjeno je mišljenje među akademikima, planerima i političarima da se objektivna ključ treba tražiti u očuvanju ruralnosti tih područja, ponovo vrednujući i evidentirajući razlike u odnosu na urbani svijet, identifikujući podsticaje ruralnog turizma u njegovoj "najčistijoj" formi, te poštujući kulturnu tradiciju, ekonomsku cjelovitost, vrednujući geografski prostor i istorijsku prošlost.

Seoski smještajni kapaciteti u današnjoj Evropi

Ponuda seoskih smještajnih kapaciteta varira od zemlje do zemlje, kako u kvantitativnom tako i u kvalitativnom pogledu, iznad svega zbog razlika u regulativi, definisanju, standardima i kvalifikovanosti ovog sektora. Uprkos tome, evo nekih konstantnih karakteristika koje identifikuju tipove smještajnih kapaciteta, koji se mogu naći u mnogim evropskim ruralnim regionima:

- hoteli ruralnog karaktera srednjeg nivoa (logis et aubergers de France, villase in hotels, family hotels - hoteli koje vode porodice) ili prestižni (realis et dreateaus, paradors, manor hose hotels, health and beauty forms, porsadas itd);

- privatne strukture: smještaj kod mještana, na imanju (farmi) ili na selu (drambre d' hote, Sed and breakfast, zimmer frei site, rural, dralet, ukuble, casa de labranza, ferme acveill, farisme d' habitation, maison a la campagne, contry home itd),

- kampovanje (camping): na obližnjem području imanja (opštinsko zemljište za kampovanje, privatna zemljišta ili ona u kojima se brinu volonterske organizacije itd),

- specijalizovane strukture: za djecu, mlade, za parkiranje automobila, za jahanje, lovce itd.

Kao rezultat prethodno naznačene tipologije seoski turizam u Evropi se koristi svakim tipom raspoloživog smještaja, samo da je u čisto seoskom ambijentu. Nažalost, zbog nedostatka informisanosti, jasnoće i dogovora oko precizne definicije seoskih područja i seoskog turizma, nedostaje i specifična statistika. Relativne ponude turističkog smještaja na selu su ekstremno rijetke ili se o njima najčešće brinu privatne organizacije, koje rijetko objavljuju javne rezultate. Uprkos svemu, u Evropi je moguće iz tipova turističkog smještaja za čisto ruralnim karakteristikama i čisto ruralnim lokalitetom izdvojiti opšti tip u gotovo svim zemljama. Ovi tipovi su opisani 1987. od strane evropske komisije u jednom radu objavljenim pod naslovom "Rural Tourism in the 12 Member States of the EC".

Hoteli ruralnog karaktera

U Evropi hoteli ruralnog karaktera su generalno malih i srednjih veličina, najčešće pod porodičnom upravom. Ovi tipovi hotela su često klasifikovani u najniže kategorije, kao oni sa jednom ili dvije zvjezdice. U mnogim zemljama mali hoteli ruralnog karak-

tera su konstituisali sektor koji je dostigao nivo da se može suočiti sa problemima malih izolovanih preduzeća, koja ne uživaju isti status na privrednoj skali velikih hotelskih lanaca. Ipak, u nekim zemljama kao što je Francuska, mnogo je učinjeno na tom planu, što je rezultiralo njenim prvim mjestom među zemljama u Evropi u kojoj se uspješno provodi inicijativa za očuvanje seoskih tradicija počevši baš od revitalizacije sektora smještajnih kapaciteta na selu.

Mali hoteli, rasuti po seoskom području su pozvani da budu dio jednog novog pokreta baziranog na striktnom pridržavanju određenih parametara koji garantuju klijentima utvrđene standarde. Kao rezultat ove politike osnovana su hotelska preduzeća Logis de France i Auberges de France, hoteli sa jednom ili dvije zvjezdice i prirodnim restoranima. Da bi neki hotel pripadao ovim preduzećima, postoje parametri kojih se mora pridržavati, kao što je na primjer, osoblje za dobrodošlicu sa domaćinom kuće i ponuda tipičnih proizvoda u restoranu. Danas, sa 6.000 hotela, Logis de France i Auberges de France je pokret koji čini jedan od najvećih lanaca hotela u Evropi.

