

# Razvoj ruralnog turizma u Istri

---

**Abramović, Lana**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2021**

*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:137:985897>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-26**



*Repository / Repozitorij:*

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

**LANA ABRAMOVIĆ**

# **RAZVOJ RURALNOG TURIZMA U ISTRI**

Diplomski rad

Pula, 2021.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

**LANA ABRAMOVIĆ**

**RAZVOJ RURALNOG TURIZMA U ISTRI**

Diplomski rad

JMBAG: 0303065657, redovita studentica

Studijski smjer: Turizam i razvoj

Predmet: Selektivni turizam

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Trgovina i turizam

Mentor: izv.prof.dr.sc. Aljoša Vitasović

Pula, rujan 2021.



## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Lana Abramović, kandidat za magistra poslovne ekonomije ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski 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

Lana Abramović

U Puli, 1.kolovoza, 2021. godine



## IZJAVA

### o korištenju autorskog djela

Ja, Lana Abramović dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom „Razvoj ruralnog turizma u Istri“ 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, 21. travnja, 2021. godine

Potpis

Lana Abramović

## Sadržaj

1. UVOD .....	7
1.1. Predmet i cilj rada.....	7
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja .....	7
1.3. Sadržaj i struktura rada .....	7
2. RURALNI TURIZAM .....	8
2.1. Razvoj i značajke ruralnog turizma.....	8
2.2. Određenje pojma ruralnog prostora.....	10
2.3. Ključni čimbenici ruralnog turizma .....	12
3. RURALNI TURIZAM ISTARSKOŽUPANIJE .....	14
3.1. Atraktivnost ruralne turističke destinacije Istre.....	14
3.2. Objekti, smještaj, noćenja i ponude ruralnog turizma .....	16
3.3. Ostale pretpostavke razvoja ruralnog turizma .....	23
3.4. Važnost manifestacija na ruralnim područjima .....	28
3.5. SWOT analiza ruralnog turizma Istre .....	30
4. OBLICI RURALNOG TURIZMA U ISTRI .....	32
4.1. Agroturizam .....	32
4.1.1. <i>Primjer dobre prakse- Agroturizam Ograde, Katun Lindarski, Pazin .....</i>	<i>37</i>
4.2. Lovni i ribolovni turizam .....	38
4.3. Eno-gastronomski turizam.....	39
4.4. Sportski i avanturistički turizam .....	45
4.5. Zdravstveni turizam .....	49
4.6. Kulturni turizam .....	49
4.7. Vjerski turizam.....	52
5. MARKETING RURALNOG TURIZMA ISTRE.....	54
5.1. Istraživanje tržišta.....	54
5.2. Promocija u ruralnom turizmu.....	57

5.3. Prodaja u ruralnom turizmu .....	61
6. RAZVOJNE MOGUĆNOSTI BUDUĆEG RURALNOG RAZVOJA TURIZMA ISTRE .....	63
7. ZAKLJUČAK.....	66
POPIS LITERATURE .....	68
POPIS ILUSTRACIJA.....	70
SAŽETAK .....	71
SUMMARY .....	72

# **1. UVOD**

## **1.1. Predmet i cilj rada**

Predmet ovog diplomskog rada je Istra s aspekta ruralnog turizma, koji je sada jedan od važnijih ekonomskih djelatnosti, posebno je važan za održivi turizam, valorizaciju prirodnih obilježja, razvoj ruralnih prostora te je specifičnost istarske županije, što je čak 81,6% njezine površine upravo ruralni prostor, kojeg karakterizira biološka i društvena različitost, što predstavlja veliki potencijal za daljnji razvoj ovog oblika turizma i Istre općenito. Među specifičnim oblicima turizma u posljednje vrijeme se sve više ističe ruralni turizam. Tijekom velikih promjena u stilu života i uslijed stresnog i ubrzanog načina života, ljudi se sve više orijentiraju na bijeg iz urbanih područja u ona mirnija i intimnija. Cilj rada je utvrditi stanje ruralnog turizma i ukazati na brojne turističke aktivnosti koje su usko povezane sa razvojem ruralnog turizma, njegove vrste te ustanoviti njegovo značenje za Istarsku županiju.

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

Diplomski rad se temelji na literaturi koja obuhvaća znanstvene i stručne članke, internetske izvore iz područja ekonomije, turizma i geografije, knjige vezane uz predmet istraživanja te na znanstvenim metodama korištenim pri pisanju rada. U radu su korištene metode analize i sinteze, induktivna i deduktivna metoda te metode komparacije, deskripcije i kompilacije.

## **1.3. Sadržaj i struktura rada**

Rad je strukturno podijeljen na šest međusobno povezanih poglavlja te započinje sadržajem te uvodom gdje je definiran predmet istraživanja, svrha i ciljevi istraživanja zatim znanstvene metode i struktura rada. Nakon uvoda, drugo poglavlje donosi karakteristike razvoja i značajke ruralnog turizma, treće poglavlje se veže za atraktivnosti i ostale pretpostavke ruralne turističke destinacije Istre, u četvrtom poglavlju su pojašnjeni oblici ruralnog turizma, peto poglavlje se odnosi na marketing ruralnog turizma te šesto poglavlje predstavlja razvojne mogućnosti budućeg ruralnog razvoja turizma Istre. Na kraju rada se nalazi zaključak te popis literature.



## 2. RURALNI TURIZAM

### 2.1. Razvoj i značajke ruralnog turizma

Početak razvoja turizma na ruralnom području može se povezati sa kraljevskim obiteljima, europskoj aristokraciji i visokoj buržoaziji, kada je selo postalo novi objekt interesa, te je tako otkrivena ruralna sredina u kojoj se uživa u raznim aktivnostima u prirodi i seoskim imanjima. Upravo je to rezultiralo izgradnjom ljetnikovaca i vila što je seosku sredinu podiglo na veći nivo. Ružić (2005.) tvrdi da se početak razvoja ruralnog turizma nazire 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. U kasnijim razdobljima, sve se više iz grada putovalo rodbini i prijateljima na selo, a motivi posjeta su uglavnom bili ekonomski, što je bilo vezano uz mogućnost jeftinije i kvalitetnije prehrane i noćenja, osim toga također se u ruralne prostore putovalo zbog lova, planinarenja i ribolova, zdravlja, berbe i slično. S naglim razvojem masovnog turizma u Hrvatskoj, stvorila se granica između maritimnog turističkog prostora i ruralnoga, tako su ostali turistički nerazvijeni svi dijelovi kontinentalnog ruralnog prostora, uključujući cjelokupnu unutrašnjost Istre.

Turističko tržište danas je izrazito dinamično i konkurentno, opstanak na njemu uvjetovan je stalnim praćenjem suvremenih trendova kroz koje se identificiraju tendencije kretanja potražnje, nove tržišne prilike, područja mogućih ulaganja i potrebe infrastrukture. Razvoj turizma se očitao kroz porast broja turista pa tako i turizam dobiva sve veće gospodarsko značenje što je rezultiralo razvijanjem novih oblika turizma. S razvojem novih oblika turizma nameće se i potreba za adekvatnim uređenjem turističkih mjesta te se svi objekti i mjesta prilagođavaju novim potrebama infrastrukture i zahtjevima svakog turista.

„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).

Ruralni turizam skupni je naziv za različite aktivnosti i oblike turizma koji se razvijaju na ruralnim prostorima. Ruralni turizam, kao oblik turizma u ruralnim područjima, koja su sa svojim prirodnim i kulturnim resursima temelj za kvalitetan razvoj turizma, počeo se razvijati u novije vrijeme te mu je dan manjak važnosti nego maritimnom turizmu. Ruralni turizam u Hrvatskoj uključuje boravak na gospodarstvu te sve oblike turističkih aktivnosti koje uključuju ruralni način života, kao što su vožnja biciklom, aktivnosti u zraku i na vodi, zdravstveni i sportski turizam, pješaćenje, folklorne grupe, sudjelovanje u poljoprivrednim radovima i lokalnoj proizvodnji, umjetničke radionice, edukacije, ribolov, jahanje i slično.

Za razvoj ruralnog turizma nisu dovoljna samo turistička seljačka gospodarstva već i drugi smještajni objekti u ruralnom prostoru. Potrebna je i ostala infrastruktura kao što su restorani, turističke atrakcije, kušaonice vina, vinske ceste, biciklističke staze, turističke agencije, odnosno potrebne su organizirane ruralne turističke destinacije. Ruralni turizam u Hrvatskoj posjeduje raznoliku i vrlo privlačnu prirodnu i kulturno-povijesnu strukturu te upravo zbog toga privlači mnogobrojne posjetitelje. Ono što proizvod ruralnog turizma razlikuje od ostalih turističkih proizvoda jest činjenica da kroz kontakte i susrete u turističkom kretanju, posjetitelji upoznaju i prihvaćaju vrijednosti drugih ljudi, naroda i kultura te se tako smanjuje razlika između lokalne zajednice i posjetitelja. Za domaćine je vrlo bitno pratiti tržište, jer se želje i potrebe gosta stalno mijenjaju, a s druge strane turisti žele autentično i jedinstveno iskustvo stoga su interakcija kao i sinergija te zajedništvo ključ uspjeha. Za pravi doživljaj destinacije potrebna je implementacija sa lokalnom zajednicom i prilagodba lokalnom ambijentu zbog kojeg se ostvaruje osjećaj pripadnosti i jedinstva u kojem se gost osjeća kao domaći. Također, razvojem ruralnog turizma podupire se investiranje u poboljšanje stanovanja u obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, kao i poboljšanje poljoprivredne proizvodnje. Na taj način ruralni turizam dopunjava osnovnu djelatnost obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava koja povećanom ekonomskom aktivnošću posluje bolje i uspješnije.

U sljedećoj tablici prikazane su razlike između turizma u prošlosti i suvremenog turizma.

**Tablica 1: Usporedba suvremenog turizma i turizma u prošlosti**

<b>TURIZAM U PROŠLOSTI</b>	<b>SUVREMENI TURIZAM</b>
Unificirani masovni turizam	Diferenciran i segmentiran turizam
Prevladava jedna vrsta odmora	Različite vrste putovanja
Turist kao opušten, intertan dokoličar	Dinamičan i aktivan turist
Odmaranje, kupanje, sunčanje kao glavne turističke aktivnosti	Doživljaji i učenje kao glavne aktivnosti
Nemaran odnos prema okolišu	Turist postaje ekološki svjestan
Odmor jednom na godinu	Kraći i češći odmori više puta godišnje
Unificiran paket aranžman	Aranžamani krojeni po mjeri turista

*Izvor: Hendija, Z. (2014.); Međunarodni turizam*

Razlikovna obilježja turizma u prošlosti u usporedbi sa suvremenim turizmom su te da su se prije turističke aktivnosti temeljile na odmaranju, kupanju i sunčanju, dok su danas važniji doživljaji, intelektualno posvećivanje sebi, upoznavanje lokalne kulture i tradicije te se tako stvaraju nova životna iskustva, poznanstva. Naime, putovanje se podiže na veći nivo, koji nije samo odmor i uživanje, već osobna transformacija u kojoj se razvija međusobno poštovanje, težnja za otkrivanjem i upoznavanjem tuđih kultura, običaja i navika. U suvremenom turizmu su odmori puno češći i kraći tijekom godine, dok se u prošlosti odmor odvijao samo jednom godišnje također se budi ekološka svijest dok u prošlosti to nije slučaj.

## **2.2. Određenje pojma ruralnog prostora**

Prema „Strategiji prostornog uređenja Republike Hrvatske (1997.)“ ruralnim se prostorom smatra cjelokupni prostor izvan grada, prostor koji je predmet zanimanja u sociološkom i gospodarskom smislu, u kojem se rasprostiru mala ruralna društva ili ruralne zajednice, i usko je životno i radno povezan s pretežno prirodnim okolišem.

Ruralni prostor je osnovni resurs za razvoj ruralnog turizma te se ruralni turizam oslanja na potrebi građana za mirom i rasonodom, također uključuje posjetu nacionalnim parkovima, parkovima prirode te ostaloj baštini u ruralnom prostoru, zatim panoramske vožnje i boravak na turističkim seljačkim gospodarstvima te sportsku rekreaciju na otvorenom.

Ruralni prostor suprotnost je gradskom prostoru, tj. cjelokupni obradivi i naseljivi prostor izvan grada. Iako se prostor još uvijek dijeli na ruralni i urbani, zbog života u umreženom društvu smanjuju se razlike između ta dva pojma, upravo zbog sve veće prisutnosti interneta i novih tehnologija u sve većim područjima naše planete. Ono što je interesantno napomenuti u odnosu između ta dva pojma je sve veći trend porasta broja stanovnika u ruralnim područjima koji je u nekim područjima pozitivniji od porasta broja stanovnika u gradovima. Razlog tome je urbanizacija koja zapravo tjera ljude iz gradova zbog pretjerane gužve i zagađenosti.

Ruralni prostori svojim karakteristikama motiviraju posjet turista. Motivi koji čine turizam na ruralnom prostoru zanimljivim i prihvatljivim (Duk-Byeong, Yoo-Shik, 2008.), klasificiraju se prema tipologiji (Goeldner i Ritchie, 2003.) kao:

- fizički (relaksacija)
- kulturni (otkrivanje novih prostora)
- interpersonalni (socijalizacija i upoznavanje novih ljudi)
- prestiž (samoupoznavanje i samoaktualizacija)

Za definiranje ruralnog područja koriste se sljedeća obilježja:

- prostor izvan gradskih i urbanih središta
- s malim brojem stanovnika
- s dominantnim korištenjem zemlje i šuma za opstanak ljudi
- na kojem prevladava društvena struktura, tradicionalni običaji i seoski identitet
- uvažavanje okoliša

Iz prethodno navedenog vidljivo je da se pri definiranju ruralnog područja uvažavaju kriteriji poput brige o okolišu, načina iskorištavanja zemljišta, veličine naselja, broj stanovnika, funkcionalne opremljenosti i položaju na određenom području. Dakle, gospodarski razvoj navedenih područja prvenstveno se temelji na poljoprivredi i šumarstvu, uz značajno uvažavanje okoliša i očuvanje običaja i tradicija. Za ruralne

prostore je također karakteristično da se u njima izmjenjuju brojne različitosti krajolika poput planina, dolina, rijeka, jezera i drugih prirodnih ljepota, što može značajno doprinijeti njihovom ekonomskom razvoju uz pravilno iskorištavanje navedenih resursa.

Kantar, S. (2016.) navodi da se ruralno područje može promatrati i sa sljedećih aspekata:

- politički (npr. tumačenje ruralnog kao agrarnog prostora u cilju izdvajanja što više sredstava za poljoprivredu; shvaćanje ruralnog kao tampon zone koja osigurava regenerativni okoliš nužan za ekološku ravnotežu),
- hedonistički (predstavljanje ruralne idile i mjesta idealnog za odmor i rekreaciju), - laički (doživljaj ruralnog običnih ljudi, „nestručnjaka“ na temelju njihovih životnih iskustava),
- popularni diskursi ruralnosti, odnosno predodžbe o ruralnim područjima producirane i prenošene putem kulture i medija.

Brojni problemi s kojim se ruralna područja suočavaju su depopulacija, starenja stanovništva, te općenito sve lošijim socioekonomskim pokazateljima koji te prostore čine pasivnim i nepoželjnim za život. Loša gospodarska i demografska slika ruralnih područja dovodi i do problema na širem prostoru. Naime, niska razvijenost ruralnog prostora značajno utječe na razvoj cjelokupnog gospodarstva pa je zadatak svake države potaknuti njegov razvoj.

### **2.3. Ključni čimbenici ruralnog turizma**

Kao što je naveo Krajnović A.(2011.) , četiri su ključna faktora uspjeha ruralnog turizma:

- *multidisciplinarni pristup* – uključivanje ekonomske, ekološke i sociokulturalne analize
- *nužna stalna konzultacija sa stakeholdersima* – poduzetnici, javna uprava, obiteljska poljoprivredna gospodarstva, jedinice lokalne samouprave, turističke zajednice, sustav zaštite prirode, sustav kulturnih djelatnosti i dr.
- *otvorenost strategije za javnost* – turizam se, više od drugih "industrija", oslanja na "lokalni goodwill", na kulturu udomljivanja posjetitelja te gostoljubivost. "Otvorenost

strategije" znači organiziranje javnih rasprava, korištenje medija i dvosmjernu komunikaciju nositelja strateškog razvoja i lokalne zajednice.

-  *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. Najznačajnije karakteristike ruralnog turizma uključuju domaću tradicionalnu hranu, očuvani okoliš, upoznavanje seoskih aktivnosti, mirnu sredinu i odsutnost buke i gužve te komunikaciju s domaćinima. Glavni cilj ruralnog turizma je vraćanje tradicijskim vrijednostima i prirodnom okruženju te upoznavanje potencijalnih klijenata/turista s navedenim.

**Tablica 2: Usporedba odmorišnog/gradskog i ruralnog turizma**

<b><i>ODMORIŠNI/GRADSKI TURIZAM</i></b>	<b><i>RURALNI TURIZAM</i></b>
Naselja s više od 10.000 stanovnika	Naselja s manje od 10.000 stanovnika
Urbaniziran okoliš	Prirodni okoliš
Intenzivna infrastruktura	Slaba infrastruktura
Značajni zabavni i trgovački sadržaj	Značajne individualne aktivnosti
Veliki objekti	Mali objekti
Nacionalno/međunarodno vlasništvo	Lokalno vlasništvo
Samopodržavajući turistički interesi	Turizam podržava ostale interese
Zaposlenici mogu živjeti dalje od radnog mjesta	Zaposlenici uglavnom žive u blizini radnog mjesta
Rijetko je pod utjecajem čimbenika sezonalnosti	Često je pod utjecajem čimbenika sezonalnosti
Nepersonalizirani odnos s gostima	Personalizirani odnos s gostima
Profesionalni menadžment	Amaterski menadžment

Izvor: Grgić, „Turizam kao djelatnost“, Križevci, 2013.

