

Turizam i ruralni razvoj

Regancin, Valnea

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:570069>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-29**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

VALNEA REGANCIN

TURIZAM I RURALNI RAZVOJ

Završni rad

Pula, 2017.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

VALNEA REGANCIN

TURIZAM I RURALNI RAZVOJ

Završni rad

JMBAG: 0303031752, izvanredna studentica

Studijski smjer: Turizam

Predmet: Uvod u turizam

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Trgovina i turizam

Mentorica: izv.prof.dr.sc. Jasmina Gržinić

Pula, veljača 2017.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Valnea Regancin, kandidat za prvostupnika poslovne ekonomije, smjera turizma ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student:

U Puli, 28.02.2017.



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Valnea Regancin dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom „Turizam i ruralni razvoj“, koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, 28.02.2017.

Potpis:

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
1.1. Predmet istraživanja.....	1
1.2. Svrha i ciljevi istraživanja	1
1.3. Hipoteza rada.....	1
1.4. Metode istraživanja	2
1.5. Struktura rada	2
2.RURALNI TURIZAM.....	3
2.1. Nastanak i razvoj ruralnog turizma.....	4
2.2. Suvremeni ruralni turizam.....	6
2.3. Oblici ruralnog turizma.....	6
2.3.1. Agroturizam.....	6
2.3.2. Ostali oblici ruralnog turizma.....	8
2.3.2.1. Rezidencijalni i zavičajni turizam.....	10
2.3.2.2. Sportsko-rekreacijski i avanturistički turizam.....	11
2.3.2.3. Lovni i ribolovni turizam.....	16
2.3.2.4. Zdravstveni turizam.....	17
2.3.2.5. Kulturni i vjerski turizam.....	20
2.3.2.6. Gastronomski i vinski turizam.....	24
2.3.2.7. Ekoturizam i kamping turizam.....	25
2.4. Inozemna iskustva i praksa razvoja ruralnog turizma.....	29
3. TURIZAM I RURALNI RAZVOJ.....	32
3.1. Promjena zahtjeva potražnje.....	33
3.2. Prilagodba ponude.....	34

3.3. Revitalizacija sela.....	36
3.3.1. <i>Izazovi razvoja</i>	37
3.3.2. <i>Moguće negativne posljedice razvoja</i>	37
3.3.3. <i>Primjer revitalizacije sela</i>	38
4. TURIZAM U RURALNOM DIJELU ISTRE.....	40
4.1. Smještaj u ruralnom prostoru.....	41
4.2. Autohtoni proizvodi Istre.....	45
4.3. Tradicionalna kuhinja i gastronomija.....	49
4.4. Važnost manifestacija na ruralnim područjima.....	51
4.4.1. <i>Internacionalni sajam pršuta</i>	53
4.4.2. <i>U bojama tradicije - žetvena svečanost</i>	54
4.4.3. <i>Dani otvorenih vrata agroturizama Istre</i>	55
5. UČINCI TURIZMA U RURALNOM PROSTORU ISTRE	57
5.1. Ekonomski učinci ruralnog turizma.....	57
5.1.1. <i>Poticaaj poljoprivrednih i poduzetničkih aktivnosti</i>	58
5.1.2. <i>Zapošljavanje u ruralnom turizmu</i>	60
5.1.3. <i>Produljenje sezona</i>	61
5.2. Neekonomski učinci ruralnog turizma	63
5.3. Utjecaji europske prakse na hrvatski ruralni turizam	64
6. BUDUĆI TRENDVI I PREPORUKE RAZVOJA	66
6.1. Program ruralnog razvoja u Republici Hrvatskoj od 2014. do 2020. godine.....	67
6.2. Perspektive i razvojne mogućnosti ruralnog prostora.....	68

7. ZAKLJUČAK	70
LITERATURA	71
POPIS SLIKA, TABLICA, GRAFIKONA	76
POPIS PRILOGA.....	77
SAŽETAK.....	90
SUMMARY.....	91

1. UVOD

U ovom završnom radu analizira se problematika turizma i ruralnog razvoja. Republika Hrvatska je zemlja bogata prirodnim i kulturnim resursima, ali i tradicijom, što ukazuje na mogućnosti razvoja ruralnog turizma na čitavom području Republike Hrvatske.

1.1. Predmet, cilj i svrha istraživanja

Predmet istraživanja je ruralni razvoj i utjecaji turističke aktivnosti na razvojne mogućnosti ruralnog prostora.

Cilj istraživanja je analizirati ruralnu turističku ponudu s gledišta doprinosa ekonomskoj valorizaciji destinacije i sintetizirati zaključke o utjecajima turizma na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini.

Svrha istraživanja je doprinos istraživanjima suodnosa turizma i ruralnog razvoja te ukazati na pozitivne i negativne učinke istog, s osobitim naglaskom na Istru kao destinaciju.

1.2. Hipoteza rada

Glavna hipoteza glasi: Ujednačenost razvoja i interakcija obalnih i kontinentalnih (ruralnih) destinacija može umanjiti razvojne nejednakosti s obzirom na prostorne karakteristike.

U radu su postavljene i sljedeće pothipoteze: Različiti vidovi rekreacije vezani uz prirodne i umjetne resurse ruralnih prostora mogu pomoći uravnoteženju razvoja zemlje kroz plasiranje autohtonih proizvoda; Ruralni turizam diverzifikacijom ponude utječe na produljenje sezone, zapošljavanje lokalnog stanovništva i njegov ostanak na tim prostorima.

1.3. Metode istraživanja

Metode istraživanja koje su korištene tijekom znanstvenog istraživanja su sljedeće: induktivno-deduktivna metoda, metoda deskripcije, metoda analize i sinteze, metoda dokazivanja, metoda klasifikacije te komparativna metoda.

1.4. Struktura rada

Završni rad sastoji se od sedam poglavlja koja su međusobno povezana. U prvom poglavlju odnosno u uvodu, obrađuje se predmet istraživanja, svrha i ciljevi istraživanja, hipoteze rada, metode istraživanja i strukture rada. U drugom poglavlju pojašnjava se pojam ruralnog turizma, njegov nastanak i razvoj do suvremenosti, slijedi detaljnije objašnjenje oblika ruralnog turizma s naglaskom na agroturizam kao najvažniji oblik ruralnog turizma te komparativna analiza inozemnih iskustava i praksi razvoja ruralnog turizma. Treće poglavlje odnosi se na turizam i ruralni razvoj, opisuju se promjene zahtjeva potražnje, prilagodba ponude, revitalizacija sela, izazovi razvoja i moguće negativne posljedice razvoja ruralnog turizma. Četvrto poglavlje obuhvaća turizam u ruralnom dijelu Istre, analizira se smještaj, autohtoni proizvodi, tradicionalna kuhinja, gastronomija i manifestacije. Učinci turizma u ruralnom prostoru Istre, poticanje poljoprivrednih i poduzetničkih aktivnosti, zapošljavanje u turizmu te produljenje sezone objašnjeni su u petom poglavlju. Šesto poglavlje predstavlja buduće trendove i preporuke razvoja, opisan je Program ruralnog razvoja u Republici Hrvatskoj do 2020. godine te su iznesene perspektive i razvojne mogućnosti ruralnog prostora. U posljednjem poglavlju iznesen je zaključak na temelju provedenog istraživanja.

Prilikom izrade ovog završnog rada korištena je znanstvena i stručna literatura, te dostupni Internet sadržaji vezani uz problematiku istraživanja.

2. RURALNI TURIZAM

Ruralni turizam je selektivni oblik turizma koji se odvija na ruralnom prostoru odnosno izvan gradske sredine te je obilježen malim brojem stanovnika. Predstavlja alternativni pristup života i rada, te podržava odgovorno i održivo postupanje u destinacijama. U ruralnom turizmu prevladavaju dva osnovna sektora; poljoprivreda i turizam. Postoje mnoge dobrobiti razvoja ruralnog turizma, među kojima se mogu navesti: sprječavanje iseljavanja stanovništva, izvor prihoda, revitalizacija sela, razvoj nerazvijenih područja, valorizacija tradicije i povijesti područja.

„Turizam u ruralnim područjima bi trebao potaknuti aktivnosti ljudi, lokalne i državne vlasti i ostalih institucija, da podrže očuvanje i razvitak ruralnih područja“ (Franić i Grgić, 2002:133).

Potražnju za ovim oblikom turizma karakteriziraju potrebe turista za određenim aktivnostima u ruralnom području, koje se mogu odnositi na bavljenje različitim sportovima na otvorenom poput jahanja, penjanja, ribolova ili pješaćenja. Moguće je bavljenje umjetnošću ili jednostavno odmaranje u miru, uživanje u prirodi i u baštini ruralnih područja. U ponudu su uključeni i parkovi, poput nacionalnih parkova i parkova prirode. Ruralni turizam postaje suvremeni trend turističkih kretanja.

„Za turistički proizvod ruralnog turizma specifično je nastojanje da se posjetitelju osigura osobni kontakt, osjećaj za fizičko i ljudsko okruženje u ruralnom prostoru, i koliko je god moguće da mu se pruži prigoda sudjelovanja u aktivnostima, tradiciji i stilu života lokalnog stanovništva“ (Tomljenović, 2006:171).

EUROGITES (Europska federacija ruralnog turizma) je 29. rujna 2005. godine u Ukrajini (Yalti), definirala ruralni turizam, odnosno kriterije jednake za cijelu Europu, uz pretpostavku da se ruralna područja razvijaju polazeći od njih (cf prilog I. Kriteriji za definiranje okvira ruralnog turizma).

Ruralni turizam postaje glavni alat oživljavanja i pokretanja ruralne sredine s naglaskom na održivosti ekonomije i društva.

2.1. Nastanak i razvoj ruralnog turizma

Prema Ružić (2005) početak razvoja ruralnog turizma nazire se već od 11. i 12. stoljeća. Njegov se razvoj očitije nastavlja u 18. stoljeću, kada je imućnije stanovništvo sebi moglo priuštiti privilegiju odmora u selima koja su se nalazila u blizini gradova. Krajem 18. stoljeća pridružuje im se i srednja klasa koja želi uživati u krajoliku. Švicarska je postala cilj turističkih putovanja u drugoj polovici 19. stoljeća, kada je ruralni turizam u inkrementu jer raste potražnja za pješaćenjem, penjanjem i zdravstvenim tretmanima. Nakon toga, otkrivaju se nova mjesta, novi izvori turizma poput obale te potražnja za ruralnim turizmom obilježava pad.

U Hrvatskoj se ruralni turizam intenzivnije razvijao nakon Domovinskog rata, najprije poticanjem razvoja kontinentalnog turizma te kasnije ruralnog prostora i obnove sela. Od 1991. godine pa nadalje organizirane su razne akcije vezane za razvoj turističkih seljačkih gospodarstava, u kojima su sudjelovali: Savez seljaka Hrvatske, Hrvatska gospodarska komora, Hrvatski farmer d.d., Klub „Selo“, Ministarstvo poljoprivrede Republike Hrvatske i Poljoprivredne savjetodavne službe, koji su kao primjer prakse razvoja slijedili susjedne zemlje (poput Republike Slovenije i Republike Austrije). Od 1990. godine do 2000. godine zabilježen je razvoj ruralnog turizma u Istri, posebice 1996. godine, uvođenjem značajnih zakonskih regulativa i 1997., akcijom vezanom uz promoviranje brošure o agroturizmu.

Najvažnije inicijative za razvoj ruralnog turizma bile su *Prvi europski kongres o ruralnom turizmu* koji je održan 2003. godine i radionica u kojoj je tema bila razvoj proizvoda ruralnog turizma, održana 2004. godine.

„Ruralni turizam u Hrvatskoj pravno je definiran tek u segmentu *ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu* (Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti 2003.), koja su organizirana kao turistička seljačka gospodarstva s pravom iznajmljivanja gostima soba i apartmana (najviše do 10 soba i 20 postelja), zatim organiziranja kampa (najviše 10 smještajnih jedinica, odnosno 30 gostiju istodobno) te pružanja usluge doručka, polupansiona ili pansiona samo gostima za koje pružaju smještaj“ (Tomljenović, 2006:171).

O aktualnom stanju ruralnog turizma, o tendencijama za boravak u ruralnim područjima i želji gradskog stanovništva za povratak prirodi govori sljedeće potpoglavlje.

2.2. Suvremeni ruralni turizam

U današnje vrijeme povećana je orijentacija ljudi prema ruralnim područjima. Raznolikost ponude ruralnog turizma, prirodne ljepote, ugodna sredina te ostale aktivnosti koje se odvijaju na ruralnim područjima postaju zanimljive sve većem broju turista. Ruralni turizam može biti razvijen lokalno i globalno, što znači da se može koncentrirati na mjesto i regiju ili na razinu cijele države.

Ruralne turističke destinacije poput Austrije, Njemačke, Italije i Velike Britanije danas imaju najrazvijeniju ruralnu turističku ponudu u Europi. Navedene zemlje raspolagale su potrebnim resursima te se rano uočila njihova vrijednost a potom su uslijedile investicije i brzi razvoj zemlje. Ostale dobro poznate ruralne turističke destinacije su Španjolska, Francuska, Švedska, Slovenija, Irska i Švicarska.

„Svjetska turistička organizacija (UNWTO) smatra da postoji veliko potencijalno tržište ruralnog turizma. Ipak je vrlo malo istraživanja provedeno kojima bi se utvrdila veličina tog tržišta, a djelomično su tome uzrok upravo teškoće vezane uz zadovoljavajuće definiranje ruralnog turizma. Pretpostavlja se da je 3% svih međunarodnih turističkih putovanja zasnovano na ruralnom turizmu te se procjenjuje kako ruralni turizam raste po stopi od 6% godišnje, znatno brže od stope rasta cjelokupnog turizma“ (Tomljenović, 2006:171). Hrvatska ima dovoljno prirodnih i kulturnih resursa za razvoj turizma u više područja.

Dobrobiti koje ruralni turizam nudi glede zaštite prirode i očuvanja kulturne baštine i tradicije te podrške seoskim, poljoprivrednim i ostalim gospodarstvima jesu: poticanje očuvanja dobara i vrijednosti koje bi kroz naredno vrijeme mogle nestati, doprinos prosperitetu zemlje kao i njena promocija u svijetu.

2.3. Oblici ruralnog turizma

Ruralni turizam predstavlja široku lepezu različitih i složenih oblika turizma koji se nalaze izvan urbanih i obalnih središta tj. razvijaju se u prirodi i selima. Posebno se ističe agroturizam kao glavni ruralni oblik, te slijede ostali oblici turizma kao što su rezidencijalni, zavičajni, sportsko-rekreacijski, avanturistički, lovni, ribolovni, zdravstveni, kulturni, vjerski, gastronomski, vinski, kamping i ekoturizam.

Ovi se oblici turizma odvijaju isključivo na ruralnim područjima, međusobno se razlikuju zbog obilježja i atrakcijskih čimbenika svakog područja. U narednom tekstu slijedi detaljnije objašnjenje pojma i djelatnosti agroturizma.

2.3.1. Agroturizam

Agroturizam je temeljni oblik ruralnog turizma, predstavlja i najznačajniji oblik ruralnog turizma u Hrvatskoj koji se posebice razvijao u Istarskoj županiji (cf prilog II. Slika Agroturizma Ograde).

Preduvjeti za formiranje agroturizma su prirodni i kulturni resursi, bez kojih se ovaj oblik turizma ne bi mogao razvijati. Prepoznatljiv je zbog jedinstvenosti prirodnih krajolika i tradicionalnih sela u kojima su smješteni agroturizmi, a najčešće se javlja u obliku kamene kuće.

„Agroturizam predstavlja oblik turizma koji je ukorijenjen u lokalnoj zajednici i temeljen na njenim geografskim obilježjima, tradiciji, kulturi i običajima. Razlika između pojmova ruralni turizam i agroturizam je u kriteriju prema kojemu se definira, pa tako ruralni turizam obuhvaća turističku aktivnost u ruralnim prostorima, dok agroturizam predstavlja povezivanje poljoprivrednih i turističkih aktivnosti na gospodarstvu“ (Brčić-Stipčević, et al. 2010:111).

Ponuda agroturizma obuhvaća autohtona tradicionalna jela i pića, kušanje maslinovog ulja, vina iz domaće proizvodnje, a njima se pridružuju komplementarne usluge poput smještaja, uključivanje turista u tradiciju i običaje sredine, pruža se mogućnost uvida u poljoprivrednu proizvodnju te sudjelovanje u raznim aktivnostima, igrama ili poslovima vezanima za ruralna područja.

„Svaka aktivnost na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu može se obogatiti na način i do stupnja koji ovisi o samom gospodarstvu, atrakcijskim elementima okoliša, te kreativnosti domaćina i gostiju, jer u takvom okruženju turist plaća uslugu smještaja, ali sve ostale usluge koje proizlaze iz prijateljskog i obiteljskog okruženja“ (Franić i Grgić, 2002:136).

Nezagađenost, mir tj. odsutnost buke, zdrava klima, očuvana priroda, prirodne ljepote, uvjeti za rekreaciju i sport, slobodno kretanje turista, prometna povezanost, itd., bitne su karakteristike ovih krajeva. Vlasnici posjeduju vlastito poljoprivredno zemljište, poljoprivrednu proizvodnju, stoku i ostale domaće životinje.

S obzirom na usluge i objekte, razlikuje se nekoliko varijanti oblika agroturizama (Demonja i Ružić, 2010:27).

Prema uslugama, razlikuju se agroturizmi u kojima se pružaju:

- samo usluge prehrane,
- samo usluge smještaja,
- usluge i smještaja i prehrane.

S obzirom na objekte, razlikuju se oblici agroturizama za odmor:

- u ruralnoj kući tradicionalne arhitekture,
- u obiteljskom ruralnom hotelu,
- u ruralnim sobama i apartmanima tradicionalne arhitekture,
- u ruralnim sobama i apartmanima nove arhitekture,
- na poljoprivrednom gospodarstvu s eko ponudom.

Prema katalogu Turističke zajednice Istre iz 2009. godine, u Istarskoj je županiji bio registriran 291 objekt i 2371 krevet. Poznati agroturizmi središnje Istre su: Dol, Jadruhi, Špinovci, Pod čeripnjon, Stari kostanj, Dešković, Radešić, Tončić, Matošević, Ograde, Paladnjaki, San Mauro, Kaštel Pineta, Markežić i Ferlin.

„Zahvaljujući razvoju seoskog turizma pruža se mogućnost dodatnog zapošljavanja seoskog stanovništva kao i mogućnost ostvarenja dodatne zarade. S obzirom na to da se u seoskom turizmu turistima nude vlastiti proizvodi, također se utječe i na oživljavanje poljoprivredne proizvodnje, naročito zdrave hrane“ (Kolić, 2010:35).

Postojeći prirodni i kulturni resursi istarskog kraja pogoduju razvoju agroturizma. Otvara se mogućnost razvoja područja, uz poticanja poljoprivredne proizvodnje, uslužne djelatnosti i ostalih obiteljskih gospodarstava. Pomoću tih aktivnosti potiče se revitalizacija ruralnih područja, veća valorizacija baštine i stvaranje cjelogodišnjeg turističkog proizvoda tj. ublažavanje sezonskog karaktera turizma.

„Zbog svojih specifičnosti takav oblik ruralnog turizma može pridonijeti razvoju ruralnih područja diverzifikacijom lokalne ekonomije te ostvarenju ciljeva definiranih *Glavnim planom i Strategijom razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine* koji glase „više od sunca i mora“ te „turizam na cijelom prostoru““ (Košak i Lugomer, 2015:143).

Poticanjem agroturizma i ostalih obiteljskih gospodarstava pridonosi se gospodarskom razvitku u ruralnim područjima i boljem životu stanovništva u istim.

2.3.2. Ostali oblici ruralnog turizma

Oblici ruralnog turizma nastaju iz resursa jednog područja, odnosno iz posebnosti koje nude relativno područje. Postoje mnogobrojne i različite vrste ruralnog turizma kojima pripadaju: rezidencijalni turizam, zavičajni, nostalgičarski, zdravstveni, gastronomski, enogastronomski, kulturni, vjerski, sportski, rekreacijski, avanturistički, lovni, ribolovni, edukacijski, poslovni, tranzitni, kamping, nautički, turizam zaštićenih dijelova prirode i ekoturizam.

U navedenim oblicima turizma prisutne su i mnoge druge podvrste turizma poput zimskog, planinskog i biciklističkog. Ovi se oblici diferenciraju s obzirom na one koji imaju uobičajenu formu, tj. promet se konstantno evidentira u raznim smještajnim objektima i one izvan uobičajene forme, tj. promet se ne može evidentirati ili se teško evidentira.

Tablica 1. Turističke aktivnosti na ruralnom području

TURE	Pješačenje (pješačke staze, prirodni parkovi, <i>fitness</i> staze), jahanje (konji, magarci), ture u kamp-kućici, motorizirane ture (sva terenska vozila, motocikli), <i>fitness</i> trening i zdravstvene pogodnosti.
AKTIVNOSTI NA VODI	Ribolov, plivanje, boravak na rijekama (kućice na vodi, čamci, teglenice), kanu i <i>rafting</i> , <i>windsurfing</i> , utrkivanje brzim čamcima i jedrenje.
AKTIVNOSTI U ZRAKU	Mali zrakoplovi, jedrilice, <i>hang-gliding</i> i baloni na topli zrak.
SPORTSKE AKTIVNOSTI	Tenis, golf, spuštanje i penjanje po stijenama.
AKTIVNOSTI OTKRIVANJA ZANIMLJIVOSTI, RADNIH PROCESA	Lokalna proizvodnja i poljoprivredna poduzeća.
KULTURNE AKTIVNOSTI	Arheologija, područja pod restauracijom, tečajevi ručnog rada, umjetničke radionice, folklorne skupine, kulturni, gastronomski i drugi izvori podrijetla.
AKTIVNOSTI ZDRAVSTVENOG KARAKTERA	<i>Fitness</i> trening i zdravstvene pogodnosti.