U Irskoj, pokret Village ins Hotels je imao manje-više istu ulogu francuskog pokreta, privlačeći potencijalne klijente jednog područja ka hotelima ruralnog karaktera. Oslanjajući se na reklamni materijal, takvi hoteli se biraju na osnovu uloge koju imaju u selu gdje su situirani. Tu se stanovnici sastaju da popiju po piće, da se bave tradicionalnim igrama i kada je prava atmosfera da sviraju i slušaju dobru irsku muziku. Svakim od ovih hotela upravlja porodica. Klijentima se garantuje domaća kuhinja, udoban smještaj sa tipičnom irskom atmosferom. Razvijajući se u smislu međunarodne popularnosti i prihoda, Village ins Hotels su rangirani na berzama u Nju Jorku, Londonu i Frankfurtu.

Receptivne strukture ruralnog karaktera su skromna preduzeća kojima upravljaju porodice. Prestižni smještajni kapaciteti, iako malobrojni imaju važnu ulogu u privlačenju posjetilaca na selo. Ima ih gotovo u svim zemljama, često grupisanim pod imenom lanac hotela, kao što su: španski Paradores, francuski Realis et Chateaux, irski Manor House Hotels. Ovo su neki od mnogih primjera hotela luksuznog tipa smještenih u čisto ruralnim područjima, u starim dvorcima, zgradama ili kućama. Tu su, takođe hoteli ruralnog karaktera koji nude određene usluge zajeno sa smještajem, najčešći su hoteli sa lovištima ili sa prostorima za ribolov i jahanje.

Privatne strukture

Boravak "gosta koji plaća" u strukturama na selu, u kući sa gazdama ili depadansima je nesumnjivo najraširenija forma smještaja u čitavoj Evropi. Ovaj tip smještaja se može organizovati na samim farmama (imanjima), često nazivanim "poljoprivrednim turističkim objektima" ili jednostavno u seoskim kućama, poznatim u Evropi pod različitim imenima kao što su chambre d'hotel, bed and breakfast, zimmer frei, gite rural, shalet, meuble, casa de labranza.

Možemo sa sigurnošću tvrditi da su ovi tipovi privatnih struktura najrašireniji i najpoznatiji u Evropi, koji igraju ključnu ulogu u privlačenju posjetilaca na selo, što je praćeno poteškoćama u saznanju brojnosti struktura ovog fenomena. Ocjeniti tačan broj privatnika koji nude smještaj u sopstvenom prebivalištu, ili na sopstvenom zemljištu je gotovo nemoguće, zbog toga što u najvećem dijelu evropskih zemalja ovaj fenomen pokušava da izbjegne gotovo sva pravila. Objašnjenje leži u činjenici da veliki broj stanovnika sela koji prima "goste koji plaćaju", to čine bez prethodnog ovlaštenja od strane vlasti, s ciljem da izbjegne poreze na dobit ostvarene ovom alternativnom aktivnošću.

Ne postoji nikakva sumnja u vrijednost ovog tipa "gostoprinstva" u privatnim sektorima kao faktora očuvanja i valorizacije arhitektonskog ruralnog nasleđa u Evropi. U mnogim zemljama, među kojima su Italija, Portugal, Luksemburg, Francuska i Velika Britanija postojanje ovakvih struktura se aktivno podstiče od strane javnih organa uključenih u razvoj ruralnih područja. U Danskoj, "Malets", predstavljaju najrašireniju formu ruralnih struktura za turiste. Oni su podvrgnuti strogim parametrima kontrole baziranim na njihovoj klasifikaciji i njihovom korištenju. U Belgiji i Francuskoj kao i u Italiji i u mnogim zemljama postoje parametri koji nameću određen maksimalan broj "ležajeva" zajedno sa drugim karakteristikama.