Uspoređujući gradski i ruralni turizam, gradski ipak ima vodeću ulogu zbog veće koncentracije ljudi i k tome ima značajnije sadržaje koje su u ponudi. Seoski je turizam

primoran, zbog manjeg broja stanovnika i drugih navedenih čimbenika, konstantno održavati svoju ponudu putem brojnih kanala jer je ipak teže konkurirati u području s manje od 10.000 stanovnika tijekom cijele godine, zbog čega je pod utjecajem čimbenika sezonalnosti. Zato je takav turizam osjetljiviji te se personaliziranjem usluga stvara poseban ambijent i tako se gostu omogućuje lako uklapanje u lokalnu sredinu i aktivno upoznavanje lokalne kulture i krajolika.

### **3. RURALNI TURIZAM ISTARSKE ŽUPANIJE**

#### **3.1. Atraktivnost ruralne turističke destinacije Istre**

Podneblje Istre obilježava blaga mediteranska klima sa toplim i suhim ljetima te blagim i ugodnim zimama, što omogućuje ugodan boravak tokom cijele godine, također zeleni biljni pokrivač i brojne životinjske vrste pravi su mamac za ljubitelje odmora u ruralnim sredinama. Istra je posebno privlačna regija Republike Hrvatske za razvoj takvog oblika turizma pogotovo zbog povoljnog geografskog položaja, kvalitete, prirodnih ljepota i raznolikosti turističkih sadržaja, 7 atraktivnosti objekata ponude, prirodne i antropogene specifičnosti, liberalne turističke politike te zakonske regulative koja omogućuje razvoj, interes i sklonost stanovništva i zajednice ka razvoju ruralnog turizma. Kamene kuće, maslinici, vinogradi i obrađena polja predstavljaju resurs za proizvodnju tradicionalnih jela i pića koja označavaju delicije Istre te bogatstvo tradicije i običaji domaćina koji su se prenosili iz generacije u generaciju Istri daju prepoznatljivu vrijednost.

Ružić P. (2011.) navodi da atraktivni elementi ruralne turističke destinacije Istre uključuju zdravu klimu, nezagađenost zraka i vode, očuvanu prirodu i slikoviti krajolik, očuvano graditeljsko nasljeđe i očuvane socio – kulturne značajke, mogućnost slobodnog kretanja po okolici i uvjete za zabavu, sport i rekreaciju, izgrađene ugostiteljske objekte po tradicijskoj arhitekturi s ponudom regionalne hrane i pića, dobru cestovnu i telekomunikacijsku povezanost te zainteresiranost stanovništva za bavljenje turizmom.

Atraktivnost prostora se utvrđuje prema stupnju oduševljenja koji su posjetitelji doživjeli boravkom u istom. Važniji elementi koji ukazuju na atraktivnost prostora su čist zrak, čista voda, zdrava klima, očuvana okolina kroz očuvano prirodno i kulturno nasljeđe, odsutnost buke i vibracija, slikoviti krajolik, dobra cestovna povezanost. Također je važna mogućnost slobodnog kretanja u prirodi radi rekreacije i razgledavanja zanimljivosti. Prirodne ljepote omogućuju duge šetnje, pješačenja, veslanje, jahanje, ribolov, foto-safari, penjanje po stijenama i slične aktivnosti. Veću atraktivnost kraju daju dvorci, crkve, muzeji i galerije, kao i održavanje različitih manifestacija te pružanje ostalih usluga. Turisti također traže i mogućnost stjecanja praktičnih znanja, pa je okolica u kojoj se mogu upoznati sa starim obrtima poput lončarstva, kožarstva, tkanja, slikanja ili pak izrada narodnih nošnji, izuzetno atraktivna.

Naime, turisti koji dolaze iz urbanih dijelova koji su u potrazi za netaknutom prirodom i ruralnom arhitekturom, svejedno traže minimalni komfor poput asfaltiranog prilaza, opskrbe vodom, strujom, telefonom, blizinu ugostiteljskih objekata, trgovine, ambulante i sl.

U sljedećoj tablici prikazan je „okvir za ocjenjivanje atraktivnosti, izvornosti i ambijentalnosti lokacije“ u kojem je svaki element razrađen s 5 razina intenziteta atraktivnosti, u kojem variraju ocjene od 1-5 pri čemu je viša razina, ujedno i bolja ocjena.

**Tablica 3. Ocjena atraktivnosti ruralne turističke destinacije Istre**

<b><i>ATRAKTIVNI ELEMENTI</i></b>	<b>Prosječna ocjena</b>
Zdrava klima (temperatura zraka, količina padalina)	4, 5
Nezagađenost zraka i vode	4,0
Odsutnost buke i vibracije, opasnosti od eksplozije, poplava, radijacija (kamenolom, autoceste, blizina rijeka i jezera)	4,0
Očuvana priroda i slikovit krajolik	4,5
Očuvano graditeljsko nasljeđe i očuvane socio – kulturne značajke (spomenici, tradicija i običaji , arhitektonska djela)	3,5



Mogućnost slobodnog kretanja po okolici i uvjeti za zabavu, sport, rekreaciju	4,0
Izgrađeni ugostiteljski objekti po tradicijskoj arhitekturi s ponudom regionalnih jela i pića	4,0
Dobra cestovna i telekomunikacijska povezanost (udaljenost do ambulante, banke, trgovine i sl.)	4,0
Zainteresiranost stanovništva za bavljenje turizmom (gostoljubivost, poznavanje stranih jezika)	3,0
<b>PROSJEČNA OCJENA</b>	<b>3,9</b>

Izvor: P. Ružić, „Ruralni turizam Istre“, Pula, 2011.

Prosječna ocjena opće atraktivnosti ruralne turističke destinacije Istre iznosi 3,9 od 5,0. S obzirom na mogućnosti s kojima ruralni dio Istre raspolaže i koliko pruža svojim posjetiteljima, prosječna ocjena je realna, ali može se očekivati da će se u budućnosti popraviti.

### 3.2. Objekti, smještaj, noćenja i ponude ruralnog turizma

Uređenje objekata i njihovo osposobljavanje za prihvata turista na ruralnom prostoru mora biti dobro osmišljeno te podređeno najboljem mogućem načinu pružanja usluga posjetiteljima. Kod uređenja obiteljskog poljoprivrednog turističkog gospodarstva treba voditi brigu i o djeci kako bi im se osiguralo dovoljno prostora za igru i veselje. Igrališta stoga trebaju biti planirana i projektirana kako bi se na najbolji način djecu odvratilo od opasnosti ozljeda tijekom igranja. Važnije od samog uređenja objekta su mjere opreza sa svrhom sprječavanja mogućih neugodnosti, opasnosti i nesreća, stoga u objektu treba poduzimati mjere kao što su: održavanja reda, ugrađivanja i održavanja ispravnosti instalacija, osvjetljenja gospodarstva, držanja nadzora nad djecom, izbjegavanja držanja na gospodarstvu opasnih životinja te poduzimanja svih ostalih mjera zaštite.

Provođenje ovih mjera je vrlo važno, kako bi se osigurali posjetitelji od svih mogućih nezgoda u ruralnoj sredini te se u nastavku prikazuje „ocjena atraktivnosti agroturističkih i ostalih objekata ruralnog turizma Istre.

**Tablica 4. Ocjena atraktivnosti agroturističkih i ostalih objekata ruralnog turizma Istre**

<b>ELEMENTI ATRAKTIVNOSTI</b>	<b>Prosječna ocjena</b>
Posjed poljoprivrednog zemljišta (vlasništvo ili najam)	3,0
Posjed gospodarskih objekta uz stambeni (uz uvjet da objekti nisu prazni)	3,0
Posjedovanje životinja	2,5
Mogućnost uvida u proizvodnju	2,0
Atraktivnost lokacije stambenog objekta	4,0
Pristup agroturističkim i drugim objektima (parking, uređenje pristupa)	4,0
Priključci za vodu, struju i sl.	4,5
Zainteresiranost članova na gospodarstvima za bavljenje turizmom	4,0
<b>PROSJEČNA OCJENA</b>	<b>3,4</b>

*Izvor: P. Ružić, „Ruralni turizam Istre“, Pula, 2011.*

Iz prikazane tablice, prosječna ocjena 3,4. S obzirom na dobivenu ocjenu posebno je važno naglasiti da gospodarstva imaju poljodjelske značajke, točnije poljoprivredno zemljište, stambenu i gospodarsku zgradu, stoku, poljoprivrednu proizvodnju i da s članovima obitelji čine poljodjelsku gospodarsku jedinicu.

Okvir za procjenu ponude ruralnog turizma široka je lepeza usluga smještaja i prehrane te druge kompleksne turističke ponude (turističke atrakcije, organizirane ture i sl.), čiji su bitan činitelj cijene i marketing. U tom smislu, smještajnim kapacitetima se smatraju svi oni objekti koji zadovoljavaju potrebu gradskih stanovnika za mirom, te imaju uvjete za sportsku rekreaciju na otvorenom, koji osiguravaju posjete zaštićenim dijelovima

prirode i ostaloj prirodnoj i kulturnoj baštini, panoramske vožnje i uživanje u ruralnom krajoliku te kontakt s ruralnom kulturom, osobito putem osobnih kontakata i sudjelovanja u aktivnostima, tradiciji i stilu života lokalnog stanovništva.

Prema Pravniku o razvrstavanju, kategorizaciji, posebnim standardima i posebnoj kvaliteti smještajnih objekata iz skupine hoteli, ponuda u ruralnom turizmu predstavlja se objektima i kapacitetima za pružanje ugostiteljskih usluga, te vrstama usluga i proizvodima koji se nude i prodaju ruralnim turistima. Objekti za smještaj razlikuju se prema tehničkim i arhitektonskim obilježjima, veličini, i načinu pružanja usluga. Za te objekte postoje uvjeti koje moraju ispunjavati, oni su propisani određenim normama o kategorizaciji, koje se temelje na tehničkim zahtjevima, odnosno onim o broju i kvaliteti prostorija, uređaja i opreme. Osim smještaja i prehrane u ponudu ruralnog turizma mogu se još dodati razne aktivnosti kao što su rad u polju, pješačenje, planinarenje, ribolov, vožnja biciklom.

Ruralni turisti traže brojne usluge od kojih su najčešće: noćenje, prehrana i piće, kupnja poljoprivrednih proizvoda, prerađevina i suvenira te ostalu sportsko – zabavnu ponudu. Navedene usluge turisti traže u raznim kombinacijama, primjerice spavanje i hrana ili samo hrana i piće ili samo kupnja proizvoda. Pored osnovnih usluga, turisti žele potpuni doživljaj te traže uključivanje u poljoprivredne poslove (berba grožđa, maslina, žetva itd.) Boravak na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu treba biti ispunjen brigom od strane domaćina. U ponudi hrane trebaju biti zastupljeni domaći i tradicionalni specijaliteti, a ponuda u svim svojim elementima posjetiteljima mora pružati seoski ugođaj, jednostavan seoski način života. Djeca trebaju imati dovoljno slobode kretanja te mogućnost upoznavanje životinjskog i biljnog svijeta. Prema podacima Turističke zajednice Istarske županije, ocjena općeg dojma o atraktivnosti ponude ruralnog turizma Istre ocijenjen je 2020. godine s 4,1, što znači da su turisti vrlo zadovoljni uslugama te da je ponuda zanimljiva gostima.

Što se tiče smještaja, receptivni činitelji turističke destinacije obuhvaćaju široku ponudu 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, smještaje na vinskoj cesti i

ruralna kamp odmorišta (Prema katalogu Turističke zajednice Istre, Istra Countryside – Odmor u zelenoj Istri).

- **Agroturizam** predstavlja tip turističkog seoskog obiteljskog gospodarstva kod kojega je osnovna aktivnost poljoprivredna proizvodnja, dok turističke usluge smještaja i prehrane gostiju čine dodatnu aktivnost. Pored osnovnih ugostiteljskih usluga smještaja i prehrane, na gospodarstvu se mogu organizirati i ostale turističke usluge (aktivnosti, paketi usluga) koje imaju za cilj gostima pružiti mogućnost aktivnog odmora, odnosno maksimalno iskoristiti turistički potencijal gospodarstva. Vlasnik gospodarstva sa svojom obitelji, u pravilu, živi na samom gospodarstvu dok se za turističke usluge koristi višak prostora unutar gospodarstva. Stoga je gost, u stalnoj i izravnoj interakciji s domaćinom i njegovom obitelji tijekom posjeta gospodarstvu, te ima mogućnost iz prve ruke upoznati se s običajima, tradicijom, načinom i kulturom življenja, kulturološkim mikrosvijetom, tradicionalnom poljoprivrednom proizvodnjom, tipičnim proizvodima i lokalnom gastronomijom.
- **Ruralni B&B (bed and breakfast)** odnosno noćenje s doručkom predstavlja gospodarstvo koje pored osnovne usluge smještaja (sobe - svaka sa svojim zasebnom kupaonicom ili apartmani) obvezno nudi i uslugu doručka gostima gospodarstva, doručak mora biti poslužen s domaćim kruhom uz još neke domaće lokalne proizvode, koji mogu uključiti mlijeko, sir, jaja, skutu, marmelade, med i sl. Vlasnik gospodarstva nije profesionalni poljoprivredni proizvođač (ali može i biti), tj. poljoprivredna proizvodnja nije nužno vezana za turističke usluge, ali se zahtijeva da u ponudi doručka bude barem jedan proizvod vlastite proizvodnje, s obzirom da je gospodarstvo smješteno u ruralnom području. Doručak se služi u posebnom prostoru organiziranom za ugošćavanje, također vlasnik živi na gospodarstvu, a gost je smješten u kući domaćina, ili u zasebnoj kući za potrebe smještaja, no u oba slučaja, životni prostori domaćina odvojeni su od prostorija koje gost koristi, tako da postoji zajamčena privatnost. 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 Porte Porton, 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 središnje Istre. Takvi objekti najčešće su tradicionalne kamene istarske kuće koje se iznajmljuju zajedno s pripadajućim terenom, koji može obuhvaćati dvorište, bazen, dječje igralište i parkirališni prostor. To znači da se takva kuća po istoj cijeni iznajmljuje za cijeli kapacitet koji ona ima (npr. 6 kreveta) ili ako je primjerice ako je popunjen samo jedan krevet. Vlasnik u pravilu ne živi na tome gospodarstvu već može živjeti u drugom mjestu, ali postoji stalna komunikacija gost-domaćin. Potražnja za odmoršnim kućama je uvijek velika, a pogotovo u ruralnim područjima u kojima prevladavaju mir i tišina.
- **Ruralni obiteljski hotel** karakterizira intimno, malo gospodarstvo s većim brojem kreveta ( do 35 kreveta). Organizirano je u tradicionalnim objektima s atraktivnim prirodnim okruženjem, koji po svojoj veličini mogu imati veći broj soba (ne manje od 5 soba). Takvi objekti ne mogu se nadograđivati već trebaju zadržati izvornu prostornu strukturu i oblik. Objekt za ruralni obiteljski hotel može biti i nanovo izgrađen objekt, ali pod uvjetom da su se kod izgradnje i opremanja poštivali svi elementi tradicijske gradnje. 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 te domaćinski i prisniji odnos, zadovoljavajući svaku želju gosta, 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. Neki od primjera u Istri su hotel „Vila Lili“ u Rovinju, „Hotel Makin“ u Novigradu, „San Rocco“ u Brtonigli, „Hotel Filipini“ pokraj Poreča, „Hotel Kaštel“ u Motovunu.
- **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. U Istri su organizirane četiri vinske ceste s 116 podruma. 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 Istre ovaj tip smještaja nude: vinarije Sinković, Roxanich, Prelac.

**Tablica 5. Dolasci i noćenja u ruralnom turizmu Istre od 2014. do 2019. godine**

<b>POSJETITELJI</b>	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Ukupni posjetitelji Istarske županije	3.012.215	3.566.982	4.231.105	4.980.346	5.347.844	6.112.204
Posjetitelji ruralnog turizma Istre	249.596	268.542	287.654	312.428	331.782	351.565
Domaći posjetitelji ruralnog turizma	24.118	23.458	24.123	24.764	23.988	24.865
Noćenja domaćih posjetitelja ruralnog turizma	96.472	93.832	96.492	111.438	107.946	112.892
Inozemni posjetitelji ruralnog turizma	225.486	258.431	289.652	312.438	337.984	361.608
Noćenja inozemnih posjetitelja ruralnog turizma	901.944	1.033.726	1.303.435	1.405.971	1.351.936	1.446.432
Postotak sudjelovanja domaćih ruralnih turista	10,7	9,5	9,7	9,8	9,5	9,4
Postotak sudjelovanja inozemnih ruralnih turista	89,3	90,5	90,3	90,2	90,5	90,6
Postotak sudjelovanja ruralnih turista u ukupnom	7,8	8,2	8,3	8,4	8,3	8,5

Izvor: Turistička zajednica Istarske županije, <https://www.istra.hr/statistika/dolasci/nocenja/Istra/hr> (pristupljeno 18.06.2021.)

