

Ruralni turizam u Istarskoj županiji

Doblanović, Dean

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

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:137:571016>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-29**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

DEAN DOBLANOVIĆ

RURALNI TURIZAM ISTARSKE ŽUPANIJE

Završni rad

Pula, rujan, 2020.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

DEAN DOBLANOVIĆ

RURALNI TURIZAM ISTARSKJE ŽUPANIJE

Završni rad

JMBAG: 0303044934, izvanredan student

Studijski smjer: Turizam

Predmet: Ekonomija doživljaja

Znanstveno područje: Područje društvenih znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Trgovina i turizam

Mentor: doc.dr.sc. Aljoša Vitasović

Pula, rujna, 2020.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani Dean Doblanović, kandidat za prvostupnika poslovne ekonomije smjera Turizam, 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, ____ rujana, 2020. godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Dean Doblanić, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj Završni rad pod nazivom “**RURALNI TURIZAM U ISTARSKOJ ŽUPANIJI**” 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, ____ rujana, 2020. godine

Potpis

SADRŽAJ

UVOD	1
1. TURIZAM I TURISTIČKI TOKOVI	3
1.1. MASOVNOST I PRETJERANO ISKORIŠTAVANJE	3
1.2. SUVREMENA SELEKTIVNOST I BRIGA O OČUVANJU	4
2. ISTARSKA ŽUPANIJA.....	6
2.1. OPĆENITI PODACI O ISTARSKOJ ŽUPANIJI	6
2.1.1. <i>Položaj</i>	6
2.1.2. <i>Klima</i>	9
2.1.3. <i>Vegetacija</i>	10
2.2. TURIZAM ISTARSKE ŽUPANIJE	11
2.3. TURISTIČKA PONUDA ISTARSKE ŽUPANIJE	13
3. RURALNI TURIZAM KAO OBLIK SELEKTIVNOG TURIZMA	17
3.1. SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA	17
3.2. RURALNI TURIZAM ISTARSKE ŽUPANIJE	19
3.2.1. <i>Pojmovno određenje</i>	19
3.2.2. <i>Ciljna skupina ruralnog turizma</i>	21
3.2.3. <i>Trenutačna postojeća ponuda ruralnog turizma Istarske županije</i> 24	
3.2.3.1. Tipovi domaćinstava ruralnog turizma IŽ.....	26
3.2.3.2. Ponuda ruralnog turizma IŽ.....	30
3.2.3.3. Dani otvorenih vrata agroturizama IŽ	33
3.2.4. <i>Mogućnosti za poboljšanje ponude</i>	33
ZAKLJUČAK.....	38
LITERATURA.....	40
POPIS SLIKA I TABLICA	43
SAŽETAK.....	44
SUMMARY	45

UVOD

Istarska županija nalazi se na zapadu Republike Hrvatske te zauzima površinu od 2 813 km², a smještena je u sjeveroistočnom dijelu Jadranskog mora, okružena morem s tri strane. Svake godine privlači sve veći broj posjetitelja koji uživaju u njenim blagodatima kojih ima mnogo: prirodne ljepote, čisto more, ugodna klima, atrakcije...

S obzirom na to da današnji način života ostavlja danak na nama te s ciljem regeneracije uma i tijela, odmaka od užurbane svakodnevice, urbane sredine, žamora, šablonizacije, zagađenja, turisti traže odmak, ciljajući pronaći svoj unutrašnji mir i iskusiti tišinu, a navedeno se unazad 20-ak godina pronalazi u Istarskoj županiji.

Naglasak više nije na slaganju profita na profit, već se posvećuje pažnja željama i preferencijama turista, nastojeći ponudu prilagoditi njemu i njegovim individualnostima. Rješenje odmaka od unificiranosti je vraćanje autentičnosti, prirodi, životinjama, mirisu trave, sijena, zemlje, i u toj potrebi iznjedrio je ruralni turizam. Ruralni turizam javio se kao odličan odgovor na obogaćenje ponude unutrašnjosti, a danas mnogima donosi odmak od glave pune informacija, donosi mogućnosti umirenja i opuštanja, relaksacije i punjena baterija.

Istarska županija unazad 23 godine u svojoj ponudi ima uvršten ruralni turizam, koji je u svojim počecima 1999. godine bilježio 37 registriranih agroturističkih domaćinstava s ukupno 108 kreveta, a danas 21 godinu kasnije bilježi 225 domaćinstava s kapacitetom od 1759 kreveta. Sustavno ulaganje u rast i razvoj uočava se u klasteru Središnja Istra, u kojem je i najzastupljeniji ovaj oblik turizma. Dodatnim elementima koji se uvrštavaju u ponudu kao što su kulinarske radionice, jahanje konja, branje voća i povrća, briga o životinjama i sl., dodatno osigurava stvaranje potpunog turističkog iskustva kod gostiju koji puni doživljaja odlaze nazad u svoje zemlje te prenose dobru riječ.

Predmet i cilj rada

Predmet istraživanja završnog rada je istražiti trenutačnu turističku ponudu Istarske županije s glavnim fokusom na ponudu ruralnog turizma, s ciljem proširenja dosadašnjih saznanja.

Izvori podataka i metode istraživanja

Pri istraživanju za potrebe pisanja završnog rada korištena je turistička literatura kao sekundarni izvor podataka, te članci, istraživački radovi, programi, strategije, brošure, priručnici i mrežni izvori kao primarni. Od velike pomoći bilo je i dosadašnje znanje stečeno kroz fakultetsko obrazovanje, kako ekonomskih tako i turističkih kolegija. Metode koje su korištene pri izradi seminarskog rada jesu sljedeće: metoda istraživanja, analize, induktivna metoda te metoda konkretizacije.

Struktura rada

Završni rada s uvodom i zaključkom sadrži pet poglavlja. Tijekom uvodnog poglavlja naveden je predmet i cilj rada, izvori podataka, metode istraživanja koje su korištene za potrebe pisanja rada te sama struktura rada. Završni rad započinje prvim poglavljem u kojem je opisan turizam i njegovi turistički tokovi, kakvi su bili nekada, aludirajući na masovni turizam, te kakvi su danas u doba suvremenog turizma. Općeniti podaci o Istarskoj županiji kao i njeno predstavljanje kao turističke destinacije predstavljeno je tijekom drugog poglavlja. Glavni i najvažniji dio rada istraživani je tijekom trećeg poglavlja, ruralni turizam kao oblik selektivnog turizma. Tijekom ovog poglavlja opisani su selektivni oblici turizma te je predstavljen ruralni turizam Istarske županije. Opisano je što je ruralni turizam, koja je njegova ciljna skupina, kakva je trenutačna postojeća ponuda te postoje li kakve mogućnosti za daljnje poboljšanje. Na kraju rada, daje se zaključno razmatranje cjelokupnog završnog rada i popis literature.

1. TURIZAM I TURISTIČKI TOKOVI

1.1. Masovnost i pretjerano iskorištavanje

Turizam svoju pojavu veže uz 19. stoljeće, međutim putovanja su se odvijala i puno ranije od toga. Ljudska znatiželja i želja za izdizanjem među drugima često je bila glavni povod putovanja mnogih plemića, baruna i drugih bogatih pučana, no prvi organizirani oblici, koji su imali zabilježene ekonomske utjecaje u većim razinama, događaju se u 19. stoljeću.

Masovni turizam bio je obilježen ubrzanim razvojem koji je nažalost imao iznimno agresivan pristup prema prirodi i lokalnom stanovništvu, koji je destinacije maksimalno iskorištavao stvarajući prevelike pritiske, glavni fokus bio je na kvantiteti i zaradi. Usred navedenog adekvatno upravljanje bilo je iznimno otežano, posebice jer je sezonalnost bila iznimno izražena, a sam turizam se razvijao na svakom koraku u određenoj dozi „nestabilnosti“. Mnogo je negativnih reperkusija koje su bile rezultat masovnog turizma, te upravo se radi toga počelo tražiti rješenje za drugačiji pristup i ponudu.

Alfier (1994) navodi kako je u svojim počecima turizam imao velike pritiske na destinacije u koje se putovalo, masovni dolasci uzrokovali su mnoge probleme koji su godinama kasnije ostajali u destinaciji, kao što je onečišćenje, zagušenje kapaciteta, rušenje kvalitete života domicilnog stanovništva i sl. Masovnost je sa sobom donijela mnoge reperkusije, no nije sve u negativnom smislu. Mišljenje autora rada je kako su ti isti dolasci bili poticaj poboljšanja kvalitete usluge, usred čega su mnoge destinacije ulagale u rast i razvoj infra i suprastrukture, stvarala su se nova radna mjesta, dakle bilo je i pozitivnih aspekata koje je masovnost donijela sa sobom, no svakako je do puno većeg isticanja došla negativnost i negativne reperkusije.

Masovnost je do izražaja dovela iznimnu šablonizaciju ponude, sve destinacije imale su skoro pa identičnu ponudu, nije bilo neke prevelike razlike. Jasno je da kada je nešto „uniformirano“, teško da će u gomili doći do izražaja. Preveliki pritisak uzrokovao je uništavanje resursa, gubitak identiteta, ugrozio je lokalni način života, turističke destinacije bile su na samom rubu zasićenja.

Destinacije su pucale po šavovima, i mnogi isto nisu uviđali već su samo vizualizirali ekonomske koristi koje su destinacija i pojedinci ostvarivali. Ogromni učinci na mnogim su lokalitetima pustili nepopravljivu štetu, svjedočeći rasprirodnjavanju na najljepšim i najosjetljivijim mjestima, a sve navedeno donijela je industrijalizacija i globalizacija. (Jadrešić, 2010)

„Masovnost turističkih dolazaka postaje problem za destinacije gdje se kao antipod postojećeg razvoja razvijaju selektivne i alternativne turističke forme.“ (Gržinić, 2018;6)

Unificiranost ponude, nemaran odnos prema okolišu, pretjerani priljev turista na mali prostor, gušenje lokalnog stanovništva, samo su neki od razloga zašto je masovni turizam bio kratka vijeka, te ga nastavlja dalje suvremeni turizam.

1.2. Suvremena selektivnost i briga o očuvanju

Potreba za odmakom od masovnošću rezultirala je današnjim turizmom, kojeg ćemo nazvati suvremenim. Suvremeni turizam u potpunosti je različit od masovnog, prvenstveno jer brine o okolišu i njegovom očuvanju, poštuje lokalne stanovnike, rasterećuje destinacije te donosi nove oblike turizma, koji su prilagođeni željama pojedinaca.

„Turizam danas u svijetu predstavlja takvu pojavu, koja ostvaruje veoma značajne rezultate na gospodarski i društveni život u emitivnim zemljama (zemlje u kojima je zapažen veći intenzitet i sklonost stanovništva putova-njima u druge zemlje) i receptivnim turističkim zemljama (zemlje koje u većoj mjeri prihvaćaju turiste).“ (Galičić i Laškarin, 2016;11)

Suvremenost se uvelike očitava u razaznavanju prijeko potrebe destinacija za odzasićenjem, minimaliziranjem pritisaka, određivanja, stvaranja i implementiranja posebne ponude koja će privlačiti ciljne skupine ljudi. Mnoštvo negativnih reperkusija masovnog turizma mnogima su otvorile oči pa se tako još 70-tih godina prošlog stoljeća uvidjela prijeka potreba za hitnom promjenom, a ta hitna promjena nastupila je u vidu posebno dizajniranih, pojedincima usmjerenih oblika turističke ponude selektivnim oblicima turizma.