U posljednjih dvadeset godina insistira se na velikom povećanju smještaja na selu od strane turista. Uspjeh je veći tamo gdje je ponuda (etiketa) bila popraćena garancijom određenih standarda. Seoski turizam je direktno vezan za ovaj tip mjera, tim rije što su interesi EZ sve veći za aktivnosti u ovom sektoru i za njegovu kontrolu. Organizacije za turističku promociju se pozivaju da uspostave sisteme koji jasno identifikuju karakteristike čisto ruralnih struktura s ponudom minimalnog standarda, dajući tako potencijalnim klijentima povjerenje u tržište. Postoji još jedan tip evropskog seoskog smještaja poznat pod imenom Bed& Breakfast često posmatran kao čisto britanski fenomen, ali raširen u svim evropskim zemljama. Smještajna ponuda se zasniva na iznajmljenim sobama u privatnim kućama sa doručkom kojeg pripremaju domaćini. Regulativa ovog fenomena varira od zemlje do zemlje sa različitim stepenima kontrole od strane nadležnih organa. U Njemačkoj se ne zahtijeva dozvola za rad "zimer frei", a struktura i prihodi koji se dobijaju oporezuju se na bazi broja raspoloživih ležajeva, samo ako ih ima više od sedam. U Danskoj korištenje privatnog smještaja je dozvoljeno, ali se ne podstiče i stoga se strogo nadgleda od strane lokalnih nadležnih organa koji zabranjuju samo prenočište u takvom smještaju. Francuske vlasti ne podržavaju ovakav tip smještaja, zbog toga što su u vrijeme održavanja Olimpijskih zimskih igara u Grenoblu, 1968. godine zbog broja učesnika koje je trebalo ugostiti pa su nastali i odobreni smještajni kapaciteti pod imenom "Mambre d'hote". U Grčkoj gdje je takva praksa izrazito raširena vlasnici privatnih kuća moraju prijaviti nadležnim organizacijama broj soba za iznajmljivanje; u Irskoj isti tip soba se nudi pod imenom "country home". Zbog postojanja različitih pravila, u gotovo svim evropskim zemljama postoji uobičajena obaveza vlasnika da prijavljuju takve aktivnosti, što se vrlo rijetko događa jer se fiskalni nameti za takve aktivnosti obračunavaju na osnovu broja postojećih ležajeva. Evropska komisija je 1987. godine u publikaciji "seoski turizam u 12 članica EU" objavila da je broj soba za izdavanje u privatnim kućama u ruralnim područjima bio 300.000 ne računajući smještajne kapacitete na farmama.

Prostori za kampovanje

Procenat Evropljana koji provodi odmor na kampovanju je srazmjerno visok. Danas, prostor za kampovanje duž obala u mnogim dijelovima Evrope su izrazito pretrpani i mnogi od njih premašuju svoje kapacitete. Ruralna područja bi mogla da se potencijalno koriste kako bi se riješio ovaj problem. Kampovi u ruralnim područjima postoje u svakoj evropskoj zemlji, ali oni duž obala često nude niske standarde. Stoga su se sproveli građevinski poduhvati na selu s ciljem imitiranja prostornih kapaciteta na obali, koji su usljed transformacije područja uništili izvorni seoski pejzaž. Naime, posljednjih godina došlo se do važnih saznanja od strane radnika ovog sektora:

a) klijente privlače lokaliteti koji nude visok komfor, stoga podizanje nivoa usluga u kampovima u ruralnim područjima bi trebala biti vodeća politika za čitavu Evropu;

b) seoski ambijent određenog lokaliteta mora biti valorizovan u svojoj originalnosti i ne treba biti transformisan imitirajući druge ambijente. (Evropska komisija, 1987, Davidson 1992, pp. 143-147, Tibal 1988, str. 7-8)

Agroturizam u Evropi

Agroturizam je jedna forma seoskog turizma koja se bazira na smještaju turista na seoska imanja (farme) čija je pretežna aktivnost u uzajamnom odnosu sa poljoprivrednim preduzećem. Oblik Bed& Breakfast (B&B) je najuobičajeniji u najvećem dijelu evropskog agroturizma, dok je kampovanje na terenima koji se graniče sa seoskim imanjem (obližnjim trenima) raširenije u Holandiji, a u Francuskoj je dopuštena granica 5-6 poljana za smještaj šatora i kamp-prikolica (autoprikolica).