Tablica ukazuje na porast broja dolazaka i noćenja turista u djelatnosti ruralnog turizma u razdoblju od 2014. do 2019. godine, što je prije svega rezultat potrebe ljudi za bijegom od svakodnevnice i stresa te želje za opuštanjem i odmorom u prirodi, istraživanjem novih destinacija koja nude autohtona jela i tradicionalnu kuhinju, daleko od gradske gužve, buke i razvikanih priobalnih destinacija koja vrve od masovnog turizma.

### 3.3. Ostale pretpostavke razvoja ruralnog turizma

Razvoju turizma u Istri doprinose pretpostavke poput: raspolaganja zemljištem, infrastrukturne, stručno-dokumentacijske, edukacijske, porezne, financijske, promidžbene, interesne, zaštite okoline, i dr. Razvojni koncept ruralnog turizma u Istri sadrži aktivnosti na razini pojedinih cjelina ruralnog prostora i na razini pojedinačnog OPG-a. U razvojnim programima ruralnog prostora vodi se računa o ambijentalnoj proizvodnji, potiče se održivi razvitak temeljen na prirodnim i ekološkim uvjetima. U cilju poticanja razvoja ruralnog turizma u Istri osigurava se infrastruktura opskrbljivanje vodom, strujom, prometom te zbrinjavanjem otpada, naime za turiste su posebno važne društvene infrastrukture kao što su banka, ambulanta, pošta, trgovina i sl.

Za razvoj ruralnog turizma u ruralnoj turističkoj destinaciji osobito je važno turističko i ugostiteljsko obrazovanje triju kategorija stanovništva koje izravno ili neizravno utječu na stvaranje ponude ruralnog turizma: radnici koji pružaju uslugu smještaja, hrane i pića, zatim radnici koji pružaju turističke usluge u koje valja ubrojiti i radnike u turističkim zajednicama, te lokalno stanovništvo. Također potrebni su kadrovi s posebnim znanjima, koji poznaju lokalne kulinarske specijalitete, lokalna vina i pića, tradicijske obrte, kulturne i ostale sadržaje područja. Navedeni kadrovi se obrazuju kroz tri razine, i to u obrazovnim programima osnovne škole, u stručnim školama i u okviru posebnih tečaja prema interesu odraslih pojedinaca. U okviru tečajeva za stručno usavršavanje edukacija se provodi na dvije razine:

- edukacija subjekata uključenih u razvoj ruralnog turizma
- obvezna edukacija vlasnika OPG-a

U Istri je povećan interes većeg djela stanovništva za razvoj ruralnog turizma, sklonost i interes razvoju ruralnog turizma podupirani su potporama, udrugama te razvojnim i strateškim planovima. Smjernice razvoja ruralnog turizma Istre su usmjerene na podizanje kvalitete turističke ponude, diversifikacije, te modela potpune usluge „ključ u ruke“. Strateški okviri razvoja ruralnog turizma Istre prikazani su u operativnom programu, plansko-programskom postupku i sredstvu za uspješnije upravljanje razvojem Istre.



**Tablica 6. Dolasci i noćenja u unutrašnjosti i priobalnom dijelu Istre u razdoblju od 2005. do 2015. godine**

Godine tur. promet	Dolasci		UKUPNO	Noćenja		UKUPNO
	obala	unutrašnjost		obala	unutrašnjost	
2015	3.391.483	179.185	3.570.668	22.357.533	1.311.035	23.668.568
2014	3.113.450	158.830	3.272.280	21.082.349	1.192.192	22.274.541
2013	3.050.857	144.729	3.195.586	20.950.997	1.081.825	22.032.822
2012	3.029.014	130.971	3.159.985	21.005.805	987.064	21.992.869
2011	2.894.791	117.413	3.012.204	19.784.913	861.815	20.646.728
2010	2.633.806	103.943	2.737.749	18.299.160	742.449	19.041.609
2009	2.644.196	167.475	2.811.671	18.151.132	814.867	18.965.999
2008	2.636.266	150.213	2.786.479	17.698.962	913.791	18.612.753
2007	2.615.317	137.547	2.752.864	17.261.440	841.388	18.102.828
2006	2.467.199	122.255	2.589.454	16.673.782	737.383	17.411.165
2005	2.397.092	100.203	2.497.295	16.440.852	606.406	17.047.258

*Izvor: P. Ružić; Analiza posebnosti i percepcije ruralnog turizma Istre, 2012.*

Gore navedena tablica prikazuje dolaske i noćenja u Istarskoj županiji. Iz navedenih statističkih podataka vidljivo je da brojke rastu iz godine u godinu. To znači da Istra u prikazanom razdoblju bilježi trend rasta. Nadalje, iz tablice se može iščitati i daleko brojnija posjeta obalnim dijelovima Istre. Razlog tome nije nerazvijenost unutrašnjosti. Plava i Zelena Istra jednako su razvijene i ulažu napore u ostvarivanje još boljih rezultata. Statistika je takva zbog ciljeva i želja turista da ljetne mjesecе provedu uz morsku obalu i plavetnilo mora, uz kupanje i sunčanje.

**Tablica 7. Razvojne potrebe i mjere za razvoj ruralnog turizma Istre**

<b>RAZVOJNA POTREBA</b>	<b>PROJEKTI/ MJERE</b>
Podizanje kvalitete usluga i proizvoda na višu razinu	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sustav poticanja kvalitete</li> <li>- Subvencionalni krediti za podizanje kvalitete u turizmu</li> <li>- Certificiranje turističkih proizvoda</li> <li>- Privlačenje svjetskih brendova u turizmu</li> </ul>
Specijalizacija/diversifikacija turističkih usluga i proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Projekt DMO/DMC (Destination management companies)</li> <li>- Certifikacija turističkih proizvoda</li> </ul>
Promjena obrazovnog sustava, privlačenje stalnih obrazovnih institucija i kontinuirana edukacija ljudskih resursa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Regionalizacija školstva</li> <li>- Osnivanje Istarskog sveučilišta</li> <li>- Dovodjenje stranih obrazovnih institucija</li> <li>- Benchmarking</li> <li>- Seminari, tečajevi</li> </ul>
Turistički razvoj unutrašnjeg – ruralnog područja	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruralni – agroturizam, stancije</li> <li>- Gastro turizam</li> <li>- Vinske ceste</li> <li>- Ceste maslinovog ulja</li> <li>- Golf turizam</li> </ul>
Izrada usvajanje i promocija jedinstvenog vizualnog identiteta regije	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Izrada vizualnog identiteta</li> <li>- Sustavna promotivna kampanja</li> </ul>
Produženje turističke sezone na 6-8 mjeseci godišnje	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cjelogodišnje poslovanje turističkih objekata</li> <li>- Organizacija manifestacija u pred i post sezoni</li> </ul>
Ubrzano definiranje ključnih zakonskih okvira koji izravno ili neizravno utječu na turizam	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Predlaganje zakonskih akata</li> <li>- Lobiranje posredstvom saborskih zastupnika prema Vladi RH</li> </ul>

*Izvor: Izrada autora prema regionalnom operativnom programu Istarske županije*

Turistička zajednica Istarske županije raspisala je krajem 2014. godine natječaj za izradu „Master plana 2015. – 2025. Misija plana je da se nakon prethodnog Master

plana koji se provodio u razdoblju između 2004. i 2012. godine, napravi novi planski dokument za sljedećih 10 godina. Prema Viziji turizma Istre 2025.godine, „Istra 2025. je globalno prepoznata turistička regija koja je svoje autentične vrijednosti uspješno integrirala u udoban i poželjan životni prostor. Istarski način života određuje njenu autentičnu regionalnost, koja na otvoren i pouzdan način razvija originalne, inovativne i konkurentne turističke proizvode kroz suradnju svih aktera.“

Razvojni procesi u razdoblju između 2015. i 2025. godine:

- Istra se orijentira na turizam za vrijednosni profil zapadnog potrošača s izgrađenim turističkim iskustvom i kulturom
- Bitno se podiže kvaliteta svih tipova smještaja (posebno kampova i privatnog smještaja) i novoj kvaliteti prilagođava turistički lanac vrijednosti
- Dodaje se vrijednost kulturnim i prirodnim atrakcijama (uređenje prostora kao kulturne kategorije te zaštita urbanog sadržaja pitoresknih obalnih i kontinentalnih mjesta)
- Ulazi se u proces snažnijeg globalnog pozicioniranja i marketinga (jače obraćanje novim i daljim tržištima)
- Ciljaju se segmenti više srednje i više kategorije potrošača
- Podiže se udjel hotela i resorta u smještajnoj strukturi poticanjem novih brown i greenfield investicija
- Razvija se 10 do 15 „mixed use“ projekata unutar i izvan postojećih izgrađenih zona i tako se obraća EU stanovništvu kao destinacija s organiziranim rezidencijalnim tržištem nekretnina
- „Ofanzivu“ kvalitete nužno prati i podizanje kapaciteta ljudskih resursa za što se nalaze nova sustavna rješenja za kvalitetno obrazovanje svih razina djelatnika u turizmu
- Postavlja se konkurentan sustav upravljanja turizmom temeljem dogovorene vizije i operativnih strategija između sadašnjih, a i novih dionika istarskog turizma

Ciljevi razvoja turizma Istre do 2025. godine :

- Do 2025. godine ostvariti 2,5 do 3 milijarde eura novih investicija u turizam
- Podići udio hotela i turističkih naselja na 30% u smještajnoj strukturi;
- Podići ukupnu zauzetost kreveta na 30% a hoteli i turistička naselja iznad 50%
- Doseći minimalno 100 eura prosječne potrošnje po noćenju
- Ostvariti ukupan godišnji prihod od turizma u 2025. između 2,5 i 3 milijarde eura

Sljedeći su ciljevi operativne strategije razvoja smještaja u Istarskoj županiji proizašli iz Master plana razvoja turizma 2015.-2025.:

- Novih 6.000 smještajnih jedinica u kategoriji 4 i 5\* u hotelima i turističkim naseljima, ovaj cilj trebao bi se ostvariti na način da se ti novoizgrađeni objekti sa 6.000 smještajnih jedinica uklapaju u postojeću arhitekturu kako Istra ne bi izgubila svoje autohtone vrijednosti i karakterističan izgled stare arhitekture. Stoga s posebnom pozornošću treba voditi računa o očuvanju prostora i prirode općenito, na svakoj razini.
- 4.000 jedinica u novim greenfield/brownfield; S jedne strane, ulaganje u nove kapacitete na raspoloživim razvojnim lokacijama, svakako je potrebno s obzirom da destinacije Istarske županije svake godine bilježe povećanje broja dolazaka i noćenja, a također imaju i najveću posjećenost i broj noćenja u ukupnom turističkom prometu u Republici Hrvatskoj. No, s druge strane, osim izrazite štete okolišu koju donosi izgradnja smještajnih kapaciteta, destinacije Istarske županije mogle bi postati neprivlačne turistima zbog prevelike eksploatacije izvornih vrijednosti Istre i prevelike gužve u mjesecima glavne turističke sezone. Stoga bi prvi korak trebao biti određivanje opterećenog kapaciteta te u skladu s time odrediti broj smještajnih kapaciteta koji je zaista potreban.
- Regulacija kamping smještaja na obali (nema novih kampova, postojeće podići na minimalno 4\* u sljedećih 15 godina) Ostaviti mogućnost za male obiteljske kampove u središnjoj Istri. Budući da Istra ukupno u kategoriji kampova ima više od 100.000 postelja, te je time vodeći tip smještaja u Istri nema potrebe za povećanjem broja novih postelja u kampovima, ali je svakako poželjno podići

kategorije na 4 ili 5\* s obzirom na to da je Istra kao kamping destinacija vrlo atraktivna te čini čak 51% ukupnog kamping kapaciteta Hrvatske.

- Inventarizacijom i poticajnim mjerama konsolidirati kategoriju privatnog smještaja s posljedicama smanjenja ukupnog kapaciteta od 25% kroz izlaske s tržišta i prodaju iznajmljivača koji se time bave kao sekundarnom aktivnosti, a porastom jedinične potrošnje gostiju od 33% za preostale kroz podizanje kvalitete; Neki od objekata privatnog smještaja u Istri nude jako kvalitetnu uslugu, dok drugi jedva da zadovoljavaju minimalne standarde, što znači da je neujednačena kvaliteta smještaja.

### **3.4. Važnost manifestacija na ruralnim područjima**

Turistička destinacija glavni je element turističkog sustava, s obzirom da je za zadovoljenje turističkih potreba nužno postojanje turistički organizirane i tržišno prepoznatljive ponudbene jedinice, što turistička destinacija po svojoj definiciji jest, tako turističke manifestacije daju značajan doprinos formiranju imidža destinacije u kojoj se organiziraju i predstavljaju specifično osmišljenu ponudu ograničenog trajanja u čijoj osnovi se nalazi odgovarajuća ideja koja se prezentira zajedničkim angažiranjem izvršitelja i materijalnih sredstava. Manifestacije imaju veoma snažno djelovanje na privlačenje turista u pojedinu destinaciju, jer one uz obogaćivanje sadržaja boravka daju veću vrijednost i atraktivnu snagu, a ujedno omogućavaju i veću potrošnju. Manifestacije u sudionicima bude osjećaj zajedništva sa ostalim sudionicima, pruža jedinstvene doživljaje svakom sudioniku na njegov osoban i individualan način te pruža mogućnost upoznavanja velikog broja pojedinaca sa istim ili sličnim interesima te one mogu biti na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini.

Manifestacije imaju brojne pozitivne učinke za destinaciju kao što je razvoj turizma u određenoj destinaciji, što je manifestacija poznatija i veća te što je bolja promocija ili usmena preporuka sudionika na potencijalne sudionike, više će turista posjetiti destinaciju iz godine u godinu. Također, manifestacija isto tako povećava ugled same zemlje u kojoj se održavanje manifestacije nalazi. Tradicije i autentičnosti određene zemlje ne izumiru već se prenose na nove i mlađe generacije. Razni festivali glazbe i

gospodarske te kulturne manifestacije će zasigurno privući mnoge mlade turiste željne dobrog provoda, avantura i opuštanja te novih poznanstava. Isto tako pruža zapošljavanje lokalnog stanovništva i sudjelovanje u organizaciji manifestacija i povećanju ukupnog prihoda i profita od turizma.

U današnje vrijeme je popularnost socijalnih mreža na visokoj razini, one najpoznatije poput Facebooka, Twittera, Instagrama i sl., imaju velik utjecaj te se doživljaji svakog posjetitelja manifestacije mogu prenijeti u sekundi. Takav način širenja informacija i kreiranja mišljenja ima sve veći utjecaj i takva promocija je izrazito bitna za destinaciju. Razvoj turizma, populariziranje destinacije, popunjavanje kapaciteta i zapošljavanje radne snage su primarne koristi koje manifestacija može osigurati i zato ima važnu ulogu u ekonomiji zemlje a pogotovo u lokalnoj zajednici.

Na ruralnim područjima u Istri, manifestacije su gastronomskog, poljoprivrednog, umjetničkog, kulturnog, folklornog, tradicionalnog tipa te u obliku zabave, odnosno sporta i pučkih igara. U Istri se kroz cijelu godinu održavaju manifestacije, u svakom gradu ili općini. 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, Histria Classic u Rovinju, Casanova tour u Vrsaru, Pula film festival sa rimskom amfiteatrom Arenom koja je ujedno i najveća pozornica na otvorenom gdje su nastupile neke od najvećih svjetskih zvijezda zatim smotra narodne glazbe i plesa Puljštine u Barbanu, Festival sira & miss koze 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, Vinistra u Poreču, smotra vina u Gračišću, Festival terana i tartufa u Motovunu, ISAP u Tinjanu, „Slatka Istra“ u Vižinadi, Festival sira te Srednjovjekovni festival u Svetvinčentu, Dani gljiva u Brtonigli, fešta od fruti u Kaldiru, i razne druge zanimljive manifestacije. Također se odvijaju razne književne manifestacije u spomen Mati Baloti, Antonu Šoljanu, kao i one likovne poput raznih izložba te se čuvaju tradicijske vrijednosti sa manifestacijama koje su ujedno i druženja na kojima se i dalje čuva istarski dijalekt, a to su smotre narodne glazbe i plesa Istre, susreti svirača na bajsevima, sopilama, mihu, roženici, itd. Kulturne manifestacije koje su poznate i izvan Istre su festival Sajma knjige u Puli, Festival plesa i neverbalnog kazališta u Savinčentu, susreti zborova Naš kanat je lip, koncerti u Eufrazijani u Poreču, i mnogi drugi.

Prema Razvojnim projektima Istarske županije, jedan od glavnih ciljeva Istarske županije je održivi razvoj te razvoj Istre kao kvalitetne turističke destinacije, na temeljima Master plana razvoja turizma Istre 2015.-2025., Upravni odjel za turizam Istarske županije potiče razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda, projekata i manifestacija regionalnog značaja koje se održavaju na više lokacija u manje razvijenim područjima Istre, vezanih za image / brend destinacije, primarno izvan glavne turističke sezone, te koje promoviraju autohtone proizvode, lokalne izvođače, istarsku tradiciju, običaje i vrijednosti. Za postizanje navedenih ciljeva provode se ciljane aktivnosti i mjere kao što su dodjela potpora turističkim projektima i manifestacijama, edukacija i poticanje veće koordinacije među nositeljima turističkih manifestacija u Istri te analiza manifestacija. Potpore se dodjeljuju namjenski za sufinanciranje troškova kojima se podiže kvaliteta i nadograđuju manifestacije, odnosno nove aktivnosti kojima se unaprjeđuju estetika, ekološki aspekti, pristupačnost i boravak posjetitelja, kvaliteta programa te edukativni sadržaji u sklopu manifestacije.