„Sedamdesetih i osamdesetih godina 20. stoljeća, kao suprotnost prevladavajućem masovnom turizmu javljaju se novi oblici turizma. Turizam je proširio svoje djelovanje ili se vezao uz druge sektore pa se javljaju različiti oblici turizma koji nastoje biti kvalitetniji, održivi, ekološki odgovorni, humaniji i prilagođeni određenim turističkim destinacijama.” (Jadrešić, 2010;164)

Najviše je uočeno kako se isti vežu uz pojam ekološki osviještenoga turizma, turizma koji naglašava izvorno, autentično, posebno i odgovorno, turizma koji odmiče čovjeka od njegove svakodnevice pružajući mu mogućnost kreiranja posebnih doživljaja i iskustava i stvaranja dodane vrijednosti. Selektivni turizam je održivi turizam, rasteretio je destinacije, osigurao očuvanje lokalnog i zadovoljenje potreba svih sadašnjih ali i budućih generacija koje dolaze.

Selektivni oblici turizma donijeli su suvremenost u ponude destinacija, omogućujući rasterećenje uz daljnje stvaranje financijskih tokova, minimalizirajući negativnosti koje su dolazile s masovnošću.

Suvremenost u današnjem turizmu očitava se kroz mnoštvo obilježja, najviše se pritom ističe dinamičnost gostiju, odnosno njihova želja za viđenjem, učenjem i doživljavanjem novoga. Kako bi se navedeno kvalitetno ispunilo kod gosta, Hendija (2014) navodi kako je važno da je turizam diferenciran, segmentiran, da je ponuda „*taylor made*“, da se gostu pruža mogućnost učenja i stvaranja novih turističkih iskustava, različitost u ponudi koja zadovoljava sve ciljne skupine, ekološki i održivi pristup kreiranju i plasiranju ponude. Danas nije više toliko zastupljeno da se na odmor ide u trajanju od 2 tjedna kako je to nekada bio slučaj, suvremeni turizam obilježavaju kraća putovanja, bijeg od svakodnevice na jedan do tri dana, turistu ti isti odmori služe kao prekid rutine i punjenje baterija kako bi lakše izdržali pritisak koji imaju inače u svom svakodnevnom životu. Isti ti odmori više nisu samo jednom godišnje, već više puta godišnje, često i više puta na mjesec, bilo riječ o bližem ili daljem odmoru.

2. ISTARSKA ŽUPANIJA

2.1. Općeniti podaci o Istarskoj županiji

2.1.1. Položaj

Svoje uspjehe Istarska županija (IŽ) može zahvaliti svojem položaju, ista se nalazi u blizini emitivnih tržišta, ima pristup morem kojim je okružena sa tri strane, zrakom i cestom. Smještaj IŽ je na najzapadnijem dijelu države, na najvećem dijelu Istarskog poluotoka, a obuhvaća teritorij od 2 820 kilometara, što čini skoro 5% ukupnog teritorija Republike Hrvatske, točnije 4,98% (www.istra-istria.hr).

„Istra je kao najveći poluotok sjeveroistočnog Jadrana podijeljena između tri suverene države, pri čemu najveći dio (90 %) pripada Republici Hrvatskoj. Rasprostire se na teritoriju južno od Miljskog zaljeva i Krasa do zaljeva Preluka kod Rijeke.“ (Šuligoj et.al.,2015;19)

Prema Master planu turizam Istarske županije od 2015 do 2025. godine, Istarska županija je najzapadnija županija Republike Hrvatske i teritorijalno je organizirana na 41 jedinicu lokalne samouprave, odnosno na 10 gradova i 31 općinu sa sjedištem u Pazinu.

Istarska županija je administrativno podijeljena u sljedećih 10 gradova (slika 1.) (www.istrapedia.hr)

- Buje (*Buie*)
- Buzet (*Pinguente*)
- Labin (*Albona*)
- Novigrad (*Cittanova*)
- Pazin (*Pisinio*)
- Poreč (*Parenzo*)
- Pula (*Polá*)
- Rovinj (*Rovigno*)
- Umag (*Umago*)
- Vodnjan (*Dignano*)

Daljna administrativna podjela je na 31 općinu (slika 1.) (www.istrapedia.hr)

- Bale (*Valle*)
- Barban (*Barbana*)
- Brtonigla
(*Verteneglio*)
- Cerovlje (*Cerreto*)
- Fažana (*Fasana*)
- Funtana (*Fontane*)
- Gračišće
(*Galignana*)
- Grožnjan
(*Grisignana*)
- Kanfanar
(*Canfanaro*)
- Karojba (*Caroiba*)
- Kaštelir-Labinci
(*Castellier-Santa
Domenica*)
- Kršan (*Chersano*)
- Lanišće (*Lanischie*)
- Ližnjan (*Lisignano*)
- Lupoglav
(*Lupogliano*)
- Marčana
(*Marzana*)
- Medulin (*Medolino*)
- Motovun
(*Montona*)
- Oprtalj (*Portole*)
- Pićan (*Pedena*)
- Raša (*Arsia*)
- Sveti Lovreč (*San
Lorenzo del
Pasenatico*)
- Sveta Nedelja
(*Santa Domenica*)
- Sveti Petar u Šumi
(*San Pietro in
Selve*)
- Svetvinčenat
(*Sanvincenti*)
- Tar-Vabriga
(*Torre-Abrega*)
- Tinjan (*Antignana*)
- Višnjan (*Visignano*)
- Vižinada (*Visinada*)
- Vrsar (*Orsera*)
- Žminj (*Gimino*)

Slika 1. Istarska županija



Izvor: Leksikografski zavod Miroslav Krleža, dostupno na <http://proleksis.lzmk.hr/28352/> (pristupljeno 31.7.2020.)

Istarska županija se dijeli na tri područja, na bijelu, crvenu i sivu Istru. Sam naziv već otkriva o čemu je riječ i zašto su točno ti određeni dijelovi dobili takve nazive. Naime, bijela Istra obiluje kršnim područjem te je vegetacija na ovom području iznimno rijetka i oskudna. Nalazi se na sjeveru i sjeveroistoku brdovitog ruba Istarske županije. Crvena Istra dio je uz samu morsk obalu, koja ima specifično obilježje zemlje crvenice i riječ je o vapnenačkoj zaravni. Na području Sive Istre nalazi se mnogo gline, pješčenjaka te lapora koji je nepropustan, zajednički čine tipična pobrđa fliša.

2.1.2. Klima

Klimatski uvjeti u Istarskoj županiji idealni su za razvoj i implementaciju cjelogodišnjeg turizma. Ljeti se zahvaljujući svojoj sredozemnoj klimi koja donosi ugodne temperature, mnogo sunca, kao i činjenicom da je morska voda iznimno čista i značajne kvalitete a zrak je izrazito svjež, mnogi uživaju u raznim aktivnostima, no svakako je najdraže svima kupanje u moru.

„Godišnji prosjek temperatura zraka duž sjevernog dijela obale iznosi oko 14°C , a na južnom području i otocima 16°C. Siječanj je najhladniji mjesec sa srednjom temperaturom uglavnom oko 6°C, a srpanj i kolovoz najtopliji, sa srednjom temperaturom oko 24°C. Razdoblje kada je dnevni srednjak temperature zraka viši od 10°C traje približno 260 dana godišnje, a vruće vrijeme, s dnevnim maksimumom iznad 30°C, traje najviše dvadesetak dana.”
(www.istra-istria.hr)

U Masterplanu turizma Istarske županije od 2015.-2025. godine navedeno je kako na temperaturu u IŽ utječu kopno, more i nadmorska visina. Tako primjerice u onim najnižim dijelovima uz obalu temperaturau srpnju obično biva od 22 do 24° C, na nadmorskim visinama do 150 metra. Kako se ide na višlju nadmorsku visini, tako se temperature snižavaju, a u siječnju u istim predjelima može pasti na 2 do 4°C, dok u najvišim predjelima na sjeveroistoku poluotoka često padne i ispod 2°C. U unutrašnjosti tijekom srpnja temperature uglavnom bivaju od 20 do 22°C, u brdovitoj Čičariji 18 do 20°C, a na najvišim vrhovima i ispod 18°C. Temperaturne razlike manje se osjete u proljeće a više u jesen kada se promatra obalno područje te unutrašnjost IŽ. Ovdje Sunce pretežito ima svojih 2.388 sati godišnje, s najdužom insolacijom u ljetnim mjesecima koja prosječno iznosi 10 sunčanih sati dnevno.

Gledajući na padaline, one se postepeno povećavaju od zapadne obale prema unutrašnjosti, a vjetrovi koji ovdje pušu jesu bura, jugo i maestral. Temperatura mora se uglavnom u najtoplijem razdoblju u kolovozu kreće oko 24°C, dok je najniža u ožujku kada se kreće između 9 i 11°C.

Među ostalim, mnogo je raznih oblika selektivnog turizma koji se ovdje odvija u ljetnim mjesecima, ali i u pred i post sezonu. Obzirom da su zime iznimno blage, temperatura biva ugodna i pogoduje za aktivan odmor čak i u prirodi. Mnogo je raznih selektivnih oblika turizma koji se zahvaljujući povoljnim klimatskim uvjetima provode i u vrijeme zimskih mjeseci, no zasigurno se isti mogu još više potaknuti kada isto omogućuje sredozemna klima.

2.1.3. Vegetacija

Gledajući snimku Istarske županije iz zraka, uočava se kako je čak 1/3 pod zelenilom. Raskoš bujnih šuma i makija mnoge ostavlja bez daha, gledajući isto iz zraka ili pak šetajući se kroz zelenilo. Borove šume, crnika, planika, makija, hrast lužnjak, razne edemske vrste, sve navedeno krasi Istarske županije. Od jednog kraja do drugog, mnogo je zaštićenih predjela koji su nadaleko poznati u svijetu po svojim ljepotama, kao što su Brijuni, rt Kamenjak, Limski zaljev, Šijanska šuma, ornitološki rezervat Palud i Motovunska šuma.

Zaigurno najpoznatiji je rt Kamenjak, koji je sa svojim akvatorijem jedan od najljepših zaštićenih dijelova prirode, s mnoštvom uvalica i prekrasno razvedenom obalom.

Posebnost u Istarskoj županiji svakako je hrast lužnjak koji se nalazi uz rijeku Mirnu i to upravo zato što je on inače karakterističan za kontinentalne nizinske dijelove Hrvatske. Na Brijunima i na rt-u Kamenjakk nalazi se najviše biljnih vrsta, 591 biljna vrsta na Kamenjaku, od čeka su neke i edemske, dok na Brijunima raste njih oko 680. Zaštićeni predjeli osim Brijuna i Kamenjaka su i park prirode Učka, zaštićeni krajolik Limski zaljev, Motovunska šuma, park šuma Zlatni rt, ornitološki rezervat Palud pokraj Rovinja i park šuma Šijana pokraj Pule.