Uglavnom u Njemačkoj, Francuskoj, Italiji, Velikoj Britaniji i Holandiji izvjesna seoska imanja nude, zajedno sa ležajem specifične aktivnosti, kao što su jahanje, ribarenje, lov, posmatranje prirode i učešće u svakodnevnom životu samog seoskog imanja. Druga nude gostoprimstvo specifičnim grupama, npr, hendikepiranim osobama koje se žele baviti rehabilitacionim aktivnostima i ostvariti kontakt sa prirodom, ili djeci i đacima koji dolazeći iz obližnjih gradova namjeravaju da se bave nastavnim aktivnostima. (YOUELL 1996, p. 91)

Sveukupnim ispitivanjem karakteristika agroturizma u Evropi se uočava izvjesna poteškoća u definisanju normativnog konteksta u koji bi se one uključile. Postoji izvjesna smetnja od strane zakonodavca u želji da stimuliše poljoprivrednike da razgranaju sopstvenu djelatnost (sopstveno preduzeće) pridružujući njihovim prvobitnim djelatnostima i onu koja se odnosi na pružanje gostoprimstva strancima, ali bez predviđanja olakšica koje bi dozvolile konkurenciju ostalim turističkim preduzećima. U pojedinim zemljama kao što su Danska i Švajcarska takav sukob interesa se rješava tako što se agroturizam smatra drugom formom vanhotelskog gostoprimstva, dok druge zemlje nameću ograničenja. U Italiji se pružanje gostoprimstva posmatra kao sastavni dio djelatnosti preduzeća koje se u cjelosti podvrgava poreskom poljoprivrednom režimu. Ovo sve predviđa postojanje jednog administrativnog ovlaštenja koje izdaju lokalne vlasti, a obavezuje da se kvalitet dočeka drži pod kontrolom. (Lo Surdo 1988, pp. 193-194).

Agroturizam, ipak ne smije pružati samo smještaj i hranu, nego bi morao uključivati kompletniju raznolikost djelatnosti farme oživljavajući seosku ekonomiju i podižući vrijednost kulinarstva i prirodnog života u svim njegovim karakteristikama. Svaki sastavni dio ekonomije bi morao naći objektivnu vezu sa vršenjem poljoprivredne djelatnosti, a rekreativne aktivnosti bi morale biti okrenute iskorištavanju izvora datog područja. Tradicionalni poslovi seoskog imanja, poljoprivreda, šumarstvo i uzgoj stoke nisu baš veliki izvor prihoda i posla, zbog čega se na turizam mora gledati kao na moguću dopunu takvim prvobitnim djelatnostima, a ne kao na razarača istih.

Brz razvoj alternativnog turizma je često uzrokovao nesporazume u pogledu udruživanja seoskog turizma i agroturizma, posmatrajući ih kao dva različita oblika. Naime, tamo gdje je razvoj turizma i agroturizma oskudan, nije rečeno da je takav i razvoj seoskog turizma. Kao što je već primjećeno u prethodnom odjeljku, ruralne aktivnosti se mogu odvijati uz smještaj u hotelima, kampovima, dok je agroturizam samo jedan oblik ruralnog turizma, praćen ponudom tipičnih proizvoda. Često previše izolovana lokacija ili udaljenost od kulturnih atrakcija može činiti granicu ekspanzije agroturizma kao turističke aktivnosti jake rasprostranjenosti. Drugo krupno ograničenje njegovom razvoju se može identifikovati u oskudnoj saradnji između samih

poljoprivrednika, i njih sa nadležnim vlastima. Uspostavljanje saradnje i veza između propagandnih aktivnosti predstavlja u jednom tako konkretnom sektoru kao što je turistički. Šta više, moguće je identifikovati dvije osnovne kategorije agroturizma:

- a) intenzivni agroturizam i
- b) ekstenzivni agroturizam.