Izvor: DEMONJA, D. i RUŽIĆ, P. (2010.) *Ruralni turizam u Hrvatskoj*. Zagreb: Izdavačka kuća Meridijani. Str. 28-29.

U svakom se ruralnom području nude različite turističke aktivnosti, iz kojih se formira određeni oblik turizma. Svaka ruralna sredina je specifična i ima mogućnost razvoja određene aktivnosti, tj. razvoja određenog oblika turizma. Više o poznatim i razvijenim oblicima ruralnog turizma slijedi u nastavku potpoglavlja.

2.3.2.1. Rezidencijalni i zavičajni turizam

Rezidencijalni turizam podrazumijeva povremeni boravak u vlastitim objektima (sporedno stanovanje) npr. vikendica u nekom ruralnom području, zavičajnim vilama, rezidencijama i sl. Turisti najčešće borave u takvim objektima preko vikenda, blagdana i godišnjeg odmora, a u ostalo vrijeme ti su objekti posve neiskorišteni. Motiv dolaska je odmor i relaksacija izvan mjesta prebivališta. Objekti su kompletno opremljeni, uobičajeno se nalaze u prirodi, u selima, u blizini značajne turističke atrakcije, pristup automobilima je osiguran kao i blizina potrebnih servisa. U njima borave vlasnici ili isti mogu unajmiti objekt trećima. Ovaj oblik turizma u velikoj mjeri privlači gradsko stanovništvo koje se želi odmaknuti od svakodnevice, te je u potrazi za mirom.

„Procjenjuje se da u Istri ima 6129 rezidencijalnih vila s kapacitetom od 24520 kreveta. Danas vikend stanova u Istri ima daleko više jer ih je u posljednje vrijeme puno izgrađeno i za njih imaju veliki interes stranci, Nijemci, Austrijanci, Talijani i dr.“ (Ružić, 2011:115).

Istarska županija ima dobar turistički potencijal za razvoj rezidencijalnog turizma, pozitivni element je dobar položaj regije i relativna blizina većih gradova Europe, koji uz visoku potražnju domaćeg gradskog stanovništva za objektima lociranim na ruralnim područjima pridonosi razvoju ovog oblika turizma.

Postoji veliki broj europskih država u kojima je ponuda rezidencijalnog turizma razvijena. Prva u Europi po broju sekundarnih rezidencija je Francuska, a slijedi Velika Britanija. Stanovnici ovih dviju zemalja koji posjeduju sporedno stanovanje, kroz cijelu godinu aktivno iznajmljuju objekte turistima kada ih oni ne koriste. U kontinentalnoj Hrvatskoj udaljenost sekundarne rezidencije od stalne rezidencije je prosječno pedeset kilometara. Visoka koncentracija sekundarnih rezidencija prisutna

je izvan većih gradova poput Zagreba i Osijeka te uz obalu mora, no trend u kontinuiranom rastu je potražnja za ruralnim područjima u skrivenoj prirodi i u osamljenim mjestima.

Zavičajni turizam ili nostalgični turizam je oblik turizma koji nastaje iz potrebe ljudi za povratkom u zavičaj, odnosno povratak ljudi u mjesto u kojem su živjeli nekada iz mjesta u koje su se odselili, npr. veći grad ili inozemstvo. Odnosi se na osobnu, emotivnu i intimnu vezu, uspostavljenu između pojedinca i njegovog zavičaja odnosno specifične lokacije, područja, kraja ili mjesta. Ljudi posjećuju, tj. vraćaju se u svoj zavičaj u kojemu su moguće dvije varijante. Prva je da će ljudi biti smješteni kod rodbine te će kod njih i jesti, dok je druga varijanta da će koristiti lokalne smještajne i ugostiteljske objekte, lokalne servise, itd. uglavnom su to stanovnici koji su iz mjesta svog prebivališta odselili u potrazi za boljim životom, boljim poslom i ostalim novim mogućnostima.

Ovaj oblik turizma vezan je za sjećanja i osjećaje „turista“, za posjet rodnom kraju, sudjelovanje na pučkim feštama i ostalim tipičnim manifestacijama ili igrama tog kraja. Turisti ove grupe jako su vezani za tradiciju, običaje i povijest, te dio njih investira u zavičaj ulaganjem u izgradnju turističkih objekata. Zbog toga, oni predstavljaju pozitivno sredstvo motiviranja, investiranja i promicanja svog područja, te se kontinuirano u slobodno vrijeme vraćaju u posjet rodbini ili mjestu. Značajan broj iseljavanja stanovništva dogodio se nakon Drugog svjetskog rata, kada su se ljudi odselili iz Hrvatske u druge zemlje Europe (Italija) ili čak na druge kontinente, npr. u Australiju i Ameriku.

2.3.2.2. Sportsko-rekreacijski i avanturistički turizam

Sportsko-rekreacijski turizam obuhvaća široki spektar sportskih i rekreacijskih aktivnosti koje se odvijaju u prirodi, tj. na otvorenom prostoru ili u specifičnim objektima za sport. Sportski turizam obuhvaća djelokrug u kojem se mogu odvijati određeni sportovi, lokacija mora biti opremljena raznovrsnim igralištima, stazama, dvoranama, centrima, parkovima, te ostalim objektima i servisima potrebnim za kvalitetnu sportsku ponudu.

Tablica 2. Ponuda u sportskom-rekreacijskom turizmu

SPORTSKO IGRALIŠTE	- Nogometno, odbojkaško, košarkaško, rukometno, tenisko, boćarsko, golf igralište.
SPORTSKE STAZE, CESTE I PUTOVI	- Biciklističke, konjičke, planinarske, skijaške staze; - Hodočasnički putovi, šetnice, lječilišne staze, staze za razgledavanje, poučno pješačke staze.
OBJEKTI NA OTVORENOM	- Bazeni, klizališta, jahališta, poligoni.
OBJEKTI NA ZATVORENOM	- Raznovrsne dvorane, centri i objekti (tenis, boćalište, bazeni, klizalište, jahanje).
PRILAGOĐENI OBJEKTI	- Sportski, adrenalinski i ostali parkovi; - Ekstremni sportovi (alpinizam, brdski biciklizam, <i>bungee skokovi</i> , <i>jet ski</i> , padobranstvo, <i>paragliding</i> , <i>rafting</i> , zmajarenje); - Panoramske i vinske ceste, kulturni putovi.
SERVISI	- Iznajmljivanje potrebnih sredstava i opreme (bicikla i skijaška oprema).

Izvor: Izrada autorice prema Kušen, E. (2002.) *Turistička atrakcijska osnova*. Zagreb: Institut za turizam.

U tablici se može uočiti raznolikost i brojnost aktivnosti i sportova ovog oblika turizma. Taj se oblik može prilagođavati svim uzrastima. Stariji turisti izbjegavaju ekstremne sportove ili adrenalinske parkove, ali će moći uživati u ostatku ponude kao što to može biti pješačenje, plivanje i biciklizam, dok mlađi turisti mogu sudjelovati na svim aktivnostima ovisno o svojim željama, navikama i sklonostima.

U Hrvatskoj postoje mnogobrojne pješačke staze. Prema Službenom turističkom portalu Istre postoje trideseti šest dobro uređenih pješačkih staza u Istri:

- *Park prirode Učka i okolica*: ima tri pješačke staze, odnosno pješačku stazu Vela Draga, pješačku stazu Korita i poučnu stazu Plas - Park Prirode Učka;
- *Poreč i okolica*: sportsko-rekreacijska zona (Poreč - hotel Materada), prirodna obala (Materada - Červar Porat - Červar - Materada), lagune (Plava Laguna - Zelena Laguna), hladovina borova (Poreč - Plava Laguna), Lanternom do Lanterne (kružno oko poluotoka Lanterna), stari grad (obilazak gradske jezgre Poreča), uz antičke vile (Červar Porat - Vabriga - Červar Porat), od ulike do ulja (Lanterna - Vabriga - Tar - Lanterna);
- *Pješačka staza Parenzana*;
- *Brtonigla i okolica*: pješačka staza Sveti Zenon;
- *Vrsar i okolica*: pješačka staza Funtana - Vrsar;
- *Vižinada i okolica*: pješačka staza Prsten Sv.Tome, pješačka staza Srce Vižinade;
- *Višnjan i okolica*: pješačka staza Venecijanskog lava;
- *Buzet i okolica*: pješačka staza Semić - Brest - Semić (Lupoglav), pješačka staza Buzet - Kotli - Hum - Buzet, pješačko-planinarska staza Buzet - Raspadalica - Brest;
- *Pazin i okolica*: pješačka staza Sv.Šimuna - Gračišće, pješačka staza Pazin - Beram, pješačka staza suhozida - Kringa, pješačka staza Grdoselo - Zelengrad, poučno pješačka staza Pazinska jama;
- *Labin i okolica*: pješačka staza Labin - Rabac - Prklog, pješačka staza Svetog Flora - Legenda o Zlatu;
- *Pula i okolica*: ove staze prolaze šumom (park - šuma Šijana, Valdebek, Valmadam) i uz more (Stoja, Lungomare, Pješčana uvala).

Pješačka staza Parenzana poznata je i vrlo korištena staza, definirana kao „put zdravlja i prijateljstva“ te se odnosi na povijesnu cestu kojom je vlak „Parenzana“ prolazio u razdoblju od 1902. do 1935. godine, na relaciji od Poreča do Trsta. Danas pješačka staza kreće od sela Valica kraj Savudrije i prolazi kroz Buje, Grožnjan, Završje, Livade, Motovun, Vižinadu i sve do Poreča. Sa staze Parenzane pruža se pogled na maslinike i vinograde, prolazi se tunelima, vijaduktima i željezničkim stanicama, a sve važne informacije mogu se pročitati na žutim tablama koje se na

stazi nalaze. Mnoge su se manifestacije održavale na toj stazi, poput: *Wine & Run* i *Wine&Walk* koje su povezale rekreacijski turizam s gastronomijom, npr. rekreativna biciklijada do jame Baredine, enduro grozni Grožnjan, Momjanski bike maraton, pješački pohod Parenzanom, kao i mnoge druge manifestacije (cf prilog: Video promo Parenzana - <https://www.youtube.com/watch?v=bVvhF78KPbE>).

Slika 1. Manifestacija „*Wine & Run*“ na pješačkoj stazi Parenzani



Izvor: Parenzana – www.parenzana.net (17.11.2016.)

Primjer sportsko-rekreacijskog i avanturističkog turizma su Dolomiti. Oni predstavljaju planinski lanac u istočnim Alpama u Italiji i proglašeni su prirodnom svjetskom baštinom UNESCO-a (Organizacija Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu). Ovo je odredište turistički veoma iskorišteno zbog široke ponude. Lokacija je prvenstveno poznata po skijanju. Najpoznatija skijališta su: Cortina d'Ampezzo, Alta Badia, Kronplatz, Val di Fassa i Val Gardena, a nakon skijanja u ponudi je niz aktivnosti i sportova poput planinarenja, penjanja, alpinizma, *paraglidinga*, *trekkinga* te brojnih pješačkih i biciklističkih staza, među kojima se ističe i poznata brdska biciklistička utrka „*Maratona dles Dolomites*“ koja se održava svake godine u srpnju. Ponuda u ovom području prisutna je kroz cijelu godinu, samo se vrsta sporta ili aktivnost mijenja ovisno o klimi, tj. o pojedinom godišnjem dobu. Osim predivnih prirodnih ljepota ovog kraja, Dolomite krasi i brojni ugostiteljski i smještajni objekti koji zadovoljavaju sveukupne potrebe turista.

Avanturistički turizam pripada pod sportsko-rekreacijskom obliku turizma. Zahtijeva spremnost turista u fizičkom i psihološkom smislu, te se odnosi na neki sport ili rekreaciju u kojem je prisutan određeni stupanj rizika, adrenalina i uzbuđenja. U avanturistički turizam ubrajaju se brojni ekstremni sportovi kao što su: alpinizam, akrobatsko skijanje, brdski biciklizam, *bungee* skokovi, padobranstvo, *paragliding*, *rafting*, zmajarenje, špiljarenje, ronjenje i veslanje. U ponudu se uključuju i adrenalinski parkovi. Lokacije na kojima se odvijaju ove aktivnosti su u prirodi, tj. u šumi, u blizini jezera, rijeka, na brdima, planinama i sl.

Poznatih lokacija u Europi u kojima se njeguje ovaj oblik turizma ima mnogo. Ponuda je bogata i raznolika skoro u svim zemljama Europe. U Hrvatskoj postoji više mjesta za *paragliding*, među kojima se najpoznatija nalaze: u Buzetu, Kalniku, Triblju i Biokovu, koje je jedno od najuzbudljivijih letjelišta u Europi. *Raftingom* se moguće baviti na rijekama Dobri, Zrmanji, Uni, Mrežnici, Kupi, Cetini i Savi. Kajakarenje se odvija na Mrežnici, Kupi, Zrmanji, Odri i Gackoj.

U Hrvatskoj također postoje mnogi adrenalinski parkovi, a jedan od najvećih nalazi se u Istri, u selu Glavani kraj Barbana. Sastoji se od nekoliko ruta, a najveća atrakcija parka je ljuljačka koja je visoka čak jedanaest metara, dok za najhrabrije postoji tzv. „Đavolji prijelaz“ koji se odnosi na *zip line* liniju dugu sto dvadeset metara i viseći most s monociklom.

Primjer bogate ponude avanturističkog turizma može biti Pazinska jama u Pazinu, u kojoj turisti mogu špiljariti, koristiti uslugu *zip line*a (ukupno dvije linije) i *bungee jumping*a. Osigurana je adrenalinska zabava te je meta brojnih domaćih i inozemnih turista.

Slika 2. *Zip line* – Pazinska jama



Izvor: Turistička zajednica središnje Istre – www.central-istria.com (19.11.2016.)

Na gornjoj slici je prikazan primjer avanturističkog turizma odnosno *zip line* iznad Pazinske jame.

Avanturistički turizam je u rastu i predstavlja novi trend među mladima, te zbog toga pozitivno utječe na razvoj ruralnih područja.

2.3.2.3. Lovni i ribolovni turizam

Lovni turizam ima dugu tradiciju i predstavlja važan oblik ruralnog turizma koji se odvija na ruralnim područjima, odnosno na zemljišnim površinama poput šuma, livada i planina. Pretpostavka za razvoj lovnog turizma je geografski položaj destinacije koji je jako bitan zbog klimatskih i zemljišnih uvjeta. Zemlja koja raspolaže bogatom florom i faunom ima visoku mogućnost za razvoj lovnog turizma.

Cilj lovnog turizma jest lov divljih životinja poput srna, veprova, jelena, lisica, zečeva, fazana i raznih vrsta ptica, ovisno o lokaciji. Turisti su u ovom slučaju lovci i njihove obitelji. Lovac postaje turist kada izađe izvan svoje matične lovne organizacije. Lovci putuju izvan svoje zemlje zbog osvajanja trofeja i stjecanja iskustva. Lovci su smješteni u lovačkim domovima, odnosno specifičnim objektima (apartmani ili sobe) koji su namijenjeni samo njima i koji imaju adekvatan smještaj za pse. Obično

konzumiraju ponudu prehrane u agroturizmima smještenim u ruralnim područjima u kojima također mogu noćiti.

Ovaj oblik turizma može se odvijati u kontinentalnim područjima, u primorju i na otocima. U Hrvatskoj ovaj oblik turizma privlači brojne inozemne turiste, posebno u Gorskom kotaru, Istri ili na Velebitu, a najčešće dolaze iz Italije, Austrije, Švicarske i Njemačke.

„Ekonomski učinci lovnog turizama proizlaze iz činjenice da je lovni turizam takav oblik turizma kojim se mogu ekonomski iskoristiti i optimalno vrednovati i do sada neiskorištene prirodne prednosti nekog kraja“ (Tomljenović, 2006:196).

Pozitivno je to što se uz razvoj lovnog turizma razvija i ostala prateća ponuda i oblici turizma poput gastronomskog i seoskog. Zbog navedenog, lovni turizam potiče razvoj i valorizaciju kontinentalnih područja, doprinosi razvoju lokalnih sredina, a utječe također i na produljenje turističke sezone.

Ribolovni turizam je vrsta sporta ili rekreacije koja se odvija na vodenim površinama tj. na moru ili u ruralnim područjima u kojima ima slatke vode poput rijeka, jezera i ribnjaka. Mnogobrojne su vrste ribolova te se one diferenciraju i po vrsti njihovih sudionika. Postoje vrste ribolova u kojima sudionike predstavljaju profesionalni ribari koji su međusobno konkurentni, za razliku od onih vrsta ribolova u kojima su sudionici amateri, te koji mogu uključivati i djecu. Ribolov uključuje ribolov s broda, ribolov s kopna i podvodni ribolov. Ribolovni turisti moraju se pridržavati zakona. Zakonom su definirana točno određena razdoblja lovostaja riba, rakova i školjaka. Za opstanak razvoja ovog oblika turizma važno je sačuvati kvalitetu vode i zaštititi je od zagađenja.

2.3.2.4. Zdravstveni turizam

Zdravstveni turizam je oblik turizma usko povezan sa zdravljem i dobrobiti turista koji se bazira na prirodnim ljekovitim čimbenicima, postupcima fizikalne terapije i rehabilitacije. Za odvijanje aktivnosti zdravstvenog moraju se osigurati posebni uvjeti (Tomljenović, 2006:226):

- prirodni ljekoviti činitelji,
- odgovarajući ugostiteljski, medicinski, paramedicinski i drugi sadržaji,
- liječnički nadzor,
- zdravstveno-turistički objekti,
- lječilišno turističko mjesto,
- zdravstveno turistička destinacija.

Ljekovite prirodne čimbenike čine klima (mediteranska i planinska), temperatura, kvaliteta zraka, more, alge, pijesak, šetnice, šume, planinski predjeli, eterično bilje, toplice, termalne vode, mineralne vode, ljekovita blata i naftalan.

Ponuda ovog oblika turizma obuhvaća široko područje usluga koje se odnose na: *wellness* turizam i zdravstveni turizam (turističko-ugostiteljski objekti) te lječilišni i bolnički turizam (zdravstvene ustanove).

Wellness usluge nude se u *wellnessu*, zdravstvenim i lječilišnim objektima. Liječnički nadzor, zdravstveni programi i prirodni ljekoviti činitelji odnose se na zdravstveni i lječilišni turizam; u bolničkom turizmu je moguće bolničko liječenje, dok se rehabilitacija odvija u lječilišnom i bolničkom turizmu. Također u ovim objektima nudi se zdrava i uravnotežena prehrana, odmor, različite aktivnosti te bogati programi koji obuhvaćaju zdravstvene, tjelesne, društvene, psihološke i duhovne vježbe. Suština putovanja je odmor, opuštanje i vlastita dobrobit.

„Zdravstveni turizam putem svojih mnogobrojnih podvrsta i kombinacija te različitih stupnjeva i osnova liječenja (preventivno, premorbidno i kurativno) ni po čemu nije vezan za glavnu turističku sezonu ili pak za usku prostornu turističku destinaciju. Time je po svemu antisezonalan“ (Jadrešić, 2001:143).

Wellness turizam je oblik zdravstvenog turizma koji obuhvaća cjelokupno područje provođenja zdravog stila života, odnosno kontinuirano fizičko kretanje i vježbanje, uravnoteženu prehranu, izbjegavanje stresa, odmor i opuštanje (masaža, sauna i meditacija). U današnje vrijeme ovaj je oblik turizma sve traženiji i predstavlja odličan način provođenja odmora uz efikasne aktivnosti i tretmane.

„Briga za očuvanje vlastitog zdravlja i očuvanje kvalitete života osnovni su motivi odlaska na zdravstveno-turističko putovanje i boravak“ (Tomljenović, 2006:219).

Prirodna lječilišta dijele se na toplice, primorska klimatska lječilišta i planinska klimatska lječilišta. U Hrvatskoj, turističkim primorskim klimatskim lječilištima pripadaju mnoga mjesta, kao što su otoci Cres, Pag, Rab, Hvar, Bol, Korčula, Vis te brojna obalna mjesta kao što su npr. Novi Vinodolski, Crikvenica Jablanac, Biograd na Moru i Senj. U planinska lječilišta ubrajaju se Brestovac, Delnice, Fužine, Plitvička Jezera i Ravna Gora. Sva planinska područja imaju vrlo pogodne karakteristike za razvoj lječilišnih lokaliteta. Također postoji bogata ponuda toplica kao što su Istarske toplice, Varaždinske toplice, Krapinske toplice, Stubičke toplice i Sutinske toplice.

U Istri postoji jedno lječilište i to su Istarske toplice. Nalaze se u sjevernom dijelu Istre kraj Livada, potpuno su smještene u prirodi i izvan naselja. Iznad toplica je visoka stijena ispod koje se nalazi izvor ljekovite vode Sv. Stjepan.

Slika 3. Istarske toplice



Izvor: Istarske toplice – www.istarske-toplice.hr (22.11.2016.)

Istarske toplice plasirale su se na treće mjesto u Europi po kvaliteti vode i ljekovitosti, dokazano pomažu pri liječenju raznih bolesti poput reumatizma, kožnih oboljenja,

oboljenja dišnih puteva, ginekoloških bolesti i za post operativnu rehabilitaciju. U ponudi Istarskih toplica su razne fizikalne terapijske usluge (hidroterapija, termoterapija, inhalacije, bazen), *wellness* centar i centar ljepote (masaže, njege lica i tijela, depilacije, sauna, bazen) i razni ostali paketi (tretman mršavljenja). Raspoložu s dva smještajna objekta, raznim terenima za sport, organiziraju razne izlete i zabavne večeri te imaju mogućnost održavanja seminara i drugih događaja.

