

Pavlo Ružić, doktor ekonomskih znanosti

Viši znanstveni suradnik
Institut za poljoprivredu i turizam Poreč,
K. Huguesa 8, 52 440 Poreč
E-mail: pavlo@iptpo.hr

ANALIZA POSEBNOSTI I PERCEPCIJE RURALNOG TURIZMA ISTRE

UDK / UDC: 338.48-44(1-22)(497.571)

JEL klasifikacija / JEL classification: E51, L83

Pregledni rad / Review

Primljeno / Received: 14. ožujka 2012. / March 14, 2012

Prihvaćeno za tisak / Accepted for publishing: 13. lipnja 2012. / June 13, 2012

Sažetak

U ovom radu istražuje se ruralni turizam Istre s aspekta njegovih posebnosti i turističke percepcije. Radi se o turizmu koji se ostvaruje na prostoru izvan gradskih središta, koji je karakterističan po obilju prirodnih i društvenih posebnosti, na kojem živi mali broj stanovnika s dominantnim korištenjem zemljišta za poljoprivrednu proizvodnju i na kojem su društvena struktura i običaji dijelom sačuvani. Temeljni su ciljevi istraživanja ovog rada detektiranje posebnosti i percipiranja turizma na ruralnom području Istre. U vezi s navedenim ciljevima postavljena je hipoteza kojom se tvrdi da je ruralni turistički proizvod, koji čine prirodne i društvene posebnosti, zanimljiv i prihvatljiv turistima. Za analizu posebnosti ruralnog turizma Istre korišten je socio-semiotički pristup i metode anketiranja i ocjenjivanja. Dokazivanje postavljene hipoteze provodilo se na primjeru ruralnog turizma Istre.

Ključne riječi: ruralni turizam Istre, turistički proizvod, ruralni prostor, posebnosti, percepcija.

1. UVOD

Dosadašnji razvoj ruralnih oblika turizma u Istri bilježi rezultate koji su u disproporciji s mogućnostima. Stavljajući u prvi plan razvoj priobalnog turizma, zanemaren je razvoj gospodarskih aktivnosti pa tako i turizma u ruralnom prostoru istarskog poluotoka.

O razvoju ruralnih oblika turizma u Istri počelo se ozbiljnije govoriti (Ružić, 2011.) u razdoblju stagnacije maritimnog turizma u Hrvatskoj od 1990. do 2000. godine, a posebno u 1997. godini kada su učinjeni prvi pomaci akcijom

Odjela za turizam i trgovinu Istarske županije, kojom je promovirana brošura o agroturizmu.

Tom je akcijom potaknut interes za taj oblik turizma te je u Odjel za turizam i trgovinu Istarske županije dostavljeno pedesetak upita za agroturizam i ostale oblike turizma. Tako je u 1999. godini na području Istarske županije registrirano 37 agroturističkih domaćinstava s ukupno 108 kreveta. Od tada interes za bavljenje turizmom na ruralnom prostoru Istre stalno raste. U razdoblju od 2009. do 2011. godine ostvaren je rast noćenja s 1 604 378 na 1 954 552 ili za 22%. Povećanje noćenja bilježe gotove sve općine ruralne Istre, u kojima je ukupno na razini Istre ostvaren udio noćenja od 8,4 % u 2009. godini, koji je u 2011. porastao je na 9,5 %.

Potražnja za ruralnim turizmom Istre u stalnom je porastu. Danas se ona kreće na razini od 249 549 posjetitelja godišnje. Od ukupnog broja posjetitelja ruralnog turizma Istre 9,7% čine domaći gosti, a 90,3% čine strani turisti.

Navedena turistička kretanja pokazuju intenzivan razvoj turizma na ruralnom prostoru Istre, a to je potaknulo autora da ovu pojavu istraži. Osnovna svrha i cilj rada bio je detektirati posebnosti ruralnog turizma Istre i utvrditi razinu njegove percepcije kod turista koji borave u Istri. U vezi s navedenim ciljevima autor pretpostavlja da razvoj ruralnog turizma Istre podupiru prirodne i društvene posebnosti te da je kao takav turistima zanimljiv i prihvatljiv. Istraživanje postavljene hipoteze proveo je na primjeru ruralnog turističkog proizvoda Istre, koristeći posebni analitički pristup i metode.