Prvi tip predviđa znatno zapošljavanje radne snage po gostu, nasuprot niskom broju gostiju. Obično se radi o porodično vođenim preduzećima, lociranim u područjima koje nemaju posebne turističke atrakcije, ali imaju zdrav i interesantan ambijent. Ovdje gost ima jedan direktan kontakt sa poljoprivrednom stvarnošću i sa životom samog seoskog imanja.

Drugi tip je karakterističan za poljoprivredna preduzeća koja su vođena u skladu sa kriterijumima ekonomske racionalnosti. Naime, vlasnik gotovo nikad nije prisutan i briga o gostima je povjerena nekom od podređenih. Gosti noćivaju na imanju, ali svoje aktivnosti najvećim dijelom obavljaju van njega, kao npr. što su izleti na plažu ili posjete umjetničkim centrima. U ovom slučaju može se desiti da prisutnost nekog restorana ili neke trgovine sa tipičnim proizvodima dalje potpomogne turističku aktivnost imanja. Ako se misli na različite lokacije agroturističkih preduzeća, mogu se utvrditi brojne razlike koje ih dijele na četiri grupe:

a) **planski agroturizam:** u područjima interesantnog pejzaža koja su po mogućnosti u blizini već poznatih turističkih mjesta gdje bi agroturistička sezona trajala cijele godine sa špicom u ljetnom i zimskom periodu ostvarujući visok nivo prihoda i držeći cijene pod kontrolom;

b) **agroturizam na brežuljcima:** sredine udaljene od utvrđenih turističkih tokova sa isključivo ruralnim atrakcijama (živopisnost pejzaža, neokrnjenost prirode, originalnost proizvoda i tradicija) u kojima je zadatak domaćina da ponudi gostima raznovrsne aktivnosti;

c) **obilni agroturizam:** smješten je u blizini kupališnih zona što je dodatna kombinacija, ali su njihove aktivnosti koncentrisane u ljetnom periodu, onemogućavajući na taj način maksimalno iskorištavanje prijemnih kapaciteta;

d) **agroturizam u blizini umjetničkih centara:** motivacija je pretežno kulturne prirode i agroturistička sezona najčešće traje u periodu od aprila do oktobra, čak i u tom slučaju postoji problem "sezonske prirode".

Rezultat kombinacije najprivlačnijih elemenata, pejzaž, gastronomija, običaji praćeni profesionalnošću i organizacionom sposobnošću, čine siguran dio marketingmiksa jednog agroturističkog preduzeća. U Italiji, na žalost, često se agroturističko gostoprimstvo svodi na ponudu smještaja i ishrane, pa tako, koristeći olakšice za razvoj agroturizma, stvaraju jednu nelojalnu konkurenciju prema ostalim hotelijerima i restoranima. Posmatrajući u cjelini, krupna ograničenja u razvoju ruralnog turizma leže u oskudnoj profesionalnosti i organizacionoj sposobnosti privrednika, potpomognutoj ogromnim rasparčavanjem samog sektora i nepostojećoj saradnji između samih privrednika i njih sa nadležnim vlastima.

Zabavne aktivnosti ruralnih područja (kombinacija više karakteristika i raznolikost pejzaža sintetizovana u tabeli 3) su karakteristike koje nesumnjivo čine dio pretpostavki za definisanje prijatnosti jednog odmarališta. Sa turističkog aspekta ona imaju veliki značaj, bez obzira da li se radi o raznolikosti i cjelovitosti pejzaža ili gostoprimstvu ruralne zajednice.