Ovisno o karakteristikama, tj. ljekovitim čimbenicima kojima raspolaže određena lokacija, definira se o kojoj je vrsti lječilišta riječ i formulira odgovarajuća ponuda. Što je lokacija bogatija, odnosno što više raspolaže prirodnim ljekovitim činiteljima, to je kompleksnija ponuda te je lječilište konkurentnije na tržištu.

Bolnički turizam se diferencira u odnosu na specijalizaciju svakog pojedinog objekta. Poznata mjesta za bolničko liječenje u Hrvatskoj su: specijalna bolnica za ortopediju u Biogradu, specijalistička ambulanta u Ninu, te bolnica za ortopediju i rehabilitaciju u Rovinju.

Ruralna područja predstavljaju odličan ambijent za razvoj zdravstvenog turizma zbog prisutnih prirodnih kapaciteta koje treba maksimalno valorizirati i efikasno iskoristiti.

2.3.2.5. Kulturni i vjerski turizam

Kulturni turizam predstavlja ukupnost atrakcija i aktivnosti koje obuhvaćaju široko područje počevši od povijesti, kulture, tradicije do načina življenja u jednoj zemlji ili na nekoj specifičnoj lokaciji.

„Iako su ljudi oduvijek putovali motivirani onim što danas nazivamo kulturnim turističkim doživljajem, odnosno željom da posjete povijesne gradove, poznate spomenike i muzeje ili prisustvuju festivalima, oni su prepoznati kao distinktivna grupa posjetitelja tek krajem 1970-tih. Tada su stručnjaci za marketing u turizmu otkrili da postoji određena skupina turista koja putuje kako bi stekla dublje razumijevanje ljudi i mjesta koja posjećuju, a koji su, pomalo nespretno nazvani „kulturni“ turisti, a cjelokupni fenomen kulturni turizam“ (Tomljenović, 2006:119).

Ponuda kulturnog turizma sastavljena je od više resursa, poput povijesnih resursa koji se klasificiraju prema pokretnim i nepokretnim spomenicima. Pokretni spomenici obuhvaćaju slike, skulpture, namještaj, raznu građu, proizvode umjetničkog obrta i sl., a nepokretni spomenici uključuju arheološka nalazišta, spomeničke cjeline, vrtanu arhitekturu, memorijalna područja, sakralne građevine i profane zgrade te građevine (cf prilog III. Prilog detaljnoj turističkoj klasifikaciji kulturno-povijesne baštine).

Što je određeno područje starije, bogatija je i njegova kulturna povijest te će tako omogućiti području veću atraktivnost i valorizaciju njegove povijesti vezanu uz prijašnje civilizacije i evoluciju do suvremenosti. Umjetnički resursi povezani su s povijesnim resursima, obuhvaćaju razna umjetnička djela koja su prikupljena u raznim muzejima i galerijama. Treći važan resurs kulturnog turizma je etnosocijalni resurs, koji se odnosi na ljude i na njihovu kulturu života i rada. On predstavlja blisku vezu s emocijama, osjećajima i sjećanjima stanovništva nekog područja. Uključuje skupinu folkloru koji se odnosi na narodne plesove i pjesme (dubrovački linđo, istarski balun), narodne poslovice, mitove, legende, dijalekte i običaje, tradicionalna pića, jela i slatkiše (vino, pršut, kroštuli), tradicionalne poslove (postolari, urari, klobučari, remenari) i rukotvorine (narodne nošnje, proizvodi od drveta, proizvodi od kože, obrada lana, obrada vune).

Turisti dolaze u kontakt s tim resursima odmah kad dođu u neku destinaciju, bez obzira na svoje želje, zbog toga što se etnosocijalni resursi osjećaju, čuju i vide odmah pri dolasku u svaku destinaciju jer oni pripadaju određenom lokalitetu i karakteristični su za određenu skupinu ljudi, odnosno etničku skupinu. Manifestacijski resursi privlače ljude kroz razne događaje i svaki događaj ima određeni sadržaj koji može biti sportski, kulturni, vjerski i gospodarski, te se odvijaju u obliku raznih igara, izložba, sajмова, festivala, smotra i sl. U današnje vrijeme jedna od najznačajnijih sportskih manifestacija s velikim utjecajem na turizam predstavlja prvenstveno Olimpijske igre, zatim slijedi i Svjetsko nogometno prvenstvo. Takve igre privlače veliki broj turista diljem svijeta u jednu destinaciju u kojoj se odvijaju igre.

Zadnji resursi su ambijentalni resursi koji uključuju sve prostorne cjeline koje čine neku destinaciju atraktivnijom i dostupnijom, uključuju sve prometne objekte potrebne

za dolazak u lokaciju, sve urbane prostore, opskrbe električnom energijom, vodom, te ostale usluge koje destinaciju čine dostupnijom i komotnijom.

Vjerski turizam se u povijesti pojavio rano te ujedno predstavlja jedan od najstarijih oblika putovanja u kojima su ljudi masovno putovali i posjećivali vjerska središta, odnosno svetišta, crkve, samostane, opatije i sveta mjesta. Govori se o središtima velike povijesne važnosti te neizmjerne vrijednosti kulturne baštine.

„Vjerski turizam može se pobliže odrediti kao pojava koja se manifestira posjetima vjerskim obredima i konferencijama. Povezuje se s lokalnim, regionalnim, nacionalnim i međunarodnim vjerskim središtima. Sudionici u ovom obliku turizma potaknuti su na putovanja, djelomično ili potpuno, vjerskim motivima. Uz vjerske motive javljaju se i drugi, a najčešće su umjetničkog i kulturnog karaktera“ (Rajko, 2013:55).

Važno je definirati pojam hodočašća koji se odnosi na put kojim vjernici prolaze hodajući prema vjerskom svetištu zbog pobožnosti, pokore i duhovne potrage prema svetom mjestu. Primjerice tradicionalno hodočašće vjernika grada Zagreba je u Mariju Bisticu, gdje se nalazi nacionalno svetište Majke Božje Bistričke.

Danas je vjerski turizam jako razvijen. Osim vjerske ponude u brojnim lokacijama investiralo se u izgradnju dodatne infrastrukture i objekte koji obuhvaćaju ponudu smještaja, gastronomiju, trgovinu, *shopping* i kulturne sadržaje. Dobro poznato svetište u kojem su se gospodarska i turistička djelatnost jako razvijale, te u kojem je prisutno aktivno lokalno stanovništvo koje se uključuje u ponudu raznih usluga poput smještaja i prehrane, izrade i prodaje suvenira je Međugorje. Taj je grad doživio pravu revoluciju i ogroman ekonomski rast zadnjih četrdeset godina, odnosno od otkrića tog svetišta. Obilježavaju ga visoke i konstantne godišnje stope posjetitelja.

Tablica 3. Klasifikacija svetih mjesta

VRSTE	PRIMJERI
POJEDINAČNI OBJEKTI	Katedrala u Canterburyju, smaragdni kip Bude (Bangkok), Aja Sofija (Istanbul), Eufrazijana (Poreč), katedrala Sv. Dujma (Split).
ARHEOLOŠKI LOKALITETI	Machu Picchu (Peru), katakombe (Rim), piramide (Egipat), Ščitarjevo, Vučedol.
GROBIŠTA	Katakombe (Rim), piramide (Egipat), Varaždinsko groblje (Varaždin), Mirogoj (Zagreb).
IZDVOJENI HRAMOV I / SVETIŠTA	Angkor Wat (Kambodža), Amritsar (Indija), Solin, Aljmaš, Krasno.
GRADOVI	Rim, Jeruzalem, Assisi.
KOMPLEKSI HRAMOVA / SVETIŠTA	Potala (Tibet), Samostan Sv. Katarine (Egipat), Trsat, Lepoglava.
LOKALITETI POSEBNE ENERGIJE ZEMLJE	Glastonbury (V. Britanija), Nazca (Peru), neki lokaliteti u Istri.
SVETA BRDA / PLANINE	Mt. Everest (Nepal), Athos (Grčka), Fuji (Japan), kalvarije uz veća proštenja u Hrvatskoj.
SVETI OTOCI	Iona (V. Britanija), Mt. St. Michel (Francuska), Košljun, Visovac.
PROŠTENIŠTA	Santiago de Compostela (Španjolska), Meka, Medina (S. Arabija).
LOKALITETI SVJETOVNIH HODOČAŠĆA	Lokaliteti holokausta, Jasenovac, Vukovar.

Izvor: TOMLJENović, R. (2006.) *Hrvatski turizam: plavo bijelo zeleno*. Zagreb: Institut za turizam. Str. 288.

Iz tablice se može iščitati kako je ponuda vjerskog turizma široka, raznolika te prisutna u raznim zemljama diljem svijeta i u raznovrsnim formama. Klasifikacija

obuhvaća jedanaest vrsta svetih mjesta te je za svaku naveden relativni primjer svetih mjesta. Postoji više vjera i religija te ovisno o tome ovisi orijentacija turista.

Masovna kretanja kršćana bilježe se u većim vjerskim središtima kao što su primjerice Lourdes, Fatima, Međugorje i Vatikan. Ove destinacije posjećuje više milijuna turista svake godine.

2.3.2.6. Gastronomski i vinski turizam

Gastronomski turizam obuhvaća ponudu hrane i pića u raznovrsnim ugostiteljskim objektima, kušaonice za degustaciju pića ili hrane, posjetu proizvođačima hrane, prisustvovanje na sajmovima i festivalima hrane, izložbama autohtonih jela i pića te raznim tečajevima (npr. za somelijera). Razlog putovanja u jednu destinaciju ili posjetu nekog objekta u gastronomskom turizmu je hrana, bilo da se radi o kušanju, jelu ili posjetu kako bi se prisustvovalo samoj proizvodnji neke hrane, primjerice tjestenine, sira i ulja.

„Za gastronomski turizam je važno da ima raznovrsnu i nenametljivu ali „uočljivu“ ponudu hrane. U okviru te ponude trebaju biti vidljive posebnosti i raznovrsnosti, kao što su nacionalna i regionalna jela i ona tradicionalne kuhinje. Te posebnosti treba prezentirati segmentima specifičnih potrošača, na primjer vegetarijancima, ljubiteljima biološki uzgojene hrane, lovcima, ribolovcima, i drugima“ (Ružić, 2010:32).

Postoji više vodiča, odnosno publikacija vezanih za gastronomiju i turizam. U njima su navedeni restorani i hoteli određene zemlje ili grada uz važne informacije iste te s relativnom procjenom kvalitete. Globalni vodič koji služi kao preporuka za procjenu kvalitete restorana i hotela na međunarodnoj razini je *Michelin Vodič* (Francuska). Procjena se ostvaruje dodjelom zvjezdica određenom objektu, koje idu od jedne do tri zvjezdice. Vodič obuhvaća dvanaest zemalja Europe (Francusku, Belgiju, Nizozemsku, Luksemburg, Italiju, Austriju, Njemačku, Španjolsku, Portugal, Švicarsku, Veliku Britaniju i Irsku) te tri svjetska grada; New York, San Francisco i Tokyo. Postoji još mnogo vodiča, među kojima su: *Vodič Gambero Rosso* (Italija), *Greek Gastronomy Guide* (Grčka) i *Where Chefs Eat*.

Vinski turizam ili eno turizam je povezan s gastronomskim turizmom, zbog toga što se vino upotrebljava kao piće koje prati hranu. Postoji više vrsta vina i ona odgovaraju različitim jelima, primjerice bijela vina poput malvazije dobro se sljubljuju s ribom, tartufom, sirom i bijelim mesom, crvena vina poput terana u kombinaciji s crvenim mesom i divljači, a uz slatka jela i kolače odgovaraju pjenušci, muškat i ostala desertna vina. Francuska, Španjolska, Italija veoma su poznate europske zemlje po važnosti vinskog turizma.

Istarska županija nudi veliki broj vinarija koje su jako aktivne te osim prodaje vina omogućuju i kušanja vina u opremljenim salama za degustaciju te omogućuju razgledavanje podruma i nasade vinove loze. U vinskom turizmu poznata je manifestacija „Dani otvorenih vinskih podruma“ u kojima se mogu posjetiti vinarije, degustirati vina te uživati u ambijentu. Posjetitelji mogu prisustvovati samostalno ili se mogu pridružiti organizatorima koji imaju određeni plan puta. Sve značajniji su i vinski festivali, izložbe i sajmovi vina koji uz beneficije koje donose vinskim poduzećima privlače pažnju sve većeg broja posjetilaca.

2.3.2.7. Ekoturizam i kamping turizam

Cilj *ekoturizma* je zaštita prirodne baštine odnosno flore¹ i faune², putem očuvanja i zaštite nacionalnih parkova, parkova prirode, prirodnih rezervata, spomenika prirode, park-šuma, krajolika, jezera, rijeka te životinjskog i biljnog svijeta.

„Ekoturizam predstavlja vrstu putovanja kojemu je cilj zaštita svijeta prirode i podržavanje dobrobiti kulture koja taj svijet nastanjuje. Ekoturizam je stav, etika, način ponašanja. To je pokret koji ima značajan i pozitivan učinak na zajednički razvoj i budućnost okoliša i turizma“ (Ružić, 2010:19).

Relevantno je usmjeravati ulaganje u adekvatne i jednostavne ugostiteljske i smještajne objekte definirane mjerama zaštite okoliša. Važno je istaknuti da je u

¹ „Flora obuhvaća sve vrste biljaka koje se pojavljuju na jednom mjestu, odnosno na jednom području. Na nju utječu ekološki čimbenici kao što su klima i tlo, a također i ostala živa bića koja žive na istom mjestu“ (Müller, 2004:104).

² „Fauna se može definirati kao ukupnost životinjskih vrsta koje žive na jednom mjestu, odnosno na jednom području. Fauna je, kao i flora, ovisna o utjecajima prirodnog okoliša“ (Müller, 2004:104).

ovom procesu, osim odgovornog poslovanja subjekata, bitno i odgovorno ponašanje turista i lokalnog stanovništva. Ekoturizam je povezan s ostalim oblicima ruralnog turizma, kao što su gastronomija, sportski i kulturni turizam, u okviru zdrave prehrane i ekološke hrane, održavanja i širenja pješačkih i biciklističkih staza te očuvanja kulturnih resursa u širem smislu (spomenici, muzeji i običaji). Ekoturizam pozitivno utječe na razvoj ruralnog turizma te na razvoj kontinentalne destinacije.

Slika 4. Parkovi Hrvatske



Izvor: Parkovi Hrvatske – www.parkovihrvatske.hr (26.11.2016.)

U gornjoj slici shematski su raspoređeni svi parkovi u Hrvatskoj, sveukupno devetnaest parkova. Podijeljeni su na kopnene parkove s desne strane (Medvednica, Žumberak-Samoborsko gorje, Kopački rit, Lonjsko polje, Sjeverni Velebit, Velebit, Risnjak, Učka, Paklenica i Plitvička jezera) te mediteranske parkove s lijeve strane (Krka, Kornati, Vransko jezero, Lastovsko otočje, Biokovo, Mljet, Telašćica i Brijuni). Većina parkova pripada kopnenom području. Parkovi predstavljaju zaštićeni prirodni prostor te je razlika između njih da se u nacionalnim parkovima ne smiju obavljati

gospodarske djelatnosti kroz iskorištavanje prirode, dok je u parkovima prirode to u manjoj mjeri moguće, pod uvjetom da se ne ugrozi priroda i njezini resursi. Na ovim se područjima, osim posjete prirodnim atrakcijama i razgledavanja krajolika, mogu vršiti i mnoge druge aktivnosti (pješačenje i biciklizam), sport, *birdwatching* (promatranje ptica), ekskurzije, raznovrsni itinereri, enogastronomski itinereri, faunističke rute i još mnogo toga.

Najstariji nacionalni park na svijetu je park *Yellowstone*, utemeljen 1872. godine. Predstavlja najveći prirodni rezervat u Sjedinjenim Američkim Državama te je proglašen svjetskom baštinom UNESCO-a. Proteže se na 8.983 km² te ima bogatu floru i faunu (rijetke vrste životinja, životinje u opasnosti od izumiranja, vulkan, gejziri i termalni izvori). Godišnje park posjete otprilike četiri milijuna turista koji imaju mogućnost odabira između brojnih atrakcija i aktivnosti.

Kamping turizam je vrsta ruralnog turizma u kojoj turisti borave na otvorenom prostoru u ruralnim područjima odnosno u prirodi, u tipičnim krajolicima, van sela ili u blizini kulturnih i prirodnih atrakcija.

„Kampiranje je životni stil. Biti kampist znači biti slobodan, biti ekološki svjestan, boraviti u prirodi, družiti se s ljudima, biti pokretan i aktivan, stalno istraživati i otkrivati nešto novo, ali pod uvjetom da se to ostvari bez odricanja od uobičajenih stečevina suvremenoga visokorazvijenog društva“ (Tomljenović, 2006:65).

Potrebna oprema za kampiranje sastoji se od šatora i rekreacijskog vozila koji se odnosi na kamp-prikolicu, kamper ili pokretnu kućicu. Postoji više vrsta kampinga, jedan je usmjeren prema tranzitnom i obalnom turizmu te drugi prema ruralnom turizmu. U ruralnim područjima prisutne su dvije varijante kamping turizma, to su klasični kampovi i kampovi namijenjeni naturistima.

Slika 6. Kamp Slapić



Izvor: Kamp Slapić – www.campslapic.hr (26.11.2016.)

Slika prikazuje narav kampova, te interakciju turista s prirodnom sredinom.

„Kampovi u ruralnom prostoru moraju ispunjavati minimalne i posebne uvjete opremljenosti iz klasifikacije i kategorizacije ugostiteljskih objekata. I u ovoj vrsti objekata pored osnovne usluge smještaja treba osigurati i druge usluge kao što su restorani, trgovine, otvoreni i zatvoreni bazeni, trim kabineti, saune, dječja igrališta, različite mogućnosti sporta i rekreacije od mini golfa, otvorenih ili pokrivenih tenis terena, pa do mogućnosti jahanja konjima i dr.“ (Rajko, 2013:57).

U Hrvatskoj kampovi su podijeljeni na kampove u Istri, na Kvarneru, u Dalmaciji, u Lici-Senju, u unutrašnjosti, naturistički i mini kampovi. Najbolji kampovi kontinentalne Hrvatske su kamp Slapić u Dugoj Resi i kamp Turist u Grabovcu.

Temeljem navedenog potvrđena je pothipoteza: različiti vidovi rekreacije vezani uz prirodne i umjetne resurse ruralnih prostora mogu pomoći uravnoteženju razvoja zemlje kroz plasiranje autohtonih proizvoda.

Sljedeće potpoglavlje analizira neka od iskustva uspješnih zemalja Europe u ruralnom turizmu.

2.4. Inozemna iskustva i praksa razvoja ruralnog turizma

Čimbenici koji utječu na donošenje odluka pri ulaganju u ruralni turizam svakako uključuju iskustvo i praksu inozemnih zemalja, koji služe kao primjer za postizanje uspjeha, izbjegavajući nepotrebne greške u investiranju i poslovanju u ruralnom turizmu.

Slijedi komparativna analiza četiriju zemalja Europe, odnosno Italije, Austrije, Njemačke i Engleske, koje su uspjele oživjeti svoja ruralna područja i koje su utjecale na sprječavanje depopulacije stanovništva.

- **Italija** je zemlja koja raspolaže prirodnim i kulturnim resursima među kojima se najviše ističu gastronomija, običaji i arhitektura, što pogoduje razvoju ruralnog turizma. Regije koje najviše odstupaju od ostalih zbog visokog stupnja razvijenosti ruralnog turizma su Toscana i Trentino-Alto Adige.

Trentino-Alto Adige predstavlja područje s najvećim brojem seoskih domaćinstava u Italiji. Veliko značenje u razvoj turizma osim prirodnog ambijenta, pridaje se dobro očuvanim običajima i neprestanoj proizvodnji tradicionalnih rukotvorina koje su doprinijele stvaranju autentičnosti područja, čineći ga prepoznatljivim i različitim u odnosu na druge.

Regija Toscana oduvijek se definira najboljom ruralnom turističkom destinacijom Italije, karakterističnom po ljepoti baštine koja uključuje preko sto zaštićenih prirodnih područja. Turizam i poljoprivreda bitne su gospodarske grane za razvoj i orijentaciju regije prema ruralnom turizmu. U ruralnoj ponudi Toscanne ponajprije se ističe agroturizam, slijedi domaća proizvodnja vina i maslinovog ulja, vinske ceste, tečajevi tradicionalne kuhinje, tečajevi somelijera, biciklističke rute, ruralni sajmovi i manifestacije, kulturni izleti te razgledavanje krajolika iz balona na vrući zrak što predstavlja vrlo kreativnu i atraktivnu ponudu. Valja napomenuti primjer inovativnog turizma „*Benvenute in Toscana*“ odnosno „*Dobrodošle u Toscanu*“, koji se odnosi na projekt osmišljen isključivo za žene, a uključuje skup usluga i prijedloga za rekreaciju, sudjelovanje u aktivnostima i eventima te raznim vrstama odmora i opuštanja. Projekt

je prvenstveno osnovan zbog postojanja interesa za segment turističkog tržišta, koji do sada nije bio izražen. Među raznim ženskim rutama koje se organiziraju diljem Toscanne, ističe se biciklistička manifestacija „*Il Giro della Toscana*“, koja se održava po dvadeset i prvi put, te svake godine okuplja stotinu žena. U današnje vrijeme sve veći broj žena putuje zbog poslovnih obveza ili osobnih potreba, te u većini slučajeva najčešće putuju same. Zbog toga se otvara mogućnost stvaranja inovativnih usluga koje bi mogle zadovoljiti ovaj segment turističkog tržišta (Prema *Agenzia Nazionale del Turismo* – www.enit.it 12.02.2017.).