2. TEORIJSKA OSNOVA

2.1. Ruralni prostori od pamtivijeka privlače ljude radi odmora i provoda

Poznato je, još iz doba antičke Grčke, da su ruralna područja privlačila ljude i da su to bila mjesta za odmor i ugodan život. Od antičkog doba do pojave turističkih putovanja, navode se različiti i brojni primjeri odmora i rekreacije na ruralnom području. Prva putovanja slična današnjim turističkim putovanjima pronalazimo u antičkoj Grčkoj, a to su bili posjeti sportskim događanjima u Olimpu, proročanstvima i ljekovitim izvorima (Weber, Mikačić, 1995.). Nadalje, isti autori ističu da se i u rimsko doba putovalo u ruralna područja radi odmara i rekreacije. Iz tog su doba poznati primjeri odmaranja u termalnim kupalištima i vilama (ljetnikovcima) izgrađenima u prekrasnim prirodnim krajolicima. Nešto slično današnjim turističkim putovanjima javlja se i u srednjem vijeku. Tipični su primjeri putovanja u to doba hodočašća i lovni pohodi. U Europi se sve do polovice 19. stoljeća za odmor odabire ruralno područje kao mjesto uživanja u prirodi i seoskom prostoru. Glavno je odredište putovanja u to vrijeme bila Švicarska, gdje je ruralni turizam bio u porastu, a temeljio se na alpskom penjanju, pješačenju i zdravstvenim tretmanima. Otkrivanjem morskih obala

turizam se usmjerava prema novim mjestima koja postaju moderna ljetovališta u brdskim predjelima i zimovalištima uz more. Selo i uživanje u seoskim krajolicima pomalo se napušta, ali turizam ne izlazi potpuno iz ruralnih područja.

2.2. Atraktivni činitelji ruralnih prostora oblikuju turizam s posebnostima

Ruralna su područja i danas zanimljiva turistima, između ostalog i zbog toga što ruralna područja, više od maritimnih, pružaju turistima veliku mogućnost zabave i razonode. Prema popisu sačinjenom pri Vijeću Europe turističke su aktivnosti na ruralnom području brojne. Naime, u spomenutom popisu (Demonja, Ružić, 2010.) može se uočiti preko 30 turističkih aktivnosti koje su svrstane u 7 skupina, kao što su: ture, aktivnosti na vodi (rijekama i jezerima), aktivnosti u zraku, sportske aktivnosti, aktivnosti otkrivanja zanimljivosti, aktivnosti radnih procesa, kulturne aktivnosti i aktivnosti zdravstvenog karaktera. Prema navedenim turističkim aktivnostima na ruralnom prostoru moguće je razvijati dvadeset oblika turizma

Naposljetku, ruralno je područje zanimljivo turistima jer čovjeka urbane sredine vraća prirodi kojoj oduvijek pripada. Ruralno područje je čovjekov prirodni ambijent, mjesto odakle potječe, priroda mu je u genima, ona ga zove, on joj se rado vraća i u njoj se ugodno osjeća i odmara. Stoga je zaštićena priroda i okolina u ruralnom području uvijek privlačila, a u novije vrijeme posebno privlači sve veći broj urbanog stanovništva. Povećava se interes za putovanja na selo, selo i ruralni predjeli ulaze u uži krug interesa sve većeg broja turista. Turizam na ruralnom prostoru sudjeluje s 10-25% u svim oblicima i turističkim aktivnostima (EuroBarometer, citirano u Hall, Mitchell, Roberts, 2003.). Imajući u vidu sve navedeno, može se zaključiti da je „priča o turizmu započela na ruralnom području i tu će u budućnosti postizati sve veći uspon“.

2.3. Ruralni je turizam percipiran jer se ostvaruje na prostoru koji motivira dolazak turista

Promjene obilježja ruralnih prostora, njegovih ekonomskih aktivnosti i funkcija, utječu na percepciju ruralnog. Ruralni je prostor područje izvan gradskog (urbanog), koji obilježava mali broj stanovnika s dominantnim korištenjem zemlje i šuma za opstanak, na kojem se prepoznaje društvena struktura, običaji i seoski identitet (Ružić, 2009.). Danas postoje različita stajališta o tome što su ruralni prostori, što bi mogli biti, odnosno što bi trebali biti i kako to postići (Butler i Hall, 1998.). Deproduktivizacija ruralnog prostora s njegovim ekonomskim, socijalnim i ekološkim posljedicama te oblikovanje ruralnog kao prostora izraženije potrošnje, signalizira potrebu za novim shvaćanjem ruralnog. Nepoljoprivredni interesi sve naglašenije sudjeluju u stvaranju slike ruralnog (Halfacree, 199.7). U Istri je u posljednjih pedeset godina