BIBLIOGRAFIJA

1. BISSANTI A.A., *Puglia, Geografia attiva*, Bari, Adda, 1991, p.p. 215
2. BUTLER R., HALL C.M. JENKINS J., "Tourism, and Recreation" in *Rural Areas*, Chirchester, J. Wiley & Sons LTD Publ., 1998. pp. 261
3. CLARKE J. "Farm Tourism", in *Insights*, London, english Tourist Board, Jan. 1996. pp. D19-D24.
4. Cloke P. "The countryzide as a commodity: new spaces for rual leisir", in GLYP-TIS S. (edit by), *Leisure and the environment*, London, Belhaven Press, 1993, pp. 53-70.
5. COMMISSION OF EUROPEAN COMMUNITY, *Rural Tourism in the 12 Member States of the EC*, Report 1987.
6. COOPER C., FLETCHER J., GILBERT D., WANHILL S. *Tourism, Principles and Practice*, New York, Longman Ltd ubl., 2nd edition 1998, pp. 530
7. DAVIDSON R. *Toursim in Europe*, London, Pitman Publisnihg, 1992, pp 140-160.
8. DAVIDSON r., *Travel and Tourism in Europe*, New York, Longman Ltd Publ. 2nd edition, 1998. pp 238.
9. DENMAR R., "The Farm Tourism MArket", in *Insights*, London, English Tourist Board. Mar 1994. pp. B49-B64.
10. INNOCENTI P. *Geografia del turismo*, Roma, Na Nuova Italia Scientifica, 1990. pp 219.
11. KEANE M.M, QUINN J. Rural Devepoment and Rural Torusm, Social Science Research Centre, University College, Galway, 1990. pp.98.
12. LANE b., "What is Rural Tourism?" in *Journal of sustainable Turism*, vol 2, 1994. Šp. 7-21
13. LANZETTI C. *Qualita e senso della vita in ambiente urbano ed extra urbano*, Milano, Angeli, 1990. pp. 17-20, 44-46; 119-128.
14. LO SURDO G., *Agriturismo: risorse-gestione-programmazione-esperienze*, Bologna, Edagricole, 1988, pp 204.
15. MIDDLETON V.T.C. HAWKINS R. Sustainable Tourism. A marketing perspective, Oxford, Butterwoth-Heinemann, 1998. pp. 226.
16. MILLER B., "Farm Tourism: sustaining emplozment in rural areas", in *Agricultural Manpower*, vol1. No. 24. 1993, pp8-11.
17. NOVELLI G. " Spazi rurali, agritursmo e parchi nazionali: il caso Puglia", in VITERBO D.D. (a cura di), *Turismo e territorio*, Lecce, argo Ed., 1995. pp. 195-218.
18. SAW G. and WILLIAMS A.M. *Critical issues in tourism*. Oxford , Blackwell Publishers, 1994. pp. 223-226.
19. THIBAL S. *Rural Tourism in Europe, European Campaign of the Countryside*, studi n.2 Strasburg, Coucil of Europe, 1988. pp. 39.
20. TOWNER J., *An Historical Geoprazy of Recreation and Tourism in the Weteran World 1540-1996*, Chichester, Willey & Sons Pul., 1996, pp 312.
21. WORLD TOURISM ORGANISATION, *Report 1998*, call for paper in Plymoth Library, April 1998, pp. 5.
22. YOUELLL R., *The Complete A-Z: leisure, travl, and tourism hand book*, London, Hooder & Staoughton publ. 1996, pp. 203.

RURAL AREAS - a new place for leisure time

SUMMARY

Right now recreation has become an important component of life in developed societies. New requirements for recreation are the main reason for an alternative kind of tourism. One of these new aspects is the rural tourism. Rural areas are places where people can avoid the stress of high tech society, to relax oneself and to carry out the own economic progress for the rural areas. A right organisation of the rural tourism could also start a useful economic progress for the rural areas. Rural tourism organisation is not simple and depends on the contents of the area, its location, offers, reception capacity and recreation activities. This paper points out the main aspects of the rural spaces and it suggests some possibilities to develop some tourist activities for the rural tourism.