2.2. Turizam Istarske županije

Istarska županija je najrazvijenija u RH s najistaknutijim turizmom koji vodi u rastu i razvoju, nakon čega ga slijedi poljodjelstvo, ribarstvo, dok industrija nažalost posljednju godinu biva „na mukama“ i polako se počinje gasiti, posebice brodogradnja. Razvoj suvremenog turizma u IŽ započeo je prije skoro 180 godina te je njegov razvoj uglavnom tekao ovisno o raznim društvenim i političkim prilikama. (Šuligoj et.al.,2015)

Tradicija, ljepota, bogatstva, autentičnost, čisto more i zrak, zelenilo, sve navedeno često IŽ daje i naziv „nova Toscana“. (www.istriaexperience.com)

Svoj konstantni rast i razvoj koji se iz godine u godinu bilježi, odličan geografski položaj, prometna povezanost sa svim okolnim emitivnim tržištima, prirodna bogatstva, tradicija, autentičnost, javno-privatna partnerstva, razne prekogranične suradnje, stabilnost regionalne politike kao i mnoge druge pozitivne stavke, sve navedeno jasno daje do znanje zašto je IŽ danas najrazvijenija turistička regija RH.

„Turizam u Istri usmjeren je na jače povezivanje s poljoprivredom, kao i promoviranje enogastronomije, cikloturizma, zdravstvenog i nautičkog turizma. Na taj se način, obogaćuje i proširuje ponuda koja nije više vezana samo uz obalu.“ (www.hrturizam.hr)

Zahvaljujući upravo brojnoj raznovrsnoj ponudi, IŽ iz godine u godinu bilježi sve veći broj posjetitelja koji upravo ovu destinaciju odabiru za svoj odmor i relaksaciju.

U nastavku se u Tablici 1. prikazuje broj dolazaka i noćenja turista u IŽ u promatranom razdoblju od 2015. do 2019. godine.

Tablica 1. Dolasci i noćenja turista u IŽ u promatranom razdoblju od 2015. do 2019. godine

	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
DOLASCI	3.570.668	3.852.114	4.223.233	4.456.792	4.609.820
NOĆENJA	23.668.568	25.010.890	27.511.615	28.443.129	28.709.938

Izvor: izrada autora prema podacima dostupnima na mrežnoj stranici Službeni turistički portal Istarske županije, dostupno na <https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/statistika/arhiva> (pristupljeno 28.7.2020.)

Kao što je vidljivo iz podataka prikazanim u Tablici 1., IŽ iz godine u godinu bilježi povećanje broja dolazaka i noćenja. Tijekom 2016. godine u odnosu na 2015., broj dolazaka turista povećao se za 7,3%, 2017. u odnosu na 2016. za 8,8%, 2018. u odnosu na 2017. za 5,2% te 2019. u odnosu na 2018. za 3,3%. Uočava se kako 2018. te 2019. godine nije nastavljen trend većeg povećanja broja dolazaka već se isti postepeno počeo smanjivati. Nažalost, ove godine će taj postotak ići u minus, obzirom na situaciju koja je zadesila cijeli svijet- Covid pandemija.

Što se tiče broja noćenja, ono također bilježi porast. U 2016.godini gledajući u odnosu na 2015., bilježi se povećanje broja noćenja od 5,4%, u 2017. u odnosu na 2016. za 9,1%, u 2018. u odnosu na 2017. za 3,3% te 2019. u odnosu na 2018. za 0,9%. Također, kao i kod broja dolazaka, obzirom na trenutno stanje uzrokovano Covid pandemijom, za rezultate u 2020. godini očekuje se veliki pad te pad postotka ispod nule.

Svake godine sve se veći broj turista odlučuje za IŽ kao svoju destinaciju odmora i relaksacije. Prirodno-geografska obilježja iznimno pogoduju rastu i razvoju turizma (čisto more visoke kakvoće, svjež zrak, raznolikost ponude)

sve navedeno recept je za dobru turističku ponudu. Obzirom na svoja obilježja, svaki dio IŽ ima svoje selektivne oblike turizma koji su više izraženi od drugih, a ponuda selektivnih oblika turizma iznimno je šarolika te je sigurno da svatko pronalazi nešto po svom ukusu. Pomno planiranje, stvaranje i plasiranje ponude selektivnih oblika turizma postepeno je s godinama povećavalo privlačenje ciljnih skupina turista, čime se ostvaruje ujedno i povećani prihod i rasterećenje same destinacije, a svi navedeni oblici zastupljeni su na područjima IŽ koja navedenim pokriva mnoge razne preferencije koje pojedinci imaju.

2.3. Turistička ponuda Istarske županije

Svake godine ovdje se slijeva sve veći broj posjetitelja koji dolaze uživati u ugodnoj klimi, vegetaciji, moru i zraku te iznimno šarolikoj ponudi koja za svakoga osigurava ponešto. Ponuda selektivnih oblika turizma se s godinama povećavala što je omogućilo selektivnije privlačenje ciljnih skupina gosta, čime se ostvario povećani prihod ali i rasterećenje same destinacije.

Najveća turistička središta IŽ nalaze se uz samo more, s najvećim zabilježenim razvojem kod nautičkog turizma, zatim sportski te dentalni. Ovdje pronalazimo mnoge vrste selektivnih oblika turizma, a mnogi pomažu produljenu sezona jer gosti uživaju u njima tijekom cijele godine i omogućuju cjelogodišnje punjenje turističkih blagajni.

Trenutačna turistička ponuda IŽ iznimno je šarolika, te svatko pronalazi nešto za sebe. Kako je već rečeno, ovdje su iznimno razvijeni selektivni oblici turizma:

- Sportski
- Nautički
- Gastronomski
- Zdravstveni
- Dentalni

- Kulturni
- Ruralni
- Kamping

Sportski turizam u IŽ među najrazvijenijima je, što potvrđuju brojna natjecanja, događanja i aktivnosti koje se odvijaju skoro pa kroz cijelu godinu. Sportski turizam najviše je zastupljen u Umagu i Poreču ali i u unutrašnjosti gdje je najviše razvijen cikloturizam gdje biciklisti vole vinske i ceste maslinova ulja. Zanimljivo je kako ovdje postoji uistinu veliki izbor sportskih i rekreacijskih aktivnosti od biciklizma, ronjenja, lova i ribolova, golfa, atletike, jahanja, tenisa, odbojke na pijesku, jedrenja, adrenalinskih aktivnosti te još mnogo toga.

Nautički turizam u IŽ svake godine bilježi porast broja dolazaka nautičara, a navedeno se može zahvaliti položaju. IŽ omeđena je morem s tri strane te ima dobar geoprometni položaja. Trenutačno IŽ broji 12 luka s 1 privezištem, a gledajući po kategorijama, po dvije luke se nalaze u prvoj i trećoj, jedna luka u drugoj kategoriji te njih šest koje su kategorizirane i označene sidrom. Ukupna površina akvatorija je 574 840 m² te broji 3085 vezova sa 753 mjesta za smještaj plovila na kopnu, te 140 020 m² površine prostora na kopnu.

Gastro turizam se smatra najrazvijenijim među ostalim županijama RH te je riječ o složenom proizvodu, obzirom da ga konzumiraju gotovo svi turisti, no naglašava se kako je malen broj međunarodnih turista koji putuju isključivo zbog gastro iskustava. Gastro turizam se najviše bazira na unutrašnjost Istre u Motovunu, Grožnjanu, Oprtiju, Humu i dr., gdje se može uživati u konobama, restoranima, agroturizmima, u starim receptima, prenošenim s koljena na koljeno, neki sačuvani u originalu, dok su drugi s vremenom nadopunjavani.

Kulturni turizam najviše je izražen u gradu Poreču, zahvaljujući sustavnom radu na kreiranju regionalno i globalno prepoznatih događanja. Ovaj se oblik turizma kroz godine postepeno sve više povećava te danas dolasci potaknuti kulturnim turizmom u Poreču, ali i drugim kulturnim gradovima IŽ, bilježe sve veće brojke. Istra je najveći polutok na Jadranu gdje se isprepliću različite civilizacije, kulture, običaji i mišljenja, te sukladno navedenome, kulturni turist

može vidjeti i doživjeti razno: od geološko paleontoloških lokaliteta, spilja, pećina, jama, poučnih staza, nacionalnih parkova, prirodne baštine, botaničkih vrtova, prapovijesnih arheoloških lokaliteta, ranokršćanskih spomenika, rimsku ostavštinu, istarske kaštele, freske, graditeljsku baštinu venecijanskog razdoblja, razne znamenitosti, crkve, muzeje, zbirke, austro-ugarsku arhitekturnu ostavštinu, glagoljicu...

Zdravstveni turizam u IŽ ima dugačku tradiciju, posebice što su još u doba Rimljana mnogi uživali u blagodatima naših Istarskih toplica. Podjednako se razvija po svim priobalnim gradovima no najistaknutije su Istarske toplice u Oprtlju u unutrašnjosti IŽ. Bogatstvo prirodnih izvora, ugodna klima, čist zrak, mirna priroda kao i odgovarajući medicinski sadržaji koji su popraćeni i s drugim sadržajima, kvalitetno i stručno osoblje, sve su to stavke koje svake godine privlače sve veći broj zdravstvenih turista koji osiguravaju povećanje posjećenosti u pred i post sezoni.

Dentalni turizam najviše je zastupljen u Poreču koji se ističe kvalitetom ponude koja je na vrhunskoj razini. Dentalni turizam pojavni je oblik zdravstvenog, a zahvaljujući položaju IŽ, kao i činjenici da se ovdje pruža vrhunska usluga, s visokom razinom kvalitete, ali i konkurentnim cijenama naspram emitivnih tržišta, jasno je kako se unazad 7 godina od kada je otvorena poliklinika Rident, počeo izdvajati kao uspješna podvrsta sa sve većom posjećenošću.

Kamping turizam u IŽ obilježen je brojkom od čak 50% svih smještajnih kapaciteta na području Istre. Kamping turizam jednako razvijaju svi ponuđači, no pojedinci više ulažu u dizanje standarda svoje ponude, dok se u Pomeru otvorio i prvi glamping kamp u IŽ. U odnosu na nekada, današnji kamping turizam je iznimno bogat ponudom, pruža razne sadržaje i aktivnosti svojim gostima. Jedno je sigurno, a to je da je on najviše napredovao kroz godine što se može zahvaliti konstantnim ulaganjima, rastu, promjenama u razvoju proizvoda, inovativnosti, što gosti prepoznaju te ostaju odani kamping destinacijama IŽ. Jedan od inovativnih proizvoda kamping turizma jesu mobilne kućice koje danas imamo priliku vidjeti u skoro pa svakom kampu u IŽ. Obzirom da je riječ o iznimnom komforu koji pruža alternativu šatorima i kamp

kućicama, mobilne su kućice postale snažan čimbenik konkurentnosti kampova.

Ruralni turizam u IŽ svoje mjesto pronašao je 1997. godine i od onda bilježi sustavna ulaganja u poboljšanje postojeće ponude te uvrštavanje noviteta. Unutrašnjost Istre obiluje domaćinstvima i obiteljskim gospodarstvima koja svoju primarnu djelatnost baziraju upravo na ruralnom turizmu, pružajući objedinjeni proizvod, proizvod koji daje turistu upravo ono što mu treba- odmak od svakodnevice, tehnologije, žamora, smoga... Daje mu povratak svojim iskonskim korijenima, te danas sve više turista za svoje putovanje i odlazak na odmor bira upravo ruralni turizam. Danas unutrašnjost svojom bogatom ponudom bez problema stoji bok uz bok s obalom i turističkom ponudom na istoj.