### 3.5. SWOT analiza ruralnog turizma Istre

SWOT analiza je strukturirana planska metoda evaluacije projekta, pothvata, poslovne ideje ili teritorijalne jedinice u svrhu razvoja određene djelatnosti. Ona ističe četiri aspekta analizirane jedinice: snage, slabosti, prilike i prijetnje. Rezultati SWOT-a mogu se iskoristiti kod izrade strategije razvitka, pisanja misije i vizije, određivanja budućih strateških poteza i slično. U nastavku je prikazana SWOT analiza Istre.

**Tablica 8. SWOT analiza Istarske županije**

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• dobra vodoopskrba</li> <li>• značajna povijesna i kulturna tradicija</li> <li>• rast inozemnih ulaganja</li> <li>• povoljan geografski položaj za razvoj gospodarskih aktivnosti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• neizgrađen povoljni sustav gospodarenja otpadom</li> <li>• nedostatak tehnološke infrastrukture</li> <li>• neuravnoteženost ponude i potražnje na tržištu rada</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• razvijena poduzetnička infrastruktura</li> <li>• raspoloživost prostora u poduzetničkim zonama</li> <li>• diversificirana struktura gospodarstva</li> <li>• bogata prirodna i kulturna baština</li> <li>• razvoj visokokvalitetnih poljoprivrednih proizvoda (vino, maslinovo ulje)</li> <li>• razvijenost agroturizma</li> <li>• dobra suradnja županije sa lokalnom samoupravom</li> <li>• razvijena dugogodišnja međunarodna suradnja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• sezonske oscilacije u zapošljavanju</li> <li>• sezonalnost</li> <li>• neodgovarajuća prometna infrastruktura za potrebe gospodarskog razvoja (neaktivna željeznica, pad zračnog prometa, nedovoljno povezane ceste)</li> <li>• nedovoljna potpora ukupnom razvoju Istre</li> <li>• nejednaka razvijenost županije</li> <li>• nedovoljna iskorištenost i valorizacija kulturne baštine</li> </ul>
<b>PRILIKE</b>	<b>PRIJETNJE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• informiranje građana o mogućnostima povećanja atraktivnosti agroturizma</li> <li>• razvoj prometne infrastrukture</li> <li>• izrada novih odlagališta otpada</li> <li>• unapređenje poduzetničke infrastrukture i razvoj tehnološke infrastrukture</li> <li>• poticanje suradnje između turizma, kulturnog sektora i aktivnosti u ruralnom razvoju</li> <li>• razvoj županijskog tržišta rada i poticanja zapošljavanja</li> <li>• jačanje ulaganja u ljudske resurse</li> <li>• iskorištavanje potpora iz europskih fondova</li> <li>• pojačan interes za razvoj ruralnog turizma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rastuća konkurentnost</li> <li>• porast zagađenja Jadranskog mora i obale</li> <li>• pritisak masovnog turizma</li> <li>• migracije</li> <li>• odlazak kadrova u druge zemlje te u druge županije</li> <li>• nesigurno financiranje društvenih djelatnosti</li> <li>• depopulacija prostora</li> <li>• zagađivanje okoliša</li> </ul>

*Izvor: vlastita izrada autora prema internetskim portalima*



## 4. OBLICI RURALNOG TURIZMA U ISTRI

### 4.1. Agroturizam

Agroturizam se u praksi često naziva ruralnim i seoskim turizmom. Iako ga brojni dionici različito tumače, u literaturi i praksi postoje opće prihvaćene definicije ovog selektivnog oblika turizma. Ovaj oblik turizma je temeljni oblik ruralnog turizma, predstavlja i najznačajniji oblik ruralnog turizma u Hrvatskoj koji se značajno razvijao u Istarskoj županiji. Agroturizam je specifičan oblik turizma, u kojem je glavni motiv putovanja "povratak čovjeka ka prirodi" te se sastoji od riječi turizam, dakle promjene svakodnevnog načina života i okruženja nečim nepoznatim ili različitim od uobičajenog. Jelinčić, D. A. (2007.) navodi definiciju agroturizma kao relativno nov koncept u znanstvenim istraživanjima, a bez obzira na tu nejedinstvenost i široko područje koje pojam pokriva, suština se fokusira na lokalnu privredu i tome pripadajućim aktivnostima u prirodnom okolišu. Preduvjeti za formiranje agroturizma su prirodni i kulturni resursi, bez kojih se ovaj oblik turizma ne bi mogao razvijati te se temelji isključivo na tradiciji, kulturi i običajima gdje najveću korist ostvaruje lokalno stanovništvo, a ne turističke kompanije. Brčić-Stipčević, 2010. navodi kako „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“.

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. Franić i Grgić, 2002. smatraju da se svaka aktivnost na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu može 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.

Čist zrak, mir, zdrava klima, očuvana priroda, prirodne ljepote, uvjeti za rekreaciju i sport, slobodno kretanje turista, dobra prometna povezanost, dobra komunikacija s domaćinima, upoznavanje sa tradicionalnim načinom života i slično, bitne su karakteristike agroturizma.

Kako navode Ružić i Demonja (2010.) , temeljni oblici agroturizma podrazumijevaju podjelu s obzirom na usluge te s obzirom na objekte . Gledajući s aspekta usluga, može se reći kako postoje agroturizmi u kojima se pružaju:

- isključivo usluge prehrane,
- isključivo usluge smještaja,
- usluge smještaja i prehrane.

S obzirom na objekte, razlikuju se navedeni oblici:

- ruralne kuće tradicionalne arhitekture,
- obiteljski ruralni hoteli,
- ruralne sobe i apartmani tradicionalne arhitekture,
- ruralne sobe i apartmani novije arhitekture,
- poljoprivredna gospodarstva s eko ponudom

Zbog svojih specifičnosti takav oblik ruralnog turizma može pridonijeti razvoju ruralnih područja diversifikacijom 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). Turisti više ne žele samo sunce i more, već detaljno istražiti mjesto u koje putuju, ispitati svaki segment svakodnevice i osjetiti autentičnost destinacije. Globalizacija je razbila barijere između pojedinačnih i klasičnih potreba pa većina je umorna od masovnog turizma, zagađenosti i buke te više interesa pokazuju za boravkom u ruralnoj sredini, te tamo žele usvojiti što više toga: od jezika, načina života do upoznavanja kulture i tradicije, itd.

Mrvica Mađarac et al.(2012.) navode da se važnost agroturizma očituje u:

- očuvanju naselja i objekata od propadanja,
- povezanosti poljoprivredne proizvodnje i turizma,
- uzgoju biološko organske hrane,

- razvoju nepoljoprivrednih djelatnosti,
- proizvodnji tradicionalnih i autohtonih proizvoda,
- oživljavanju starih zanata,
- smanjenju nezaposlenosti,
- zadržavanju mladog stanovništva na selu,
- promociji lokalnih običaja,
- gastronomiji i kulturi određenog područja,
- razvoju gospodarstva,
- očuvanju lokalnog identiteta destinacije

S obzirom na činjenicu kako se u agroturizmu nude vlastiti proizvodi, shodno tome se utječe i na oživljavanje poljoprivredne proizvodnje, posebice zdrave hrane. U konačnici, poticanjem agroturizma, kao i ostalih obiteljskih gospodarstava, značajno se pridonosi gospodarskom razvoju te također nudi mogućnost dodatne zarade. 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 te automatski smanjenju problema sezonalnosti.

Činitelji razvoja agroturizma djelomično su komplementarni onima na razini turizma općenito, a misli se na klimatske uvjete, hidrografske činitelje, reljef, floru i faunu kao prirodne činitelje, čitav niz društvenih činitelja ili atrakcija, promet, suprastrukturu i infrastrukturu, posredništvo i marketinške aktivnosti (Čorak, Mikačić, 2005).

Elementi turističke ponude koje imaju presudan značaj za razvoj agroturizma su prema (Jelinčić, 2007) slijedeći:

- Netaknutu prirodu;
- Prirodne atrakcije;
- Lokalni identitet;
- Gostoprimstvo lokalne zajednice i domaćina;
- Elemente načina i stila života seoskog društva;
- Autentične aktivnosti poput radionica, izrade proizvoda od prirodnih materijala, poljoprivredne aktivnosti i slično;

- Aktivnosti u prirodi – lov, ribolov, jahanje i slično;
- Smještaj u seoskim kućama, vilama, apartmanima;
- Autentičan doživljaj i ostalo

Turistička potražnja prema agroturizmu u posljednjih nekoliko godina kontinuirano raste, a nastavak ovoga trenda očekuje se i u budućnosti. Prema procjenama Svjetske turističke organizacije (engl. World Tourism Organisation – WTO) oko 3% ukupnih turističkih kretanja temeljeno je na ruralnom turizmu, a u okviru njega i agroturizmu. Konkretno govore da je riječ o oko 25 milijuna putovanja godišnje, a prognoze ukazuju na očekivani rast istih prema prosječnoj godišnjoj stopi od 6% (Husinec, 2014). Ruralni turizam u Istri predstavlja svojevrsni turistički proizvod za koji se očekuju sve uspješniji rezultati u narednim razdobljima. O njegovoj preciznoj zastupljenosti teško je sa sigurnošću govoriti, no podaci pokazuju da je oko 3% ukupnih smještajnih objekata u Istri locirano u ruralnim dijelovima, a taj broj ima tendenciju rasta (Turistička zajednica Istarske županije, 2014).

**Tablica 9: Vrste objekta i kapaciteti ponude agroturizma Istre u 2009. godini**

<b>Vrsta objekta</b>	<b>Broj kreveta</b>	<b>Kapacitet (broj kreveta)</b>
<b>UKUPNO</b>	<b>391</b>	<b>2 371</b>
Agroturističko gospodarstvo	36	170
Bed and breakfast	25	221
Odmor na vinskoj cesti	5	28
Ruralna kuća za odmor	140	960
Ruralni obiteljski hoteli	10	247
Sobe i apartmani	40	345
Stancije ili vile	45	400

*Izvor: Izrada autora prema: Ružić, P. (2011.) Ruralni turizam Istre – perspektive i činitelji razvoja, stanje i perspektiva*

Iz prethodne tablice može se zaključiti kako u strukturi smještajnih kapaciteta prevladavaju ruralne kuće za odmor koje danas čine iznimno popularnu vrstu smještaja za goste veće platežne moći. Potom ih prate istarske stancije kao vrijedni elementi

autentičnog ambijenta, koji oslikavaju autentičnost prostora i utječu na turistički doživljaj. Najslabije su razvijeni i zastupljeni odmori na vinskim cestama i obiteljski ruralni hoteli. Zanimljiva činjenica je da ovi gosti nerijetko borave duže od prosječnog trajanja boravka u Istri, prosječna popunjenost kapaciteta u svim vidovima ruralnog turizma je 111 dana, dok je prosječan boravak 9 dana, tako doprinose reduciranju problema sezonalnosti i produljenju turističke sezone. Shodno navedenom, ovaj turizam aktivan je od svibnja do listopada, a ovisno o vremenskim prilikama očekuje se veća aktivnost u predsezoni tijekom narednih nekoliko godina. Izniman doprinos tome imaju ruralne kuće s bazenima i velikim okućnicama.

Jedni od najpoznatijih agroturizama se nalaze u Špinovcima kod Karojbe na Pazinštini, smješteno je jedno od domaćinstava koje je jedan od začetnika agroturizma u Istri. U Zrenju na sjeveru Istre, u blizini Oprtlja i Grožnjana, nalazi se agroturizam Tončić, kod Momjana, nadaleko poznatog po svojem momjanskom muškatu, smješten je i agroturizam San Mauro. U Gologoričkom dolu kraj Cerovlja u blizini Pazina nalazi se vrlo zanimljivo domaćinstvo Dol koje je posljednjih godina postalo nezaobilaznim mjestom za grupe, posebice djece koja mogu uživati u domaćim životinjama koje se ovdje uzgajaju. Na zapadnim obroncima rijeke Mirne smješten je Agroturizam Tikel Špinovci, s prekrasnim pogledom na središnju Istru i poznati srednjovjekovni gradić Motovun. U Cerovlju se smjestio agroturizam Stara Štala, u Lindarskom katunu nalazi se i vrlo poznat agroturizam, Ograde.

**Slika 1: „OPG Tikel“ u sklopu kojeg se nalazi i „Agroturizam Špinovci“**



Izvor: Središnja Istra, <https://www.central-istria.com/hr/gastronomy/agroturizam-agritourism>. Datum posjete: 27.07.2021.

#### 4.1.1. Primjer dobre prakse- Agroturizam Ograde, Katun Lindarski, Pazin

Agroturizam "Ograde" savršen je primjer uspješnog seoskog turizma u Istarskoj županiji. Primjer je to čiste dvadesetjednogodišnje tradicije. Agroturizam je smješten na rubu sela na površini od 18 000 m<sup>2</sup>. Nekada je čitavo imanje bilo okruženo pastirskim suhozidom – ogradom, te su ga pastiri oduvijek zvali "Ograde". Vlasnici imanja su obitelj Šajina, koji obožavaju prirodu, životinje i poljoprivredu, njihov. *Najveći ponos su im konji, zatim patke i guske, kokoši, golubovi, psi i mačke.* Gospođa Šajina po zanimanju je kuharica i ljubiteljica tradicijskog načina pripremanja jela. Neka od najpoznatijih domaćih delicija koje nude su fuži, pljukanci, njoki sa različitim umacima, sezonske maneštre, pršut i sir, kobasice i ombolo, jela ispod čripnje, i mnoga druga istarska jela, koja se poslužuju u kamenoj konobi uz „ognjišće“, koja može primiti 25-30 osoba. Nude i razne rakije od istarske biske do istarske domaće travarice. Od aktivnosti na imanju, nude mogućnost jahanja konja, uključivanje u radove s domaćinima, vožnja biciklom, pješačenje, razne radionice poput kuhanja tradicionalnih jela ( skupina od 10-15 ljudi ) , pletenje *košara, itd.* Tijekom sezone agroturizam je uvijek pun, taj podatak se odnosi na ljetne mjesec te ih posjećuju turisti iz različitih dijelova svijeta (Austrija, Italija, Njemačka, Danska i sl.). U postsezoni posjećenost je periodična. Najčešće ih posjećuju domaći turisti iz urbanih sredina kao što su primjerice Zagreb i Split. Također nude 2 smještajna smještajna objekta sa privatnim bazenima za 12-14 osoba, koji žele osjetiti žari pravog seoskog života u prirodi. *Prvi smještaj simbolično nazivaju smještaj u "kućici",* tj. u samostojećoj rustikalnoj kućici. Kućica je namijenjena za 6-8 osoba te je kompletno opremljena. Drugi smještajni objekt je smještaj u kući za odmor, tj. u klasično uređenom apartmanu u obiteljskoj kući s 12 ležajeva.

## Slika 2: Agroturizam Ograde



Izvor: Središnja Istra, (<https://www.central-istria.com/it/gastronomy-gourmet/agroturizam-agritourism>).

Datum posjete: 27.07.2021.

Prema katalogu Turističke zajednice Istarske županije 2019. godine u agroturizmu je iste godine na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima ponuđeno ukupno 312 objekata i 2.928 kreveta, a u okviru navedenih objekata nudi se smještaj i prehrana, ruralna kuća za odmor, ruralni obiteljski hotel, sobe i apartmani tradicionalne arhitekture te sobe i apartmani suvremene arhitekture. Kako navodi državni zavod za statistiku, broj novih agroturizama u posljednjim godinama raste, što je vidljivo na broju posjetitelja i broju noćenja, pa je tako 2000. godine zabilježeno 740 posjetitelja i 5.550 noćenja, a već 2010. godine 1.690 posjetitelja i 11.550 noćenja, dok je 2019. godine ostvareno 10.898 posjetitelja i 98.975 noćenja. Procjenjuje se da turisti u agroturizmu za smještaj potroše 18.438.750 kuna, a za hranu i piće 12.562.800 kuna. Kapaciteti se koriste tijekom cijele godine vikendima, a ostalim danima u tjednu se pune u samo u razdoblju od travnja do listopada.

### 4.2. Lovni i ribolovni turizam

U Istri se lovni turizam kao organizirana djelatnost počeo razvijati 1953. godine te je vrlo značajan za turističku ponudu Istre. Zbog bogatstva lovišta sitnom divljači i blizine

talijanske granice, Istru ponajviše posjećuju upravo Talijani, na graničnim prijelazima moraju prijaviti oružje i pritom platiti dodatnih 105 kuna, a lovački pas mora imati i ispravu koja je svojevrsna putovnica. Lovci obično dolaze u skupinama od 3-4 osobe i zadržavaju se u pravilu oko dva do tri dana odnosno najčešće vikendom i to u zimskim mjesecima. U Istri se nalazi 46 lovišta i 37 lovačkih društava, čiji se članovi brinu o ukupno 42 lovišta i 20-ak lovačkih domova, te raspolažu sa više od 150 hranilišta za krupnu divljač i nekoliko tisuća hranilišta za sitnu divljač.

Ribolovni turizam definira se kao oblik gospodarskog ribolova pri čemu se na adekvatno autoriziranom ribarskom plovilu osim posade broda nalaze i turisti. Uloga turista jest da imaju priliku iz prve ruke promatrati kako se odvijaju ribolovne aktivnosti te da mogu uvidjeti koji su to održivi oblici ribolova i što ih karakterizira. Ribolov na slatkovodnim vodama unutrašnjosti Istre ima dobre predispozicije da postane jedna od važnijih turističkih ponuda turistima ruralnog turizma u Istri.