- **Austrija** je zemlja u kojoj je turizam jako razvijen te koncentriran na nekoliko glavnih oblika turizma. Dominantni su sportski i rekreacijski turizam koji uključuju zimske sportove poput skijanja i *snowboarda*, te alpinizam, biciklizam i pješaćenje. Slijedi ruralni turizam, koji je doživio snažan i intenzivan rast, zahvaljujući raznolikosti prirodnih resursa i geografskoj poziciji zemlje, a koji su predstavljali temeljni input pokretanju ruralnog turizma. Bitna uloga ruralnog turizma ogledala se kroz revitalizaciju sela i manje razvijenih sredina te kroz stvaranje dodatnog prihoda lokalnim obrtnicima i poljoprivrednicima.

U ruralnim područjima Austrije prisutna je široka ponuda agroturizama zbog visoke potražnje za tradicionalnom kuhinjom i boravkom na otvorenom. Radi unaprjeđenja i povećanja kvalitete turističke usluge provode se besplatna edukacija kojoj je cilj razvoj ruralne ponude. Država potiče investiranje u ruralne sredine odobravanjem povoljnih kredita s niskim kamatnim stopama, te su krediti još povoljniji u pograničnim i manje razvijenim lokalitetima.

- U **Njemačkoj** se ruralni turizam najviše razvijao u Bavarskoj, gdje prevladava visoka konkurencija među općinama, zbog toga što se one natječu za nagradu „najatraktivnije općine“, koja se dodjeljuje najboljoj općini s najuređenijom sredinom u obliku novčane potpore. Zahvaljujući tom natjecanju, drži se uređena sredina te se stvaraju bolji uvjeti življenja lokalnog stanovništva, ali i boravka turista. Također, dodjeljuje se „znak kvalitete“ agroturizmima, u kojima se ocjenjuje stupanj kvalitete ponuđene usluge. Ova natjecanja i ocjenjivanja veoma utječu na održavanje kvalitete usluga, ali i sredine na ruralnim područjima, te usmjeravaju pozornost na sve aspekte turističke ponude kao što to mogu biti primjerice čistoća i sigurnost.

- Ruralni turizam u **Engleskoj** nudi raznoliku kreativnu ponudu u ruralnim područjima koja je vezana uz interakciju turista s prirodom, poljoprivredom proizvodnjom (voćnjaci, povrtnjaci i cvijeće), lokalnom proizvodnjom i sl. Zemlja se bavi širokom poljoprivrednom proizvodnjom te se u nekim gospodarstvima organiziraju turističke rute razgledavanja posjeda i branja voća, povrća i cvijeća, primjerice ruta branja jabuka.

Također, osim poljoprivrednih organiziraju se i druge rute, koje obuhvaćaju kulturnu baštinu Engleske. Primjer može biti „Srednjovjekovni put“ koji se odnosi na interpolaciju kulturnog i ruralnog turizma. Ruta obuhvaća put koji turisti mogu slijediti kako bi obišli nekoliko dvoraca i uživati u prirodi i povijesti zemlje (Prema Turist Information UK – www.tourist-information-uk.com 18.02.2017.).

U sljedećem se poglavlju razmatra problematika ruralnog razvoja, ponude i potražnje te revitalizacije sela. Analiziraju se izazovi razvoja i utjecaj negativnih posljedica na ruralnu sredinu.

3. TURIZAM I RURALNI RAZVOJ

Turizam je društveni fenomen koji kontinuirano i intenzivno raste. Složena je, dinamična i fleksibilna pojava koja djeluje kompleksno i komplementarno u svim segmentima nacionalnog gospodarstva. Definira se kao pokretačka snaga društva koja uključuje široku lepezu gospodarskih aktivnosti.

„Turizam je također jedan od najvažnijih ekonomskih sektora u Hrvatskoj, od kojega se očekuje značajan doprinos u obnovi, izgradnji i gospodarskom rastu“ (Franić i Grgić, 2002:134).

Da bi se ruralni turizam mogao razvijati treba osmisliti jedinstvenu turističku ponudu koja destinaciju čini privlačnijom od drugih. Prirodni i kulturni resursi predstavljaju osnovu za poticanje turizma u ruralnim područjima. Ulaganje u ruralni turizam doprinosi razvoju zemlje kroz poticanje brojnih oblika selektivnog turizma. Razvoj tih oblika dovodi do disperzije turista na većem prostoru, odnosno preusmjerava orijentaciju turista ka kontinentalnom području, a ne samo prema priobalnom području, tj odmorišnom turizmu. Razvitak ruralnog turizma također potiče razvoj poljoprivredne proizvodnje i motivira ulaganje u obiteljska gospodarstva i ostale oblike malog poduzetništva.

„U današnjem svijetu globalizacije strelovitog tehničko-tehnološkog napretka te povećanog zagađenja okoline, ljudi se okreću novim oblicima relaksacije. Neki od njih pronalaze istaknuto u ruralnim prostorima. Turizam na ruralnom prostoru predstavlja jedan od novih i atraktivnih oblika kvalitetnog korištenja slobodnog vremena“ (Ružić, 2011:106).

Percepcija o ruralnim područjima se znatno poboljšala, ljudi su u suvremenom svijetu sve napetiji i žive pod stresom te traže mir upravo kroz posjetu ruralnim područjima. Ruralne destinacije postaju sve značajnije za turistička kretanja, kako za mlađu tako i za stariju populaciju turista.

Ponuda ruralnog turizma može se smatrati bogatom zbog toga što pruža i mogućnost bavljenja različitim sportovima, sudjelovanje u tradicionalnim manifestacijama,

uživanje u gastronomskim delicijama te je moguće i uspostavljanje kontakata s lokalnim stanovništvom čime turisti stječu potpuno novo i obogaćeno turističko iskustvo.

3.1. Promjena zahtjeva potražnje

Na turističku potražnju utječu mnogi čimbenici vezani za osobe koje žele putovati. Potražnja je dinamična i individualna te ovisi o mogućnostima pojedinca, tj. o životnom standardu, slobodnom vremenu i financijskim sredstvima. Navedeni elementi predstavljaju preduvjete za putovanje koji se reflektiraju na odluke o turističkim kretanjima.

„Turistička je potražnja heterogena s gledišta različite strukture kulturnih potreba, navika i sklonosti pojedinih skupina potrošača, u što se uključuje i raznovrsna vjerska ili politička pripadnost, a također i s aspekta različitih i razonodnih ili sportskih potreba i sklonosti pojedinih kategorija turista. Ti nematerijalni, pa iracionalni elementi duhovne nadgradnje često opredjeljuju turističku potražnju“ (Čavlek, et al. 2011:57).

Turisti se međusobno razlikuju po razlozima putovanja i odabiru destinacije. Jedna skupina turista putuje radi relaksacije te će biti sklona odmoru i miru, druga putuje radi edukacije i posjetit će neki kongres ili manifestaciju dok treća skupina putuje radi zdravlja i izabrat će toplice.

„U svijetu raste preferencija turista za specifičnim vrstama turizma. Iz toga razloga javljaju se potrebe za stvaranjem nečeg novog, potrebe za praćenjem trendova. Povećanjem međunarodnih putovanja, dolazi do povećanih interkulturalnih kontakata sudionika koji dolaskom iz različitih kultura i društava potiču povećano usvajanje navika različitih kultura i stvaranje sasvim novih kultura, odnosno sadašnjost i budućnost turizma je kulturna hibridizacija“ (Gržinić, 2014:313).

Suvremeni turisti imaju točno određenu viziju destinacije koju žele posjetiti. Trend među suvremenim turistima je aktivnost i integracija u lokalnu sredinu, te doživljaj jedinstvenog ugođaja. Turisti su u potrazi za novim izazovima, te primjer ruralnog

turizma koji u svojoj ponudi nudi mogućnost integracije turista u razne aktivnosti poput berbe grožđa, berbe maslina, traženje tartufa i sl. Važno je stvarati nove oblike ponude uz praćenje želja i potreba turista, to stvara svijest o potrebama aktualizacije i inovacije.

„Turistička potražnja se obično izražava brojem posjetitelja, njihovim karakteristikama i potrošnjom. Procjenjivanje potražnje je prilično zahtjevno, ali i od ključne važnosti za planiranje turističkog razvoja“ (Lickorish i Jenkic, 2006:233).

U sljedećem potpoglavlju opisuje se prilagodba ponude potražnji turista kroz inovativnu ponudu i kreativne ideje.

3.2. Prilagodba ponude

Ponuda u turizmu je heterogena, obuhvaća ukupnost materijalnih i nematerijalnih elemenata koji se odnose na turističke proizvode, smještaj, prehranu, atrakcije, manifestacije, prijevoz, turističko posredništvo te ostale usluge koje svojom interakcijom služe zadovoljavanju potreba turista (cf prilog IV. Struktura turističke ponude).

Resursi zemlje su primarni element ponude, i njima treba pravomjerno upravljati da se postigne uspjeh kroz zadovoljavanje potreba turista. Bitna je orijentacija ponude prema većoj kvaliteti proizvoda ili usluga te individualnom aspektu ponude.

Atraktivnost (cf prilog: Kušen, 2002.) destinacije je čimbenik privlačenja turista za dolazak i posjet određenoj destinaciji. Elementi privlačnosti uključuju klimu, prirodne resurse, kulturne znamenitosti, itd. Važno je efikasno korištenje prostora, ulaganje u kvalitetnu infrastrukturu (smještajnu i ugostiteljsku), prometnu povezanost te pristupačnost destinacije.

Ponuda mora biti inovativna, zanimljiva, prilagođena potražnji te mora konstantno pratiti trendove na tržištu. Kao što je spomenuto u prethodnom potpoglavlju, primjer

prilagodbe ponude u ruralnom turizmu može biti interakcija turista u berbi grožđa ili maslina, traženje tartufa i sl.

Drugi inovativan primjer može biti primjer „Vinarije Kozlović“ koja je kreirala ponudu „*Back to nature*“.

Slika 6. Ponuda „*Back to nature*“



Izvor: Vinarija Kozlović – www.kozlovic.hr (10.11.2016.)

To je program koji se odnosi na piknik među lozama u njihovom vinogradu u kojem gosti mogu istražiti vinograd te šetati i uživati u prirodi. Turisti slijede upute na dobivenoj mapi za pronalaženje košarice koja sadrži vino i sendviče te potom sami izabiru najugodnije mjesto za piknik.

Cilj prilagodbe ponude jest kreiranje alternativnog doživljaja kojima je svrha zadovoljiti trenutne potrebe turista. Turistički doživljaji obuhvaćaju interakciju i sudjelovanje turista u turističkom sustavu destinacije. Primjeri alternativnog doživljaja mogu biti manifestacija „*Giostra*“ u Poreču, koja stvara autentični doživljaj kroz pretvaranje suvremene destinacije u barokno središte, te festival „*Špancirfest*“, koji povijesni centar Varaždina pretvara u umjetničku radionicu.

Sljedeće poglavlje razmatra turizam kao pokretač oživljavanja sela, unapređenja nerazvijenih sredina i ruralnih područja.

3.3. Revitalizacija sela

Cilj revitalizacije sela jest sprječavanje iseljavanja stanovništva, poboljšanje uvjeta života seoskog stanovništva uz valorizaciju sela, stvaranjem boljih uvjeta u smislu infrastrukture, socijalne i ekonomske obnove ruralnih područja, edukacijom lokalnih proizvođača te otvaranjem novih radnih mjesta.

Određivanje ruralnog područja ili ruralne sredine otežano je radi toga što se u različitim zemljama različito definira. Sociolozi, geografi planeri i ekonomisti već dugi niz godina nastoje definirati ruralno područje. Prema dosadašnjim iskustvima za definiranje ruralnog područja koriste se sljedeća obilježja (Ružić, 2005:12):

- mali broj stanovnika,
- dominantno korištenje zemlje i šuma za opstanak ljudi,
- društvena struktura, običaji i seoski identitet.

Revitalizacija sela moguća je uz dobro očuvani seoski identitet³ i prirodni krajolik, koji su presudni za dolazak turista u neko ruralno područje, te se bazira na održivom razvoju destinacije. Bitni elementi revitalizacije nekog područja mogu biti poboljšanje prometne infrastrukture izgradnjom cesta, nogostupa, biciklističkih i pješačkih staza, te očuvanje i obnova povijesne jezgre, spomenika, fontana i sl.

Lokalno stanovništvo je bitna interesna skupina usko povezana s revitalizacijom sela. S gledišta lokalnog stanovništva uočavaju se pozitivne, ali i negativne strane revitalizacije sela i razvoja turizma na ruralnim područjima. Pozitivna strana utječe na povećanje zaposlenosti, poticanje malog poduzetništva, povećanje dohotka, razvoj destinacije i veću valorizaciju ruralne sredine. Negativna strana odnosi se na prometnu gužvu, buku ili zagađenje okoliša.

³ Za seoski identitet moglo bi se reći da je to poistovjećivanje s ukupnim ugođajem života i rada na selu, u seoskoj sredini (Ružić, 2011.)

3.3.1. Izazovi razvoja

Potrebna su ulaganja u promidžbene aktivnosti i marketing, s ciljem sukreiranja jedinstvenog imidža destinacije koji će biti međunarodno prepoznatljiv. Prijedlog može biti brendiranje destinacije, proizvoda ili usluga. Brendiranje destinacije znači povećanje privlačnosti i konkurentnosti na turističkom tržištu što bitno utječe na povećanje prihoda na lokalnoj, ali i na nacionalnoj razini.

Budući izazov razvoja ponude ruralnog turizma mogao bi biti specijalizacija agroturizama, odnosno usmjeravanje poslovanja pojedinog agroturizma prema zadovoljavanju jednog specifičnog segmenta turističkog tržišta, kao što je to primjerice agroturizam specijaliziran za obitelj, za sport i rekreaciju (biciklizam, pješaćenje i *off-road*), edukaciju, invalide i sl.

Od velike je važnosti kontinuirano uvođenje inovacija i podizanje kvalitete turističkih usluga. Osim na proizvode ili usluge, kvaliteta se može usmjeravati i na profesionalnost sudionika, kroz dodatnu edukaciju (tečajevi i seminari) radnika, ali i ostalih subjekata prisutnih u turizmu. To doprinosi poboljšanju turističke usluge i ujedno motivira društveno odgovorno upravljanje destinacijama.

Također, za brži razvoj nekog područja bitno je jačati partnerstvo između institucija vezanih za turizam (turističke zajednice, razvojne agencije i samouprava), te ojačati udruge i zadruge koje štite destinacije i pružaju dodatne mogućnosti razvoja.

Izazovi razvoja vezani su uz motivaciju i poboljšanje postojećeg stanja ruralnog turizma, te razvoj usmjeravaju prema autentičnosti i diferencijaciji turističke potrebe.

3.3.2. Moguće negativne posljedice razvoja

Osim pozitivne strane razvoja turizma, moguće je da razvoj ruralnog turizma uzrokuje i negativne posljedice neadekvatnim upravljanjem destinacije. One se ogledaju u socio-kulturnim, ekonomskim i ambijentalnim posljedicama na ruralnu sredinu. Nedostatak edukacije u ruralnim područjima mogao bi se negativno odraziti na razvoj

i konkurentnost zemlje, u smislu industrijalizirane proizvodnje lokalnih proizvoda i suvenira te masovnog pružanja turističkih usluga.

Motiv nastanka *socio-kulturnih* posljedica je interakcija ljudi različitih kultura, nacionalnosti, životnog stila i vrijednosti. Pristup lokalnog stanovništva socijalnim razlikama doprinosi smanjenju predrasuda između raznih skupina ljudi, što ukazuje na problem gubitka identiteta ruralne sredine, gubitak autentičnosti destinacije, promjene u običajima ili u poslovanju lokalne sredine radi praćenja globalnih trendova.

Također se uočavaju i *ekonomske posljedice* razvoja ruralnog turizma koje utječu na rast financijskih troškova, poskupljenje cijena proizvoda i usluga, visoke cijene najma i nekretnina te rizik ekonomske ovisnosti ruralnih područja o turizmu.

Nepoželjne *ambijentalne posljedice* ovise o nekontroliranom razvoju i planiranju turizma, te se odnose na niz negativnih učinaka vezanih za oštećenja prirodnih i ruralnih sredina, tj. uništenje okoliša, onečišćenje vode i zraka, ekološke štete, vizualni nesklad destinacije, degradaciju prostora zbog neadekvatne izgradnje, buku te probleme zbrinjavanja otpada.

Negativne posljedice turizma se mogu izbjeći, te će se u budućnosti najviše razvijati zemlje u kojima dionici odgovorno posluju te teže radu i razvoju prema ekologiji i održivosti.

3.3.3. Primjer revitalizacije sela

Primjer revitalizacije sela je Grožnjan, mjesto koje danas ima oko pedeset stanovnika i središte je istoimene općine. Zadnjih godina mnogo se ulagalo u obnovu i restauraciju ruševnih zgrada te se većina stanovnika posvetila raznim obrtima i malom poduzetništvu, primjerice proizvodnji vina, ulja, sira, meda i suvenira te uslugama smještaja, gastronomije, trgovini na malo i galerijama.

Velikom razvoju i unaprjeđenju mjesta pridonijele su razne izložbe, koncerti i manifestacije koje se odvijaju tijekom cijele godine te privlače velik broj turista,

doprinosu razvoju mjesta, gospodarskom i ekonomskom poboljšanju te povećavaju prihode svih interesno utjecajnih skupina.

Umjetnička i muzička tradicija Grožnjana postaje sve bogatija te se osobito ističe međunarodni jazz festival „*Jazz iz back B.P.*“. Održava se svake godine u srpnju i u njemu sudjeluju poznata imena svjetskog jazz-a (cf prilog V. Slika programa Jazz festival 2016.). Uz poznate muzičare prisutni su brojni ljubitelji jazz glazbe i polaznici seminara jazz-a.

Od velike je važnosti i likovna manifestacija „*Ex Tempore*“, natječaj u kojem umjetnici na zadanu temu slikaju na licu mjesta. Potom se radovi izlažu po ulicama Grožnjana te u popodnevnim satima stručni žiri proglašava pobjednika (cf prilog VI. Slika programa *Ex Tempore* 2016.).

O mogućnostima razvoja Istarske županije kroz valorizaciju izvornosti i autentičnosti turističke ponude, koja uključuje autohtone proizvode, tradicionalnu kuhinju, običaje i manifestacije, detaljnije se bavi sljedeće poglavlje.

4. TURIZAM U RURALNOM DIJELU ISTRE

Istra je regija bogate prirodne, povijesne i kulturne baštine. Ona je najveći hrvatski poluotok Jadranskog mora, sastoji se od deset gradova i trideset jedne općine. Povoljan geografski položaj, blizina velikih emitivnih zemalja, ugodna sredozemna klima i bogatstvo prirodne i kulturne baštine omogućile su njezin turistički razvoj.

„Krajoлик jest i ostaje jedan od najvažnijih, a mnogi kažu čak najvažniji element turističke ponude. Mnoga istraživanja potvrđuju da gosti najviši prioritet daju krajoлиku kao „elementu ponude“, kako pri izboru destinacije tako i pri vrednovanju“ (Müller, 2004:91).

Istra ne nudi samo „sunce i more“, slika istarskog krajoлика su sela i gradići koji se nalaze pretežno na brežuljcima okruženim zelenilom prirode. Kamene kuće, maslinici, vinogradi i obrađena polja predstavljaju resurs za proizvodnju tradicionalnih jela i pića koja označavaju delicije Istre. Bogatstvo tradicije i običaji domaćina koji su se prenosili iz generacije u generaciju Istri daju prepoznatljivu vrijednost.

Slika 7. Motovun - Istarski gradić



Izvor: Adriatic Road Trip – www.adriaticroadtrip.com (01.12.2016.)

Istra ima više od petsto sela te gotovo sva imaju očuvanu ruralnu i prirodnu sredinu, u kojoj turisti mogu uživati u pravom ruralnom ugođaju, posvećeni odmoru ili rekreaciji na otvorenom. Ruralni turizam u Istri je među suvremenim turistima sve traženiji zbog jedinstvene i kvalitetne ponude.

4.1. Smještaj u ruralnom prostoru

Receptivni činitelji turističke destinacije obuhvaćaju široki dijapazon smještajnih objekata, koji se međusobno razlikuju po kapacitetu, obliku smještaja i dodatnim uslugama koje nude. Smještajni objekti u ruralnom dijelu Istre obuhvaćaju agroturizme, ruralne *B&B-e (Bed and Breakfast)*, ruralne kuće za odmor, ruralne vile ili stancije, ruralne obiteljske hotele, sobe, apartmane, smještaj na vinskoj cesti i ruralna kamp odmorišta (Prema katalogu Turističke zajednice Istarske županije, Istra Countryside – Odmor u zelenoj Istri).

- *Agroturizam* je oblik seoskog domaćinstva koji nudi usluge smještaja i prehrane. Vlasnici tih objekata najčešće žive u tim domaćinstvima te se bave vlastitom proizvodnjom ulja, vina, pšenice, kukuruza, krumpira, luka, češnjaka ili sličnih proizvoda, koji služe kao resurs rigorozne domaće hrane, koja se u domaćinstvima poslužuje, a i kao prehrana stoci koja služi za prehranu ili samo atrakciju. U seoskim domaćinstvima moguće je prespavati u sobama ili apartmanima u istom objektu ili u posebnim kućama koje se nalaze u blizini domaćinstva. Gosti su smješteni u tradicionalne istarske kuće, u kojima dolaze u stalnu interakciju s domaćinima te mogu biti upoznati sa svim njihovim običajima i stilom života.