3. RURALNI TURIZAM KAO OBLIK SELEKTIVNOG TURIZMA

3.1 Selektivni oblici turizma

Selektivni oblici turizma javili su se kao odgovor na mnoge negativnosti koje su nastale usred prevelikih pritisaka turističkih dolazaka kod masovnog turizma. Mnoge su destinacije iznimno patile od prevelikih pritisaka, kao i lokalno stanovništvo, te se pomnim razmišljanjem došlo na ideju osmišljavanja i plasiranja drugačije ponude krojene prema preferencijama pojedinaca s ciljem rasterećivanja destinacija.

Selektivni oblici turizma odličan su odgovor za navedeno jer ih ima više vrsta pa se mogu ravnomjerno rasporediti po destinaciji, zadovoljavajući gotovo isti broj turista kao kod masovnih dolazaka, a u isto vrijeme čuvajući destinaciju i osiguravajući manje pritisaka, stresa i brige za lokalno stanovništvo.

Jadrešić (2010; 228) selektivni turizam definira kao „*sintetički i generički pojam koji označava novu kvalitetu suvremenog i budućeg turizma, koji se prvenstveno temelji na serioznoj selekciji programa, na odgovornom ponašanju svih sudionika, na ekonomskom i ekološkom principu uravnoteženja razvoja.*“

„*Selektivni turizam je motiviran različitim razlozima a naziv se posebice uvriježio u domaćoj turističkoj teoriji i praksi. Njime se želi ukazati na potrebu ili egzistiranje posebnih vrsta turizma, gdje su turisti motivirani nekim posebnim razlozima. Tim se izrazom željelo pokazati da je vrlo široka lepeza aktivnosti i sadržaja zbog kojih ljudi odlaze na turistička putovanja, a to je, poput segmentacije, potvrdilo tezu da turizam nije tako homogen kako se to nekada mislilo, a omogućilo je pored toga u gospodarskoj praksi koncentriranje na pojedine segmente potrošača i njihovu različitu, selektivnu prirodu.*“ (Galičić i Laškarin, 2016;65)

Bitno je znati kako je za pojedinu vrstu selektivnih oblika turizma važno imati i određene prirodno-geografske elemente i faktore, stoga nije svaka destinacija u mogućnosti provoditi i implementirati svaki oblik turizma kao sastavni dio svoje ponude. Poznavanje resursa destinacije kao i njezine faktore

atraktivnosti uvelike pomaže kod odabira implementacije i plasiranja određenih oblika turizma, stoga se radi optimalnog iskorištavanja javlja važnost poznavanja svojih mogućnosti i prepoznavanje reakcije turista na ponuđeno. Uska povezanost s turističkim tržištem ovdje biva iznimno važna, o selektivnim oblicima turizma koji su u ponudi ili se planiraju uvrstiti, mora se dobro prethodno promisliti, analizirati te namijeniti ciljnim skupinama.

Jadrešić (2010:226) za selektivne oblike turizma navodi kako su isti humaniji od masovnog turizma- „*Nema nikakve sumnje da selektivan pristup i selektivni turizam pruža humaniju alternativu masovnom turizmu!*“, te sukladno potražnji turista, sigurno je kako će ih s vremenom bivati sve više i više, posebice što se već sada rade subspecijalizacije selektivnih oblika turizma, te će istih u skoroj bliskoj budućnosti bivati sve više i više, na taj način osiguravajući ekonomiju malog broja u destinacijama, te puno jači i kvalitetniji pristup i ponudu. Ovim načinom stvaranja i plasiranja ponude, destinacije će osigurati financijski tok i zadovoljstvo turista.

Danas uistinu ima mnogo selektivnih oblika turizma: vjerski, eko, gastro, mračni, kongresni, kulturni, obrazovni, nautički, zdravstveni, sportski, avanturistički, volonterski...

Tijekom ovog završnog rada glavni fokus stavljen je na ruralni turizam, istražujući ponudu u Istarskoj županiji. Danas se ruralni turizam naveliko vraća u modu, zbog velikog zasićenja ljudi urbanim destinacijama i ubrzanom, šabloniziranom načinu života. Mnogi turisti i posjetiocci danas žele iskonski odmor, okružen prirodom i životinjama, bez tehnoloških „gadgeta“.

3.2. Ruralni turizam Istarske županije

3.2.1. Pojmovno određenje

Kada se govori o ruralnom turizmu, misli se na turizam koji se odvija u ruralnim područjima određenog mjesta, koje imaju tipično okruženje, s specifičnim obilježjima kao što su priroda, poseban seoski okoliš, mala sela i naselja, poljoprivredna gospodarstva, šumarstvom i poljoprivredom kao izdvojenim glavnim gospodarskim granama. Isto tako često se uočava „zaostajanje“ za okolnim urbanim sredinama. S ciljem smanjenja tog istog zaostajanja, razvijanje i uvrštavanje ruralnog turizma u ponudu ruralnim područjima osigurava mnogo benefita. Ruralni turizam osigurava rast i razvoj ruralnih sredina, interakciju među poljoprivredom, tradicijom, zanatima, gastronomijom, uslugama... Očuvanje proizvodnje kakva je nekada bila, tradicijskih usluga i proizvoda, tradicijske gastronomske scene.

Prema Lukić (2010;52), ruralnim područjem smatra se ono koje je „*u sadašnjosti ili bližoj prošlosti bio dominantan ekstenzivan način iskorištavanja zemljišta, posebice putem poljoprivrede i šumarstva, ona u kojima dominiraju mala naselja nižeg stupnja centraliteta s izraženom povezanošću izgrađenog i prirodnog pejzaža te koja većina lokalnog stanovništva smatra ruralnima, ona koja potiču životni stil što počiva na kohezivnom identitetu temeljenom na uvažavanju okoliša i vlastitog života kao dijela jedne cjeline.*“

Ružić (2012) navodi kako je ruralno područje zanimljivo turistima jer ih vraća prirodi koja je čovjekov prirodni ambijent, mjesto otkuda on potječe, gdje se rado vraća i gdje se osjeća ugodno i relaksirano. Upravo kroz navedeno jasno je kako je zaštićena priroda i okolina u ruralnom području uvijek privlačila mnoštvo gostiju, a u današnje vrijeme privlači sve veći broj urbanog stanovništva.

Ruralni turizma i njegovo uvrštavanje u ponudu destinacija donosi mnoge dobrobiti, prvenstveno radi veće ponude osiguran je bolji rast i razvoj, nadalje diverzifikacija, valorizacija, obogaćenje ponude, privlačenje novih ciljnih skupina, pravilna distribucija turističkih tokova kao i korištenje načela održivosti.

Prema pisanju Priručnika za seoski turizam (MINT, 2011) „*ruralni turizam je najširi pojam koji obuhvaća sve turističke usluge / aktivnosti / vidove turizma unutar ruralnih područja, uključujući npr. lovni, ribolovni, turizam u parkovima prirode, zimski, seoski, ekoturizam, zdravstveni, kulturni itd. Ruralni turizam nije nužno dopunska djelatnost na svojem gospodarstvu kojom se stvara dodatni prihod, već može biti i profesionalna djelatnost (npr. mali obiteljski hotel, konjički centar, itd.). Pri tome, sam pojam ruralnog područja uglavnom nije strogo definiran, već se pod njim podrazumijevaju područja u kojima prevladavaju: prirodno okruženje, seoski okoliš, mala naselja i sela, zaseoci, izdvojena poljoprivredna gospodarstva, s poljoprivredom i šumarstvom kao glavnim gospodarskim granama.*“

Ovdje je riječ o selektivnom obliku turizma koji se sve više uvrštava u ponudu turističkih destinacija s ciljem da vrati čovjeka njegovim tradicijskim vrijednostima i prirodnom okruženju. Naglašava se da nastanak nije vezan uz obogaćenje ponude, već prvenstveno u cilju očuvanja i revitalizacije ruralnih područja. Ovime se osigurava stvaranje i davanje na značaj dodanoj vrijednosti kada je riječ o autentičnoj baštini i promociji tradicijskih znanja i vještina. Ovakva turistička ponuda originalna je ponuda ruralnog područja koja svojim stanovnicima osigurava puno bolji život i često biva ta koja služi kao sprječavanje iseljavanja mladih sa ruralnih područja. Također, uočljivo je kako oni koji se bave ruralnim turizmom bivaju sve više mlade osobe, koje nastoje svoje znanje koje su im prenijeli roditelji, bake i djedovi, prenijeti dalje, dati uvid u iste te očuvati tradicijske vrijednosti za sve buduće generacije koje dolaze. (Demonja, 2012)

„*O razvoju ruralnih oblika turizma u Istri počelo se ozbiljnije govoriti (Ružić, 2011.) u razdoblju stagnacije maritimnog turizma u Hrvatskoj od 1990. do 2000. godine, a posebno u 1997. godini kada su učinjeni prvi pomaci akcijom Odjela za turizam i trgovinu Istarske županije, kojom je promovirana brošura o agroturizmu. Tom je akcijom potaknut interes za taj oblik turizma te je u Odjel za turizam i trgovinu Istarske županije dostavljeno pedesetak upita za agroturizam i ostale oblike turizma. Tako je u 1999. godini na području Istarske županije registrirano 37 agroturističkih domaćinstava s ukupno 108 kreveta. Od tada interes za bavljenje turizmom na ruralnom prostoru Istre stalno raste.*“

U razdoblju od 2009. do 2011. godine ostvaren je rast noćenja s 1 604 378 na 1 954 552 ili za 22%. Povećanje noćenja bilježe gotove sve općine ruralne Istre, u kojima je ukupno na razini Istre ostvaren udio noćenja od 8,4 % u 2009. godini, koji je u 2011. porastao na 9,5 %. “ (Ružić, 2012; 217-218)

Danas, 21 godinu kasnije od samih početaka, IŽ bilježi 225 domaćinstava s kapacitetom od 1759 kreveta. Važno je napomenuti kako ista brojka moguće i da je veća, obzirom da je autor rada naišao na problem nemogućnosti pronalaska točnih podataka na službenim portalima HTZ-, TZ-a IŽ te DZS-a, stoga navedena brojka predstavlja istraživačke podatke pronađene po raznim brošurama, priručnicima, mrežnim portalima, vodičima... Statistički podaci o broju noćenja se također ne pronalaze, što se prema mišljenju autora, mora hitno popraviti te uvrstiti navedeno u statistiku turizma.

U nastavku rada osvrćemo se ciljnim skupinama ruralnog turizma.