ruralni prostor imao drugačiji razvoj, no dio njegove slike sličan je onoj u najrazvijenijim kapitalističkim zemljama - broj poljoprivrednog stanovništva smanjuje se na njihovu razinu, a različiti interesi utječu na stvaranje novih percepcija ruralnog. U različitim percepcijama ruralnog često se koriste i oblici popularne kulture (primjerice mediji i marketing), pretvarajući pritom ruralni prostor u proizvod (Shurmer-Smith i Hannam, 1994.; Valentine, 2001.). Istraživanja konzumacije prostora kao proizvoda postala su tijekom 1990-ih godina značajan dio socijalne geografije (Johnston i dr., 2000.). Istovremeno se unutar geografije, turizmologije i marketinga afirmirao koncept marketinga mjesta, opisivanog i kao prodaja mjesta, geografski marketing ili strategija stvaranja nove slike prostora. Jedna od definicija određuje promociju mjesta kao „svjesnu upotrebu javnosti i marketinga za komuniciranje izabranih slika specifičnih lokaliteta ili prostora ciljanoj publici“ (Hopkins, 1998.). Koncepti mjesta i identiteta ključni su za marketing turističke destinacije, ali su i iznimno važni za konzumaciju turističkih iskustava jer nude konzumentu osjećaj autentičnosti, jedinstvenosti, a time i socijalne distinkcije (Mowl, 2001.).

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:

1. fizički, kao što je relaksacija
2. kulturni, kao što je otkrivanje novih prostora
3. interpersonalni, kao što su socijalizacija i upoznavanje novih ljudi
4. prestiž, kao što su samoupoznavanje i samoaktualizacija.

U radovima i istraživanjima susrećemo se s različitim polazištima sagledavanja motivacije u ruralnom turizmu, kao što je prema nacionalnosti (Cha i dr., 1995.), destinaciji (Jang & Cai, 2002.), zadovoljstvu i lokaciji (Yoon & Uysal, 2005.), seniorima (Jang & Wu, 2006.) i događanjima (Lee i dr., 2004.).

3. METODOLOGIJA I PRISTUP ISTRAŽIVANJU

Istraživanje se u ovom radu temelji na primarnim i sekundarnim izvorima te pristupu temeljenom na stavovima domaćih i stranih autora. Budući da je u radu temeljni cilj detektiranje posebnosti ruralnog turizma Istre i percepcija turista, istraživanje polazi od pretpostavki da se razvoj ruralnog turizma Istre zasniva na atraktivnom ruralnom prostoru, u atraktivnim objektima s primamljivom i prihvatljivom ponudom. Nadalje, razvoj ruralnog turizma Istre temelji se na liberalnoj turističkoj politici i zakonskoj regulativi koja podupire razvoj. Također, razvoj ruralnog turizma Istre temelji se na svestranom interesu i sklonosti stanovništva i zajednice. Naposljetku, ruralni turizam Istre počiva na sačuvanom seoskom identitetu i pretpostavkama održivosti.

Za analizu atraktivnosti ruralnog turističkog područja, odnosno ruralne turističke destinacije, objekata i ponude u njima, korišten je okvir (Ružić, Dropulić, 2007.) za ocjenu u koji je uključeno više kriterija - varijabli: zdrava klima, nezagađenost zraka i vode, odsutnost buke i vibracije, opasnosti od eksplozija, poplava, radijacija, očuvana priroda i slikovit krajolik, očuvano graditeljsko nasljeđe i socio-kulturne značajke, mogućnost slobodnog kretanja po okolici i uvjeti za zabavu, sport i rekreaciju, izgrađeni ugostiteljski objekti po tradicijskoj arhitekturi s ponudom regionalnih jela i pića, dobra cestovna i telekomunikacijska povezanost, zainteresiranost stanovništva za bavljenje turizmom, posjed poljoprivrednog zemljišta (u vlasništvu ili najmu), posjed stambenih i gospodarskih objekata, držanje životinja, mogućnost uvida u poljoprivrednu i drugu proizvodnju, atraktivnost lokacije stambenog objekta, pristup agroturističkim i drugim objektima, priključci za vodu, struju, odvod i sl. Za slikovnu analizu ruralne turističke destinacije Istre korištena je grupa motiva (Ružić, Medica, 2010a, Ružić, Medica, 2010b), kao što su: baština, kultura i umjetnost, priroda i okoliš, doživljaj mjesta, gastronomija, zajednica, poljoprivreda i suvenir. Motivi su analizirani s denotativnog značenja slika iz promidžbenih materijala, dok su s konotativnog gledišta analizirani slogani koji asociraju teme promatranih grupa motiva. Tako je oblikovana slika ruralne turističke destinacije koja daje odgovore na pitanja:

- Kakav je prostor ruralne Istre?
- Što mogu očekivati turisti boravkom na ruralnom prostoru Istre?
- Što daje ljepotu ugođaja i boravka turista na ruralnom prostoru Istre?
- Što umanjuje ljepotu boravka turista na ruralnom prostoru Istre?
- Kakav bi ruralni prostor Istre kao turističke destinacije turisti u budućnosti željeli vidjeti?
- Što bi se trebalo poduzeti kako bi se stvorila slika ruralnog prostora Istre koju bi turisti najbolje prihvatili?