Podjela agroturizma vrši se s obzirom na tip agroturizma, odnosno je li riječ o otvorenom ili zatvorenom tipu domaćinstva. Razlika je u tome da se u zatvorenom domaćinstvu nudi usluga prehrane samo za goste koji su smješteni na tom domaćinstvu, dok se kod otvorenog tipa nudi usluga prehrane svim turistima bez obzira jesu li smješteni u tom domaćinstvu ili nisu.

U seoskim domaćinstvima organiziraju se i brojne aktivnosti koje čine boravak zanimljivijim i ugodnijim. Aktivnosti se mogu odnositi na uključivanje gosta u manje poljoprivredne poslove ili jednostavno na predstavljanje poslova gostima, primjerice kako nahraniti domaće životinje ili stoku, kako napraviti domaći kruh ili tjesteninu, razgledavanje okoline i pješačenje.

Prema podacima Turističke zajednice Istarske županije u 2016. godini, bilo je registrirano 29 agroturizama s ponudom smještaja. Ukupni kapacitet tih objekata je od 103 smještajne jedinice koje obuhvaćaju 275 kreveta (Istarska županija – www.istra-istria.hr 20.11.2016.).

Primjer agroturizma koji nudi smještaj je Agroturizam Montižel, smješten na brežuljku i okružen vinogradima na ulasku u Završje (cf prilog VII. Slika Agroturizma Montižel). Ovo obiteljsko seosko gospodarstvo bavi se prvenstveno poljoprivrednom djelatnošću te ima i turističku ponudu prehrane u agroturizmu i ponudu smještaja u posebnoj kući koja se nalazi sa stražnje strane agroturizma. Objekti predstavljaju skupinu samostojećih stambenih zgrada. Vlastita proizvodnja ulja i vina, domaći kruh i tjestenina, domaći sok od bazge te domaće životinje i stoka samo su dio ponude koja se može vidjeti i doživjeti na ovom seoskom gospodarstvu.

- *Ruralni B&B* je oblik domaćinstva koji obuhvaća ponudu smještaja, odnosno noćenja s doručkom. Doručak mora biti poslužen s domaćim kruhom uz još neke domaće lokalne proizvode, koji mogu uključiti mlijeko, sir, jaja, skutu, marmelade, med i sl. Gosti smješteni na ruralnim *B&B*-ima stječu dojam da su dio ruralne sredine, integrirani u tradicionalni ambijent, u bliskom kontaktu s domaćinima i prirodom. Smješteni su u tradicionalne kamene kuće u kojima mogu živjeti i vlasnici domaćinstva, koji ne moraju nužno biti poljoprivredni proizvođači. *B&B* se može definirati kao „novi“ oblik smještaja odnosno putovanja, te se zadnjih godina broj *B&B* u Istri značajno povećao. Najpoznatiji ruralni *B&B* u Istri su: *B&B* al Merlo Olivo, *B&B* Maslina, *B&B* Zigante, *B&B* Antico, *B&B* Casa Rustica i *B&B* Tinka.

- *Ruralne kuće za odmor* predstavljaju najzastupljeniji oblik smještaja u Istri, nalaze se u selima ili manjim gradovima diljem unutrašnje Istre. Inače, ovi objekti najčešće su tradicionalne kamene istarske kuće koje se iznajmljuju zajedno s pripadajućim terenom, koji može obuhvaćati dvorište, dječje igralište i parkirališni prostor. Potražnja za ovim odmorišnim kućama je uvijek visoka, a pogotovo u ruralnim područjima u kojima prevladavaju mir i tišina.

- *Ruralne vile ili stancije* su veći posjedi koji uključuju renoviranu kuću s dodatnim gospodarskim zgradama i zemlju. Najčešće obuhvaćaju i ponudu drugih atrakcija poput bazena, igrališta, sportskih terena, vrtova i voćnjaka. Vile ili stancije su smještene na osami, izvan naseljenih mjesta gdje su nekada živjeli ljudi u manjim selima tzv. „stancijama“ te se bavili poljoprivredom ili stočarstvom. No, s vremenom ova sela su postala nenaseljena zbog iseljavanja te danas za ruralni turizam predstavljaju resurs u koji treba ulagati za veću valorizaciju ruralne i središnje Istre. Motiv turista za odlazak na odmor u ove objekte je bijeg od svakodnevnice, grada, buke i stresa te želja za uživanjem u prirodi i tišini. Najčešći gosti u stancijama i vilama Istre su Austrijanci, Švicarci i Nijemci.

Kombinacija suvremenosti i ruralne sredine je Villa Torrecorta kraj Grožnjana, to je objekt za odmor, smješten u samoj prirodi te udaljen od naseljenih mjesta (cf prilog VIII. Slika Ville Torrecorta). Nekada je tamo bilo selo koje su ljudi napustili nakon Drugog svjetskog rata, a danas posjed pokriva oko jedan hektar zemljišta na kojem je smješten restaurirani objekt u tradicionalnom istarskom stilu te podijeljen na dvije samostalne stambene zgrade. Osim osnovnih elementa ponude objekt je opremljen saunom, internim zagrijanim bazenom, ognjištem, mini kinom i vanjskim bazenom.

- *Ruralni obiteljski hoteli* u Istri prisutni su u manjem broju, otprilike ih je desetak. Najčešće su to mali hoteli smješteni u manjim gradovima, nude personalizirane usluge, a kapacitet smještaja ne smije prekoračiti maksimalan broj kreveta, odnosno trideset pet. Kao što sama riječ kaže, obiteljski hoteli su u vlasništvu obitelji te svi njezini članovi imaju određenu ulogu u hotelu. Većina tih hotela nudi i vlastitu proizvodnju određenog proizvoda.

Primjer obiteljskog hotela u Istri je Hotel San Rocco u Brtonigli (cf prilog IX. Slika parka Hotela San Rocco), po peti put proglašen najboljim butik hotelom u Hrvatskoj. Smještajni mu je kapacitet četrnaest dvokrevetnih soba, a svaka je soba dizajnirana na različit i jedinstven način, ima bogatu gastronomsku ponudu tipičnih istarskih jela i pića, *wellness* centar te vanjski bazen s prostranim parkom. Obiteljski hotel San Rocco ima i vlastitu proizvodnju ekstra djevičanskog maslinovog ulja i vinskog octa.

Drugi primjer je Hotel Kaštel smješten u centru Motovuna (cf prilog X. Slika vanjskog izgleda Hotela Kaštel), koji raspolaže s trideset tri smještajne jedinice, a koje uključuju sobe *Standard*, *Superior* i *Exclusive*, dva hotelska apartmana te jedan dislocirani apartman, *wellness & spa* centar, restoran, dvije kongresne dvorane, mogućnost hotelskog transfera i najam bicikala. Dodatna atrakcija hotela je zeleni vrt koji se nalazi sa stražnje strane hotela, obogaćen stablima, biljkama i cvijećem, s kojega se može uživati u prekrasnom pogledu na brežuljke i vinograde, a dodatni element ponude je mogućnost služenja doručka.

- *Smještaj na vinskoj cesti* odnosi se na poljoprivredno gospodarstvo specijalizirano u proizvodnji i prodaji vina, gdje u adekvatnim kušaonicama turisti imaju mogućnost kušanja vina te razgledavanja podruma i vinograda. Uz prezentaciju i kušanje vina, proizvođači mogu ponuditi i jednostavnu hranu kao što je to domaći pršut, sir ili domaći kolač. Ovi oblici domaćinstva su posebniji od običnih proizvođača vina jer, osim svega navedenoga, nude i smještaj u domaćinstvu. S obzirom na broj svih proizvođača vina u Istri, broj takvih domaćinstva prilično je mali. U ruralnom području sjeverozapadne Istre ovaj tip smještaja nude: vinarije Sinković i Prelac.

4.2. Istarski autohtoni proizvodi

Autohtoni proizvodi predstavljaju određene zaštićene proizvode jedne zemlje, koji su postali autohtoni, zahvaljujući svojoj izvornosti ili zemljopisnom podrijetlu. Proizvodi proglašeni autohtonim smatraju se takvim zbog specifičnosti, jedinstvenosti i unikatnosti koji ih karakteriziraju te se svojim karakteristikama diferenciraju od drugih sličnih proizvoda. Uslijed visoke kvalitete nekih autohtonih proizvoda u Hrvatskoj, oni

su postali međunarodno prepoznatljivi te su doprinijeli stvaranju prepoznatljivog imidža destinacije ili regije.

Slika 8. Oznake zaštićenih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda



Izvor:Hrvatska gospodarska komora – www.hgk.hr (10.12.2016.)

Postoje tri vrste oznaka zaštićenih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda na europskoj razini, a to su oznaka izvornosti, oznaka zemljopisnog podrijetla i zajamčeno tradicionalni specijalitet.

Oznaka izvornosti označava da je proizvod proizveden pod utjecajem posebnih prirodnih ili ljudskih čimbenika nekog područja koji proizvod čine autentičnim. Zahtijeva se da cijeli proces proizvodnje proizvoda bude izveden na tom određenom području iz kojeg se smatra da dolazi proizvod. Oznaka zemljopisnog podrijetla govori da određeni proizvod potječe iz određenog područja ili zemlje te da ga karakterizira kvaliteta određenog mjesta iz kojeg dolazi. Zajamčeno tradicionalni specijalitet označava i jamči da određeno jelo pripada tradiciji i povijesti jednog područja te se prenosi kroz generacije i predstavlja tipično jelo regije ili područja. Sastojci tih tipičnih jela također moraju biti proizvedeni ili uzgojeni na tim istim područjima.

Na nacionalnoj razini postoje dvije vrste oznaka zaštite proizvoda, a to su znak *Izvorno hrvatsko* i znak *Hrvatske kvalitete*. Znak *Izvorno hrvatsko* obuhvaća proizvode koji imaju izvornu hrvatsku tradiciju, dok se znak *Hrvatska kvaliteta* odnosi na proizvode koji na najbolji način zadovoljavaju kvalitetu te tako jamče kupovinu kupcima.

„Autohtonost, izvornost i različitost koje posjeduju određene turističke regije omogućuju turističkim destinacijama da održe svoju konkurentnost na tržištu uz naglasak na održivom razvoju“ (Gržinić, 2014:175).

Istarski autohtoni proizvodi su istarsko ekstra djevičansko maslinovo ulje, istarski pršut, istarski boškarin, istarski tartuf, istarsko vino, te morski specijaliteti. Među ovim autohtonim proizvodima postoje i oni koji su obilježeni oznakom izvornosti (cf prilog XI. Kolaž oznaka izvornosti istarskih autohtonih proizvoda).

- *Istarsko ekstra djevičansko maslinovo ulje* dobiveno je preradom maslina i može se koristiti u raznim segmentima kao što su gastronomija, blagostanje i ljepota tijela, odnosno koristi se kao sredstvo za tretman tijela ili kao lijek. Masline pripadaju Mediteranu i mediteranskom krajoliku, a tradicija maslinarstva u Istri je višestoljetna.

U Istri postoji tridesetak vrsta maslina, odnosno sorti ekstra djevičanskog maslinovog ulja. U autohtone sorte spadaju Črnica, Buža, Buža minuda, Buža puntoža, Drobница, Istarska bjelica, Karbonaca, Žižolera, Moražola, Oblica i Rošinjola. Najraširenija autohtona sorta u Istri je Buža. Istra ima više od sto proizvođača ekstra djevičanskog maslinovog ulja. Povoljni geografski položaj Istre te njezina mediteranska klima pogoduju uzgoju maslina te doprinose proizvodnji ekstra djevičanskog maslinovog ulja visoke kakvoće.

Istarska maslinova ulja su globalno prepoznata, prema svjetskim mjerilima ona spadaju među najkvalitetnija svjetska ulja. Presentacija i kušanje ulja moguća su u privatnim kušaonicama maslinara, u koje turisti mogu doći kako bi isprobali istarske delicije. Za kušanje ulja koriste se adekvatne čašice ili se komadići kruha ili sira umaču u ulje. Kao pomoć turistima služi program Ceste maslinovog ulja u kojem se

nalazi popis istarskih maslinara sa svim potrebnim informacijama i uputama kako doći do njih. Istarsko djevičansko maslinovo ulje nosi oznaku izvornosti.

- *Istarski pršut* je trajni suhomesnati proizvod crvene boje i specifičnog ugodnog mirisa, specijalitet istarske tradicije koji strogo slijedi tradicijsko pravilo pršuta te je obilježen oznakom izvornosti na europskoj razini. Pršut je proizveden od domaćih uzgojenih svinja koje su prethodno tovljene domaćom hranom odnosno mljevenom pšenicom i kukuruzom, krumpirom, bundevom i stočnom repom. Pršut mora biti začinjjen ručnim trljanjem soli i papra te je moguće dodati lovor, ružmarin i češnjak. Zabranjeno je dimljenje pršuta. Nakon toga slijedi postupak sušenja i zrenja, pršut mora biti sušen na zraku minimalno godinu dana, jer što je pršut više sazrio, veće je kvalitete. Proces proizvodnje održava se u adekvatnim prostorijama u kojima se kontroliraju vlaga i temperatura prostorije. Najveći uzgoj svinja i proizvodnja pršuta nalazi se u unutrašnjosti Istre. Istarski pršut reže se posebnim nožem te u agroturizmima, konobama i restoranima poslužuje kao predjelo uz sireve, krastavce, masline, gljive i domaći kruh.

- *Istarski boškarin* je govedo od svijetlosive do bijele boje s dugim rogovima koje pripada istarskoj tradiciji. Kroz povijest je služio kao hrana i kao radna životinja za oranje i vuču. Danas se boškarin uzgaja prvenstveno u gastronomske svrhe te je prepoznat kao specijalitet tradicionalne kuhinje. Gastronomski specijaliteti od tog mesa nude se u mnogim restoranima Istre, zbog vrhunske kvalitete mesa, a ponuda se proširila i na restorane diljem Hrvatske. Uz svježe meso, od boškarina se proizvode i trajni suhomesnati proizvodi, kao što su hladni naresci, razne vrste salama i kobasica. Već skoro trideset godina očuvanjem i zaštitom istarskog boškarina bavi se Savez uzgajivača istarskog goveda (S.U.I.G). No, razvoju i revaloriziranju istarskog boškarina pridonijela je i agencija AZRRI (Agencija za ruralni razvoj Istre), koja se, uz program stočarstva, bavi zaštitom boškarina kao značajnim elementom razvoja ruralne Istre. Ove ustanove su ohrabrivale i podupirale istarske ljude, odnosno poljoprivredne proizvođače, za uzgoj boškarina te su ujedno tako valorizirale tradiciju i ruralno područje Istre.

- *Istarski tartuf* je dragocjena i vrlo aromatična jestiva gljiva. Nalazi se u raznim istarskim šumama, a najpoznatija je Motovunska šuma. Tartufi se nalaze pod

zemljom, mogu biti sakriveni odmah ispod zemlje ili nekoliko centimetra do pola metra. Takozvani tartufari idu tražiti tartufe s dresiranim psima. U trenutku kada pas nanjuši tartuf i počinje grebati tlo, tartufar mora zaustaviti psa te lagano s adekvatnom motikom izvaditi tartuf. Tartufari se moraju pridržavati sezone berbe tartufa. Cijene tartufa su veoma nestabilne te su podložne naglim promjenama. Postoje dvije vrste tartufa i to su bijeli i crni.

Bijeli istarski tartuf jedan je od najcjenjenijih vrsta tartufa na svijetu. Tartufi se smatraju vrhunskom gurmanskom delicijom koja se može kombinirati s raznim jelima, a poslužuje se u raznim restoranima i agroturizmima diljem Istre. Tartufi mogu biti posluženi s tjesteninom (tagliatelle, domaći fuži i njoki), rižom, mesom i ribom, naribani na palentu te u brojnim drugim specijalitetima. Postoje još neki proizvodi od tartufa kao što su sir s tartufima, kobasice i salame s tartufima, med s tartufima te razne kreme i namazi s tartufima.

- *Istarsko vino* je alkoholno piće proizvedeno od grožđa. Tijekom cijele godine loza se mora obrađivati kroz obrezivanje, špricanje i tretiranje. U rujnu se grožđe bere, a nakon toga ide u podrum na prešanje, slijedi fermentacija vina te dodavanje dozvoljenih kvasaca. Nakon završetka procesa proizvodnje, vino je bistro i spremno za flaširanje.

Istarsko vino na najjednostavniji se način može podijeliti na bijelo i crno ili crveno vino. U najpoznatija istarska bijela vina spada malvazija, koja ujedno predstavlja i najrašireniju sortu istarskoga vina, te muškat, dok u crna vina spadaju teran i refošk. Osim boje, oni se diferenciraju okusom, mirisom i gustoćom. Bijela vina u gastronomiji su prikladnija uz razna predjela, riblja jela i bijelo meso, dok crna vina više odgovaraju crvenom mesu, istarskoj maneštri i sl. U restoranima i agroturizmima je prisutna široka ponuda istarskih vina. Istarska vina, a naročito malvazija kao starija i najraširenija sorta, predstavljaju simbol istarske tradicije, razvoja i istraživanja koja su doprinijela rezultatu izvrsne i visoke kakvoće vina. Treba valorizirati, očuvati i zaštititi autohtona istarska vina jer su ona bogatstvo Istre i čimbenik razvoja i unaprjeđenja iste.

- *Muškat momjanski* dobio je oznaku izvornosti 2013. godine, kao desertno vino. Predstavlja sortu vina jedinstvenu u cijelom svijetu zbog geografskog položaja, mikroklima i sadnog tradicijskog materijala muškata. Oznaka izvornosti tog vina pripada određenom području u Momjanu koje obuhvaća nekoliko mjesta (Kremenje, Oskoruš, Dramac, Merišće, Brič, Stancija Vigin, Črnci i Marušići).
- *Morski specijaliteti* Jadrana su brojni te valja naglasiti nekoliko poznatih plodova mora koji se mogu isprobati u ribljim restoranima, na ribarskim feštama ili se jednostavno mogu kupiti u ribarnicama. To su rakovice, škampi, jakobove kapice, kamenice, sardele, škarpina, brancin i orada. Postoje različiti i mnogobrojni načini pripremanja ribljih specijaliteta te primjerice mogu biti pripremljeni na žaru, pod pekom, na buzaru i sl. (Prema katalogu Turističke zajednice Istarske županije, Istra Gourmet).

Autohtoni proizvodi temelj su vrhunske istarske kuhinje čiji su specijaliteti detaljnije obrađeni u nastavku.

4.3. Tradicionalna kuhinja i gastronomija

Tipična jela i specijaliteti u Istri razlikuju se od područja do područja. Lokaliteti blizu mora više su orijentirani na ribu dok su lokaliteti u unutrašnjosti Istre više orijentirani na meso. Međutim, danas ne postoji tolika razlika među područjima Istre, pogotovo zbog bogate ugostiteljske ponude (restorani, konobe i agroturizmi).

„Značajke istarske kuhinje su pretežno kuhana jela, dosta ribe, samonikla bilja, uporaba začina, vinskoga ocata, maslinova ulja, te vina kao sastojka pri kuhanju“ (Ružić, 2011:93).

Nadaleko poznata je *istarska maneštra*⁴, koja u prošlosti nije mogla izostati s jelovnika. Danas ona predstavlja specijalitet tradicionalne kuhinje koji se priprema na tradicionalan način i s određenim sastojcima, ovisno o vrsti maneštre. Neke od poznatih istarskih maneštra su pašta-fažol, jedina koja se priprema s tjesteninom,

⁴ Istarska maneštra – gusta juha od graha, krumpira, s kosti od pršuta i sl.

maneštra od bobica, odnosno mladog kukuruza, maneštra od slanica, ječma ili koromača, jota, tj. maneštra od kiselog kupusa i mineštron, odnosno maneštra od raznog povrća bez mesa.

Tradicionalno jelo u proljeće je *fritaja* od prženih jaja u koju se mogu dodati šparoge, bljušti, cikorija, rajčice, češnjak te druge biljke koje niču u proljeće. Tijekom ostatka godine može se napraviti fritaja s kobasicama ili pancetom. Sljedeće tradicionalno jelo je *palenta*⁵, jelo koji se više pripremalo u povijesti kroz zimu i jesen uz domaće meso, primjerice uz ombolo i kobasice, dok se danas u gastronomiji poslužuje u svim godišnjim dobima u kombinaciji s ribom ili mesom. U istarsku tradiciju spadaju raznovrsne *tjestenine* kao što su fuži, štracade, pljukanci i lazanje, te krumpirova tijesta, odnosno njoki. Tjestenine i njoki mogu biti posluženi u raznim vrstama umaka od mesnih, ribljih do povrtnih. „Od *začinskoga bilja* u tradicijskoj istarskoj kuhinji najviše su se upotrebljavali: koromač, kadulja ili kuš, ružmarin, mažuran, bosiljak ili bašetak, lišće celera (šeljin ili šelen), peršin i lovor“ (Ružić, 2011:95). I dan-danas se koriste u gastronomiji Istre.

Ovisno godišnjem dobu i događajima, pripremaju se odgovarajući tradicionalni istarski *kolači*, u koje spadaju kroštuli, fritule, pite, pince i bucolaji. U istarskoj kuhinji ne smije izostati domaći kruh, ekstra djevičansko maslinovo ulje i vino.