3.2.2. Ciljna skupina ruralnog turizma

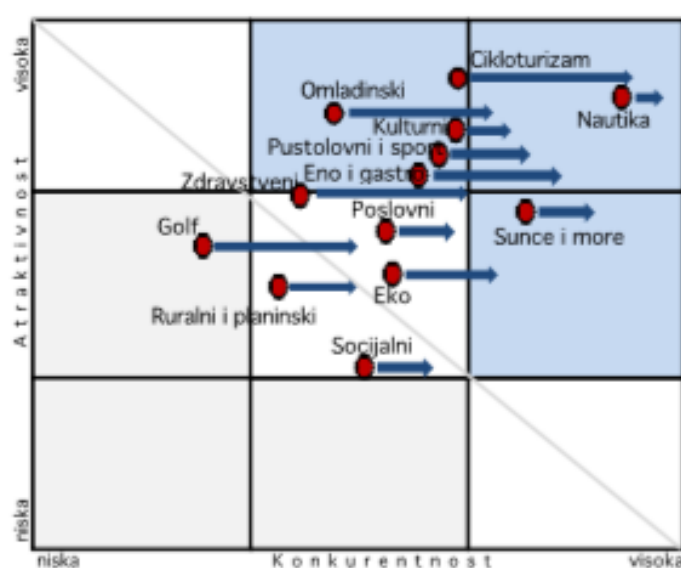
Galičić i Laškarić (2016;66) navode kako se prema ciljnoj skupini usmjerava marketinški program, točnije aktivnost marketinga. *„Ako se razvitak teorije i aplikacije marketinga promatra preko njegovih učinaka, tada teoriji i strategiji segmentacije pripada najistaknutije mjesto. Ovome u prilog ide i trend u kreiranju turističkog aranžmana, prema kojem je turist „samostalni krojač“ (self made taylor) toga aranžmana, gdje po svojoj želji „kroji“ i slaže pojedinačne turističke usluge u jedan zaokruženi turistički aranžman.“*

Proučavajući Strategiju razvoja turizma RH do 2020. godine, uočavaju se sljedeće ciljne skupine na koje se turistička ponuda općenito fokusira, a to su sljedeće:

- mladi
- DINKS
- obitelj
- *empty nesters*
- zlatna dob

Prema portfolio matrici turističkih proizvoda Hrvatske (slika 2.) uočava se kako se ruralni turizam nalazi na srednje konkurentnosti te isto tako srednje atraktivnosti. Autorovo mišljenje je kako se u IŽ ruralni turizam ipak smatra proizvodom visoke atraktivnosti te visoke konkurentnosti, posebno kada se u obzir uzme kakve sve načine putovanja današnji turisti traže i preferiraju, te kako se kroz ruralni turizam susreću s autentičnosti i tradicijom. Istovremeno odmarajući se u prirodi i kvalitetno provodeći odmor pun relaksacije.

Slika 2. Portfolio matrica turističkih proizvoda Republike Hrvatske



Izvor: Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine, str. 34.

Prema navedenim ciljnim skupinama, autor rada smatra kako sljedeće bivaju ciljne skupine ruralnog turizma: DINKS, obitelji s mlađom djecom, *empty nesters* te zlatna dob.

Ciljna skupina DINKS ima sljedeće karakteristike:

- parovi s dvostrukim primanjima, bez djece
- novac im nije problem te nisu cjenovno osjetljivi
- putuju automobilom ili avionom

- vremenski vrlo ograničeni
- prakticiraju kratke odmore te se nagrađuju na putovanjima
- informiraju se online, preko prijatelja te časopisa

Ciljna skupina obitelj s mlađom djecom (do 7 godina) ima sljedeće karakteristike:

- najvažnije je udovoljiti dječjim potrebama
- pretežito putuju tijekom školskih praznika
- Putuju automobilom ili avionom
- informira se usmenom predajom
- cjenovno osjetljiva skupina

Ciljna skupina *empty nesters* ima sljedeće karakteristike:

- radno aktivni ljudi čija su djeca napustila roditeljski dom i žive samostalno
- skupina od 50-65 godina
- putuju u vlastitom aranžmanu, avionom ili autobusom
- putuju tijekom cijele godine i nagrađuju se na putovanjima
- spajaju posao s odmorom i imaju holistički pristup životu
- nisu cjenovno osjetljivi
- temeljito se informiraju preko preporuka, specijalizirane literature o putovanjima te interneta

Ciljna skupina zlatna dob ima sljedeće karakteristike:

- umirovljenici bez većih zdravstvenih problema koji još uvijek aktivno putuju,
- 65+ godina
- traže udobnost i postojanje medicinske skrbi u destinaciji
- putuju u proljeće i jesen u vlastitom ili organiziranom aranžmanu

- cjenovno su osjetljivi
- uvažavaju preporuke kao izvor informacija

3.2.3. Trenutačna postojeća ponuda ruralnog turizma Istarske županije

U destinaciji IŽ ima mnoštvo ponude, a turisti traže nešto autentično, što će im predstavljati turističku motivaciju, što će ih ispuniti i u jednu ruku „obnoviti“.

„Današnji turisti, potrošači, shvatili su da im je nužno oslobađanje od stresa i da to ne mogu postići na mjestima gdje se ponavljaju iskustva iz njihove svakodnevice (prometna buka, gužva, loša hrana, zabava u zadimljenim prostorima i dr.) To govori o jednom posve novom tipu turista i turizma koji će u budućnosti sasvim sigurno mijenjati teoriju, ali i konkretno ponašanje u tome sektoru.“ (Galičić i Laškarić, 2016;67)

Ruralni turizam sve je zastupljeniji oblik selektivnog turizma koji se diljem IŽ pronalazi, te trenutačna ponuda biva zadovoljavajuća. Ono što osigurava njegovu rastuću popularnost jest činjenica kako je ovo dio „unplugged“ turizma, jer omogućuje odmak od tehnologije, *high-tech* gadgeta, detoksikacija od online svijeta.

„Ako želite osjetiti atmosferu dobrih domaćih domaćinstava, cjelovitih jela tradicionalne kuhinje, romantičnih ognjišta i mirisnih vinskih podruma, otkrijte čari seoskog turizma, malih obiteljskih seoskih hotela i seoskih imanja. Kroz uživanje u plemenitim kapljicama i domaćoj hrani dok sjedite na drvenim klupama ili pokraj ognjišta, osjetit ćete svu nježnost Istre i ljepotu života njezinih stanovnika. Kad vas ptičje pjevanje probudi u toplom ugodnom krevetu tradicionalne istarske ladanjske kuće, osjetit ćete da sve ima zrak mira i da to vrijeme prolazi sporijim tempom. Pogled s prozora otvorit će se na poljima, vinogradima, maslinicima i vrtovima; nježni prizori koji odražavaju rad marljivih ruku. Ako vam se sviđa, možete uzjahati konja i ići u šetnju šumama u blizini. Kada upoznate ta domaćinstva, osjećat ćete se kao da ste ušli u idiličnu scenu seoskog života odmah na platnu stare slike.“ (HTZ, Brošura Istra Vacation, 2020;24)

Ružić (2012) navodi kako je položaj IŽ i njezino bogatstvo prirode i obale odličan recept za savršen spoj raznih oblika turizma. Posebnost koja izdvaja IŽ je upravo činjenica kako je mnogo veća mogućnost plasiranja usluga ruralnog turizma na tržište nudeći svoje usluge turistima koji su došli na ljetovanje, obzirom da su ista ruralna područja uistinu blizu, vožnja do njih je kratka, te postoji mogućnost upotpunjavanja putovanja upravo ovakvim kombinacijama. Također, ruralni turizam i ruralna područja iz godine u godinu bilježe ulaganja i upotpunjavanja ponude, a navedeno je osiguralo da se ruralni turizam provodi kroz cijelu godinu.

U Strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine za ruralni turizam navode se sljedeće: *„procjenjuje se da ruralni turizam, uključujući i planinska područja, sudjeluje u ukupnim međunarodnim putovanjima s udjelom od oko 3%, uz godišnji rast od oko 6%. Suočena s nerazvijenom domaćom potražnjom i nepoticajnim okruženjem, hrvatska se ponuda ruralnog turizma razvija izuzetno sporo. Iznimka je samo Istra, a donekle i Osječko-baranjska županija.“*

Prema katalogu Ruralnog turizma Hrvatske (2015), IŽ predstavljena je kao regija koja očarava posjetitelje svojim bajkovitim krajolikom, netaknutom prirodom, šumama, brežuljcima, pitoresknim i idiličnim selima i zaseocima, prekrasnim crkvama i crkvicama s iznimno vrijednim freskama, vidikovcima iz srednjovjekovnih gradova i kaštela, a sve navedeno recept je za kvalitetan ruralni turizam koji donosi sustavne prihode i pomaže razvoju ruralnih područja. Bogatstvo mirisa, boja i okusa glavni je adut IŽ, a svojim domaćim jelima mnoge ostavlja bez riječi, sa brojnim seoskim domaćinstvima, OPG-ovima i prirodnim okolišom koji osiguravaju adekvatan i pravodoban rast i razvoj ruralnog turizma.

“Ruralni prostor Istre, definiran kriterijima EU, određuju tri glavne značajke: gustoća naseljenosti, način korištenja zemljišta te identitet zajednice. Tipična seoska područja imaju nisku gustoću naseljenosti, što je posljedica male veličine naselja i njihove raštrkanosti. Također, glavnina raspoloživog zemljišta koristi se za poljoprivredu i šumarstvo, dok izgrađeni prostor zauzima manje površine.” (Ružić, 2012;223)

„Ukupni kapacitet u 200-tinjak domaćinstava prelazi 1.500 postelja (obuhvaćeni u zasebnom katalogu Turističke zajednice) različitih kategorija i to od pravog agroturizma - gdje se mogu kušati tradicionalni specijaliteti spravljani na izvoran, domaći način i to proizvodima vlastite proizvodnje, ruralnim kućama za odmor, ruralnim obiteljskim hotelima, sobama i apartmanima u seoskim domaćinstvima.“ (TZ IŽ)

3.2.3.1. Tipovi domaćinstava ruralnog turizma IŽ

U ruralnom turizmu IŽ u ponudi nailazimo na sljedeći tip domaćinstava (www.istra-istria.hr):

1. Agroturizam

Kod agroturizma glavno je obilježje, kako je ovdje riječ o turizmu koji se odvija na domaćinstvu gdje postoji poljoprivredna proizvodnja, smještaj i uživanje u gastronomskim delicijama, izleti i opuštanje. Prema Priručniku za seoski turizam (MINT, 2011;39) u agroturizmu razlikujemo tri podvrste gospodarstava. *„Prvu i drugu podvrstu (otvoreni tip agroturizma) čine: gospodarstva koja nude usluge prehrane izletnicima i grupama: izletišta do maks. 80 osoba; te gospodarstva koja nude usluge smještaja i prehrane gostima na smještaju (do maks. 20 osoba, odnosno kampu do 60 osoba) kao i usluge prehrane izletnicima i grupama do maks. 80 osoba. Treću podvrstu (zatvoreni tip agroturizma) čine gospodarstva koja nude usluge smještaja i usluge prehrane, samo za goste na smještaju do maks. 20 osoba, odnosno kampu do 60 osoba. Usluge smještaja mogu se nuditi u sobama, apartmanima, posebnim kućama odnosno ruralnim kućama za odmor ili kampu.“*

2. Ruralne kuće za odmor

Riječ je o tradicionalnim adaptiranim istarskim kućama, koje odišu izvornošću, autentičnošću te zrače ambijentalnošću. Posjetiocima su na izbor

za iznajmljivanje cijele kuće sa svim okolnim prostorom i visokom dozom privatnosti. Kuća se iznajmljuje cijela, po istoj cijeni za sve kapacitete, neovisno da li je popunjeno npr. 6 kreveta ili samo 1.