3.1. Ciljevi istraživanja i hipoteza

Temeljni su ciljevi istraživanja u radu detektiranje posebnosti ruralnog turizma Istre. S tim u vezi postavljena je hipoteza kojom se tvrdi da je ruralni turistički proizvod Istre, koji čine atraktivne prirodne i društvene posebnosti, turistima zanimljiv i prihvatljiv. Dokazivanje postavljene hipoteze provodilo se na primjeru ruralne turističke destinacije Istre, temeljeći ga na posebnom pristupu i metodama kojima se utvrdilo je li ruralni turistički proizvod poseban i prihvatljiv turistima.

3.2. Instrumenti istraživanja

Instrumenti istraživanja u ovom su radu anketni upitnik, obrazac s elementima i okvirom za ocjenu atraktivnosti i fotografska dokumentacija koju

čine dvije vrste fotografija - fotografije po slobodnim izboru i prema raspoloživosti te slike dostupne iz promidžbenih materijala (brošura, prospekata).

Anketiranje je obavljeno među turistima u Istri. Anketni upitnik kreiralo je više istraživača na Institutu za poljoprivredu i turizam Poreč, a uključivao je i pitanja o akceptiranju ponude i turističkog proizvoda ruralne Istre. Upitnik je obuhvatio 1 500 turista, a bio je dostupan na engleskom, njemačkom, talijanskom ruskom, slovenskom i hrvatskom jeziku. Ispravno popunjenih i obrađenih anketa bilo je 1 028 ili 68,5% od ukupnog broja anketa.

Obrazac s okvirom za ocjenjivanje atraktivnosti ruralnog turističkog proizvoda i destinacije podijeljen je ocjeniteljima (više od 500), studentima i turistima u omjeru 50:50%. Tih je obrasca ispravno popunjeno preko 80%.

3.3. Vrijeme i područje istraživanja

Anketiranje turista obavljeno je na priobalnom i ruralnom prostoru Istre. Distribuirano je 1 500 anketnih upitnika u Puli, Medulinu, Poreču, Vrsaru, Rovinju, Rapcu i ruralnoj Istri, prema broju ostvarenih posjetitelja i noćenja.

Ocjenjivanje je obavljeno u više navrata u razdoblju od 2008. do 2011. godine, koliko je ono ukupno trajalo.

Prostorni obuhvat ruralne Istre definiran je odabirom općina i gradova koji nemaju izlaz na more. Ukoliko imaju dio obale, tada na tom dijelu ne smije biti izgrađeno veće naselje. Tako je definirana ruralna Istra koja obuhvaća 27 općina i gradova.

4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Rezultati istraživanja postignuti u ovom radu odnose se na detektiranje i određenje posebnosti i prihvatljivosti ruralnog turizma Istre. U tu svrhu posebno je istraživani ruralni prostor, koji je zanimljiv za razvitak turizma ukoliko ispunjava osnovne pretpostavke i raspolaže činiteljima razvoja. Dok činitelji diktiraju intenzitet i smjer razvoja, pretpostavke omogućuju razvoj.

4.1. Posebnosti ruralnog turizma Istre s gledišta prostorne atraktivnosti

Atrakcijske posebnosti ruralnom turizmu Istre daje prostor. Atraktivnost prostora određuje se prema stupnju oduševljenja koji su posjetitelji doživjeli boravkom u istom. Važniji elementi koji ukazuju na atraktivnost kraja su čist zrak, čista voda, zdrava klima i očuvana okolina (prirodno i kulturno nasljeđe). Također je važna i mogućnost slobodnog kretanja u prirodi radi rekreacije i razgledavanja zanimljivosti u okolici.

Istarski poluotok obuhvaća površinu od 3 476 četvornih kilometara i dijele ga tri države: Hrvatska, Slovenija i Italija. Većina hrvatskog dijela poluotoka nalazi se u Istarskoj županiji s 2 820 četvornih kilometara. Ruralni prostor Istre, definiran kriterijima EU, određuju tri glavne značajke: gustoća naseljenosti, način korištenja zemljišta te identitet zajednice. Tipična seoska područja imaju nisku gustoću naseljenosti, što je posljedica male veličine naselja i njihove raštrkanosti. Također, glavnina raspoloživog zemljišta koristi se za poljoprivredu i šumarstvo, dok izgrađeni prostor zauzima manje površine. Od ukupno 647 naselja u Istarskoj županiji, njih 52 svrstano je u urbane lokalne zajednice, a 595 u seoske lokalne zajednice. S obzirom na to da je broj stanovnika u općinama i gradovima prema popisu 2001. godine iznosio 99 135, što je 48,1% ukupnog stanovništva Istarske županije, to karakterizira pretežito ruralnu regiju. Ruralni prostor Istre čini 2 301 70 km kvadratnih ili 81,6% od ukupnog prostora. Na tom prostoru živi 74 970 stanovnika u 549 naselja (Ružić, 2011.).