Neki od osnovnih karakteristika koje prate djelatnost ribolovnog turizma su:

- Korištenje selektivnijih ribolovnih alata
- Kraće ribolovne aktivnosti
- Manja količina prilova
- Povećani prihodi ribara
- Osigurana dugoročnija ekonomska stabilnost ribara
- Produženje turističke sezone
- Edukacija turista o održivom korištenju ribolovnih resursa
- Diversifikacija prihoda

Sportska ribolovna društva organiziraju i razna natjecanja na kojima mogu sudjelovati i strani državljani pa je to još jedna dodatna aktivnost i razonoda za brojne turiste koji su ljubitelji mora i aktivnosti vezana uz more.

### **4.3. Eno-gastronomski turizam**

Kako navodi Geić S.(2011.) eno-gastronomski turizam smatra se podvrstom kulturnog turizma te predstavlja kombinaciju enofilskog odnosno, vinskog i gastronomskog,



odnosno kulinarskog turizma. To je vrsta putovanja koja je motivirana uživanjem i upoznavanjem gastronomije i vina određene destinacije, a uključuje konzumiranje hrane i pića, učenje o pripremanju jela, kupovinu proizvoda koji su u vezi s hranom i pićem, organizirane posjete vinskim podrumima i proizvodnjama uz degustaciju i pohađanje tečajeva kuhanja. Vino i gastronomija predstavljaju priliku za revitalizaciju i diverzifikaciju turizma, promiču lokalni gospodarski razvoj, uključuju različite profesionalne sektore te donose nove koristi za primarni sektor.

Potreba za hranom i pićem je jedna od neizostavnih i najvažnijih potreba, koja ima vrlo važno mjesto u čovjekovom životu. Hrana i piće nisu više samo elementi preživljavanja, nego su dio kulture, života i običaja nekog naroda. Turizam je danas sve veća potreba suvremenog čovjeka te ubrzani način života potiče konstantan razvoj turizma u svim svojim oblicima pa tako i gastronomskom, uz sve specifičnije zahtjeve turista. Posljednjih godina, gastronomski turizam je u značajnom porastu, te postaje jedan od najdinamičnijih segmenata turizma. Turističke destinacije i turističke tvrtke, svjesne su važnosti gastronomije koja pomaže u raznolikosti turističke ponude i potiče lokalni, regionalni i nacionalni gospodarski razvoj.

Neki od ciljeva gastro turizma su:

- promocija Istre kao prepoznatljive i kvalitetne gastro destinacije
- promocija tipičnih i autohtonih proizvoda
- uključenje što većeg broja kvalitetnih ugostitelja u projekte radi jačanja njihove kompetitivnosti
- produženje i obogaćenje turističke sezone
- praćenje svjetskih trendova u turizmu i gastronomiji te priključenje međunarodnim projektima
- animacija kvalitetnih gastro novinara s napisanim reportažama o Istri
- očuvanje tradicijskog nasljeđa i revalorizacija izvornih istarskih recepta
- preusmjeravanje turističkih tokova u središnji dio Istre
- promocija zdrave prehrane i mediteranske dijete

Istarska gastronomija poznata je po dugoj tradiciji okusa i mirisa nastalih u domaćim kuhinjama. Ruralna Istra ponosi se vrhunskom eno-gastronomskom ponudom.. Od brojnih vinskih cesta i cesta maslinovog ulja s bogatom ponudom kvalitetnih proizvoda preko vrhunskih konoba i restorana do agroturističkih domaćinstava kao vrha

tradicionalne eno-gastro ponude domaće proizvodnje. Eno i gastro stručnjaci prepoznali su Istru kao kvalitetnu turističku destinaciju koja se razvija na osnovi održivog i odgovornog razvoja. Najznačajnija istarska jela su kiseli kupus s kobasicama i ombolom kao i njokima sa zecom, fužima sa sretinom, maneštra od raznog sezonskog povrća, pasutice i pljukanci sa „šugom“ zatim razna jela ispod peke, te poznati istarski pršut i ovčji, kravlji te sir s tartufima. Jela od plodova mora i školjaka karakteristična su za gradove smještene uz more. Na blagdane se najčešće priprema bakalar na bijelo tučen ili gnječen ili slane srdele uz dodatak domaćeg maslinovog ulja sa češnjakom. Vrhunac gastronomije je tartuf, gljiva specifičnog mirisa te skupocjene i kvalitetne vrijednosti koja raste na plodnom tlu u okolici Buzeta koji je poznatiji kao „grad tartufa“. Što se tiče slastica, istarska se kuhinja može pohvaliti fritulama, pincama, kroštulama, cukerančićima, motanicama i vrhunskim amaretima.

Vinski turizam se bazira na posebnim interesima povezanim s vinom, a turisti mogu biti motivirani destinacijom (vinska regija) ili aktivnošću (kušanje vina).

Prema Geiću (2011.) Enofilski ili vinski turizam uključuje potpuno osjetilno iskustvo: okusa (vina i svježeg grožđa), mirisa (zemlje, grožđa, svježeg zraka, podruma i vinarija), dodira (proizvodnja vina, kuhanje s vinom, branje grožđa, vino u boci, čaši), vida (boja lišća, vinograda, prirode i neba, jedinstvena lokalna arhitektura, boja vina, lokalni ljudi u radu) i sluha (punjenje vina u boce, lijevanje vina u čaše, rad vinarske opreme). Putovanje vinskim cestama ujedno je i avantura kroz autohtonu Istru, njene krajolike i brežuljke. Osnovni zadatak svakog vinskog punkta je promocija vina i njegova turistička prezentacija koja se temelji na revalorizaciji i razvoju vinarstva.

Svi ti doživljaji doprinose razvitku komplementarnih oblika i formi posebnih oblika turizma. Od mnogobrojnih sorti vina, najvažnija su istarska bijela malvazija kao i tipični istarski teran, slijede ih borgonja crna, hrvatica crna, ali i brojne visoko kvalitetne sorte poznate u svijetu, poput bijelog pinota, chardonnaya, melota, cabernet sauvignona, te dvije muškatne sorte, momjanskog i porečkog muškata. Prema Strategiji turizma središnje Istre, istraživanja pokazuju da oko 160 tisuća građana Hrvatske posjećuje vinske ceste, pri čemu ih 61% kupuje lokalna vina, a 63% lokalne prehrambene proizvode. Također, 53% posjetitelja naručuje lokalna vina u restoranima. U Master planu Istre se ocjenjuje kako segment "Vino i gastronomija" ostvaruje oko 1% turističkog prometa u Istri, računajući ostvarena noćenja kod kojih je eno i gastronomija

primarni motiv dolaska. Postavljen je ambiciozan cilj povećanja udjela u ukupnom prometu sa 1% u 2014. godini na 4% u 2025 godini .

U Istri se nalazi 5 vinskih cesta sa raznim vinskim podrumima gdje svatko može pronaći svog favorita koji će ga potaknuti na ponovni dolazak, a to su:

1. *Vinska cesta Bujštine* (Brtonigla, Umag, Novigrad, Dajla, Nova Vas, Grožnjan, Buje, Savudrija)

Tipične sorte su istarska malvazija, muškatac, pinot bijeli i sivi, chardonnay, hrvatica, refošk, teran, borgonja, merlot, cabernet sauvignon te također *momjanski muškatac*. Koji je možda i najsajjniji brand Bujštine. Jedni od najpoznatijih vinara na tom području su: OPG Šegon,, P&P Winery, Degrassi Moreno, Monte rosso vina, Kozlović, Kabola, Zigante, Franc Arman.

2. *Vinska cesta Poreštine* (Poreština (Višnjan, Tar, Baderna, Funtana, Lovreč, Poreč)

Na Poreštini je najrodnije vino Malvazija istarska, sorta bijelog vina, a odmah uz nju se na okolnim obroncima uzgajaju Pinot bijeli i Pinot sivi te Chardonnay. Od crnih vina ovdje odlično uspijeva Teran, Borgonja, Merlot i Cabernet sauvignon.

Neki od najpoznatijih vinara su: Ritoša vina, Roxanich vina, Agrolaguna, Damjanić vina, Cossetto vina, Perun vina, Marijan Arman, Franc Arman, Marino Rossi, , Peter Poletti,, Đordano Peršurić, Livio Benvenuti, Vina Laguna i drugi .

3. *Vinska cesta Buzeštine i Pazinštine* (Buzet, Tinjan, Pazin)

U unutrašnjosti Istre, dobro uspijevaju čuveni crveni teran i zlatna malvazija. Buzeština ima svoj Eldorado. To je mjesto Vrh, koje se nalazi na vrhu brda s kojeg se pruža prekrasan vidikovac. U središnjoj Istri, zbog jačih zima, nešto je manje vinara no u sjevero-zapadnom i zapadnom dijelu poluotoka. Neki od najpoznatijih vinara su: Duvilio Zigante,, Eliđo Pilato, Ranko Anđelini, Vianrija Matijašić, Vivoda, Ivan Jermaniš, Diego Nežić, Anton Grbac, Franko Grbac, Adriano Putinja, Josip Bažon,

Renato Krulčić, Podrum Motovun d.o.o Kranjčić, obitelj Paljuh, obitelj Markežić i drugi.

#### 4. *Vinska cesta Rovinjštine* (Rovinj, Vodnjan, Valbandon)

Crvena vina teran i refošk stara su i autohtona istarska vina. Tamne rubinove boje, živih voćnih mirisa i intenzivnog okusa, na ovom području se može pronaći i najpoznatija istarska sorta, malvazija.

Najpoznatiji vinari su: Manegnetti, Moscarda, Vina Žužić, Franco Macan, Podrum Vodnjan, Giacometti-Moscarda, Demian - Dejan Milić, Josip Siljan, Bruno Trapan

#### 5. *Vinska cesta Labinštine* (Labin i Rabac)

U ovom području mogu se pronaći vina istarskih autohtonih sorti poput Malvazije i Terana te ostale sorte vina Chardonnay, Muškat, Merlot i Cabernet Sauvignon.

Najpoznatiji vinari ovog područja su Romeo Licul, Vina Juričić, Vina Bažon, Vina Baćac, Fuhtar, Radičanin

Idealan period za obilazak vinskih cesta Istre je u vrijeme održavanja poznatih vinskih manifestacija poput:

- Istria Wine and Walk - Novigrad, početak jeseni, staza 10 km
- Dan otvorenih vinskih podruma, 60-ak vinskih podruma, svibanj
- Festival istarske malvazije, Brtonigla, lipanj
- enološka i kulturna manifestacija "U carstvu muškata", Momjan, srpanj
- Praznik grožđa, Buje, rujan
- Proslava Sv. Martina, studeni
- Smotra vina u Gračišću, travanj
- Vinistra, smotra vina, Poreč, svibanj

Prema Ružiću (2011.) zainteresiranost za restorane u ruralnoj sredini iskazalo je 23,6% anketiranih turista, no zainteresiranost za restoranima tradicionalne istarske

kuhinje kojoj je osnova jela meso je 53,6%. Slijede jela od morskih plodova i ribe za što se izjasnilo 49,1% anketiranih, te istarske slastice fritule i kroštule za što se izjasnilo 45,2% anketiranih. Od navedenih značajki hrane turisti na prvo mjesto stavljaju ukus za što se izjasnilo 62,7% anketiranih. Dakle, prema izjašnjavaњу turista ruralne Istre u trendu je ukus jela kao najvažnija značajka hrane.

Nakon formiranja i pozicioniranja vinskih cesta Istre, predviđeno je da se postignu slijedeći rezultati:

- rasterećivanje priobalja
- preusmjeravanje turističkih tokova u unutrašnjost
- bolja pred i posezona
- ujedinjenje prirodnih, kulturoloških, socioloških, demografskih i proizvodnih osobina pojedinog kraja u skladnu cjelinu
- mogućnost prirodne diversifikacije, ekonomskog razvoja, stvaranje novih vrijednosti te novih zapošljavanja
- mogućnost stvaranja lojalnog i stalnog gosta na osnovi nekoliko degustacija
- revitalizacija sela i povratak kvalitetnijeg života u ruralni prostor

Znak IQ – Istrian Quality registriran je 2005. godine, a njegova je namjena poticanje razvoja domaće proizvodnje, podizanje razine kvalitete istarskih proizvoda i proizvodnih tehnologija, poticanje stvaralaštva, kreativnosti, izvornosti, razvojno-istraživačkog rada, inovacija i invencije. Pravo uporabe znaka IQ dodjeljuje se proizvodima i uslugama natprosječne kvalitete, proizvedenim ili pružanim na području regije Istre, nastalima kao rezultat istarske tradicije, razvojno-istraživačkog rada, inovacija i invencije. Oznaku IQ u svibnju 2006. godine ponijela je istarska malvazija, najpoznatije i najrasprostranjenije vino u Istri, a nedugo potom i smještajni kapaciteti Domus Bonus – Istria quality apartments, kao jamstvo kvalitete smještaja. Oznaku vizualnog označavanja kvalitete – Istrian quality (IQ) razvila je Istarska razvojna agencija prema ovlaštenju istarske županije.

#### 4.4. Sportski i avanturistički turizam

Sportski turizam je jedna od najmasovnijih selektivnih oblika turizma, a aktivni oblik odmora predstavlja najbrže rastući segment turističke potražnje. Turizam i sport dva su društveno-ekonomska fenomena, međusobno vrlo povezana. Sport u turizmu omogućuje stvaranje dodatnih ekonomskih učinaka u turističkim organizacijama ili u poduzećima koja pružaju različite sportsko-rekreacijske usluge. U takve usluge spadaju iznajmljivanje sportski objekata i sportske opreme, organizacija škola i tečajeva za učenje različitih sportova, pripreme sportaša, velike sportske manifestacije i natjecanja te sportsko-zabavne atrakcije. Razvoj turizma i sporta vezan je za pojavu slobodnog vremena, povećanje životnog standarda ljudi te razvoja prometa. Bartolucci i Škorić (2009.) sportski turizam definiraju i kao „turizam u kojem je sport glavni motiv putovanja i boravka turista u turističkom odredištu“. Ponuda Istre je raznolika, stoga se moguće uključiti u sportski turizam koji obuhvaća šetnje ili rekreativno trčanje, vožnju biciklom te jahanje na konjima. Ljubiteljima pješčenja na raspolaganju su stotine kilometara označenih staza, od kojih je najstarija Staza svetog Šimuna u općini Gračišće koja prolazi netaknutom prirodom, kraj vodopada Sopot, crkvice Sv. Šimuna i Sv. Marije Magdalene.

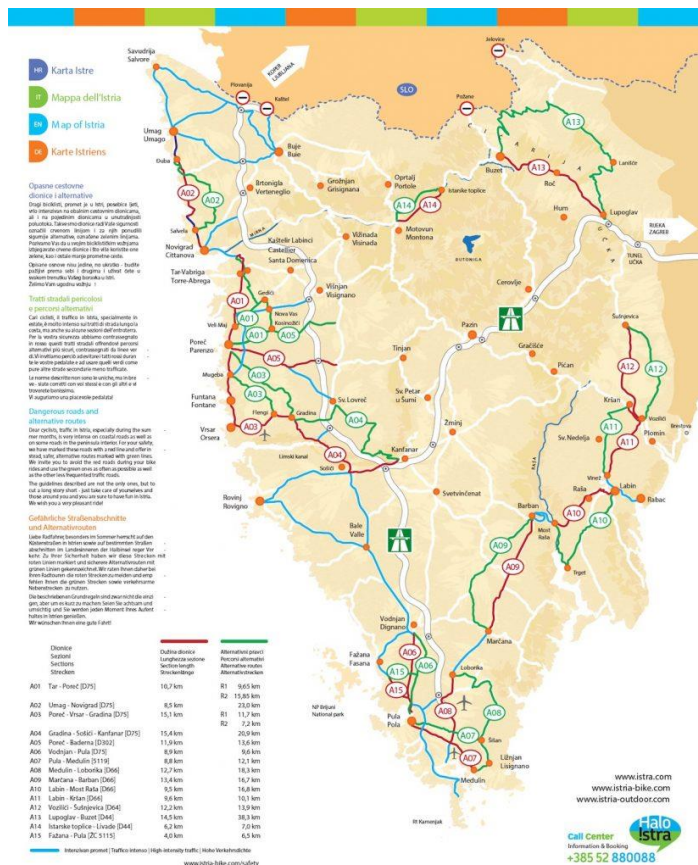
Prema Službenom turističkom portalu Istre postoje trideset i šest dobro uređenih pješačkih staza u Istri:

- 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,) i uz more (Stoja, Lungomare, Pješćana uvala).

Biciklističke staze u Istri, primjerice jedna od najpoznatijih staza Parenzana, idealan su način za otkrivanje njezinih prirodnih ljepota. Šume i potočići, konobe i podrumi, tajanstvene crkvice i drevne ruševine - sve njezine ljepote umrežene su kroz više od 500 kilometara biciklističkih staza, u južnom se dijelu svakodnevno organiziraju bike - izleti od park šume Zlatni rt u Rovinju do Orintološkog rezervata močvare Palud gdje se uz stručno vodstvo iz promatračnica može promatrati život ptica u zaštićenom krajoliku prirode. Organiziraju se mnoge međunarodne biciklističke utrke, amaterske i profesionalne poput Parenzane i Giant grand prixa. Prema podacima Turističke zajednice Istarske županije dnevno se u Istri iznajmljuje oko 1000 bicikla, takvi gosti se na licu mjesta upoznaju s mogućnošću vožnje po uređenim stazama, te u Istru dolaze primarno zbog nekih drugih motiva. Razvoj cikloturizma u Istarskoj županiji već je dugi niz godina od strateške važnosti za dionike cjelokupne destinacije koje čine Turistička zajednica Istarske županije, Upravni odjel za turizam Istarske županije, velike hotelske kompanije i lokalne turističke zajednice, a isti se sustavno koordinira od 2014. godine u sklopu Bike&Outdoor odjela pri Istarskoj razvojnoj turističkoj agenciji.