U Priručniku za seoski turizam (MINT, 2011;40) navodi se kako se „*kao dodatni marketinški „mamac“, ali i kao dodatan doprinos očuvanju i popularizaciji ambijentalne arhitekture, ruralne kuće za odmor mogu nositi i regionalni specifični naziv kao što su npr. istarska stancija..*“

3. Ruralni B & B (bed & breakfast)

Ovdje je riječ o domaćinstvima koji osim smještaja u ponudi nude i doručak koji je sastavljen od autohtonih, domaćih i lokalnih proizvoda koji posjetiocima omogućuju istinski doticaj s gastronomijom IŽ i domaće spravljanim jelima na domaćinstvu. Ono što je tipično za ovakav smještaj jest da domaćin živi u istoj kući u kojoj se nalazi smještaj za posjetioce, no ipak postoji privatnost jer su životni prostori domaćina i gostiju odvojeni. U IŽ se u ovoj kategoriji nalaze B&B al Merlo Olivo, B&B Maslina, B&B Zigante, B&B Antico, B&B Casa Rustica i B&B Tinka. U Priručniku za seoski turizam (MINT,2011) kao poseban podvrsta navodi se *Bike&Bed* koji je namijenjen biciklistima, koji osim standardnih usluga ruralnog turizma, u svojoj ponudi još dodatno ima organizirano sigurnu prostoriju pod ključem za spremanje i eventualan servis bicikli.

4. Ruralni obiteljski hoteli

Danas se polako sve više uvrštavaju u ponudu destinacije, a riječ je o malim obiteljskim hotelima koji pružaju dozu intimnosti i to u starim izdanjima tradicionalnog istarskog načina života i rada, no s daškom i dozom suvremenosti. U Priručniku za seoski turizam (MINT, 2011) navodi se kako takvi objekti ne mogu biti dograđivani ili nadograđivani već isti moraju imati zadržanu izvornu prostornu strukturu i oblik. Sam objekt može biti i nanovo izgrađen objekt, uvjet je da se kod izgradnje i opremanja poštuju svi elementi

tradicijske gradnje (veličina, materijali, uređenje itd.). Inače kapaciteti ovakvih hotela ne prelaze 35 kreveta, što domaćinu omogućuje potpunu posvećenost svojim gostima, personaliziranu i individualiziranu uslugu te brojne dodatne poratne sadržaje. Ruralni obiteljski hoteli sami proizvode i pripremaju svoje proizvode čime njihovi gosti uživaju u pravom istinskom doživljaju ispunjenom svim mirisima i okusima. Primjer su San Rocco u Brtonigli i hotel Kaštel u Motovunu.

5. Odmor na vinskoj cesti

Danas svjedočimo brojnim domaćinstvima specijaliziranim za proizvodnju vina, koja u sklopu svojih proizvodnih pogona i vinskih podruma, gostima omogućuju upoznavanje s vrstama, postupcima, proizvodnjom i okusima vina, nudeći im smještaj. Prednost je u tome što gosti mogu bezbrižno uživati u konzumaciji vina bez razmišljanja o vožnji do smještajnih objekata. Takve usluge možemo pronaći u ponudi vinarije Sinković i Prelac. Često degustiranje biva upotpunjeno s lokalnim domaćim proizvodima, od kojim valja istaknuti sir i pršut čime se utječe na stvaranje cjelokupnog turističkog doživljaja.

U nastavku se prikazom u tablici 2. prikazuje broj tipova domaćinstava.

Tablica 2. Vrste, broj i kapaciteti domaćinstava u Istarskoj županiji

VRSTA DOMAĆINSTVA	BROJ DOMAĆINSTVA	KAPACITET
Agroturizmi	45	275
Ruralne kuće za odmor	140	960
Ruralni B&B	25	221
Odmor na vinskoj cesti	5	28
Ruralni obiteljski hoteli	10	247

Izvor: izrada autora prema podacima TZ IŽ te prema Ružić (2012)

Kao što je vidljivo iz podataka u tablici, najzastupljenija vrsta domaćinstva u ruralnom turizmu IŽ jesu ruralne kuće za odmor. Unazad par godina ruralna područja su buknuła s tradicionalno uređenim istarskim kućama za odmor, koje gostima nude odmak od svakodnevice, intimu i privatnost, prikazujući im dašak izvornosti i autentičnosti. Mnoga sela i zaseoke ovo je u potpunosti oživilo, primjer je naselje Barat u općini Kanfanar koji je unazad 15 godina iz mjesta koje je bilo opustošeno i vrvilo oronulim i derutnim kućama, danas uistinu bajkovito mjesto s raskošnim ruralnim kućama za odmor. Trenutačno u IŽ ima 140 ruralnih kuća za odmor koje imaju ukupni kapacitet od 960 kreveta. Agroturizama ima 45, slijede ruralni B&B s 25 domaćinstava, ruralnih obiteljskih hotela ima 10, a 5 vinara koji u svojoj ponudi nude i odmor na vinskoj cesti. Ukupno se nalazi 225 domaćinstava s kapacitetom od 1759 kreveta.

3.2.3.2. Ponuda ruralnog turizma IŽ

Općenito, u cijeloj RH, u IŽ se ruralni turizam smatra kao najrazvijeniji, a navedeno se može zahvaliti povoljnim prirodnim preduvjetima kao što su klima, čist i svjež zrak, očuvana priroda, bogatstvo tradicije i autentičnosti, očuvanost baštine i nasljeđa.

U Priručniku za seosku turizam (MINT,2011;27) navodi se sljedeće: „*turistička ponuda na turističkom seoskom obiteljskom gospodarstvu gradi se na postojećem potencijalu, što uključuje: nekretnine; postojeću poljoprivrednu proizvodnju; pojedine vještine ili znanja kao što su tradicijsko zanatstvo, izrada narodnih instrumenata, folklor, običaj, lov, ribolov, konjaništvo i sl.; ili pak iskorištavajući resurse položaja domaćinstva ili njegove bliže okolice kao što su posebno vrijedan prirodni položaj (zaštićeni krajolik, kultivirani krajolik, park prirode ili nacionalni park) ili položaj unutar vrijedne i zaštićene arhitektonske i kulturne cjeline.*“

Trenutačna postojeća ponuda ruralnog turizma veže se ponajviše uz klaster Središnje Istre koji ima ukupnu površinu od 1.272,73 km², i sljedeća mjesta: Buzet, Pazin, Cerovlje, Gračišće, Grožnjan, Karojba, Lanišće, Lupoglav, Motovun, Oprtalj, Pićan, Sv. Petra u Šumi, Svetvinčenat, Tinjan, Višnjan, Vižinada, Žminj.

„*Središnja Istra je ruralno područje smješteno u blizini mora, koje velikim dijelom karakteriziraju povijesni gradići i sela, te bogato povijesno, arhitektonsko i kulturno naslijeđe u ruralnom krajoliku...svojom ponudom koja obećava mir, tišinu, prirodnu ljepotu, kuće za odmor, biološku raznolikost i tradicijske vrijednosti, uspijeva zainteresirati potencijalne posjetitelje da, umjesto na turistički razvijenoj obali, svoj boravak provedu baš tamo i uživaju u blagodatima agroturizma.*“ (www.rural-koncept.hr)

U ovom klasteru se ruralni turizam nalazi kao primarni proizvod, a privatni smještaj u klasteru karakteriziraju ruralne vile, agroturizmi te ruralne kuće za odmor. Mnogo je događanja koji privlače brojne goste, a koji se vežu uz ruralni turizam: Festival istarskog tartufa, Subotina po starinski,

ISAP-Međunarodni sajam pršuta, Srednjevjekovni Festival, Festival terana i tartufa i sl.

„Područje LAG-a predstavlja velik turistički potencijal jer objedinjuje dvije specifične subregije, tzv. Plavu i Zelenu Istru koje se mogu kvalitetno nadopunjavati s obzirom na vrstu ponude. Komparativne prednosti svakako čine prirodno okruženje, bogata povijesna tradicija te mozaičnost istarskih naselja s obzirom na njihov položaj u prostoru... Sve navedene karakteristike pružaju značajan potencijal za razvoj ruralnog turizma, omogućavaju kvalitetnu diversifikaciju onih djelatnosti koje su visoko kompatibilne s postojećim turističkim granama te doprinose razvoju brojnih drugih gospodarskih subjekata povezanih s ovim sektorom.“ (Lokalna razvojna strategija LAG-a Središnja Istra 2014.-2020.;18)

U cijeloj IŽ prema trenutačno dostupnim podacima TZ IŽ ima 45 registriranih agroturizama:

- područje Sjeverna Istra - 20 agroturizama
- područje Poreč - 5 agroturizama
- područje Labin-Rabac - 3 agroturizama
- područje Rovinj - 4
- područje Južna Istra - 5 agroturizama
- područje Središnja Istra - 8 agroturizama

Mnogo je vinara i maslinara koji u svojoj ponudi imaju i opciju odmora na vinskoj cesti i odmora na cesti maslinova ulja. Navedeno je unazad par godina postalo iznimno popularno, posebice što je ovakav način ujedinio ruralni te cikloturizam i postao jedan objedinjeni „posebni oblik“ turizma koji nudi potpuni doživljaj.

„Vinske ceste Istre- danas možemo smatrati kao jedan prepoznatljiv i uobličen turistički proizvod koji se iz godine u godinu upotpunjuje i usavršava. Ceste maslinova ulja Istre jedan su od izuzetno atraktivnih turističkih proizvoda.

Osnovni je cilj promocija maslina, maslinova ulja i proizvoda od maslina te njegova turistička prezentacija koja se sastoji u revalorizaciji, razvoju i njezi maslinarstva u Istri.“ (Strateški program ruralnog razvoja Istarske županije; 105)

Ruralna turistička ponuda u središnjoj Istri upotpunjena je i gastro ponudom, gdje posjetioци imaju mogućnost uživati u autentičnim okusima i mirisima, lokalnim i domaćim proizvodima. Ponuda je također zastupljena i u drugim klasterima no ovaj se izdvaja kao predvodnik ruralnog turizma, obzirom da isto područje odiše prirodnim ljepotama, očuvanom prirodom, mogućnošću izoliranosti, mira, tišine, odmak od buke, tipični autentični krajolik, bogatstvo okusa i mirisa, mnoštvo seoskih gospodarstava i OPG-ova.

Tako primjerice agroturizam „Ograde“ u Pazinu u svojoj standardnoj ponudi nudi i radionice izrade tradicionalne istarske tjestenine (pljukanci, fuži, njoki) te izrade Pazinskog cukerančića, gdje naposljetku gosti te iste proizvode degustiraju i uživaju u njima, usput učeći nešto novo što mogu ponijeti sa sobom kao posebno iskustvo i pokazati svojim prijateljima i obitelji na povratku s putovanja.