Za vrednovanje elemenata atraktivnosti prostora razrađen je „okvir za ocjenjivanje atraktivnosti, izvornosti i ambijentalnosti lokacije“ (Ružić, 2009.). U okviru je svaki element atraktivnosti razrađen s pet razina intenziteta atraktivnosti, kojima korespondiraju ocijene od 1 do 5, pri čemu viša razina dobiva bolju ocjenu. Koristeći zadani okvir preko 250 ocjenjivača, studenata viših škola i anketiranih turista, ruralnoj turističkoj destinaciji Istre dalo je sljedeće ocjene:

Tablica 1.

Ocjena atraktivnosti ruralne turističke destinacije Istre

Redni broj	Atraktivni elementi	Prosječna ocjena (više je bolje)
1.	Zdrava klima (temperatura zraka, količina padalina i insolacija)	4,5
2.	Nezagađenost zraka i vode (udaljenost od industrijskih i ostalih zagađivača zraka i vode)	4,0
3.	Odsutnost buke i vibracije, opasnosti od eksplozija, poplava, radijacija (izvori: kamenolom, autoceste, željeznice, aerodromi opasne životinje, blizina rijeka, jezera)	4,0
4.	Očuvana priroda i slikovit krajolik (poštivanje propisanih pravila, djelovanje ljudskog faktora, stupanj zaštićenosti biljnog i životinjskog svijeta)	4,5

5.	Očuvano graditeljsko nasljeđe i očuvane socio-kulturne značajke (spomenici, arhitektonska djela, urbanistički ambijenti, tradicija i običaji)	3,5
6.	Mogućnost slobodnog kretanja po okolini i uvjeti za zabavu, sport i rekreaciju	4,0
7.	Izgrađeni ugostiteljski objekti po tradicijskoj arhitekturi s ponudom regionalnih jela i pića	4,0
8.	Dobra cestovna i telekomunikacijska povezanost (udaljenost do ambulante, pošte, trgovine, ugostiteljskog objekta)	4,0
9.	Zainteresiranost stanovništva za bavljenje turizmom (broj članova, poznavanje stranih jezika, animacija, gostoljubivost)	3,0
	Prosječna ocjena	3,9

Izvor: Ružić, P. (2011.), Ruralni turizam Istre, str. 13.

Prosječna ocjena opće atraktivnosti ruralne turističke destinacije Istre iznosi 3,9 od 5,0. S obzirom na mogućnosti s kojima ruralna Istra raspolaže i koliko pruža turistima, prosječna je ocjena (3,9) realna, ali se može očekivati da će se u perspektivi popravljati.

Atraktivnost ruralne turističke destinacije Istre upotpunjenaje koristeći socio-semiotički pristup koji istražuje znakove i njihov socijalni kontakt (Lukić, Zupanc, 2009.; Ružić, Medica, 2010a). U tu svrhu uspoređuju se fotografije iz promidžbenih materijala s mogućim stvarnim fotografijama.

Tablica 2.

Slika ruralne turističke destinacije Istre prema stvarnim fotografijama i fotografijama iz promidžbenih materijala

R. br.	Motivi slike	Denotativno značenje slike ruralne Istre prema mogućim stvarnim motivima		Denotativno značenje slike ruralne Istre prema motivima iz promidžbenih materijala		Konotativno značenje slike ruralne Istre prema sloganima (mitovi i teme) iz promidžbenih materijala	
		Broj slika	%	Broj slika	%	Broj slogana	%
1.	Baština, kultura i umjetnost: arhitektura, spomenici, umjetničke radionice, muzeji i galerije	198	40,3	361	53,7	233	35,3
2.	Priroda i okoliš: pejsaž, flora i fauna	48	9,8	97	14,4	148	22,4
3.	Zajednica: ljudi i obitelj, običaji	50	10,2	44	6,5	81	12,4
4.	Enogastronomski doživljaji	25	5,1	59	8,8	79	12,1
5.	Doživljaj mjesta: manifestacije, sport, rekreacija	160	32,6	105	15,6	113	17,2
6.	Poljoprivreda i suveniri	10	2,0	6	0,9	5	0,6
	Ukupno	491	100	672	100	659	100

Izvor: Ružić, P., *Ruralni turizam, drugo prošireno izdanje, 2009.*, str. 150.-226.; Lukić i Zupanc, rad u pdf-u dostupan na bib.irb.hr/datoteka-ruralni-prostor-kaoproizvod-nova-slika-unutarnje-istre.

Za prikaz ruralne turističke destinacije Istre uzete su fotografije po slobodnom izboru i prema raspoloživosti (ukupno 491), dok su u drugom slučaju uzimane iz promidžbenih materijala (brošura, prospekata - ukupno 672). Treća slika sastavljena je po konotativnom pristupu tumačeći značenje slike ruralne Istre koristeći slogane (mitove, teme - ukupno 659) iz promidžbenih materijala.