Istarska gastronomija se razvijala i uvodila novosti, ali nije zanemarila tradiciju. Očuvanje tradicijske prehrane omogućuje diferencijaciju na tržištu i valorizaciju cjelokupne regije te države. Veliki doprinos u očuvanju istarske kuhinje daju restorani te prvenstveno agroturizmi, jer nude tradicijske specijalitete Istre.

4.4. Važnost manifestacija na ruralnim područjima

Manifestacije obuhvaćaju aktivnosti, događaje ili evente koji se održavaju na jednom mjestu. Iz same riječi „manifestacija“ percipira se glagol „manifestirati“, odnosno izložiti i iznositi u javnosti mišljenje jedne skupine ljudi. Svaka manifestacija ima svoju glavnu temu i svoj sadržaj, koji govore o kojoj vrsti manifestacije je riječ. Na ruralnim

⁵ Palenta – jelo na osnovi pšeničnog brašna s dodatkom vode i soli

područjima Istre manifestacije su gastronomskog, poljoprivrednog, umjetničkog i kulturnog tipa, folklornog, tradicionalnog i u obliku zabave, odnosno sporta i pučkih igara.

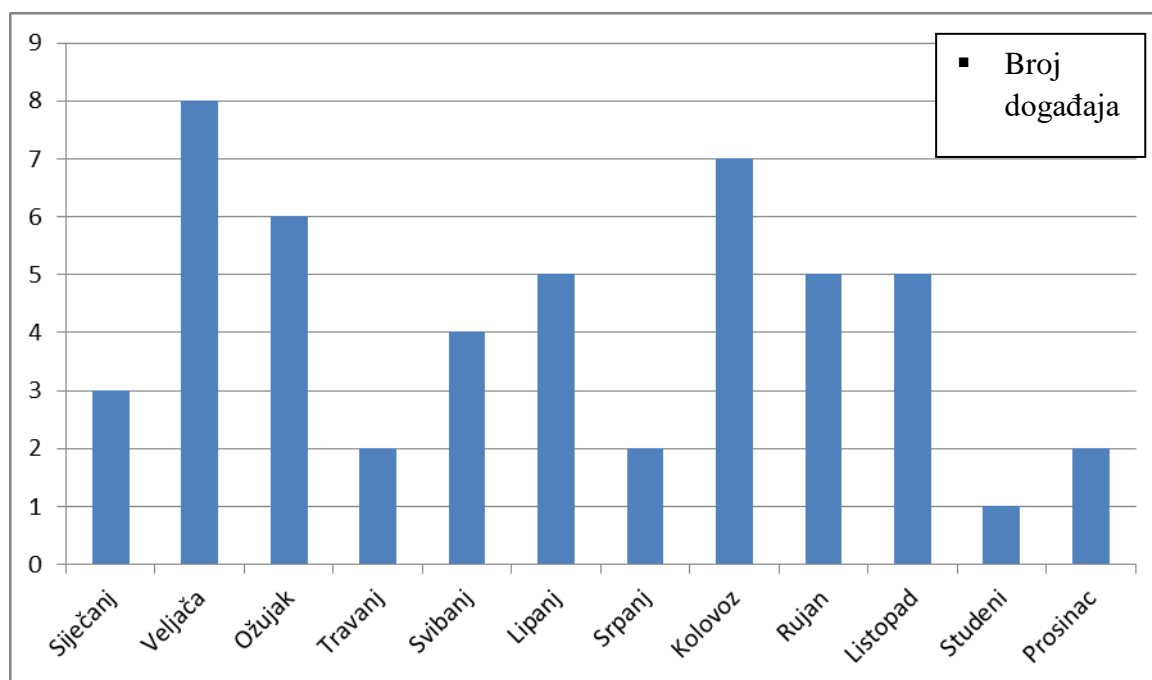
„Organizacijom različitih manifestacija smanjuje se izolacija određenog područja, grada, ruralnih zajednica. Nadalje, povećava se ponos lokalnog stanovništva i potiče edukacija o lokalnoj jedinstvenosti“ (Gržinić, 2014:192).

Manifestacije predstavljaju dodatni element vrednovanja destinacije, turističku ponudu čine bogatijom, utječu na privlačenje većeg broja turista te ujedno utječu na povećanje turističke potrošnje i na produljenje turističke sezone. Osim nekih izuzetaka, tradicionalne manifestacije imaju redosljed događaja koji treba biti praćen i poštivan, dok inovacije i nove manifestacije uz dobru organizaciju i adekvatnu preraspodjelu događaja mogu utjecati na proširenje turističke sezone. Manifestacije su prilika da se turisti privuku u neki lokalitet i izvan turističke sezone te dobar čimbenik promoviranja destinacije.

Brojne se manifestacije u Istri održavaju kroz cijelu godinu, i to u svakom području, odnosno gradu ili općini, više puta godišnje. Neke od tradicionalnih manifestacija Istre su pučke fešte u svim gradovima i većim mjestima, karneval u raznim gradovima, trka na tovarima u Marčani, trka na prstenac u Barbanu, bajsi u Draguču kraj Cerovlja, smotra narodne glazbe i plesa Puljštine u Barbanu, Festival sira & najkoza Istre u Svetvinčentu i Subotina po starinski u Buzetu. Neke gastronomske manifestacije u ruralnim područjima su *Choko & wine fest* u Brtonigli, *Oleum olivarum* u Krasici, smotra vina u Gračišću, Festival terana i tartufa u Motovunu, ISAP u Tinjanu, Dani gljiva u Brtonigli, Fešta od fruti u Kaldiru, smotra domaćih rakija u Humu i Vinistra u Poreču.

Turistička zajednica Istarske županije godišnje objavljuje kalendar događaja koji je dostupan na njihovom portalu i obuhvaća sve vrste događaja Istre s navedenim opisom eventa.

Grafikon 1. Kalendar događaja u središnjoj Istri u 2017. godini



Izvor: Izrada autorice prema podacima Turističke zajednice Istarske županije

Grafikon prikazuje distribuciju događaja prema kalendaru Turističke zajednice Istarske županije. Raspodjela događaja vrši se prema vrstama događaja i prema područjima Istre. Na ovom grafikonu je prikazana distribucija događaja u središnjoj Istri kroz 2017. godinu te uključuje Buzet, Grožnjan, Hum, Motovun, Opatalj, Pazin, Roč, Svetvinčenat, Višnjan, Vižinadu i Žminj. Moguće je primijetiti da se veći broj događaja održava u veljači, kolovozu i ožujku. Ovi događaji odnose se najviše na sportske manifestacije te potom kulturne i tradicionalne. Manji broj događaja održava se u studenom te slijedi travanj i svibanj. Vidljivo je kako se u središnjem dijelu Istre organiziraju razna događanja vansezonskog perioda, koja privlače turiste predsezona ili postsezona, te tako omogućuju proširenje turističke sezone. I ostali lokaliteti u Istri, koji se nalaze u blizini mora, zadnjih su godina investirali i organizirali nove događaje van sezone koji su omogućili povećanje potrošnje tijekom ostatka godine.

Na produljenje sezone i promoviranje ruralne sredine utječu tri važne manifestacije koje se opisuju u nastavku.

4.4.1. Internacionalni sajam pršuta

ISAP odnosno internacionalni sajam pršuta gastronomska je manifestacija koja se održava svake godine sredinom listopada u Tinjanu i traje dva dana. Općina Tinjan definirana je kao općina istarskog pršuta zbog vrhunskih proizvoda pršutarna te je organizator sajma u suradnji s Udrugom proizvođača istarskog pršuta, Istarskom županijom i Lokalnom akcijskom grupom Središnja Istra.

Glavni sudionici u manifestaciji su proizvođači pršuta koji izlažu vlastite proizvode i konkuriraju za najbolji pršut u raznim kategorijama. Broj izlagača godišnje varira u intervalu od trideset do četrdeset pet. Osim hrvatskih, prisutni su i izlagači iz drugih država u Europi. ISAP predstavlja jedan od najposjećenijih gastronomskih manifestacija u cijeloj Istri, prosječan broj posjetitelja je oko 25000 te iz godine u godinu raste.

Program kroz dva dana uključuje visoku koncentraciju raznih događaja i izložbi vezanih uz kulturu, tradiciju i gastronomiju Istre. Manifestacija počinje sa svečanim otvaranjem sajma uz limenu glazbu ili nastupom zbora. Nakon toga slijedi dodjela priznanja i nagrada najboljim proizvođačima pršuta. Nadalje, slijedi edukativno popodne uz razna predavanja vezana za turizam i gospodarstvo Istre. U večernjim satima moguća je degustacija pršuta te domaćih sireva i vina uz plesnu zabavu. Drugi dan slijedi natjecanje rezača pršuta, turnir u potezanju konopa, degustacija pršuta Šampiona i izbor Kraljice pršuta.

ISAP je dobar promotor Istarske regije, autohtonih proizvoda i gastronomije na međunarodnoj razini. Na ruralni turizam utječe pozitivno zbog toga što sajam doprinosi orijentaciji turista na unutrašnjost Istre, potiče želju turista za upoznavanjem tradicionalnih jela i autohtonih proizvoda, uključujući ponudu seoskih gospodarstva i poljoprivrednika.

4.4.2. U bojama tradicije - žetvena svečanost

U bojama tradicije je manifestacija kojoj je glavni sadržaj tradicija, običaji, stari zanati, folklor i povijest istarskih ljudi. Srž manifestacije je vratiti grad u prošlost da posjetitelji steknu dojam da se vrijeme vratilo unazad. Manifestacija se održava u Brtonigli u lipnju. Po cestama i trgovima grada izloženo je tradicionalno oruđe zanatlija i obrtnika, koji uživo rade te izrađuju razne željezne i drvene predmete, tkaju platno te šivaju i pripremaju tjesteninu i kruh.

Slika 9. U bojama tradicije



Izvor: Službeni turistički portal Istre – www.istra.hr (20.12.2016.)

Prisutna je i bogata eno-gastronomska ponuda koja uključuje degustaciju domaćih proizvoda po raznim štandovima lokalnih poljoprivrednih proizvođača. U restoranima i konobama posebno su pripremljeni razni jelovnici tradicionalne istarske kuhinje, pa turisti mogu uživati u specijalitetima koji obuhvaćaju sve autohtone proizvode tog područja. Na više se mjesta može uživati u živoj muzici iz nekih drugih vremena koja se svira na tradicionalnim instrumentima, poput harmonike i bajsa. Šetajući gradom, susreću se djevojke obučene u tradicionalne haljine koje posjetiteljima nude lokalne proizvode. Turisti se mogu zabavljati kroz razne animacije i spektakle ili se mogu uključiti u bogate aktivnosti i pučke igre.

Glavna atrakcija manifestacije je žetvena svečanost, odnosno drvena vršilica za žito, stara više od sto godina koja se svake godine stavlja u pogon te se pokazuje njezin rad, tj. vršenje pšenice. Vršilica privlači mnoge turiste, ali i domaćine, koji se prisjećaju kako su ljudi nekada radili. Vrata svih kulturnih ustanova su otvorena za posjet bez naplate ulaznica (muzej, izložbe vina i fotogalerije) te se dodatno organizira besplatan prijevoz u popodnevnim satima kroz veća naselja općine.

Osim navedene manifestacije, Brtonigla je organizator i drugih tradicijskih manifestacija koje pozitivno utječu na promoviranje ruralnog prostora. Osim što kreira pravi ugođaj među posjetiteljima i sudionicima u kojem svi zajedno mogu uživati u tradiciji, gastronomiji i folkloru, doprinosi i poboljšanju profita lokalnih ugostitelja, proizvođača i obrtnika te utječe na promoviranje i očuvanje istarske tradicije i proizvoda tog područja.

4.4.3. Dani otvorenih vrata agroturizama Istre

Dani otvorenih vrata agroturizama Istre su manifestacija zasnovana na promociji seoskih domaćinstava i njihovih imanja. Manifestacija uključuje prvenstveno gastronomsku ponudu istarskih jela i autohtonih proizvoda, upoznavanje s domaćinima i njihovom tradicijom te zabavom na ruralnom području, odnosno u selu i prirodi.

Manifestacija se održava svakog vikenda u studenom, uz prethodnu najavu gosta. Organizator manifestacije je AZRRI, pod pokroviteljstvom Istarske Županije. Jelovnik u svakom agroturizmu je različit i javno vidljiv. Najčešće se nudi istarska maneštra, razne tjestenine s domaćim umakom, krumpir i meso, domaće povrće i tradicionalni kolači. Dodatni element ponude je i degustacija domaćih rakija, likera, meda, ulja i sl.

Broj sudionika odnosno agroturizama u manifestaciji varira iz godine u godinu. U 2016. godini bilo ih je ukupno trinaest, a to su agroturizmi: Botra Marija, Cerovac, Dol, Dušani, Ferlin, Matošević, Montizel, Ondina, Pineta, Sia, Stara štala, Špinovici i Štefanici.

U manifestaciji Dani otvorenih agroturizama Istre 2016. godine najagroturizmom proglašen je Agroturizam Botra Marija, koji se nalazi u Sv. Petru u Šumi. Osim ugostiteljske ponude, agroturizam nudi i mogućnost kupnje domaćih prehrambenih proizvoda poput kobasica, kolača, rakija, likera, biljnih čajeva i sokova.

Ova manifestacija spaja seoska domaćinstva cijele Istre u jedan „program“ koji njima i regiji omogućuje valorizaciju ruralne ponude i proširenje sezone, odnosno u ovom slučaju postsezone.

U sljedećem se poglavlju razmatraju ekonomski i neekonomski učinci turizma, te njihove pozitivne i negativne implikacije na prostoru Istre. Zatim slijedi analiza utjecaja europskih zemalja na hrvatski turizam.

5. UČINCI TURIZMA U RURALNOM PROSTORU ISTRE

Turizam je sustav u kojem su u stalnoj interakciji razni segmenti gospodarstva zemlje iz koje proizlaze različiti učinci i funkcije koje mogu biti pozitivne ili negativne prirode te stoga mogu utjecati pozitivno ili negativno na blagostanje cjelokupne države, tj. privatni sektor, javni sektor, neprofitni sektor i stanovništvo. Turizam doprinosi ostvarenju ekonomske ravnoteže u zemlji, kroz učinke dobivene od djelovanja turizma.

„Bit razvoja turizma počiva na činjenici da se turizam razvija ponajprije zbog njegovih ekonomskih koristi koje u manjoj ili većoj mjeri pridonose razvoju nacionalnog, regionalnog, a osobito lokalnoga gospodarstva“ (Čavlek, et al. 2011:253).

Pozitivni učinci ruralnog turizma ostvaruju se kroz povećanje lokalne proizvodnje i kroz zaštitu ruralnih područja. Slijedi njihovo detaljnije objašnjenje.

5.1. Ekonomski učinci ruralnog turizma

Ekonomski učinci su orijentirani na ostvarenje određenih ciljeva koji donose dobrobit na lokalnoj ili nacionalnoj razini.

„U ekonomskom smislu turizam će na ruralnim područjima generirati mnoge korisne učinke, uključujući zapošljavanje i prihod, a kao posljedicu turističkog razvoja, može se navesti i poboljšanje infrastrukture. U ekonomski nerazvijenim regijama, turizam održava ekonomsku aktivnost na dovoljnoj razini, te sprječava iseljavanje ljudi u razvijenija područja“ (Lickorish i Jenkic, 2006:103).

Pozitivni rezultati u poslovanju turizma predstavljaju glavni „alat“ koji motivira i potiče razvoj i poslovanje u turizmu. Ekonomski učinci turizma su pozitivnog karaktera te uključuju investiranje, povećanje turističke potrošnje, povećanje proizvodnje domaćih proizvoda, povećanje prihoda, valoriziranje autohtonih proizvoda, zapošljavanje lokalnog stanovništva, revitalizaciju sela, očuvanje tradicije, poticanje razvoja seoskih

gospodarstva i malih obrtnika ruralnih područja, povećanje interakcije i uvođenje inovacija.

„Ruralni turizam jedan je od osnovnih pokretača razvoja poljoprivrede, jer omogućava širenje tržišta, osigurava plasman poljoprivrednih proizvoda, ostvarivanje dodatnih prihoda, te ekonomskih i financijskih učinaka. Pokretanjem poljoprivrednih i drugih poduzetničkih aktivnosti u ruralnoj sredini stvaraju se uvjeti za zapošljavanje novih zaposlenika“ (Demonja i Ružić, 2010:195).

Svaki oblik selektivnog turizma doprinosi razvoju određenih djelatnosti. U Istri, pogotovo zadnjih godina, zahvaljujući ruralnom turizmu i njegovom razvoju povećala su se ulaganja u poljoprivredu, odnosno dolazi do veće proizvodnje maslina i vina, uzgoja stoke i sl. Povećala se i ponuda prehrambenih usluga u ruralnim područjima, tj. povećao se broj agroturizama i konoba u kojima se prvenstveno valorizira Istra te njezini proizvodi.

5.1.1. Poticaj poljoprivrednih i poduzetničkih aktivnosti

Poticanje poljoprivrednih i poduzetničkih aktivnosti u ruralnim područjima doprinosi razvoju i unaprjeđenju ruralnih destinacija. Ove aktivnosti odnosno djelatnosti utječu na kreiranje nove turističke ponude ili na poboljšanje postojeće ponude uvođenjem lokalnih proizvoda, domaće proizvodnje, autohtonih proizvoda uz rad lokalnog stanovništva.

„Žitelji ruralnih prostora i poljoprivrednici spadaju među najkreativnije inovatore. Razlog tome je više manje u izolaciji takvih ruralnih prostora od velikih i razvijenijih urbanih sredina. Nekada je inoviranje bilo nužno za stanovnike ruralnih sredina iz jednog razloga, a to je preživjeti. Današnji ruralni razvoj razvija se iz drugačijih razloga i mora se nositi s održivošću okoliša, usvajanjem novih tehnologija i sigurnosti života i življenja u zajednici“ (Aflić i Šergo, 2014:99).

Poljoprivreda u Istri oduvijek spada među temeljne i glavne gospodarske djelatnosti regije. Imidž ruralnih područja usko je povezan s lokalnim proizvođačima i poduzetnicima te njihovom ponudom proizvoda. Istra je osim svoje prirodne i kulturne

Ijepote međunarodno poznata regija zbog gastronomske ponude te zbog vrhunskih autohtonih proizvoda poput ekstra djevičanskog maslinovog ulja i lokalnih vina.

Ruralni turizam ostvaruje proizvodne, financijske, zaštitne i druge učinke, koji su vidljivi u (prema Demonja i Ružić, 2010):

- povećanju primarne poljoprivredne proizvodnje,
- razvoju preradbene poljoprivredne proizvodnje,
- razvoju nepoljoprivrednih djelatnosti,
- očuvanju naselja i objekata od propadanja,
- očuvanju okoline od svih vrsta onečišćenja,
- zapošljavanju novih djelatnika i zadržavanju mladih na selu,
- osiguravanju mogućnosti ostvarivanja dodatnih prihoda,
- oživljavanju poljoprivrede i njezinom povezivanju s turizmom,
- poticanju razvoja domaće kvalitetne organski-biološki proizvedene hrane i one tradicionalne,
- razvoju gospodarstva ruralnog područja,
- razvoju dopunskih djelatnosti na seljačkim obiteljskim gospodarstvima,
- korištenju viška prostora u postojećim zgradama na seljačkim gospodarstvima,
- očuvanju povijesnih, graditeljskih i kulturnih vrijednosti sela,
- razvoju poduzetničkog duha, itd.

Pozitivan primjer utjecaja na poljoprivredne i poduzetničke aktivnosti je Istarska razvojna agencija (IDA), koja potiče razvoj malog i srednjeg poduzetništva u Istarskoj županiji kroz financijske potpore, razne edukacije, informiranje, savjetovanje i provedbu raznih projekata. IDA je kreirala i razvila oznaku *Istrian quality*, odnosno *IQ*, koja označava istarsku kvalitetu domaćih proizvoda ili usluga. Oznaka *IQ* također će doprinijeti razvoju regije i razvoju lokalnih kvalitetnih domaćih proizvoda. IDA ulaže trud u poticanje poljoprivrednih i poduzetničkih aktivnosti lokalnih stanovnika.

5.1.2. Zapošljavanje u ruralnom turizmu

Zapošljavanje u ruralnom turizmu može biti izravno (direktno) ili neizravno (indirektno). Razlika između tih dviju zaposlenosti jest da izravno zapošljavanje u turizmu uključuje poslove koji spadaju u sustav turizma odnosno poslove koji su namijenjeni prvenstveno turistima, tj. recepcioneri, rad u ugostiteljstvu, turističko posredništvo, i sl. Dok se neizravno zapošljavanje u turizmu odnosi na poslove koji su na neki način povezani s turizmom, primjerice rad u prerađivačkoj industriji ili u građevinarstvu.

„Jedna od najvažnijih ekonomskih funkcija turizma je svakako zapošljavanje, odnosno generiranje novih radnih mjesta u sklopu temeljnih gospodarskih djelatnosti u sustavu turizma, ali nizu ostalih gospodarskih djelatnosti koje su u funkciji opskrbnog sustava djelatnostima koje izravno pružaju usluge posjetiteljima“ (Čavlek, et al. 2011:270).

Radnici u ruralnom turizmu te pogotovo oni koji su u direktnom kontaktu s turistima moraju se prilagođavati suvremenim turističkim trendovima te trebaju posjedovati razne vještine i sposobnosti, koje osim zadovoljavanja uvjeta poslodavaca moraju biti prikladne za rad s gostima. Turizam postaje sve značajniji u ruralnim područjima, jer doprinosi blagostanju lokalnog stanovništva zbog brojnih čimbenika, kao što su povećana potražnja za radnom snagom, podrška i motivacija malom poduzetništvu, obrtnicima, obiteljskim gospodarstvima i poljoprivrednicima.