### Slika 3: Biciklistička karta Istre



Izvor: Turistički News Portal, <https://hrturizam.hr/Oletak-Ocestovnog-bicklizma-u-istri/>. Datum posjete: 27.07.2021.

Uz navedene aktivnosti u Istri se nudi i jahanje na vrhunski uvježbanim konjima u jednom od osam konjičkih centara, Ranč Barba Tone u Manjadvorcima kraj Barbana, ranč Goli vrh, konjički centar Juricanija ,Čićarija i Castelum, Istra horse trekking i Furia u Poreču te Katoro u Umagu, neke od mogućnosti koje možete odabrati su: šetnja na konjima za početnike, šetnja na ponijima i konjima za djecu, škola jahanja (za početnike i napredne jahače), jednodnevni i višednevni izleti s konjima, itd.

Prirodni kanjoni, strme padine, opasne planinske staze i okomite stijene otkrivaju zaljubljenicima u ekstremne – avanturističke sportove, paragliding i letenje zmajem, freeclimbing ili sportsko penjanje po stijenama, vožnju motocross i enduro stazama, vožnju kanuom po rijeci Mirni, špiljarenje i kanjoning.

Za paragliding je u Istri uređeno osam startova od kojih je najpoznatije i najuređenije Raspadalica. Raspadalica se ističe i po tome što su ovdje svi ekstremni sportovi Istre izvedivi na istom mjestu. Brojne staze razasute diljem Istre čine poluotok idealnim



mjestom za ljubitelje slobodnog penjanja. Može se spomenuti i golf koji je isto tako vrlo atraktivan za strane i domaće turiste, kao i njihova natjecanja koja se odvijaju na golf terenima Istre, a jedno od najatraktivnijih je ono na terenima koja se nalaze na otočju Brijuni. Istra je također poznata i po tenis terenima, a Umag po svom svjetski poznatom ATP Tour – Croatia Open, koji se ističe po vrhunskom tenisu i brojnim stranim i domaćim popularnim tenisačima. U Umagu se nalazi i najveći teniski centar, brojni tereni i velika ponuda smještaja u neposrednoj blizini.

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.

Prema istraživanju provedenom u ljeto 2014. godine o stavovima i potrošnji turista u Hrvatskoj, a koje je napravio Institut za turizam iz Zagreba, turisti koji posjećuju Istarsku županiju najčešće se bave slijedećim sportsko-rekreacijskim aktivnostima:

- plivanje 99 %
- šetnje u prirodi i pješaćenje 82,5 %
- ronjenje 20,6 %
- sportovi na vodi (jedrenje, jedrenje na dasci, skijanje na vodi) 23,2 %
- vožnja biciklom 45,3 %
- tenis 24,4 %
- avanturistički sportovi 10,9 %
- planinarenje 10,4 % - golf 9,8 %
- jahanje 6,60 %

Iz ovih podataka vidljivo je da turisti koji posjećuju Istru, osim plivanja i sportova na vodi, bave i drugim sportsko-rekreacijskim aktivnostima koje se mogu provoditi u predsezoni i posezoni te da je vrlo popularno i pješaćenje te biciklizam.

#### **4.5. Zdravstveni turizam**

Zdravstveni turizam na istarskom poluotoku ima iznimno dugu tradiciju. Još za vrijeme Rimljana na ovom su području bile poznate današnje Istarske toplice, jedini izvor termalne vode u Istri, koje su smještene u sjeverozapadnom dijelu Istre i u potpuno netaknutoj prirodni izvan gradskih naselja, jedna oaza mira i zelenila. Ovakva prirodna ljekovitost vode izdvaja Istarske toplice od ostalih europskih termalnih izvora i sustava ih na treće mjesto u Europi. Vrlo su poznate na europskom tržištu zbog kvalitete usluge terapija i smještaja pa se tako nerijetko nađu turisti iz Italije, Austrije, Njemačke pa čak i Švicarske koji se često i vraćaju. No i more ima značajnu ulogu u zdravlju čovjeka pa je istarska obala oduvijek bila, ne samo izvor uživanja u morskim radostima, nego i pravi izvor zdravlja. Morska voda i zrak stoljećima privlače brojne posjetitelje, a danas ovaj zeleni poluotok nudi i široku ponudu zdravstvenog turizma. U Istri se nalaze nekoliko kvalitetnih klinika kao što su dentalne klinike i poliklinike koje u svom sastavu ne nude samo medicinske usluge već i usluge smještaja za svoje goste u moderno opremljenim sobama. Osim navedenih, postoje i klinika za fizikalnu medicinu i rehabilitaciju kao i cjelokupni spa paket usluga.

#### **4.6. Kulturni turizam**

Kako navodi Ružić P. (2011.) kulturni turizam u ruralnom prostoru Istre temelji se na brojnim spomenicima kulture, raznim muzejima, galerijama i kulturnim manifestacijama. Diljem unutrašnjosti Istre povijest je za sobom ostavila mnoge kulturne spomenike koji privlače ljubitelje ovog oblika turizma. U unutrašnjosti Istre može se naići na postojanje autohtonih, kvalitetno očuvanih cjelina i dijelova prirode te originalnih starih gradića, srednjovjekovne crkvice građene na osebujan način, sela, kuće, te ostaci starih srednjovjekovnih utvrda i kaštela. Prema Dujmoviću (2014.) Kulturni turizam se može najjednostavnije reći da se kultura u turizmu može definirati kao cjelokupna turistička infrastruktura i duhovna vrijednost koju neka zajednica osjeća na svoj način. Kulturni turizam nije samo promatranje i obilazak povijesnih lokacija, muzeja, i dr., nego i aktivnog sudjelovanja u kulturnim aktivnostima kao što su fotografiranje, plesanje i dr. Po kulturnim znamenitostima na sjeveru Istre ističu se

Grožnjan, Oprtalj, Motovun, Hum, Roč, Dvigrad, Beram, Pazin, Žminj, Barban, Kanfanar i Svetvinčenat.

Oprtalj je slikovit gradić iznad doline Mirne koji je posljednjih godina poznat po tartufima, gdje se svakog listopada održavaju Dani tartufa, kao i po dobrom maslinovom ulju te vinima te također i po filmu koji je prije nekoliko godina pokrenuo manifestaciji Filmski vikend gdje se prikazuju hrvatski, slovenski i talijanski filmovi. Od događanja i zanimljivosti u Oprtlju i okolici izdvajaju se Tuberfest - sajam bijelog tartufa, maslinovog ulja, sireva i drugih istarskih autohtonih proizvoda.

Grožnjan je danas kulturno središte Istre u kojem postoji veliki broj likovnih ateljea i galerija umjetnika iz cijele Hrvatske, ali i svijeta. Tu se održava Glazbeno ljeto i ljetna međunarodna filmska škola. Svake godine početkom svibnja otvaraju se ljetne muzičke akademije za mlade, likovne, plesne i dramske radionice, radionice mirovnog aktivizma pod vodstvom poznatih stručnjaka i pedagoga te poznatih imena s područja glazbene, likovne i dramske umjetnosti.

#### Slika 4: Općina Grožnjan



Izvor: Visit Grožnjan (<https://www.coloursofistria.com/en/destinations/istria/groznjan-the-town-of-artists-and-music>). Datum posjete: 28.07.2021.

Motovun je povijesni gradić okružen srednjovjekovnim zidinama zbog vrijednosti i atraktivnosti srednjovjekovnih utvrda te povoljnih klimatskih uvjeta Motovun postaje sve više turistički atraktivno odredište, sjedište okupljanja umjetnika i slikara, a krajem srpnja njegova čarolija dobiva još jednu dimenziju jer je od 1999. godine domaćin filmskog festivala koji je do danas stekao europsku pa i svjetsku slavu. Između Huma i Roča izgrađena je Aleja glagoljaša s jedanaest spomenika koji simboliziraju događaje, izdanja i osobe važne za nastavak glagoljice i razvitak slavenske i hrvatske pismenosti.

Roč je naselje iz prapovijesti smješteno na brdašcu na cesti Rijeka – Buzet. U srednjem vijeku tu je bila utvrda i središte glagoljaške djelatnosti. Prvi se puta spominje 1064.god. U mjesnoj crkvi Sv. Ante upisan je čuveni Ročki glagoljaški abecedarij 1200.god. Za Roč je vezana priprema za tisak prve knjige na hrvatskom jeziku MISAL iz 1483.godine, a iz Roča je i njezin vlasnik Juri Žakan.

Danas je to mjesto koje nastanjuje oko 180 stanovnika sve više okrenutih turizmu. Također se s druge nedjelje u svibnju održava i međunarodni susret harmonikaša pod nazivom „Z armoniku v Roč“.

Dvigrad poznat kao „grad ruševina“, koji je napušten u 17.stoljeću nakon epidemije kuge. Danas je značajan kulturni spomenički kompleks i omiljeno izletišće.

Beram je svjetski poznat po vrijednim freskama majstora Vincenta iz Kastva u crkvi Sv. Marije na Škriljinah gdje su prikazani Adam i Eva, Kolo sreće i Ples mrtvaca. Freske se osim ljudskih likova i istarskog pejzaža odlikuju izuzetnim umjetničkim smislom za prikaz detalja svakodnevnog života svojih suvremenika.

Osim bujnog prirodnog krajolika, na području Grada Pazina postoji i niz kulturnih znamenitosti te zanimljivih manifestacija koje bi posjetitelju također trebale biti nezaobilazne, najpoznatija je „Pazinska jama“ i Pazinski Kaštel koji je danas najljepša i najočuvanija utvrda u Istri.

Svetvinčenat je poseban gradić s bogatom tradicijom, svojim zanimljivim i raznolikim programima od koji su najistaknutiji Srednjovjekovni festival, Festival sira te „Festival plesa i neverbalnog kazališta“ svake godine privlači brojne posjetitelje.

Uz sve navedene gradove i njihove zabavne manifestacije, važnu ulogu također imaju i razni tradicijski sajmovi koji su najznačajniji i najposjećeniji u Pazinu, Žminju, Vodnjanu, Motovunu, Višnjanu, Barbanu te Buzetu.

#### 4.7. Vjerski turizam

Prema Strategiji razvoja vjerskog turizma, vjerski turizam je specifičan oblik turizma koji je u teorijskom i praktičnom smislu multidisciplinarni te ga je za razliku od drugih oblika turizma potrebno promatrati s vjerskog, pragmatičnog, teološkog, sociološkog, psihološkog, gospodarskog, prometnog i drugih aspekata. Pojavljuje se u različitim oblicima pri čemu se s jedne strane kontinuum nalaze hodočašća, a s druge strane turizam koji nije vjerski motiviran. Posljednjih godina vjerski turizam je sve više zanimljiviji turistima te turistički djelatnici, ali i lokalna uprava i samouprava svjesna je da ovaj oblik turizma može uvelike doprinijeti poboljšanju ponude i kvalitete neke

destinacije. Posebnost župne crkve sv. Blaža u Vodnjanu se ističe po tome što u crkvi leže mumificirana tijela triju svetaca, sv. Leona Bembe, sv. Giovannija Olinija i sv. Nicolose Burse te dijelovi tijela sv. Sebastijana i sv. Barbare. U crkvi se nalazi i najbogatija istarska zbirka sakralne umjetnosti koja sadrži 730 umjetničkih djela iz razdoblja od 5. do 19. stoljeća, a pohranjeno je čak 380 relikvija. Sjedištem vjerskog turizma smatra se Sveti Petar u Šumi gdje se nalazi najveći samostan u Istri koji je od 1459. godine pripadao fratriba pavlinima, a prvi put kao benediktinski samostan pojavljuje se od 1176. godine. Među važnim vjerskim mjestima su crkva Sv. Blaža u Vodnjanu, crkva Sv. Eufemije u Rovinju, Eufrazijeva bazilika u Poreču, Pavlinski samostan u Sv. Petru u šumi, crkva Majke Božje od zdravlja u Hreljićima, Sv. Foška u Batvačima i mnoga druga.

#### **Slika 5: Crkva sv. Eufemije u Rovinju**



*Izvor: Turistička zajednica grada Rovinja, ([rovinj-tourism.com/hr/explore-discover/kultura-i-umjetnost/kulturno-povijesni-spomenici](http://rovinj-tourism.com/hr/explore-discover/kultura-i-umjetnost/kulturno-povijesni-spomenici)). Datum posjete: 28.07.2021.*

## **5. MARKETING RURALNOG TURIZMA ISTRE**

Pojam, značaj i uloga marketinga u današnjem svijetu jedan je od temelja izgradnje uspješnog poslovanja u gotovo svim ekonomskim djelatnostima, a posebno u turizmu. Odnos marketinga i turizma danas je postao iznimno važan zbog snažnog razvoja tehnologije, porasta broja turista u svijetu, konkurentnosti na području turizma, specifičnosti putovanja, turista i njihovih želja itd. Nositelji marketinga u turizmu su svi subjekti uključeni u turističku ponudu, tj. oni koji svojim proizvodima i uslugama sudjeluju na turističkom tržištu i putem turističke potrošnje zadovoljavaju potrebe turista. Kesić (2006.) navodi da je za marketing vrlo važna odgovarajuća marketinška komunikacija koja podrazumijeva proces prenošenja informacija i ideja od pošiljatelja do primatelja putem raznih medija, kako bi se postigli željeni ciljevi. Primjena marketinških načela u turizmu se razlikuju od onih u drugim djelatnostima, razlog je upravo specifičnost turizma i turističkog tržišta, te činjenica što se u turizmu prodaje i ono što nije roba ili usluga, ali značajno utječe na distribuciju robe i usluga koje zadovoljavaju turističke potrebe. To su različite pogodnosti koje pruža određeno područje i realizaciju njegove potrošnje na tome mjestu, kao što su prirodne ljepote, plaže, kulturno – povijesni spomenici, more i sunce, i drugo. Osim toga, bitno utječu na cijenu tipičnih turističkih usluga i dobara. Svrha marketinga u ruralnom turizmu je povezati ponudu u obiteljskim gospodarstvima sa potražnjom, odnosno potencijalnim turistima, te kroz pažljivo odabrane i usmjerene promotivne aktivnosti, poduprijeti djelatnike ovog sektora te doprinijeti razvoju ruralnog turizma.

### **5.1. Istraživanje tržišta**

Istraživanje tržišta je predviđanje u okviru kojega se uvažavaju želje određenih skupina potrošača, usmjereno je na određene ciljane skupine potrošača ( obitelj s djecom, starije osobe, parove i ostale) kako bi se olakšalo stvaranje ponude i ostvarivanje prodaje. Prema Ružiću (2011.) U Istri, marketinška istraživanja se temelje na brojnim pitanjima, primjerice:

- kojim grupama posjetitelja je namijenjena ponuda?

- je li ta ponuda dovoljno dobra za privlačenje novih gostiju?
- da li se ona razlikuje od one konkurencijske?
- reagira li se na nove trendove ruralnog turizma koji rezultiraju željama turista?
- postoji li jasna slika o ciljevima budućeg razvoja ruralnog turizma?
- da li se koristi odgovarajuća promidžba kojom su izražene prednosti ruralnog turizma?

U cilju stvaranja ispravnog marketinškog koncepta u ruralnom turizmu Istre, preporučuje se postupak koji slijedi u nastavku.

**Tablica 10: Postupak stvaranja marketinškog koncepta**

1. KORAK	2. KORAK	3. KORAK	4. KORAK
SADAŠNJE STANJE	TRENDOVI	CILJ, PROJEKT	MARKETINŠKI INSTRUMENTI
<i>Gdje je ruralni turizam Istre danas?</i>	<i>Kamo ide razvoj ruralnog turizma Istre?</i>	<i>Što se želi postići?</i>	<i>Što treba napraviti?</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- situacija u ruralnom turizmu</li> <li>- ciljevi</li> <li>- Jaka strana</li> <li>- slaba strana</li> <li>- ekonomska važnost</li> <li>- položaj i okolina</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- razvoj ruralnog turizma općenito</li> <li>- razvoj značajnih segmenata ruralnog turističkog tržišta</li> <li>- upoznavanje sa željama turista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- koje usluge se mogu/žele ponuditi</li> <li>- koje goste se želi zainteresirati</li> <li>- koja je glavna ideja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- izrada ponude</li> <li>- politika cijene</li> <li>- promidžba</li> <li>- prodaja</li> </ul>

*Izvor: izrada autora prema; Ružić P. (2011), Ruralni turizam Istre*

Kako prolazi vrijeme, na tržištu se pojavljuju nove, zanimljive stvari, i turizam mora ići u korak s time. Ljudi su sve zahtjevniji i uslijed velike i raznovrsne ponude i pristupačnih cijena, turističko tržište treba pomno razabrati kako spojiti turističku ponudu sa turističkom potražnjom. Treba konstantno pratiti i trendove u turizmu te se



s njima pravovremeno usklađivati, a za upoznavanje trendova potrebno je imati i dovoljno informacija iz raznih izvora.