Slika „baštine, kulture i umjetnosti“ ruralne Istre predstavljena je brojnim motivima. U nastavku se navode samo neki, kao što su: središta istarskih sela s placom (trg), crkvom, zvonikom, polja s građevinama *kažuni i dvori*, istarska kamena kuća i dr.

Spomenici i artefakti Istre prikazani su na 115 fotografija. Ruralni prostor Istre odlikuje se brojnim spomenicima, sakralnim i profalnim. Prostor unutrašnjosti Istre krasi stari gradići, srednjovjekovne crkvice, sela, kuće te ostaci starih srednjovjekovnih utvrda i kaštela.

„Priroda i okoliš“ ruralne Istre prikazana je na brojnim slikama, a neki od motiva koji na slikama prevladavaju su kotlovi – izdubine koje je voda iskopala u riječnom koritu, Mlini – selo sa sačuvanom vodenicom, Pazinski i Zarečki krov – izdubljena jezerca u koritu Pazinčice, slap Sopot, izvor ljekovite vode Sv. Stjepan i umjetno jezero Butoniga. Nadalje, čest su motiv i geomorfološke pojave, kao što su planinski vijenac Ćićarije i Učke, ponori Rašpor (najdublji u Istri - 365 m), Krkuž i Gragorinčići, špilje Nogljanska peć i Fetištinsko kraljestvo, Pazinska i Marfanska jama (duboka 273 m, duga 2045 m) i pećina Novačka (dugačka 445 m). Flora je prikazana rijetkim biljnim vrstama karakterističnima za ruralnu Istru, a to su: hrast lužnjak, poljski jasen, crnika, gljive tartufi, tomazinijev zvončić, kraški runolist, cvjetovi perunike, božura, visibabe, ciklame, šparoge i brojne vrste gljiva. Faunu predstavljaju zec, jarebica, srna, divlja svinja i autohtone pasmine domaćih životinja, kao što su istarsko govedo, koza, ovca pramenka, magarac i pas istarski gonič.

„Zajednica“ u slici ruralne Istre prikazana je motivima koji označavaju način rada i vještine na selu. Način odijevanja u istarskom selu sačuvan je u često viđenoj tradicijskoj odjeći i obući koja se danas prikazuje na smotrama i priredbama. U motive preko kojih se prikazuju ljudi i zajednica svakako spada i način odmora, zabave, hobiji i običaji na selu. Primjerice, na takvim se slikama prikazuje odmaranje i druženje seljana na kamenim klupama (škrlama) koje su bile postavljene uz svaku kuću. Zanimljive su pučke igre (boćanje, kartanje), tradicijski plesovi (balun, setepasi, polka, spitz polka, mazurka, rašpa), tradicijska odjeća i glazbala (roženice, sopele, mišnica, vidalica, triještinka, bajs). Hobiji u istarskom selu uglavnom supovezani s prirodom (primjerice, to je lov, branje gljiva, šparoga i sl.).

Za prikaz enogastronomske ponude korištene su fotografije jela koja se nude u ugostiteljskim objektima diljem ruralne Istre i na seoskim manifestacijama organiziranim na tu temu.

„Doživljaj mjesta“ ruralne Istre prikazan je na fotografijama brojnih kulturnih, gospodarskih, gastronomskih i sportsko-rekreacijskih priredbi.

Motivi „poljoprivrede i suvenira“ nalaze na na 10 fotografija koje prikazuju tradicijsku obradu tla, oranje uz zaprežnu vuču boškarina (istarskog goveda), stare slike žetve sa srpom ili kosom. U novije se vrijeme u promidžbenim materijalima pojavljuju slike berbe maslina, grožđa i sl. Također se pojavljuju i slike suvenira, kao što su minijature istarske kuće i kažuni od kamena, zatim minijature tradicijskih alata - vile, grablje od drva te kosir u kombinaciji drva i željeza.

Konotativno značenje slike ruralne Istre analizira slogane koji evociraju šest tema. Teme podsjećaju na najmanje osamnaest mitova, (identitet, prošlost, edukacija, krajolici, sjećanja, duhovnost, idilični krajolik, izazov, izvornost, avantura, obitelj, prijateljstvo, druženje, zdravlje, mističnost, jedinstvenost, idila, dostupnost i dobrodošlica).

„Baština, kultura i umjetnost“ jedna je od najzastupljenijih tema u sloganima. U ovu skupinu svrstano je 35,3% analiziranih fotografija koje govore kako ruralna Istra svoj identitet temelji na stoljetnim talozima ljudske kulture. U analiziranim fotografijama dominira mit prošlosti. U samom spoju povijesti i sadašnjosti naglašen je motiv duhovnosti.