Mnogo je onih koji su svoju ponudu organizirali oko postojećih stanja:

- gospodarstvo „Arbalovija“ u Dončićima svoju je ponudu izgradilo oko tradicijske kuće
- gospodarstvo „Feštinsko kraljevstvo“ u Feštinama iskoristilo je prirodnu atraktivnost kao resurs na osnovu čega se organizirala turistička ponuda a riječ je o kraškoj spilji kao turističkoj atrakciji ruralnog turizma
- gospodarstvo „La casa di Matiki“ koje se nalazi u mjestu Matiki u Žminju, iskoristilo je ostale resurse na osnovu čega je organizirana turistička ponuda, a zanimljivo je da su svoju ponudu istaknuli kao unikatnu i to na način da na svom gospodarstvu nude smještaj u krevetima načinjenima od sijena, a svakako je riječ o nesvakidašnjem doživljaju

3.2.3.3. Dani otvorenih vrata agroturizama IŽ

Dani otvorenih vrata agroturizama osmišljeni su i provode se s ciljem promocije turizma unutrašnjosti Istre, kao i gastro ponude, upoznavanja tradicijskih zanata te prirodnih ljepota. Tijekom manifestacije mnoga seoska domaćinstva i imanja bivaju širom otvorena za svoje posjetitelje, nudeći po promotivnim cijenama ili čak i besplatno degustaciju tradicionalnih i autohtonih proizvoda. Održava se tijekom studenog i to svaki vikend te na taj način doprinosi produženju sezone.

Manifestacija se organizira pod pokroviteljstvom Agencije za ruralni rast i razvoj AZRRI i TZ IŽ.

Posjetioци bivaju oduševljeni kreativno osmišljenim jelovnicima te degustacijama: tradicionalnih pića, ulja, meda, istarske maneštre, pljukanci, fuži, tartufi, meso boškarina, čripnje, jote, tradicionalni kolači... Razna vina, crna i bijela, maslinova ulja bogata okusa, raznovrsni likeri od meda, borovice, marelice, kave, šljive, dropa, razni medovi... Naravno, osim degustacije, iste je proizvode moguće i kupiti te ponijeti sa sobom doma te uživati u njima i po povratku s putovanja. Pretežito od 10-15 seoskih domaćinstava i imanja svake godine sudjeluje u manifestaciji te time omogućuju valorizaciju ponude ruralne Istre kao i produženje sezonalnosti.

3.2.4. Mogućnosti za poboljšanje ponude

S ciljem kvalitetnijeg i boljeg upravljanja turizma u ruralnim područjima, izdiže se važnost promatranja procesa upravljanja kao dugoročnog, gdje taj isti proces za cilj ima osigurati konkurentnost destinacije osiguravajući lokalnom stanovništvu visoki standard života, istovremeno očuvavajući kulturni i prirodni destinacijski identitet. Nadalje, da bi se ista ponuda poboljšala, važno je osigurati stvaranje prikladnog okruženja za razvoj turizma u destinaciji, sustavni rad na stvaranju i podizanju kvalitete doživljaja i iskustva s promišljenim stvaranjem i plasiranjem raznog niza operativnih aktivnosti te

naposljetku, ulagati u marketinške i promotivne aktivnosti kao bi se destinacija ruralnog turizma prikazala potencijalnim posjetiteljima i privukla ih.

Važno je znati da postoje i određena ograničenja koja koče daljnji razvoj, a to su administracija, financijete, nedovoljna educirnost u specifičnim znanjima te zakonski okvir koji uređuje poslovanje. Za bilo kakve dodatne mogućnosti poboljšanja ponude bilo bi potrebno prvo riješiti glavne stavke koje bivaju ograničavajuće.

Kod ruralnog turizma nema sunca i mora kao primarni koncept putovanja ili motiva dolaska, te upravo radi toga, potrebno je imati kvalitetne, raznolike sadržaje koji će osigurati zadovoljstvo potreba i želja gostiju. Potrošnja ovdje biva veća nego što je kod klasičnog turista koji pola svog dana provede na plaži, stoga navedeno treba iskoristiti te ponudu dodatno obogatiti na područjima ekologije, gastronomije, dodatnih sadržaja, autentičnih iskustava, zdravog života te doživljaja tradicije.

„Nove turističke programe i ponudu treba koncipirati na način da pokriju ukupan biopsihosocijalni status čovjeka, odnosno podrazumijevaju tjelesne aktivnosti, metode za psihofizičko opuštanje, duhovni samorazvoj s posebnim naglaskom na uravnoteženoj zdravoj prehrani. Ti programi trebaju biti na tragu zamjene masovnog tržišta ciljanim segmentima, odnosno jednog proizvoda nizom konkurentnih, jer novi pristup modernom marketingu zagovara suptilniji pristup koji suvremenim turistima omogućuje da u ponuđenim uslugama osjete emocionalno ispunjenje.“ (Galičić i Laškarić, 2016;67)

Krajnović et.al. (2011;34) navode četiri ključna faktora uspjeha ruralnog turizma:

- 1) *“multidisciplinarni pristup- uključivanje ekonomske, ekološke i sociokulturalne analize*
- 2) *nužna stalna konzultacija sa stakeholdersima (radionice)- poduzetnici, javna uprava, obiteljska poljoprivredna gospodarstva, jedinice lokalne*

samouprave, turističke zajednice, sustav zaštite prirode, sustav kulturnih djelatnosti i dr.

- 3) *otvorenost strategije za javnost turizam se, više od drugih "industrija", oslanja na "lokalni goodwill", na kulturu udomljivanja posjetitelja, gostoljubivost. "Otvorenost strategije" znači organiziranje javnih rasprava, korištenje medija i dvosmjernu komunikaciju nositelja strateškog razvoja i lokalne zajednice*
- 4) *donošenje strategije ne završava njenom izradom. Radi se o dugoročnom projektu, koji treba biti fleksibilan i spreman na adaptacije s obzirom na stalne promjene u okruženju. Taj se proces odvija u stalnom dijalogu i mrežnom partnerstvu između poduzetnika, javnog sektora i interesa sektora zaštite prirode i kulturne baštine*

Ono što se nameće kao imperativ jest kreativnost i inovativnost ponude i njezinih sadržaja, dakle važno je maknuti se od unificiranosti, uvesti diferenciranost u destinaciji ruralnog turizma, raditi na interakciji s gostima upoznajući ih s tradicijom, autentičnošću, stvoriti priču koja će biti sama za sebe dovoljna da privuče nove posjetioce i zadrži stare.

„... na turističkom seoskom obiteljskom gospodarstvu moguće je kao dodanu ponudu organizirati: radionice starih zanata, škole kuhanja, izrada prerađevina od voća, ubiranje samoniklog jestivog i ljekovitog bilja (spremanje čajeva i jela od samoniklog bilja), „seoski wellnes“, promatranje ptica, šetnja botaničkim stazama i sl., organiziranje piknika u polju, organiziranje kušanje vina u vinogradu, izleti u okolicu, edukativni obilasci gospodarstva za školsku djecu, organizacija malih poslovnih seminara i sastanaka, prezentacija folklor. škole učenja hrvatskog jezika za turiste, organizacija etnozbirki, prodajni punkt konfekcioniranih proizvoda na domaćinstvu (vlastito proizvedenih proizvoda te proizvoda proizvedenih na drugom OPG-u, organizacija likovnih kolonija.“
(Priručnik za seoski turizam, MINT, 2011;97-103)

U Programu ruralnog razvoja u Republici Hrvatskoj 2014.-2020. seljačka se gospodarstva navode kao osnova razvoja ruralnog turizma stoga na njima

treba najviše i raditi kada je riječ o poboljšanju usluge, surađujući s lokalnom samoupravom, s državom, partnerima, raznim institucijama, poduzetnicima, sve s ciljem kako bi se zajedničkim snagama došlo do pametnog rješenja i ideje za poboljšanje postojećeg. Sinergijom partnerstava osigurati će se rast i razvoj kao i *branding* ruralnih destinacija.

Sva postojeća ponuda se zasigurno može dodatno unaprijediti, jer mjesta za napredak uvijek ima. Podizanje prepoznatljivosti i stjecanje atraktivnosti svima je imperativ kada je riječ o pružanju usluga ruralnog turizma, stoga je važno poraditi na smještaju, gastro doživljaju, na autentičnosti doživljaja, na unikatnosti, stvaranju turističkog iskustva, dodane vrijednosti, posebnog doživljaja. Okoliš, objekti na gospodarstvu, kuće, štale, polja, stari objekti, mlin, bunar, tradicijski objekti sve navedeno dodatno upotpunjuje doživljaj te je važno iste uvrstiti u ponudu.

Doživljaj smještaja kakav je nekada bio izvrsno je prikazan u obiteljskom gospodarstvu "La casa di Matiki" koje se nalazi u mjestu Matiki u Žminju, koji u svojoj smještajnoj ponudi imaju spavanje u krevetima načinjenima od sijena. Sigurno je kako je ovo uistinu jedan poseban doživljaj, koji turistu stvara posebno i nezaboravno iskustvo. Tradicionalna jela i proizvodi trebaju biti glavna i jedina stvar koja se nudi u ruralnom turizmu, s naglaskom na vlastitoj proizvodnji svega što se može proizvesti.

U gastro dijelu važno je znati prezentirati tradiciju i predočiti je gostima u najboljem svjetlu, a najviše truda dati oko onih koje sam domaćin proizvodi. Obzirom da danas gosti često imaju posebnu prehranu (veganstvo, makrobiotika, *raw food*, vegetarijanstvo...) dobro je razmisliti i o jelovnicima koji su prilagođeni njihovim načinima jedenja. Iako su mnogi mišljenja kako se gosti u ruralnom turizmu uglavnom samo odmaraju i ne rade ništa, upravo je suprotno.

Danas se u ponudu ruralnog turizma sve više uvrštavaju i razni izleti, u kojima se uči o starim tradicijskim zanatima i vještinama, također je omogućeno sudjelovanje u istima što je nesvakidašnji doživljaj za gosta. Ovakav način obogaćivanja ponude omogućiti će puno veću prepoznatljivost gospodarstva i veću posjećenost.

Razne aktivnosti kao što su jahanje konja, mužnja krava, „branje“ jaja od kokoški, hranjenje životinja, vožnja biciklima kroz prirodu, razne rekreacijske aktivnosti koje se mogu provoditi u sklopu gospodarstva koja imaju izgrađene kapacitete za isto...

Mogućnosti za poboljšanje ponude su uistinu šarolike, te svakako bi se iste trebale uvrštavati u postojeću ponudu i sustavno raditi na njenom obogaćenju, s ciljem bolje prepoznatljivosti IŽ na karti ruralnog turizma.

ZAKLJUČAK

Masovni dolasci turista kakvi su nekada bili doveli su mnoge destinacije na rub propasti. S ciljem, spašavanja istih i njihove regeneracije, 70-tih godina prošlog stoljeća pojavili su se selektivni oblici turizma koji su se javili kao karta spasa koja je osigurala optimalnu razinu posjećenosti destinacija, osiguravajući manji pritisak, a ujedno zadržavajući daljnje financijske turističke tokove. Za razliku od nekada, masovni turizam je daleko iza nas. Danas je novi trend personalizirani turizam i selektivni turizam koji je zajedničkim radom dionika postao glavni u destinacijama, stoga se i dalje sustavno, zajedničkim djelovanjem dionika u turizmu, treba raditi na daljnjoj ponudi takvih paket aranžmana i stvaranja novih proizvoda i usluga koje će učiniti posjetioca bitnim, da se osjeća jedinstvenim, te upravo kroz takvo uvrštavanje ponude suvremeni turizam postao je jedan od najznačajnijih pokretača gospodarskog razvoja u svijetu.