Izvori mogu biti:

- gosti koji dolaze u ruralne dijelove
- razgovori s članovima obitelji i njihovim partnerima koji se bave ruralnim turizmom
- razgovori s poduzetnicima u ruralnom turizmu
- gospodarska komora
- stručni časopisi i novine te izložbe i sajmovi
- razne analize i studije o ruralnom turizmu
- reklame konkurenata
- razni stručni i znanstveni seminari

Kao najvažniji i najjednostavniji izvor smatraju se informacije ruralnih turista, te s dobivenim informacijama mogu se poboljšavati dosadašnje usluge i izbjeći nepotrebne investicije koje su se možda ranije smatrale neophodnima. Upravo iz tih razloga, svaki poduzetnik bi trebao pripremiti kratku anketu za goste i tako prikupiti određene informacije i vidjeti što može promijeniti i na čemu poraditi.

Marketing započinje prepoznavanjem želja i potreba potrošača te kreiranjem ponude u skladu s time. Posjetiteljima u ruralnom turizmu nije dovoljan samo smještaj i hrana, iz razloga što to može i svaki drugi konkurent. Velika potražnja je upravo za dodatnom ponudom sa specijalnim programima, što bi primjerice bilo:

- odmor na OPTG za djecu
- odmor na OPTG za obitelj i djecu
- boravak na OPTG zbog poboljšanja zdravlja
- boravak na OPTG zbog sporta i rekreacije
- boravak na ekološkom OPTG, i ostalo

## 5.2. Promocija u ruralnom turizmu

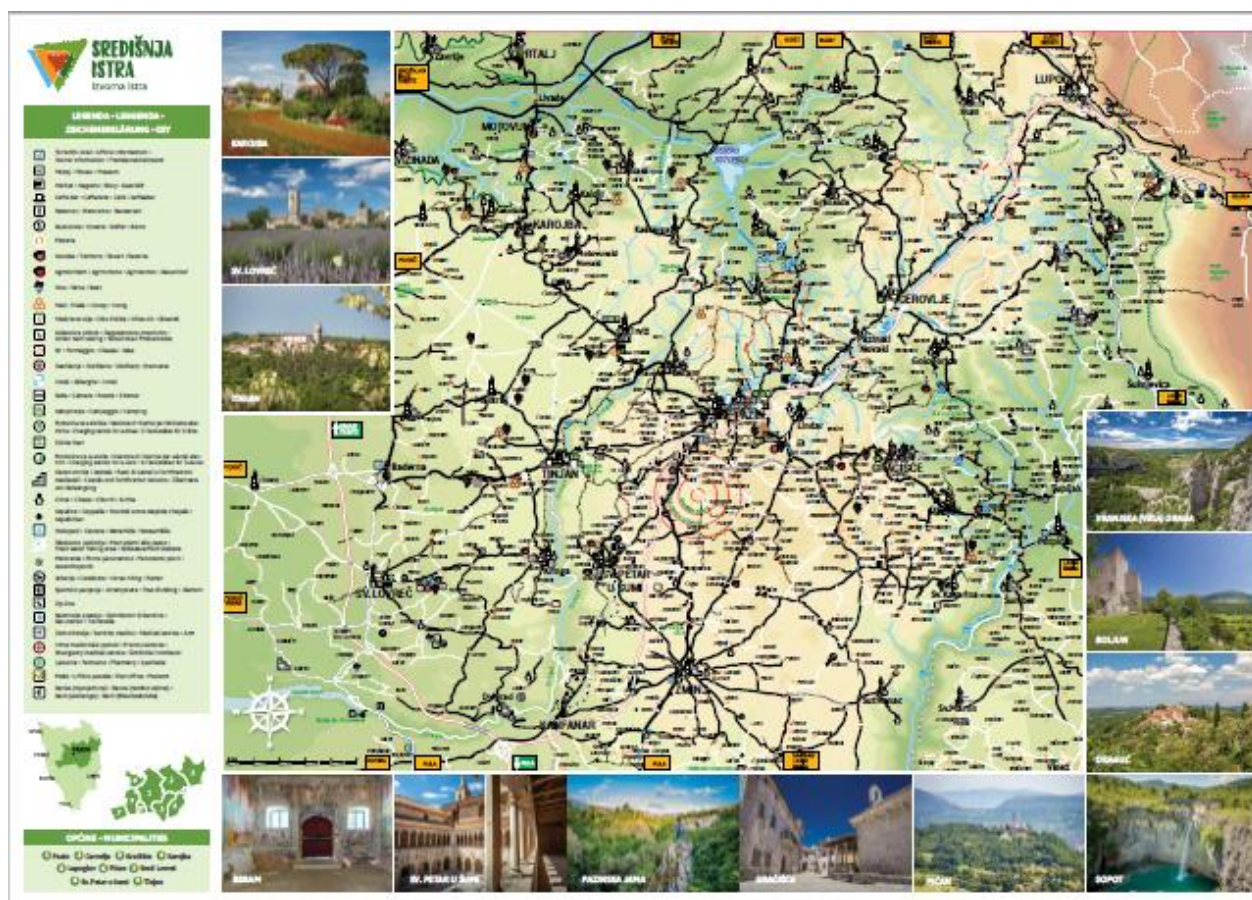
Prodaja ruralnog turističkog proizvoda, ovisi o dobroj promociji i prodajnoj strategiji. Promocija, kao oblik masovnog komuniciranja s kupcima, jedan je od četiri temeljna elementa marketinškog spleta. To je složena i slojevita aktivnost sastavljena od niza pojedinačnih aktivnosti kojima je cilj pridobivanje potrošača i povećanje prodaje. Potrošači u turizmu često jedino pomoću promocije stječu sliku o nekoj turističkoj destinaciji ili smještajnom objektu te na temelju toga donose odluku o kupnji. Isto tako je važna nakon prodaje nekog proizvod ili usluge kako bi uvjerala potrošače u ispravnost njihovih odluka. Uloga promocije u turizmu je složena zbog neopipljivosti turističkog proizvoda. Njega čine razni elementi, odnosno proizvodi, usluge, dobra, djelatnosti, s kojima se zadovoljavaju potrebe turista, kao što su smještaj, prehrana, zabava, rekreacija, kultura i općenito, potrebe za ugodan i zdrav boravak u turističkoj destinaciji. Kako ruralni turizam ne može ponuditi sunce i more kao primarni koncept turističkog proizvoda niti kao motiv dolaska turista, isti ne mogu uživati cijeli dan na plaži, već traže kvalitetan sadržaj, puno su mobilniji, a samim time i puno više troše nego turisti na obali. Neki od motiva dolaska su svakako ekologija, priroda, zdrav život, gastronomija, kultura, sport, aktivni turizam i ostalo. U promociji svake turističke destinacije sudjeluju razni subjekti kao što su posebna turistička poduzeća, turistički posrednici i ostala turistička poduzeća od kojih neki promoviraju atraktivnost destinacije dok drugi promoviraju turističke proizvode koji se u destinaciji nude. Vrlo je bitna komunikacija sa svojim sadašnjim i budućim kupcima, poslovnim partnerima, distributerima, vlastitim radnicima, konkurencijom te javnosti u cjelini. Svaka promidžbena aktivnost zahtjeva odgovarajuće informacije kako bi se mogli postaviti ciljevi i kako bi se provodila promidžbena politika.

Promidžbene aktivnosti u turizmu prema Ružiću (2011.), trebaju biti:

- smišljene, unaprijed proučene i kreirane
- istinite, izbjegavati pretjerivanja i pogrešne informacije
- informativne, u tekst se moraju uvrstiti i detalji koji mogu biti od velike važnosti za privlačenje pozornosti potencijalnih klijenata
- kontinuirane, stalno isticanje novosti
- ispravno tržišno orijentirane, prethodno ispitano tržište

Također, treba odrediti i ciljnu skupinu kojoj je namijenjena promocija, a te skupine mogu biti odabrane prema dobi, spolu, mjesečnim primanjima, profesiji, i slično. Vrlo je važno imati pravu sliku o tome što se očekuje od promotivne strategije, jer će se tako bolje odrediti smjer poslovanja. Glavu ulogu u promociji Istre ima Turistička zajednica Istarske županije koja promovira samu atraktivnost i sadržaje pojedine destinacije. U promociji također sudjeluju turističke zajednice gradova na području Istarske županije, turističke agencije i ostala turistička poduzeća. Kada se zaključi kome i kada je namijenjena promocija, tada će se odrediti i medij komunikacije, koji će najbolje prenijeti poruku ciljnoj skupini. Turistička zajednica Istarske županije kreira promotivni miks putem kojeg predstavlja Istru i daje potrebne informacije turistima. U komunikacijske vrijednosti TZ spadaju: *online* komunikacije (Internet, društvene mreže, info i prodajni centar), *offline* komunikacije (PR i odnosi s javnošću), radio, televizija, strateški projekti u pozicioniranju Istre, brošure i ostali tiskani materijali, *image* brošure, proizvodne brošure, turističke informacije, karte i letci, suveniri, info punkt, oglašavanja u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora.

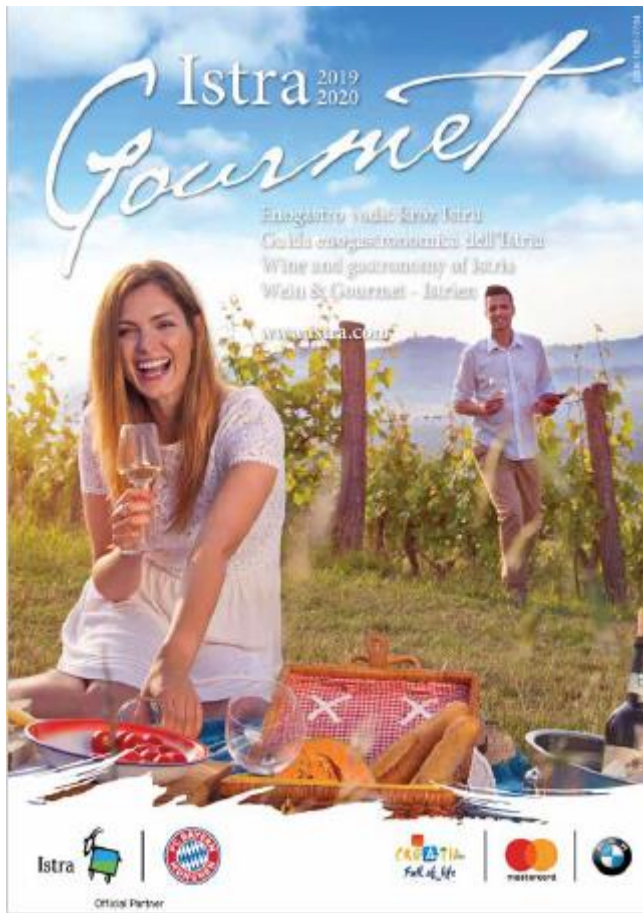
**Slika 6: Turistička karta središnje ruralne Istre**



Izvor: Turistička zajednica Istarske županije, ([istra.hr/hr/informacije/brosure](http://istra.hr/hr/informacije/brosure)). Datum posjete: 29.07.2021.

Promotivne poruke trebaju biti kratke i jasne, sastavljene poput pozdravnog govora ciljnoj skupini. Sadržajno najbolje sastavljena poruka neće ostvariti rezultate ako se izostavi nekoliko osnovnih zakonitosti, koje moraju biti jasno određene na svim promocijskim materijalima, kao što su izbor i boja grafike, veličina i stil slova, jasnost poruke, i drugo. Najvažniji tipovi promocije u Istri su tiskani materijali u kojima su zastupljeni pružatelji usluga na ruralnom prostoru. Takav oblik promocije je odgovarajući, jer ponuda u ruralnom turizmu nije koncentrirana kao u masovnom, pojedinačna promocija svakog agroturističkog domaćinstva bila bi preskupa. Pružaoci agroturizma u Istri promovirani su u katalogu Agroturizam, Istra Countryside i Domus Bonus Apartmani, za kvalitetu smještaja koja se nudi u objektima s oznakom Domus bonus jamči Turistička zajednica Istarske županije. Gastronomska ponuda promovirana je u Istra Gourment – Eno-gastronomskom vodiču, dok su ostali oblici turizma na ruralnom prostoru prikazani u vodiču „Enjoyistra“.

## Slika 7: Eno - gastronomski vodič kroz Istru



Izvor: Turistička zajednica Istarske županije, ([istra.hr/hr/informacije/brosure](http://istra.hr/hr/informacije/brosure)). Datum posjete: 29.07.2021.

Navedeni katalogi i vodiči obuhvaćaju agroturistička gospodarstva i ostale objekte koji se bave turizmom na ruralnom području, sa slikama i ostalim bitnim informacijama, kao što su kontakti, sadržaji u objektu te njihova dodatna ponuda. Osim kataloga neophodno je izraditi regionalne prospekte za dodatnu ponudu ruralnog turizma, vinske ceste, označene biciklističke staze, planinarske trase, zabavne parkove za djecu i slično. Za promociju svih oblika ruralnog turizma potreban je informacijski sustav sa svim potrebnim podacima, sustav pokazuje lokaciju svih agroturističkih gospodarstava i ostalih ruralnih objekata te prikazuje sve prirodne i kulturne spomenike, ustanove, lokalitete, sportsko – rekreativne zone, kalendar sa raznim manifestacijama, i ostalim.

### 5.3. Prodaja u ruralnom turizmu

Za prodaju ruralnog turističkog proizvoda neophodno je osmisлити odgovarajuću prodajnu strategiju, u kojoj prodavatelj mora posjedovati različite kreativne, inovativne sposobnosti a potom znanja i vještine. Cilj uspješne prodajne strategije ruralnog turističkog proizvoda je pronalaženje turista, otkrivanje njihovih potreba radi kojih su zainteresirani za određeni proizvod te kako turistički proizvod prezentirati i prodati kupcima također i zadržati komunikaciju s njima. Usavršavanjem prodaje ruralnog turističkog proizvoda, može se ostvariti veći turistički promet, potrošnja i ekonomska učinkovitost ruralnog turizma u cjelini. Prodaja može biti **direktna ili indirektna**, ovisno da li je organizirana osobno ili putem operativne agencije, ako je riječ o prodaji preko posrednika, ona mora obuhvaćati sva OPTG i ostale elemente turističke ponude ruralnog prostora. Osobna prodaja sastoji se od individualne komunikacije s kupcima, što je prednost, jer postoji mogućnost prilagodbe sa specifičnim karakteristikama potrošača i neposredno apsorpiranje reakcije kupaca. Druga prednost je uspostava izravnog kontakta s ciljnom tržišnom skupinom, a da se pritom, ne gubi novac i vrijeme na ona područja koja su izvan interesa prodavatelja.

Ovaj oblik prodaje usmjeren je na prikupljanje informacija s tržišta kako bi se uspostavila komunikacija s potencijalnim i postojećim kupcima, te ona obuhvaća sljedeće aktivnosti:

- analizu turističkog tržišta
- pronalaženje novih turističkih korisnika
- komuniciranje i savjetovanje potencijalnih korisnika
- razvijanje prodaje
- stvaranje novog prodajnog asortimana

Prodavači koji uspijevaju spoznati kako potrošači reagiraju na različite karakteristike proizvoda, cijene, oglašavanje, imaju i veći uspjeh u prodaji, te ulažu mnogo napora u istraživanje odnosa marketinških poticaja i reakcija potrošača. Uspješnost prodaje turističkog proizvoda ovisi o povezivanju brojnih aktivnosti koje smišljaju i provode zaposlenici u prodaji, dok uspješnost prodajne strategije ovisi o odgovarajućoj infrastrukturi na kojoj se temelji i njezino oblikovanje te provedba. Povezivanje prodajnih aktivnosti turističkog proizvoda čini prodajnu strategiju koja je predstavljena u sljedećoj tablici, kako bi se ostvarila prodaja, treba slijediti sedam sljedećih koraka.

**Tablica 11: Prodajna strategija turističkog proizvoda**

KORAK	PRODAJNA AKTIVNOST	GDJE, ŠTO, KAKO, KAMO?
1.	<i>Pronalaženje kupca/turista</i>	<i>Turističko tržište</i>
2.	<i>Otkrivanje potreba kupca</i>	<i>Smještaj, hrana, rekreacija, zabava</i>
3.	<i>Predstavljanje turističkog proizvoda</i>	<i>Svojstva, prednosti, kvaliteta</i>
4.	<i>Demonstriranje turističkog proizvoda</i>	<i>Pokazati prednosti zbog kojih je proizvod kupovno atraktivan</i>
5.	<i>Prevladavanje otpora prodaji</i>	<i>Stvari ili izmišljeni otpori</i>
6.	<i>Narudžba</i>	<i>Zaključivanje prodaje</i>
7.	<i>Komuniciranje i održavanje veze</i>	<i>Zadržavanje veze s kupcima i uspostavljanje komunikacije s potencijalnim turistima</i>

*Izvor: izrada autora prema: Ružić, P.: Ruralni turizam, 2009.*

Dobra prodaja turističkog proizvoda može se postići njegovim izvrsnim poznavanjem, razumijevanjem i shvaćanjem uloge, treba dobro poznavati svojstva, prednosti i kvalitetu proizvoda te potrebno je dobro savladati prodajnu strategiju i provoditi je vještinama ljudi koji u njoj sudjeluju. Ocjene učinkovitosti strategije moguća je metodom korelacije, temeljem podataka o kretanju prihoda od prodaje turističkog proizvoda i troškova nastalih u prodajnom procesu, kao što su troškovi istraživanja tržišta, promotivnih aktivnosti, rada u prodaji, plaće, itd. Prodaja u Istri nije adekvatno organizirana, voditelji agroturističkih i ostalih objekata su izjavili kako su u prodaji prepušteni sami sebi, prodaju svojih kapaciteta vrše putem osobne prodaje, putem interneta.