Tema „priroda i okoliš“ zastupljena je na 22,4% slika. Turiste u ruralnu Istru poziva raskoš pitome divljine prirodnih ambijenta u kojima je ruralno označeno kao idilični krajolik koji nudi izazov divljine. Idila se više povezuje s motivom izvornosti, a priroda i ruralni okoliš predstavljeni su kao djevičanski, ekološki očuvan atraktivni i nezagađeni okoliš, s blago naglašenim pozivom na izazov i avanturu.

U kategoriju „doživljaj mjesta“ smješteno je 17,2% fotografija, na kojima prevladavaju brojna akropolska naselja i mističnost i idila srednjovjekovnih gradića prikazanih u jutarnjoj izmaglici ili obojanih nezaboravnim vatrometom s pučke veselice.

„Enogastronomskoj“ temi posvećeno je 12,1% fotografija. Ovu temu obilježavaju autohtoni proizvodi, kojima se pridodaju slogani kao „grad tartufa“, „carstvo muškata“ i sl. Kroz gastronomsku ponudu nudi se jednostavnost i izvornost. S ponudom tradicijskih domaćih proizvoda turist se može nakratko vratiti u prošlost i u njoj sudjelovati. Fotografije iz ove kategorije najčešće prikazuju istarski pršut, vino, tartufe, fritule i kroštule.

Tema „zajednica“ prikazana je na 12,4% slika. Najznačajniji motiv ove teme je druženje na koje se turisti pozivaju putem brojnih fotografija, seoskih i gradskih manifestacija, ali i sportskih i rekreativnih aktivnosti.

Tema „poljoprivrede i suvenira“ prikazana je na najmanje fotografija, svega 0,6%. Najčešći je motiv ovih fotografija seljak u polju s tradicijskim altom. Neke su od tih fotografija snimljene davno, čime se želi naglasiti duga poljodjelska tradicija ruralne Istre.

Sve navedeno turistima prikazuje ruralnu Istru kao idiličan i jedinstven prostor povezan s prošlošću, izvrsnošću i ljudskim kontaktom s okruženjem. Navedeno ne samo da odgovara na pitanje kakva je razina atraktivnosti ruralne Istre kao turističke destinacije već ukazuje i na posebnosti ruralnog turizma koje iz toga proizlaze.

4.2. Posebnosti ruralnog turizma Istre s gledišta atraktivnosti objekata i njihove ponude

Osim turističkog razvoja obalnog dijela Istre, turizam se širi i u unutrašnjost poluotoka. Dosadašnji razvoj turizma na ruralnom području Istre može se ilustrirati pokazateljima o broju objekata i kapaciteta ponude.

Tablica 3.

Objekti i kapaciteti ponude u ruralnom turizmu Istre 2009. godine

Vrste turizma	Vrsta objekta	Broj objekta	Kapacitet
Agroturizam	Ukupno	291	2 371
	Agroturističko gospodarstvo	26	kreveta
	<i>Bed and breakfast</i>	25	170 kreveta
	Odmor na vinskoj cesti	5	221 kreveta
	Ruralna kuća za odmor	140	28 kreveta
	Ruralni obiteljski hotel	10	960 kreveta
	Sobe i apartmani	40	247 kreveta
	Stancija (vila)	45	345 kreveta 400 kreveta
Rezidencijalni i zavičajni	Rezidencije zavičajne vile i kuće za odmor	6 129	24 520 kreveta
Boravišni	Hoteli	3	224 kreveta
Kamping	Kamp odmorišta	1	4 mjesta
	Kampovi	1	30 mjesta
Sportsko-avanturistički	Pješačke staze	10	100 km 2 600 km
	Biciklističke staze	60	
	Paragliding uzletišta	8	
	Konjički centri i klubovi	4	
	Staze za slobodno penjanje	9	
	Motorcross i enduro staze	2	
Uređene jame i spilje za posjet	3		
Zdravstveni	Hotel	1	360 kreveta
Lovno-ribolovni	Lovišta	46	366 000 ha
	Ribolovne lokacije	6	
Kulturno-vjerski	Kulturno-vjerski spomenici	83	
Enogastro-nomski	Ugostiteljski objekti	87	10 285 stolaca 116 vinara 138 maslinara
	Vinske ceste	4	
	Ceste maslinovog ulja	7	
	Medne točke	8	

Izvor: Ružić, P. (2011.) *Ruralni turizam Istre*, str. 108.

U ruralnoj Istri osiguran je smještaj na 291 obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, s mogućnošću noćenja 2 371 turista. Izvan obiteljskih poljoprivrednih gospodarstva u ruralnoj Istri smještaj je moguć u 6 129 kuća za odmor (rezidencije i zavičajne vile) i u tri hotela. Za smještaj turista na raspolaganju je još i kamper odmorište s četiri mjesta i robinzonski kamp Raspadalica, na grebenu Ćićarije iznad Buzeta u sklopu centra za sportove na otvorenom: paragliding, zmajarenje, alpinizam, speleologiju i *mountain-biking*.