Turizam je radno intenzivan sektor koji stvara nova radna mjesta i omogućuje veću zaposlenost. Zemlje u kojima prevladava turizam kao primarna djelatnost, obilježava niska nezaposlenost. U Hrvatskoj se kroz turističku sezonu povećava broj potražnje novih radnih mjesta te sukladno tome i broj zaposlenih.

Najveći broj zaposlenika kroz turističku sezonu traži se u djelatnostima koje pružaju uslugu smještaja, uslugu hrane i pića te trgovina (cf prilog XII. Traženi radnici na sezonskim poslovima po najbrojnijim zanimanjima u 2016. godini).

U Istri se znatno povećava broj zaposlenih tijekom turističke sezone. Primjer ruralne destinacije u kojoj se radna snaga zapošljava trostruko više nego u ostatku godine je Grožnjan, najveći dio sezonskog zapošljavanja pripada konobarima i kuharima za rad u restoranima ili barovima, prodavačima za rad u suvenirnicama i galerijama, te sobarima i čistačima.

5.1.3. Produljenje sezone

Produljenje sezone znači proširenje turističkog razdoblja izvan granica sezonskih mjeseci, popunjavanjem smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta i povećanjem turističke potrošnje. U ruralnim se područjima kroz razvijanje i inoviranje turističke ponude može utjecati na produljenje sezone. Problematika sezonalnosti je više prisutna u primorskim destinacijama u kojima prevladava ponuda „sunca i mora“ nego što je to slučaj s kontinentalnim destinacijama. Razvoj turizma Istre treba usmjeriti i na unutrašnjost regije, koja će omogućiti produljenje sezone kroz razne oblike turizma, primjerice kroz ruralni, rekreacijski, avanturistički, kulturni, gastronomski i vinski.

Utjecaj na proširenje sezone ima raspored i distribucija događaja u određenom području. Ravnomjerna raspodjela manifestacija i uvođenje novih događaja u vansezonskom periodu omogućava disperziju potražnje kroz veće razdoblje.

„Za razvoj turističke ponude u ruralnom turizmu vrlo je važno osmisliti, i realizirati, multidisciplinarnе projekte, odnosno turističke proizvode, koji uključuju umrežavanje raznolike postojeće i potencijalne turističke ponude turističkih odredišta unutar turističkih regija Hrvatske. Također, važno je unaprjeđivanje prekogranične suradnje radi stvaranja veće potražnje i većeg posjećivanja turističkih odredišta, bolje promocije ruralnih/seoskih gospodarstava, kulturno-povijesnih, prirodnih i drugih ljepota i znamenitosti prostora kroz održivi turizam, s ciljem gospodarskog, ali i drugog razvoja predmetnih odredišta, odnosno regije“ (Demonja i Ružić, 2010:238).

Iz navedenog očituje se potreba za suradnjom i interakcijom dionika za povećanje potrošnje i stvaranja pozitivnog imidža ruralne destinacije.

Primjeri dobre prakse za produljenje sezone odnose se na:

- *Ceste i putevi Istre* obuhvaćaju eno-gastronomsku ponudu ruralnog turizma. Odnose se na tematske ceste i itinerere koji obuhvaćaju lokalnu ponudu vina, ulja, sira, meda, tartufa, istarskog goveda, šparoga i domaće kuhinje. Valoriziraju ruralni turizam, središnju Istru i njihove autohtone proizvode. Navedena ponuda doprinosi proširenju sezone jer je potražnja za tim oblicima turizma prisutna tijekom cijele godine. U Istri su organizirane četiri vinske ceste koja se dijele na vinske ceste Bujštine, Poreštine, Buzeštine, Rovinjštine i Vodnjanštine.
- *Kušaonice* za degustaciju autohtonih i lokalnih proizvoda. *Stancija Kumparička* je obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo koje uzgaja koze i proizvodi kozje sireve visoke kvalitete. Stancija nudi bogatu turističku ponudu kroz cijelu godinu. Turisti mogu degustirati i kupiti sireve, obilaziti imanje i sirane, uživati u konobi stancije, prisustvovati raznim radionicama, prisustvovati izradi sira, ići na izlet i pješačenje s kozama po livadama, uživati u noćnom partiju uz vatru i ples te još mnogo toga u prirodnoj i ugodnoj atmosferi. Stancija Kumparička nudi brojne aktivnosti koje odgovaraju svim godišnjim dobama te se održavaju i izvan turističke sezone.
- *Biciklističke manifestacije, Istria Granfondo* je međunarodni biciklistički maraton, odvija se svake godine u listopadu. Maraton počinje u Umagu te prolazi kroz unutrašnjost Istre kao što su Motovun i Opatalj. Okuplja veliki broj sudionika koji, osim iz Hrvatske, dolaze iz susjednih zemalja. Istra je poznata po mnogim stazama i sportskim eventima koji su zadnjih godina postali sve traženiji. Razvojem sportskog i rekreacijskog turizma omogućava se stvaranje veće potrošnje u vansezonskom periodu, zbog toga što su rekreacija i sport aktivnosti koje se mogu prakticirati tijekom cijele godine.
- *Božićne bajke i Božićni sajmovi*, primjerice Božićna bajka u parku prirode Učka i Žive jaslice u Svetom Lovreču. Navedeni događaji povećavaju potražnju u mjesecima kad je turistička ponuda najmanja. Sajmovi i bajke se održavaju u prosincu i siječnju, te traju od nekoliko dana do par tjedana. Koncentracija su gastronomske ponude, rekreacije, aktivnosti i zabave uz kulturu i tradiciju lokalnog stanovništva.

Navedeno potvrđuje pothipotezu da: ruralni turizam diverzifikacijom ponude utječe na produljenje sezone, zapošljavanje lokalnog stanovništva i ostanak na prostorima.

5.2. Neekonomski učinci ruralnog turizma

Razvoj ruralnog turizma značajno je utjecao na sprječavanje iseljavanja ljudi te doprinio revitalizaciji i renoviranju starih objekata i zgrada. Kroz unaprjeđenje manje razvijenih područja omogućuje se stvaranje boljih uvjeta stanovanja te poboljšanje dobrobiti cjelokupne zajednice. Osim za turiste, ruralna područja su ugodna za življenje i za rad.

Neekonomski učinci od ruralnog turizma su brojni, a mogu se uočiti u nizu aktivnosti ruralne sredine, primjerice, u (prema Demonja i Ružić, 2010):

- očuvanju prirodnih osnova življenja,
- oblikovanju životnog prostora,
- njegovanju krajolika,
- očuvanju tradicijskih vrijednosti,
- očuvanju identiteta,
- obnovi sela s razumijevanjem za povijest,
- davanju namjene starim seoskim jezgrama,
- korištenju cesta i putova u selu i ruralnom prostoru u sportsko-rekreacijske svrhe,
- očuvanju starih građevina,
- obnavljanju starih sadržaja i oblikovanju novih,
- uređenju dvorišta i vrta,
- zaštiti okoline.

Kod navedenih aktivnosti uočava se pozitivno djelovanje turizma na ruralnu sredinu, te njegov utjecaj na materijalne i nematerijalne resurse. U Istri se predstavlja očuvana tradicijska vrijednost, kultura stanovništva i prirodne ljepote te to predstavlja ključni uspjeh razvoja ruralnog turizma, ali i jačanje autentičnog imidža regije.

Sljedeće potpoglavlje bavi se analizom politika, inovativnih primjera i utjecaja inozemnih praksa na razvoj turizma u Hrvatskoj.

5.3. Utjecaji europske prakse na hrvatski ruralni turizam

Veliki dio turističkih kretanja danas teži prema prirodi, boravku na otvorenom, domaćoj proizvodnji i zdravoj hrani te se slijedom toga povećava potražnja za ruralnim područjima Hrvatske te Europe.

Ne postoji jedinstveni model razvoja ruralnog turizma, već razvoj pojedinih država ovisi o organizaciji na nacionalnoj razini. Važno je za zemlje u razvoju pratiti praksu susjednih zemalja koje su postigle uspjeh, te se fokusirati na suvremene trendove koji dovode do razvoja.

Primjer europske prakse koja će zasigurno utjecati na hrvatski turizam je uvođenje kreativnog turizma, odnosno stvaranje nove turističke ponude na ruralnim područjima i razvoj inovativnih proizvoda. Primjer kreativnog turizma na ruralnim područjima može biti otvaranje radionica i tečajeva ručnih radova, tradicionalne kuhinje, izrade tradicionalnih predmeta, i sl. Organiziranje ovakvih radionica i tečajeva u periodima manje turističke potražnje ima pozitivan efekt na produljenje sezone.

Od velike je važnosti i inovativni turizam koji može povezati dva ili više oblika ruralnog turizma u kreiranju specifične ponude. Primjer može biti muzej na otvorenom (park, selo ili skupina objekata). To je specifična vrsta muzeja u interpolaciji ruralne sredine s kulturnim turizmom. Javno su otvoreni te pružaju uvid u materijalne i nematerijalne resurse jedne sredine.

Poticanje razvoja agroturizma je dobra praksa koja pozitivno utječe na hrvatsku ekonomiju, zbog toga što razvoj tog oblika turizma utječe na rast poljoprivredne proizvodnje i na stvaranje novih radnih mjesta, što doprinosi smanjenju depopulacije ruralnih područja. Također, važni instrumenti za postizanje uspjeha u ruralnom turizmu Hrvatske su obavezna edukacija svih radnika, postojanje prikladnih

savjetodavnih službi, lakši pristup financiranju (fondovi i povoljni krediti), planovi i strategije razvoja ruralnog turizma te dobra promocija i marketing.

O budućim trendovima i preporukama razvoja ruralnog prostora detaljnije se govori u sljedećem poglavlju.

6. BUDUĆI TRENDOVI I PREPORUKE RAZVOJA

Za razvoj ruralnih područja ključno je održati očuvani lokalni identitet destinacije koji se odnosi na prirodu, kulturu, tradiciju, domaću proizvodnju i autohtone proizvode.

Jedan od najvažnijih budućih trendova je diverzifikacija na turističkom tržištu, odnosno važno je izdvojiti ono što predstavlja veću vrijednost u jednom području i valorizirati ga, primjerice u ruralnom turizmu je bitno promovirati ono što je jedinstveno, unikatno i tipično. To turiste privlači u većem broju te destinaciju čini privlačnijom i prepoznatljivijom.

Ruralni turizam kao oblik selektivnog turizma mora razviti kvalitetnu i dinamičnu ponudu uključujući elemente „*soft*“ turizma koji su postali temelj za unaprjeđenje ruralnog turizma.

Pod suvremenim trendovima se podrazumijeva promocija i dostupnost informacija o ruralnim područjima na Internetu. U današnje vrijeme turisti svoja putovanja organiziraju i informiraju se o destinacijama preko interneta, stoga se treba prilagoditi suvremenim turistima kroz promicanja ruralnih područja na društvenim mrežama ili kroz aplikacije vezane za atrakcije ili gastronomiju na ruralnim područjima.

Ruralni turizam Istre se promovira kroz razne *web* stranice, kao što je primjerice Službeni turistički portal Istre koji promovira ruralna područja, odnosno smještaj, atrakcije i aktivnosti, kulturu i umjetnost, gastronomiju te manifestacije i događaje koji se održavaju na ruralnim područjima Istre. Na portalu su raspoložive mobilne aplikacije za preuzimanje, vezane uz ruralni turizam.

S adekvatnom strategijom i programom razvoja može se utjecati na poboljšanje i povećanje turističke ponude na ruralnim i kontinentalnim područjima.

Kao podloga za razvoj ruralnog turizma služi Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske do 2020. godine, koji je opisan u sljedećem potpoglavlju.

6.1. Program ruralnog razvoja u Republici Hrvatskoj od 2014. do 2020. godine

Program ruralnog razvoja u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2014. do 2020. godine odnosi se na strateški i planski dokument za unaprjeđenje i razvoj poljoprivrede, gospodarske djelatnosti i ruralnih područja Hrvatske. Program određuje smjernice koje bi se trebale pratiti u tom razdoblju zbog poboljšanja ruralne sredine.

Prioriteti prema Programu ruralnog razvoja u Republici Hrvatskoj do 2020. godine su:

- poticanje prijenosa znanja i inovacija u poljoprivredi, šumarstvu i ruralnim područjima;
- poboljšanje održivosti i konkurentnosti poljoprivrede u svim regijama te promicanje inovativnih poljoprivrednih tehnologija i održivog upravljanja šumama;
- promicanje organizacije lanca opskrbe hranom, uključujući preradu i trženje poljoprivrednih proizvoda, dobrobit životinja te upravljanje rizikom u poljoprivredi;
- obnova, očuvanje i poboljšanje ekosustava povezanih s poljoprivredom i šumarstvom;
- promicanje učinkovitosti resursa te poticanje pomaka prema gospodarstvu s niskom razinom ugljika, otpornom na klimatske promjene u poljoprivrednom, prehrambenom i šumarskom sektoru;
- promicanje društvene uključenosti, suzbijanje siromaštva te gospodarskog razvoja u ruralnim područjima.

Adekvatnom izgradnjom objekata i rekonstrukcijom postojećih infrastruktura potiče se ekonomski rast i revitalizacija sela uz sprječavanje iseljavanja stanovništva. Lokalni proizvođači i poljoprivrednici trebaju pratiti suvremene trendove na tržištu, moraju biti inovativni, stalno obučeni i ulagati u novu tehnologiju.

„Osnova razvoja ruralnog turizma su turistička seljačka obiteljska gospodarstva, no u posljednjih desetak godina sve je veći interes države, lokalne samouprave, pojedinih institucija i poduzetnika u ruralnom prostoru za razvojem nekih novih oblika turističke ponude na ruralnom prostoru, čime se stvaraju preduvjeti za razvitak i brendiranje ruralnih destinacija“ (Program ruralnog razvoja u Republici Hrvatskoj 2014.-2020., 2015:18).

Ističe se važnost razvoja turizma na cijelom prostoru Hrvatske s naglaskom na ruralnim područjima. Unaprjeđenje tih područja ostvarivo je kroz investiranja i diverzifikaciju lokalne ekonomije.

Inovacije i unaprjeđenja turističke ponude omogućuju opstanak na tržištu, odnosno održavanje konkurentnosti zemlje. Kroz kreiranje nove turističke ponude tj. inoviranja, jača položaj zemlje uz privlačenje većeg broja turista.

6.2. Perspektive i razvojne mogućnosti ruralnog prostora

Veće perspektive razvoja ruralnog turizma imaju zemlje koje raspolažu prirodnim i kulturnim resursima, te poviješću i tradicijom. Izvornost i autohtonost ruralnih destinacija omogućit će održavanje konkurentnosti na turističkom tržištu te razvoj iste.

Selektivni oblici turizma postaju sve veći trend među suvremenim turističkim kretanjima, te će se, uz pravilne mjere i prikladna ulaganja, i ruralni turizam moći dodatno razvijati.

U Hrvatskoj ruralni turizam ima više izvora za opstanak i za razvoj na području cijele države, no najviše će se razvoj ruralnog turizma usmjeravati prema prirodnim, kulturnim ili drugim atrakcijama poput nacionalnih parkova i parkova prirode, planinskih područja, toplica, u blizini rijeka, jezera, u područjima veće poljoprivredne proizvodnje te u primorskim regijama.

Preduvjeti za razvoj su povezani uz bolju koordinaciju rada i suradnju turističkih dionika na ruralnim područjima (turističke zajednice, lokalne samouprave, udruge, itd.) te uz usmjeravanje individualne kreativnosti prema zajedničkim inicijativama. Da bi suradnja uspjela, dionici trebaju težiti ka obostranoj koristi i djelovati na obostrano zadovoljstvo, a zahvaljujući zajedničkoj potpori i takvim inicijativama, razvoj turizma bi mogao napredovati brže i u pravom smjeru.

Ruralni turizam služi kao sredstvo očuvanja ruralnih područja i sredstvo koje omogućuje smanjenje pritiska potražnje na obalnim destinacijama u kojima prevladava odmorišni turizam.

Hrvatski ruralni turizam je u zamahu. Iako je Hrvatska zemlja poznata po ponudi „sunca i mora“, zadnjih godina je sve izraženija i kontinentalna ponuda.

Razvoj ruralnog turizma usmjeren je prema globalnim trendovima i inovacijama što doprinosi otklanjanju ili barem smanjenju sezonskog imidža zemlje.

Temeljem navedenog potvrđena je glavna hipoteza koja glasi: Ujednačenost razvoja i interakcija obalnih i kontinentalnih (ruralnih) destinacija može umanjiti razvojne nejednakosti s obzirom na prostorne karakteristike.

7. ZAKLJUČAK

Temeljem rezultata istraživanja ukazuje se na važnost ruralnog turizma, kao alat razvoja ruralnih i kontinentalnih područja, kroz veću valorizaciju prirodnih i ruralnih resursa. Potvrđeno je da ruralni turizam može omogućiti unaprjeđenje ruralne sredine, revitalizaciju sela, obnovu infrastrukture, zaštitu baštine i sprječavanje iseljavanja stanovništva.

Osnova za razvoj ruralnih područja je usmjerenost zemlje na autohtonost i izvornost, očuvanje prirodnog i lokalnog identiteta, te brendiranje destinacije ili proizvoda. Navedene smjernice predstavljaju temelj za uspjeh na globalnoj razini kroz stvaranje prepoznatljivog imidža.

Temeljem analize učinaka ruralnog turizma na prostoru Istre, potvrđuje se druga pothipoteza koja ukazuje na multiplikativni efekt diverzifikacije ponude, odnosno omogućuje razvoj regije kroz koordinaciju aktivnosti dionika, zapošljavanje lokalnog stanovništva i produljenje turističke sezone.

Potvrđeno je da potražnja suvremenih turista teži prema selektivnim oblicima turizma, povratku prirodi, porastu interesa za izravnim kontaktom s lokalnim stanovništvom, te komunikaciji i interakciji u raznim aktivnostima ili poslovima.

U budućnosti se očekuje unaprjeđenje ruralne sredine zbog pretpostavke da je ruralni turizam rastući trend i da postoje pretpostavke za razvoj. Potonje je ostvarivo kroz razvoj kreativnog turizma i inovacija, tj. interpolaciju više oblika turizma u jedinstvenu ponudu, te kroz edukaciju i stalno usavršavanje ljudskih resursa s ciljem sprječavanja negativnih učinaka razvoja turizma.

LITERATURA

a) KNJIGE

1. ČAVLEK, N. et al. (2011.) *Turizam i ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Zagreb: Školska knjiga.
2. DEMONJA, D. i RUŽIĆ, P. (2010.) *Ruralni turizam u Hrvatskoj*. Zagreb: Izdavačka kuća Meridijani.
3. GRŽINIĆ, J. (2014.) *Međunarodni turizam*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
4. JADREŠIĆ, V. (2001.) *Turizam: u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni*. Zagreb: Školska knjiga.
5. KUŠEN, E. (2002.) *Turistička atrakcijska osnova*. Zagreb: Institut za turizam.
6. LICKORISH, L.J. i JENKIC, C.L. (2006.) *Uvod u turizam*. Split: Ekokon d.o.o..
7. MÜLLER, H. (2004.) *Turizam i ekologija*. Zagreb: Masmedia d.o.o..
8. RUŽIĆ, P. (2005.) *Ruralni turizam*. Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč.
9. RUŽIĆ, P. (2011.) *Ruralni turizam Istre - pretpostavke i činitelji razvoja, stanje i perspektive*. Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč.
10. TOMLJENOVIĆ, R. (2006.) *Hrvatski turizam: plavo bijelo zeleno*. Zagreb: Institut za turizam.

b) ZNANSTVENI RADOVI

1. AFLIĆ, S. i ŠERGO, Z. (2014.) Inovacijske perspektive Hrvatskog turizma. Na *Suvremeni trendovi u turizmu*. Str. 93-115.
2. BARTOLUCI, M., HENDIJA, Z. i PETRAČIĆ, M. (2016.) Pretpostavke održivog razvoja ruralnog - turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj. Na *Acta Economica Et Turistica*. 67(3). Str. 141-158.
3. FRANIĆ, R. i GRGIĆ, Z. (2002.) Agroturizam na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u Hrvatskoj - Pretpostavke i izgledi razvitka - Studij slučaja. Na *Agriculturae conspectus scientificus*. 67(3). Str. 131-141.
4. GRŽINIĆ, J. (2014.) Novi trendovi u Hrvatskom hotelijerstvu. Na *Suvremeni trendovi u turizmu*. Str. 174-196.
5. KOLIĆ, Ž. (2010.) Ruralni turizam. Na *Suvremena trgovina*. 35(4), str. 40-42.
6. KOŠAK, M. i LUGOMER, K. (2015.) Agroturizam u funkciji produljenja turističke sezone Primorske Hrvatske. Na *Hrvatski geografski glasnik*. 77(2). Str. 141-168.
7. RAJKO, M. (2013.) Institucionalni model razvoja ruralnog turizma na primjeru Središnje Istre. Na *Oeconomica Jadertina*. 3(2). Str. 50-62.

c) INTERNET IZVORI

1. Adriatic Road Trip – www.adriaticroadtrip.com (01.12.2016.)
2. Agencija za ruralni razvoj Istre d.o.o. – www.azrri.hr (05.12.2016.)
3. Agenzia Nazionale del Turismo – www.enit.it (12.02.2017.)
4. Agroturizam Montičel – www.pincin-monticello.hr (04.12.2016.)
5. Agroturizam Ograde – www.agroturizam-ograde.hr (14.11.2016.)
6. Croatian Camping Union – www.camping.hr (27.11.2016.)
7. Colours of Istria – www.coloursofistria.com (20.12.2016.)
8. Dani otvorenih vrata agroturizama Istre – www.dovai.eu (23.12.2016.)
9. Glavani park – www.glavanipark.com (24.11.2016.)
10. Hotel Kaštel – www.hotel-kastel-motovun.hr (08.12.2016.)
11. Hotel San Rocco – www.san-rocco.hr (06.12.2016.)
12. Hrvatska gospodarska komora – www.hgk.hr (10.12.2016.)
13. Hrvatski zavod za zapošljavanje – www.hzz.hr (13.01.2017.)
14. Internacionalni sajam pršuta Tinjan – www.isap.hr (15.12.2016.)
15. Istarske toplice – www.istarske-toplice.hr (22.11.2016.)
16. Istarska županija – www.istra-istria.hr (20.11.2016.)
17. Istra-bike – www.istra-bike.com (17.11.2016.)
18. Istria Gourmet – www.istria-gourmet.com (17.12.2016.)
19. Jazz Is Back BP – www.jazzisbackbp.com (11.11.2016.)
20. Kamp Slapić – www.campslapic.hr (26.11.2016.)
21. Kamp Turist Grabovac – www.kamp-turist.hr (30.11.2016.)
22. Ministarstvo poljoprivrede – www.mps.hr (15.12.2016)
23. Općina Grožnjan – www.groznjan-grisignana.hr (11.11.2016.)
24. Parenzana – www.parenzana.net (17.11.2016.)