Ruralni turizam ne pati od sezonalnosti kako je često slučaj s drugim oblicima, jer se boravci i dolasci odvijaju kroz cijelu godinu. Istarska županija ima adekvatno razvijenu ponudu koja se najviše bazira na klaster Središnja Istra, gdje je ruralni turizam primarni proizvod, te se na svakom koraku pronalaze OPG-ovi, agroturizmi, ruralni hoteli, vinske ceste, ceste maslinova ulja i sl.

Ono što je uočeno tijekom istraživanja za potrebe pisanja završnog rada, jest kako nigdje ne postoji točna brojka ruralnog turizma, a razlog leži u tome što pravni okvir nije dovoljno uređen, stoga je teško znati koliko je točno pružatelja u ruralnom turizmu IŽ. Ne nailazi se na statističke pokazatelji niti na jednom službenom portalu, niti na DZS-u, a razlog se vjerojatno krije u činjenici kako još uvijek nije jasno definirano tko su sve pružatelji usluga u ruralnom turizmu. Svi podaci s kojima se raspolaže u radu, istraživali su se po raznim mrežnim stranicama, brošurama, priručnicima i vodičima. Autor rada potrudio se naći što je moguće relevantnije podatke u svojem istraživanju. Mnogo je uspješnih primjera ruralnog turizma izvan granica lijepe naše, te bi se država mogla ugledati na njihovu praksu te donijeti adekvatan pravni okvir te skupljati i provoditi statističke pokazatelje ruralnog turizma.

Autor je kroz vlastito istraživanje došao do podatka kako trenutačno u ponudi ruralnog turizma IŽ postoji 225 domaćinstava s kapacitetom od 1759 kreveta. Brojka je zadovoljavajuća, posebice jer ruralna područja predstavlja u potpuno drugačijem svjetlu, prikazujući ono nešto, kako je nekada bilo, kako su to radili naše bake i djedovi, prikazuje izvorno i autentično, tradicijsko i posebno. Najviše razvijeno jest ruralne kuće za odmor kojih trenutačno ima 140, dok agroturizama ima 45, te se može reći kako je ponuda dostojna, no svakako mjesta za poboljšanje i povećanje kapaciteta i broja objekata ima. Trenutačno imamo svega 10 ruralnih obiteljskih hotela, te bi se ta brojka mogla poduplati, da se u svakoj općini IŽ koja ima naglašen ruralni turizam, u ponudi nalazi po 1 ruralni hotel. Odmor uz vinske ceste u potpunom aranžmanu se može povećati, jer se ulaganja mogu odraditi preko EU fondova te na taj način vinari bi svoju postojeću ponudu dodatno upotpunili i proširili. Trenutačno njih 5 nudi "potpuni paket", no treba napomenuti kako je mnogo vinara koji također nude odmor uz vinsku cestu no smještaj nemaju organiziran u svom aranžmanu do vinograda, već gosti bivaju u tuđem, no ovakav "paket aranžam" također je dio ponude koja bi se trebala uvrstiti u statistička mjerenja.

Mnogo je događanja koji se vežu uz ruralni turizam a privlače brojne goste, kao što su Festival istarskog tartufa, Subotina po starinski, ISAP-Međunarodni sajam pršuta, Festival maslinova ulja, Dani gljiva, Martinje, Dani grožđa, manifestacija U bojama tradicije, Istra Wine and walk, Kestenijada Srednjevjekovni Festival, Festival terana i tartufa i sl. Zajedničkim radom, javno privatnim partnerstvima, sinergijom dionika, pokroviteljstvima HTZ-a i TZ-a IŽ mnogo je toga što ne može napraviti kako bi ruralni turizam pretvorio ruralna područja IŽ u iznimno posjećena, te sa sobom donijeo cjelogodišnji turizam.

LITERATURA

Knjige:

1. ALFIER, D. (1994) *Turizam-izbor radova*, IZTZ, Zagreb
2. GALIČIĆ, V., LAŠKARIN, M. (2016) *Principi i praksa turizma i hotelijerstva*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija
3. GRŽINIĆ, J. (2018) *Turizam i razvoj- raspava o globalnim izazovima*, Sveučilište Jurja Dobrile, Pula
4. HENDIJA, Z. (2014) *Međunarodni turizam*, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb
5. JADREŠIĆ, V. (2010) *Janusovo lice turizma*, Plejada, Zagreb
6. ŠULIGOJ, M. ET.AL. (2015) *Retrospektiva turizma Istre*, Grafika 3000 d.o.o., Kopar

Programi i strategije:

7. Lokalna razvojna strategija LAG-a Središnja Istra 2014.-2020. (2018), dostupno na http://lag-sredisnjaistra.hr/wp-content/uploads/2018/11/Lokalna-razvojn-a-strategija-LAG-a-Središnja-Istra-2014-2020_studeni-2018.pdf (pristupljeno 3.7.2020.)
8. Program ruralnog razvoja u Republici Hrvatskoj 2014.-2020. (2015) dostupno na <https://ruralnirazvoj.hr/program/> (pristupljeno 9.7.2020.)
9. Strateški program ruralnog razvoja Istarske županije, dostupno na https://www.istra-istria.hr/fileadmin/dokumenti/upravna_tijela/UO_za_p_oljoprivredu/Strateski_program_ruralnog_razvoja_IZ.pdf (pristupljeno 28.6.2020.)

10. Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine, dostupno na https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html (pristupljeno 2.7.2020.)

Brošure i priručnici:

11. HGK (2015) Ruralni turizam Hrvatske- nacionalni katalog

12. HTZ (2020) Brošura Istra Vacation, dostupno na <https://www.istra.hr/hr/informacije/brosure> (pristupljeno 14.7.2020.)

13. MINT (2011) Priručnik za seoski turizam, dostupno na https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/Prirucnik_Seoski_turizam.pdf (pristupljeno 1.7.2020.)

Članci i istraživački radovi:

14. Demonja, D. (2012) Baština i tradicija u oblikovanju turističke ponude na ruralnom prostoru Hrvatske, Podravina, Vol. 11, No. 21, 205-218, Koprivnica, dostupno na <https://hrcak.srce.hr/86096> (pristupljeno 9.7.2020.)

15. Krajnović et.al. (2011) Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma- problemi i smjernice, Oeconomica Jadertina 1/2011., dostupno na https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=101797 (pristupljeno 7.7.2020.)

16. Lukić, A. (2010) O teorijskim pristupima ruralnom prostoru, Hrvatski geografski glasnik, Vol. 72, No. 2, str. 49-75., dostupno na https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=97306 (pristupljeno 13.7.2020.)

17. Ružić, P. (2012) Analiza posebnosti i percepcije ruralnog turizma Istre, Ekon. misao praksa DBK, god XXI. (2012) br. 1., str. 217-238., dostupno na <https://hrcak.srce.hr/83779> (pristupljeno 3.7.2020.)

Mrežni izvori:

18. Istrapedia, dostupno na www.istrapedia.hr (pristupljeno 3.7.2020.)
19. Rural Koncept, dostupno na <http://www.rural-koncept.hr/hr/destinacije/istra/ruralna-istra/> (pristupljeno 26.7.2020.)
20. Službena stranica Istarske Županije, *Turizam u ruralnom (središnjem) dijelu Istre*, dostupno na <http://istra-istria.hr/index.php?id=321> (pristupljeno 7.7.2020.)
21. Službeni turistički portal Istarske županije, Statistika, dostupno na <https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/statistika/arhiva> (pristupljeno 15.7.2020.)
22. Turistički News portal, dostupno na www.hrturizam.hr (pristupljeno 19.7.2020.)

POPIS SLIKA I TABLICA

Slike

Slika 1. Istarska županija	8
Slika 2. Portfolio matrica turističkih proizvoda Republike Hrvatske	22

Tablice

Tablica 1. Dolasci i noćenja turista u IŽ u promatranom razdoblju od 2015. do 2019. godine	12
Tablica 2. Vrste, broj i kapaciteti domaćinstava u Istarskoj županiji	29

SAŽETAK

Selektivni oblici turizma budućnost su turizma, a ruralni turizam jedan je od njih. Upravo prema trendovima koji su sve izražajni, specifičnosti potrebna i želja turista, jasno je važnost potrebe isticanja selektivnih oblika turizma, s ciljem odmaka od nekadašnje masovnosti, spašavanja destinacija i domicilnog stanovišta, predstavljanja diverzificiranosti i posebnosti destinacijske ponude. Uvršavanje ruralnog turizmu u ponudu destinaciji osigurava se adekvatnost i pravovremenost zaštite resursa, očuvanje kulturnog integriteta, bioloških raznolikosti, ekoloških procesa, tradicijskih zanata, autentičnosti ponude, očuvanje proizvodnje, revitalizacija ruralnih područja i sl. Sustavni rad na stvaranju i obogaćivanju ponude ruralnog turizma naglašava kvalitetu i kvantiteta u isto vrijeme, individualiziranost i autentičnost, diverzificiranost i turističko iskustvo, omogućuje se identificiranost s destinacijom. Istarska županija sa svojom trenutačnom ponudom ruralnog turizma donosi život ruralnim područjima. Za razliku od nekadašnjih početaka, kada je ovdje bilo 37 registriranih agroturističkih domaćinstava, danas se ta brojka popela do čak 225 domaćinstava koji svojom ponudom osiguravaju cjelogodišnje turističke tokove i konstantne financijske priljeve. Današnja ponuda ponajviše se bazira u klasteru Središnja Istra, nudeći gostima tradiciju i autentičnost, odmak od buke i zagađenja, povrat njihovim iskonskim korijenima.

Ključne riječi: selektivni oblici turizma, agroturizam, seoska domaćinstva, ruralni turizam, ruralna područja, ruralni turizma Istarske županije

SUMMARY

Selective forms of tourism are the future of tourism, and rural tourism is one of them. Precisely according to the trends that are becoming more pronounced, the specifics needed and the desire of tourists, it is clear the importance of highlighting selective forms of tourism, with the aim of moving away from the former mass, saving destinations and domicile population, representing diversification and specifics of the destination offer. Inclusion of rural tourism in the offer of destinations ensures adequacy and timeliness of resource protection, preservation of cultural integrity, biological diversity, ecological processes, traditional crafts, authenticity of the offer, preservation of production, revitalization of rural areas, etc. Systematic work on creating and enriching rural tourism offers quality and quantity at the same time, individualization and authenticity, diversification and tourist experience, allows identification with the destination. Istria County with its current offer of rural tourism brings life to rural areas. Unlike the former beginnings, when there were 37 registered agritourism households, today that number has risen to as many as 225 households whose offer ensures year-round tourist flows and constant financial inflows. Today's offer is mostly based in the Central Istria cluster, offering guests tradition and authenticity, a departure from noise and pollution, a return to their original roots.

Keywords: selective forms of tourism, agrotourism, rural households, rural tourism, rural areas, rural tourism of Istria County