## **6. RAZVOJNE MOGUĆNOSTI BUDUĆEG RURALNOG RAZVOJA TURIZMA ISTRE**

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. Značajan je činitelj u aktivaciji i održivom razvoju ruralnog prostora, koji pomaže kod očuvanja lokalnog identiteta, tradicije i običaja, štiti okoliš, jača autohtonu, tradicijsku i ekološku proizvodnju, pa ga se s pravok može nazvati budućnošću svjetskog turizma. 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 zajedno, a zahvaljujući zajedničkoj potpori i takvim inicijativama, razvoj turizma bi mogao napredovati više. Zadnjih godina, ruralni turizam je sve više zastupljeniji, unatoč k tome što je Istra poznata po „suncu i moru“, nove turiste zanima i njena unutrašnjost, tradicija i kultura. Glavni cilj ruralnog turizma mora biti podizanje kvalitete života i sprječavanje depopulacije, polazeći od zahtjeva potražnje. Buduća razvojna politika za svaki prostor mora biti posebna i izbjegavati univerzalne načine u rješavanju razvoja ukupnog ruralnog prostora. Zajedničko u tom pristupu je da stanovništvo bude potpuno izjednačeno sa gradskim stanovnicima.

Prema navodu Vitasovića A. (2012.), kako bi razvoj ruralnog bio što uspješniji na području Istre važno je da bude cjelovito planiran, provodiv i koordiniran na nacionalnoj razini. S obzirom na njegov izniman značaj i bogat turistički potencijal Republike Hrvatske koji, bez uključivanja u ovaj oblik turizma, ostaje nedovoljno iskorišten i valoriziran, smatra se da je vrlo važno definirati konkretnu razvojnu strategiju ruralnog turizma i dizajnirati optimalnu razvojnu politiku. Za budući razvoj ruralnog turizma Istre bilo bi korisno provesti sveobuhvatno istraživanje praksi na primjeru vodećih konkurenata ili turističkih destinacija sličnih obilježja i specifičnost. Tome svakako treba pridodati i kontinuirana praćenja međunarodnih trendova te zahtjeva turističku potražnju.



Kod definiranja nositelja razvojnog programa, riječ je o institucionalizaciji. Ona je uspješno provedena na primjeru turističke destinacije Istre i predmetnog turizma, no konkretni problemi naziru se kroz :

- Djelomičan fokus prema razvoju ovog selektivnog turizma;
- Nepostojanje cjelovite i sveobuhvatne analize njegova razvoja koja će u detalje razraditi sve korake ili faze, mjere i prioritete te ukazati na moguće smjerove razvoja;
- Nedovoljna participacija dionika u ovome procesu;
- Slaba suradnja javnog i privatnog sektora,
- Nedovoljno financijskih poticaja, osobito s obzirom na činjenicu da se razvojem ovoga turizma doprinosi redukciji i otklanjanju mnogih ekonomskih, socijalnih i okolišnih problema te potiče održivi razvoj na regionalnoj, ali i nacionalnoj razini;
- Nejasan sustav odgovornosti i ovlasti.

Ovo je tek dio sadašnjih ograničenja do čije se identifikacije došlo putem prethodno provedenog istraživanja. Kako bi ova ograničenja bila zasnovana na konkretnim tvrdnjama navodi se da se agroturizam spominje kao zaseban turistički proizvod u okviru vodećeg strateškog dokumenta razvoja turizma u Istri.

Preporuke za razvoj ruralnog turizma Istre su :

- Održivi razvoj,
- Autentičnost,
- Unapređenje ponude turističkih aktivnosti,
- Veća orijentiranost prema provedbi razvojnih projekata koji će se financirati sredstvima Europskih strukturnih i investicijskih fondova,
- Osigurati i poticati razvoj ostalih izvora financiranja.

Kako navodi Vitasović A. (2012.), obzirom na činjenicu da su mnogi ovi elementi sadržani u Master planu razvoja turizma Istre za razdoblje do 2025. godine, u narednom razdoblju očekuje se njihova detaljnija razrada i na primjeru ruralnog turizma Istre. Očekivan je i veći priljev gostiju iz ostalih emitivnih tržišta, a ne samo susjednih europskih zemalja. Master plan bi mogao ponuditi rješenje vodećih problema u turizmu Republike Hrvatske (sezonalnost, nisku razinu prosječne potrošnje turista i relativno kratke boravke). Ako pozitivni učinci razvoja ruralnog turizma u Istri budu primijećeni od strane vodećih dionika u bližoj budućnosti, intenzivniji angažman u smjeru njegova dinamičnog razvoja biti će osiguran.

## 7. ZAKLJUČAK

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. Jedan od najraširenijih selektivnih oblika turizma je ruralni turizam koji se odvija na seoskom području obuhvaćajući sve aktivnosti koje se provode na tom području. Prednosti ruralnog turizma su mirna sredina, odsutnost buke, očuvani okoliš, komunikacija s domaćinima, domaća prehrana i upoznavanje seljačkih poslova. 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.

Područje ruralne Istre od sredine 90-ih godina bilježi stalan rast u broju dolazaka i noćenja, a posljednjih godina evidentirani su rekordni podaci gdje je povećanje u odnosu na prethodne godine bilo veće čak i od povećanja poznatih maritimnih destinacija. To samo potvrđuje činjenicu kako ljudi, sa razvojem urbanih i industrijskih sredina, imaju sve veću potrebu boraviti u prirodi.

Ruralni turizam u Republici Hrvatskoj se planski počeo razvijati od 1990. godine, a danas je najrazvijeniji na području Istarske županije što omogućuju povoljni prirodni preduvjeti ove županije poput zdrave klime, odsustvo buke, relativno očuvane prirode, očuvanog građevinskog i socio-kulturnog naslijeđa. Boravak na selu, točnije u prirodi, postaje apsolutni turistički hit u svijetu sa sve više pobornika željnih bijega od buke, stresa i gužve. Ovaj segment turističke ponude u Istri prerastao je u poseban turistički proizvod, koji je danas sve više zastupljen.

Istarska je jedna od vodećih županija u razvoju ruralnog turizma u Hrvatskoj, ona se ističe sa svojom prirodnom i kulturnom baštinom, gastronomskom raznolikošću te tradicijskim vrijednostima. Također je vrlo bitan faktor, blizina stranih emitivnih područja (Italija, Slovenija, Austrija, Njemačka) te ponuda sportsko-rekreacijskih sadržaja. Značajan faktor u ruralnoj turističkoj ponudi Istarske županije čini razvijena mreža restorana i konoba s autohtonom kuhinjom te brojnim vinskim cestama te cestama maslinovog ulja. Putovanje vinskim cestama ujedno je i avantura kroz autohtonu Istru, njene krajolike i brežuljke.

Razlike u odnosu na priobalni turizam su očigledne, a kao najatraktivniji faktor ruralnog turizma može se istaknuti potpuno ruralno okruženje u miru i tišini. Ruralni turizam i agroturizam, kao njegov najrazvijeniji oblik, u Istri imaju veliki značaj u razvoju cjelokupnog turizma. Njegov razvoj mora biti planiran na nacionalnoj razini kako bi se ponuda prilagodila potrebama i željama budućih turista te kako bi se iskoristili svi raspoloživi resursi. Potrebno je provesti strategiju ruralnog razvoja turizma te pratiti definirane ciljeve. Kako bi se ti ciljevi ostvarili, potrebno je provesti potrebna istraživanja te pratiti međunarodne trendove i turističku potražnju te tržište.

Razvoj ruralnog turizma Istre odvija se planski te je reguliran zakonskom osnovom u području turizma u Republici Hrvatskoj. Poštivajući zakonske odredbe i odredbe pravilnika iz područja turizma, kao i ulaganjem napora u očuvanje seoskog identiteta, kvalitete življenja i očuvanjem biodiverziteta i antropogenih činitelja ruralne Istre garantiran je daljnji razvoj ruralnog turizma u Istri. Daljnji razvoj istarskog ruralnog turizma kroz kreiranje dodatne ponude i usluga, održivo kreiranje novih receptivnih kapaciteta uz poštivanje teritorijalne integriranosti, zaštitu okoliša i iskorištavanje postojećih struktura ima perspektivnu budućnost.

U budućnosti se očekuje unaprjeđenje ruralne sredine zbog pretpostavke da je ruralni turizam rastući trend i da postoje pretpostavke za razvoj te će upotpuniti ukupnu turističku ponudu Istre, ali i Hrvatske te doprinijeti rješenju vodećih problema u turizmu poput sezonalnosti i nedostatne prosječne potrošnje turista. Također se očekuje da će osigurati održivi razvoj ruralnih područja i unaprijediti konkurentnost.

## POPIS LITERATURE

### KNJIGE:

1. Ružić, P. (2011.) Ruralni turizam Istre – perspektive i činitelji razvoja, stanje i perspektiva. Poreč: Institut za poljoprivredu i turizam, Zavod za turizam
2. Čorak, S., Mikačić, V. (2005.) Hrvatski turizam – plavo, bijelo, zeleno. Zagreb: Institut za turizam
3. Demonja D., Ružić P. (2010.) Ruralni turizam u Hrvatskoj, Zagreb: Izdavačka kuća Meridijani.
4. Ružić, P. (2012.) Analiza posebnosti i percepcije ruralnog turizma Istre, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč

### INTERNETSKE STRANICE:

1. Turistička zajednica Istarske županije (2014.) Master plan turizma Istarske županije 2015.-2025., (izvor: [http://www.istra.hr/.app/upl\\_files/Master\\_Plan\\_Turizma\\_Istarske\\_Zupanije\\_20\\_15-2025.pdf](http://www.istra.hr/.app/upl_files/Master_Plan_Turizma_Istarske_Zupanije_20_15-2025.pdf))
2. Središnja Istra: Izvorna Istra, (izvor: <https://www.central-istria.com/hr/gastronomy-gourmet/agroturizam-agritourism> )
3. Turistička zajednica Istarske županije (izvor: <https://www.istra.hr/hr/dozivite-istru>)
4. Upravni odjel za turizam – Istarska županija (izvor: <https://www.istra-istria.hr/hr/opci-podaci/kultura/>)
5. Agroturizam Ograde (izvor: <https://agroturizam-ograde.hr/>)
6. Histrica – otkrij Istru (izvor <http://historica.com/g/gastronomija/vino/vinske-cestel/>)
7. Istrapedia – istarska internetska enciklopedija (izvor: <https://www.istrapedia.hr/en/natuknice/939/ruralni-turizam>)
8. Državni zavod za statistiku ( izvor: <https://www.dzs.hr/Hrv/BHomepages/Turizam/metodologija.htm>)
9. A. Dobrota, Apartmanija: Budućnost ruralnog turizma u Hrvatskoj, 2015., (izvor: <http://www.apartmanija.hr/zajednica/aktualno/ruralni-turizam> )

## ZNANSTVENI RADOVI I ČLANCI:

1. Jelinčić, D. A. (2007.) Agroturizam u europskom kontekstu. *Studia ethnologica Croatica*
2. Vitasović, A. (2012.) Ekonomija doživljaja i konkurentnost hrvatske turističke ponude – doktorska disertacija. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“

## POPIS ILUSTRACIJA

### POPIS SLIKA:

Slika 1: „OPG Tikel“ u sklopu kojeg se nalazi i „Agroturizam Špinovci“ .....	36
Slika 2: Agroturizam Ograde.....	38
Slika 3: Biciklistička karta Istre.....	47
Slika 4: Općina Grožnjan .....	51
Slika 5: Crkva sv. Eufemije u Rovinju .....	53
Slika 6: Turistička karta središnje ruralne Istre .....	59
Slika 7: Eno - gastronomski vodič kroz Istru .....	60

### POPIS TABLICA:

Tablica 1. Usporedba suvremenog turizma i turizma u prošlosti
Tablica 2. Usporedba odmorišnog/gradskog i ruralnog turizma
Tablica 3. Ocjena atraktivnosti ruralne turističke destinacije Istre
Tablica 4. Ocjena atraktivnosti agroturističkih i ostalih objekata ruralnog turizma Istre
Tablica 5. Dolasci i noćenja u ruralnom turizmu Istre od 2014. do 2019. godine
Tablica 6. Dolasci i noćenja u unutrašnjosti i priobalnom dijelu Istre u razdoblju od 2005. do 2015. godine
Tablica 7. Razvojne potrebe i mjere za razvoj ruralnog turizma Istre
Tablica 8. SWOT analiza Istarske županije
Tablica 9. Vrste objekta i kapaciteti ponude agroturizma Istre u 2009. godini
Tablica 10. Postupak stvaranja marketinškog koncepta
Tablica 11. Prodajna strategija turističkog proizvoda

## SAŽETAK

Zbog niza problema u kojima se masovni turizam našao krajem 20. stoljeća poput onečišćenja te zagušenja kapaciteta, došlo je do pojave selektivnog turizma, kao njegove suprotnosti, ako je masovni turizam koncept razvoja turizma u kojemu turist kao pojedinac nije prepoznat, u tzv. selektivnom turizmu on to jest, najvažnija karakteristika selektivnog turizma je postavljanje turista u fokus istraživanja i oblikovanja ponude i turističkih proizvoda prema njegovim potrebama i željama. U takvo profiliranom turizmu, on postaje osnovni subjekt prepoznat po imenu i prezimenu. Jedan od najraširenijih selektivnih oblika turizma bez sumnje jest upravo ruralni turizam. Ruralna područja s uređenim poljima predstavljaju idealni krajolik koji zadivljuje i osvaja gradsko stanovništvo različite životne dobi. Ruralni turizam zadire u dva gospodarska sektora, turizam i poljoprivredu koji zajedno oblikuju specifičnu turističku ponudu. Turizam na seljačkim gospodarstvima najrazvijeniji je na području Istarske županije. Ruralni turizam u Istri razvija se na njenom ruralnom prostoru unutar njenih prirodnih i kulturnih resursa. Prostor ruralne Istre zauzima 81, 6 % njezine površine, karakterizira ga velika bio i društvena različitost, što predstavlja ogromni potencijal za razvoj ruralnog turizma. To su uzrokovali povoljni prirodni preduvjeti kao što je ugodna sredozemna klima, nezagađenost zraka i vode, uvjeti za rekreaciju i razonodu, prirodne ljepote, odsudnost buke, intimnost, očuvana priroda također i očuvanost građevinskog i socio-kulturnog naslijeđa. Vrlo je važna i blizina emitivnih tržišta što svakako ide u korist turističkom razvoju. Ponuda rekreacijskih sadržaja je također više nego zadovoljavajuća – od 11 brdskih, 9 family & recreation i 15 cestovnih staza što je ukupno oko 2600 km, zatim niz predivnih pješačkih staza, 8 konjičkih centara te bezbroj drugih aktivnosti. Ruralna Istra ponosi se vrhunskom enogastronomskom ponudom a moderan, novi turist danas traži mir, autentičnost, čistu prirodu, gostoljubivost, tradicionalne specijalitete koja prate brojna autohtona vina te sukladno s time ruralna Istra u potpunosti zadovoljava ove kriterije svojom ponudom i kapacitetima. Razvojem gastronomije se omogućava kvalitetna revitalizacija unutrašnjosti Istre, te diversifikacija istarske turističke ponude, što direktno utječe na produženje turističke sezone. Za razvoj i ostvarivanje ruralnog turizma u Istri zaslužno je dobro korištenje atraktivnih, prometnih, prihvatnih i drugih činitelja, s kojima se racionalno postupa s ciljem ostvarivanja najvećih učinaka.

*Ključne riječi: ruralni turizam, Istra, razvoj, gastronomija, turistička ponuda*



## SUMMARY

Due to a number of problems in which mass tourism appeared at the end of the 20th century such as pollution and congestion of capacity, there was the emergence of selective tourism, as its opposite, if mass tourism is a concept of tourism development in which tourists as individuals are not recognized, but in selective tourism he is, the most important characteristic of selective tourism puts the tourist in the focus of research and design of offers and tourist products according to his needs and desires. In such profiled tourism, it becomes the basic subject recognized by name and surname. One of the most widespread selective forms of tourism is without a doubt rural tourism. Rural areas with landscaped fields represent an ideal area that amazes and conquers the urban population of different ages. Rural tourism touches on two economic sectors, tourism and agriculture, which together shape a specific tourist offer. Tourism on farms is most developed in the Istria County. Rural tourism in Istria is developing in its rural area within its natural and cultural resources. The area of rural Istria occupies 81.6% of its area, it is characterized by great bio and social diversity, which represents a huge potential for the development of rural tourism. This was caused by favorable natural conditions such as a pleasant Mediterranean climate, air and water pollution, conditions for recreation and leisure, natural beauty, the absence of noise, intimacy, preserved nature and the preservation of architectural and socio-cultural heritage. It is very important and close to the emitting markets, which certainly benefits tourism development. The offer of recreational facilities is also more than satisfactory - from 11 mountain trails, 9 family & recreation and 15 road trails, which is a total of about 2600 km, then a number of beautiful hiking trails, 8 equestrian centers and countless other activities. Rural Istria is proud of its top enogastronomic offer and modern, new tourists today are looking for peace, authenticity, pure nature, hospitality, traditional specialties that accompany many indigenous wines and accordingly rural Istria fully meets these criteria with its offer and capacity. The development of gastronomy has enabled a quality revitalization of the interior of Istria, and the diversification of Istrian tourist offers, which directly affects the extension of tourist seasons. For the development and realization of rural tourism in Istria, it is deserving of good use of attractive, traffic, reception and other factors, which are rationally handled with the aim of achieving the greatest effects.

*Keywords: rural tourism, Istria, development, gastronomy, tourist offer*