25. Parkovi Hrvatske – www.parkovihrvatske.hr (26.11.2016.)
26. Park prirode Učka – www.pp-ucka.hr (05.01.2017.)
27. Portal ponude ruralne Hrvatske – www.ruralna.hr (17.12.2016.)
28. Prodan Tartufi – www.prodantartufi.hr (14.12.2016.)
29. Stancija Kumparička – www.kumparicka.com (07.01.2017.)
30. Službeni turistički portal Istre – www.istra.hr (10.01.2017.)
31. Torrecorta – www.torrecorta.land (06.12.2016.)
32. Tunist Information UK – www.tunist-information-uk.com (18.02.2017.)
33. Turistička zajednica općine Grožnjan – www.tz-groznjan.hr (10.01.2017.)
34. Turistička zajednica središnje Istre – www.central-istria.com (19.11.2016.)
35. Vinarija Kozlović – www.kozlovic.hr (10.11.2016.)
36. Yellowstone National Park – www.yellowstonepark.com (28.11.2016.)
37. Youtube – www.youtube.com (01.12.2016.)

d) OSTALI IZVORI

PRIRUČNICI I BROŠURE

1. BRČIĆ-STIPČEVIĆ, V. et al. (2010.) Ekoagroturizam – pokretač održivog razvoja turizma. Na *Turizam i agroturizam u funkciji održivog razvitka*. Str. 104-120.
2. *Istra Countryside – Odmor u zelenoj Istri*, (2012.), Poreč: Turistička zajednica Istarske županije.
3. *Istra Gourmet – Enogastro vodič kroz Istru*, (2016.), Poreč: Turistička zajednica Istarske županije.

PLANOVI I STRATEGIJE

1. Master plan turizma Istarske županije 2015.-2025.
2. Program ruralnog razvoja u Republici Hrvatskoj 2014.-2020.
3. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine

POPIS SLIKA, TABLICA, GRAFIKONA

SLIKE

Slika 1. Manifestacija „ <i>Wine & Run</i> “ na pješačkoj stazi Parenzani.....	14
Slika 2. <i>Zip line</i> – Pazinska jama.....	16
Slika 3. Istarske toplice.....	19
Slika 4. Parkovi Hrvatske.....	26
Slika 5. Kamp Slapić.....	28
Slika 6. Ponuda „ <i>Back to nature</i> “.....	35
Slika 7. Motovun - Istarski gradić.....	40
Slika 8. Oznake zaštićenih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda.....	45
Slika 9. U bojama tradicije.....	54

TABLICE

Tablica 1. Turističke aktivnosti na ruralnom području	9
Tablica 2. Ponuda u sportskom-rekreacijskom turizmu	12
Tablica 3. Klasifikacija svetih mjesta	23

GRAFIKONI

Grafikon 1. Kalendar događaja u središnjoj Istri u 2017. godini.....	52
--	----

POPIS PRILOGA

Prilog I. Kriteriji za definiranje okvira ruralnog turizma.....	78
Prilog II. Slika Agroturizma Ograde.....	80
Prilog III. Prilog detaljnoj turističkoj klasifikaciji kulturno-povijesne baštine..	81
Prilog IV. Struktura turističke ponude.....	83
Prilog V. Slika programa Jazz festival 2016.....	84
Prilog VI. Slika programa <i>Ex Tempore</i> 2016.....	85
Prilog VII. Slika Agroturizma Montičel.....	86
Prilog VIII. Slika Ville Torrecorta.....	86
Prilog IX. Slika parka Hotela San Rocco.....	87
Prilog X. Slika vanjskog izgleda Hotela Kaštel.....	87
Prilog XI. Kolaž oznaka izvornosti istarskih autohtonih proizvoda.....	88
Prilog XII. Traženi radnici na sezonskim poslovima po najbrojnijim zanimanjima u 2016. godini.....	89

Prilog I. Kriteriji za definiranje okvira ruralnog turizma

KRITERIJI	TUMAČENJE
Smještaj domaćinstva u prirodnom okruženju, selu ili malom gradu.	Manje od 5000 stanovnika u selu/gradu ili u vrlo tipičnim/tradicionalnim naseljima.
Ruralno okruženje s izraženim obilježjima tradicionalnog poljodjelstva ili s izuzetnim prirodnim vrijednostima.	Izuzetne prirodne vrijednosti su park prirode ili sl. „Tradicionalno poljodjelstvo“ isključuje prevladavajuću industrijsku poljoprivredu (vizure kojima dominiraju staklenici, iznimno veliki proizvodni objekti i sl.).
Turizam nije glavna ili prevladavajuća aktivnost ili izvor prihoda u bližoj okolini.	Odnos broja turističkih kreveta i stanovnika u ruralnim područjima ne smije prijeći 1:1.
Dobra zaštita životne sredine, miran i tih položaj, bez buke ili zagađenja.	Prihvatljivi su mirisi i buka karakteristični za tradicionalnu poljoprivrednu proizvodnju.
Autentičnost smještajnog objekta i ambijenta.	
Gostoljubivost – osobna briga domaćina o gostu.	
Mali kapacitet smještajne jedinice.	Gornja granica kapaciteta je 40 kreveta ako nije zakonski određen ili propisan internom standardizacijom članice.
Poštivanje propisanih kriterija u ocjenjivanju.	Poštivanje prilagođenih standarda Federacije u ocjeni kvalitete.
Društvena i socijalna održivost u kontekstu multi-funkcionalnih aktivnosti na ruralnom području.	Primjena kriterija iz „Agende 21“ za turizam kada budu osmišljeni.
Povezanost s lokalnom zajednicom i tradicionalnom kulturom.	Minimum je integracija aktivnosti u okvire zajednice iz okruženja, gosti

	imaju mogućnost ostvariti kontakt s lokalnom realnošću ako to žele.
Lokalni proizvodi i gastronomija.	Dostupni u okruženju.
Kultura (folklor, zanatski proizvodi, običaji, nasljeđe,...).	Dostupni u okruženju.
Isključujući kriteriji su: gradski i industrijski lokaliteti i njihova okolica, područja masovnog ili izrazito razvijenog turizma, i buka, rizici/opasnosti, vidljiva ili druga zagađenja.	Tipični ruralni utjecaji su prihvatljivi.

Izvor: DEMONJA, D. i RUŽIĆ, P. (2010.) *Ruralni turizam u Hrvatskoj*. Zagreb: Izdavačka kuća Meridijani. Str. 22-23.

Prilog II. Slika Agroturizma Ograde



Izvor: Agroturizam Ograde – www.agroturizam-ograde.hr (14.11.2016.)

Prilog III. Prilog detaljnoj turističkoj klasifikaciji kulturno-povijesne baštine

ATRAKCIJA	MOTIV / AKTIVNOSTI
KULTURNO-POVIJESNA BAŠTINA	<ul style="list-style-type: none"> - DOKOLIČARSKA EDUKACIJA - ZADOVOLJSTVO - NEDOKOLIČARSKI MOTIVI *(stručno-znanstvena edukacija i istraživanje)
<p>Pokretni spomenici (predmeti i zbirke)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Slike, plastika, skulpture, namještaj, crkveni namještaj i riznice, proizvodi umjetničkog obrta, etnografska građa, arhivska građa, bibliotečna građa i ostali pokretni spomenici 	<ul style="list-style-type: none"> - Razgledavanje i fotografiranje (za sve spomenike) - Doživljavanje umjetničkih djela
<p>Nepokretni spomenici</p> <p>Arheološka nalazišta</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prapovijesna, antička, ranosrednjovjekovna, srednjovjekovna i podmorska <p>Spomeničke cjeline</p> <ul style="list-style-type: none"> - Urbane, poluurbane i ruralne <p>Memorijalna područja i građevine</p> <ul style="list-style-type: none"> - Groblja i nekropole, povijesna područja i lokaliteti, građevine vezana uz znamenite ljude i događaje, spomenici u čast znamenitoj osobi ili događaju, spomen-ploče i objekti <p>Pojedinačne sakralne građevine</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crkve, samostani, kapelice, raspela i pilovi <p>Pojedinačne profane zgrade i građevine</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Spoznavanje povijesnih tijekova - Razgledavanje i fotografiranje (za sve spomenike) - Doživljavanje umjetničkih djela

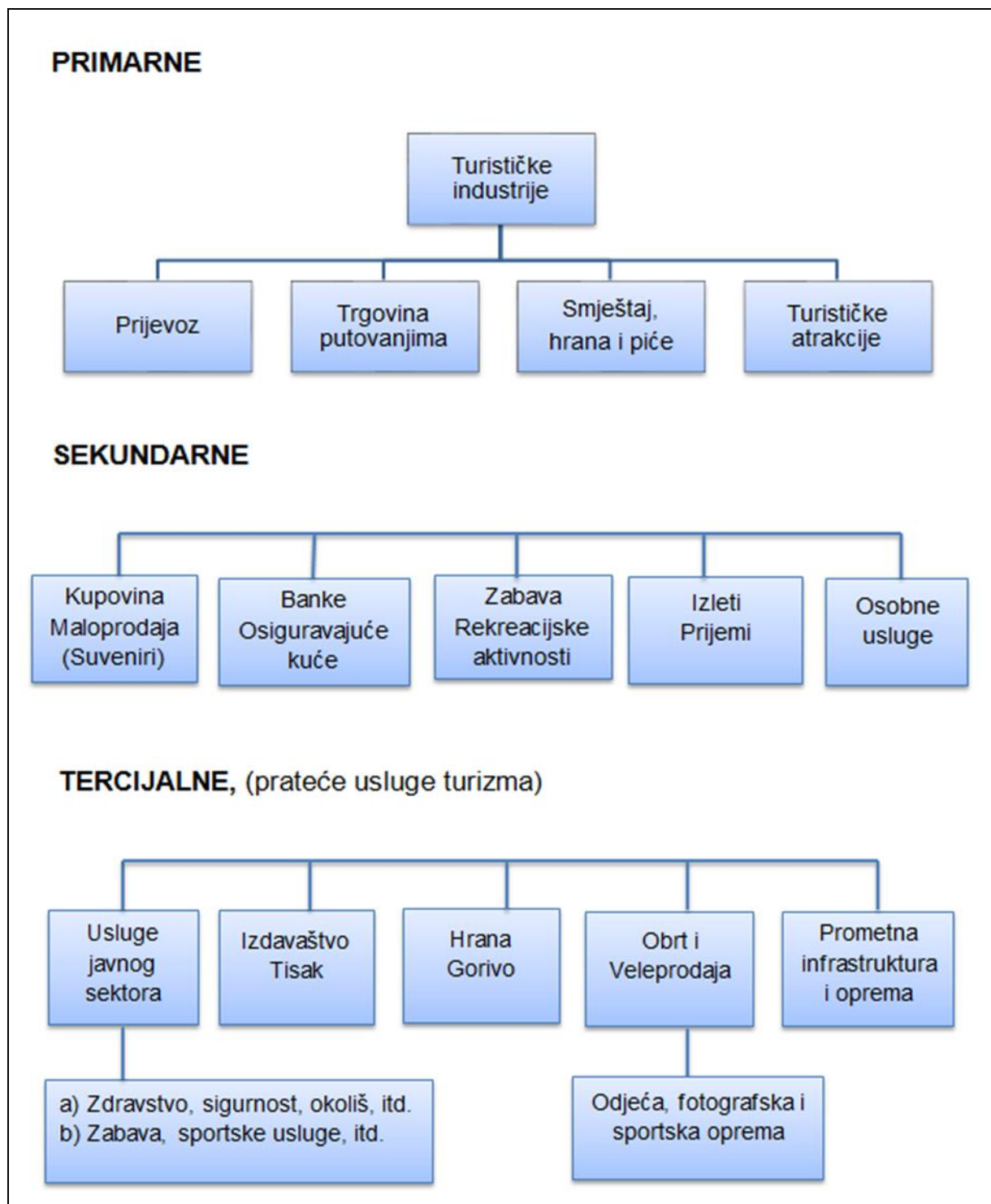
- Burgovi i dvorci, kurije, palače, vile, ljetnikovci, stambene zgrade, gospodarske zgrade, javne zgrade, zgrade i građevine posebne namjene, fortifikacijske građevine, prometne građevine, vodoprivredne građevine, poljodjelske građevine i ostale građevine

Vrtna arhitektura

- Vrtovi, vrtovi zgrada, gradski vrtovi, gradski parkovi, perivoji, perivoji dvoraca, drvoredi, grobljanski vrtovi, grobljanski perivoji i drugi objekti

Izvor: KUŠEN, E. (2002.) *Turistička atrakcijska osnova*. Zagreb: Institut za turizam. Str.97.

Prilog IV. Struktura turističke ponude



Izvor: LICKHORISH, L.J. i JENKIC C.L., (2006.) *Uvod u turizam*. Split: Ekokon d.o.o..
Str. 136.

Prilog VI. Slika programa *Ex Tempore* 2016.



SABATO, 24 SETTEMBRE	SUBOTA, 24 RUJNA	SOBOTA, 24 SEPTEMBER
17.30 Presentazione del libro di Daniel Načinović "Grisignana - albo illustrato della città degli artisti" - edizione in lingua italiana	17.30 Predstavljanje knjige Daniela Načinovića "Grožnjan - šarena čitanka iz grada umjetnika" - izdanje na talijanskom jeziku	17.30 Predstavitelj knjige Daniela Načinovića "Grožnjan, ilustrirana slikanica o mestu umetnikov" - izdaja v italijanskem jeziku
19.00 "Grisignana canta", programma artistico-culturale della Comunità degli Italiani di Grisignana	19.00 "Grožnjan pjeva", umjetničko-kulturni program Zajednice Talijana Grožnjan	19.00 "Grožnjan poje", umetniško-kulturni program Italijanske Skupnosti Grožnjan
DOMENICA, 25 SETTEMBRE	NEDJELJA, 25 RUJNA	NEDELJA, 25 SEPTEMBER
10.00 Esposizione e vendita delle pubblicazioni della casa editrice EDIT	10.00 Predstavljanje i prodaja knjiga izdavačke kuće EDIT	10.00 Razstava in prodaja knjig založniške hiše EDIT
11.00 Esibizione della banda d'ottoni della Comunità degli Italiani di Buie (lungo le vie di Grisignana)	11.00 Nastup limene glazbe Zajednice Talijana Buje (po ulicama Grožnjana)	11.00 Nastop pihalnega orkestra Skupnosti Italijanov Buje (po ulicah Grožnjana)
11.30 Quintetto d'ottoni della banda cittadina di Muggia "Serenade ansamble" (lungo le vie di Grisignana)	11.30 "Serenade ansamble" kvintet gradske limene glazbe iz Milja (po ulicama Grožnjana)	11.30 Nastop pihalnega kvinteta "Serenade ansamble" iz Milja (po ulicah Grožnjana)
13.30 Intrattenimento musicale con il Trio Saltin (Loggia)	13.30 Glazbena zabava uz Trio Saltin (Loggia)	13.30 Glasbena zabava s Triom Saltin (Loggia)
14.30 Degustazione dei vini rossi, mostra del tartufo bianco e dei funghi dell'Istria (Loggia)	14.30 Degustacija crvenih vina, izložba bijelog tartufa i gljiva Istre (Loggia)	14.30 Degustacija rdečih vin, razstava belega tartufa in istrskih gob (Loggia)
16.00 Figli delle Stelle Varietà all'italiana tra comicità e canzoni con Ornella Serafini e Flavio Furian	16.00 Figli delle Stelle - Vedra pozornica na talijanski način kroz smijeh i pjesmu sa Ornello Serafini i Flavio Furianom	16.00 Figli delle Stelle - Veseli varjete na italijanski način med smehom in pesmijo z Ornello Serafini in Flavio Furianom
17.30 Premiazione della XXIII edizione dell'Ex tempore (Belvedere)	17.30 Dodjela nagrada XXIII izdanja Ex tempore (Belvedere)	17.30 Podelitev nagrad XXIII. izvedbe natečaja Ex tempore (Belvedere)

Izvor: Općina Grožnjan – www.groznjan-grisignana.hr (11.11.2016.)

Prilog VII. Slika Agroturizma Montižel



Izvor: Agroturizam Montižel – www.pincin-monticello.hr (04.12.2016.)

Prilog VIII. Slika Ville Torrecorta



Izvor: Torrecorta – www.torrecorta.land (06.12.2016.)

Prilog IX. Slika parka Hotela San Rocco



Izvor: Hotel San Rocco – www.san-rocco.hr (06.12.2016.)

Prilog X. Slika vanjskog izgleda Hotela Kaštel



Izvor: Hotel Kaštel – www.hotel-kastel-motovun.hr (08.12.2016.)

Prilog XI. Kolaž oznaka izvornosti istarskih autohtonih proizvoda



Izvor: Ministarstvo poljoprivrede – www.mps.hr,

Agencija za ruralni razvoj Istre d.o.o. – www.azrri.hr (17.12.2016)

Prilog XII. Traženi radnici na sezonskim poslovima po najbrojnijim zanimanjima u 2016. godini

ZANIMANJE	BROJ	POSTOTAK
Konobar	6.711	17,3
Prodavač	3.956	10,2
Kuhar	3.854	9,9
Sobar	3.660	9,4
Čistač	2.693	6,9
Kuhinjski radnik	2.106	5,4
Pomoćni kuhar	1.804	4,6
Pomoćni konobar	1.263	3,2
Recepcionar	952	2,4
Turistički animator	817	2,1
Radnik u održavanju	498	1,3
Pekar bureka i pizze	431	1,1
Vrtlarski radnik	380	1,0
Barmen	379	1,0
Radnik za pomoć u kući	371	1,0
Radnik na proizvodnoj liniji	360	0,9
Skladišni radnik	342	0,9
Hotelijsko-turistički službenik	331	0,9
Vozač teretnog vozila	328	0,8
Pralja (tradicionalna)	310	0,8
UKUPNO	38.876	

Izvor: Hrvatski zavod za zapošljavanje – www.hzz.hr (13.01.2017.)

SAŽETAK

Ruralni razvoj je glavni čimbenik revitalizacije sela i sprječavanja iseljavanja stanovništva ruralnih područja kroz poticanje turizma. Utječe na razvoj manje razvijenih područja, ruralnih područja, kontinentalnih područja i potencijalnih regija. Za razvoj ruralnih područja ključno je održati očuvani lokalni identitet destinacije koji se odnosi na prirodu, kulturu, tradiciju, domaću proizvodnju i autohtone proizvode. Brojni su učinci koji proizlaze iz ruralnog razvoja te se oni mogu odraziti pozitivno ili negativno na ruralnu sredinu. U Hrvatskoj ruralni turizam ima više izvora za opstanak i za razvoj na području cijele države, no najviše se razvoj ruralnog turizma usmjerava prema prirodnim, kulturnim ili drugim atrakcijama poput nacionalnih parkova i parkova prirode, planinskih područja, toplica, u blizini rijeka, jezera, u područjima veće poljoprivredne proizvodnje te u primorskim regijama. Razvoj ruralnog turizma treba usmjeravati prema globalnim trendovima i inovacijama što doprinosi otklanjanju ili barem smanjenju sezonskog imidža zemlje. Ruralni turizam valorizira ruralno nasljeđe, prirodne i kulturne resurse, te povijest i lokalno stanovništvo.

Ključne riječi: Ruralni razvoj; Turizam; Ruralni turizam;

SUMMARY

Rural development plays the main role in rural transformation and in avoiding depopulation of rural areas by stimulating tourism. It affects less developed rural, mainland and potential areas and regions. It is essential to preserve traditional local identity of the destination: nature, culture, tradition, home-made production and native (autochthonous) products. The consequences that arise from the rural transformation may generate both positive and negative effects on rural people. In Croatia, rural tourism has good basis for subsistence and development in the whole country, nevertheless its development is focused mostly on natural, cultural and other attractions, such as national and nature parks, mountains, spas, rivers and lakes, areas with agricultural production and seaside regions. It is necessary to direct the development of rural tourism towards global trends and innovations that will remove or at least lessen the image of a seasonal country. Rural tourism enhances rural inheritance, natural and cultural resources, as well as history and local people.

Key words: Rural development; Tourism; Rural tourism;