U ruralnoj Istri postoje mnogobrojne mogućnosti za aktivan odmor. Ljubiteljima biciklizma na raspolaganju stoji 60 ucrtanih biciklističkih staza (2 600 km), ljubiteljima jahanja u središnjoj Istri su na raspolaganju četiri konjička centra. Sportsko penjanje nudi se u devet uređenih penjališta, a za ljubitelje paraglidinga u sjevernom djelu središnje Istre uređeno je sedam startnih i sletnih mjesta za sve smjerove leta. U posljednjih deset godina na području Buzeta, Učke i Ćićarije za ljubitelje zmajaranja uređeno je osam uzletišta na kojima se mogu organizirati velika natjecanja s preletima po cijeloj središnjoj Istri – na zapadu do Buja, na jugu do Žminja, sjeverno do slovenske granice te istočno sve do vrha Vojaka.

Gastronomska ponuda u ruralnoj Istri nudi se u 87 restorana s 10 825 stolaca, 4 vinske ceste, 7 cesta maslinovog ulja te 8 mednih točaka. Gastronomska ponuda Istre obiluje specifičnim, tradicionalnim jelima i pićima koja otkrivaju tipične okuse Istre.

Objekti u kojima se turistima pružaju usluge smještaja i prehrane čine posebnost ruralnog turizma Istre. Tu posebnost čini uređenje i osposobljavanje objekata za prihvata turista na ruralnom prostoru, a uređenje je podređeno najboljem mogućem načinu pružanja usluga turistima, tradicijskoj gradnji i opremanju.

Tablica 4.

Ocjena atraktivnosti agroturističkog i ostalih objekata ruralnog turizma Istre

Redni broj	Elementi atraktivnosti	Prosječna ocjena (više je bolje)
1.	Posjed poljoprivrednog zemljišta (u vlasništvu ili najmu)	3,0
2.	Posjed gospodarskih objekata uz stambeni (uz uvjet da navedeni objekti nisu prazni).	3,0
3.	Posjedovanje životinja	2,5
4.	Mogućnost uvida u proizvodnju	2,0
5.	Atraktivnost lokacije stambenog objekta	4,0
6.	Pristup agroturističkim i drugim objektima, (parkiralište, uređenje pristupa, broj parkirališnih mjesta u hladu, na otvorenom i zatvorenom)	4,0
7.	Priključci za vodu, struju i sl. (postoje li i koja je njihova kvaliteta)	4,5
8.	Zainteresiranost članova na gospodarstvima za bavljenje turizmom (poznavanje stranih jezika, animacija, gostoljubivost)	4,0
	Prosječna ocjena	3,4

Izvor: Ružić, P. (2011.) *Ruralni turizam Istre*, str. 23.

Ocjene su dobivene prema okviru za ocjenu pri čemu je svaki element atraktivnosti razrađen na pet razina intenziteta atraktivnosti, kojima korespondiraju ocijene od 1 do 5. Polazeći od navedenog okvira za ocjenu opća je atraktivnost objekata ruralnog turizma Istre 3,4. Važno je naglasiti da su bolje ocijene dobivala obiteljska poljoprivredna turistička gospodarstva (OPTG), koja imaju poljodjelske značajke, tj. poljoprivredno zemljište, stambenu i gospodarsku zgradu, životinje, poljoprivrednu proizvodnju i ona s više članova obitelji koji čine poljodjelsku gospodarsku jedinicu.

Turisti na ruralnom prostoru traže brojne usluge, a najčešće:

- spavanje (noćenje)
- prehranu i piće
- kupnju poljoprivrednih proizvoda, prerađevina i suvenira
- sportsko - zabavnu ponudu i ostalo.

Navedene usluge turisti traže u raznim varijantama kao, primjerice, spavanje i prehranu ili samo jelo i piće, odnosno samo kupnju poljoprivrednih proizvoda i prerađevina. Pored navedenih osnovnih usluga turisti traže i druge, kao što su mogućnost uključivanja u poljoprivredne poslove gospodarstva (berba grožđa, maslina, krumpira, žetva), korištenje dvorišta ili imanja za sportske i druge aktivnosti i sl. Ponuda je u ruralnom turizmu kvalitetnija ukoliko se posjetiteljima omogućuje što bolji kontakt s prirodom, tj. ako iz sobe mogu odmah u šumu ili polje.

Izjašnjavanje ruralnih turista o atraktivnosti elementa ponude u ruralnom prostoru Istre izraženo ocjenama od 1 do 5 prikazano je u tablici 5.

Tablica 5.

Ocjena nekih od elemenata ponude u ruralnom turizmu istre

Elementi ponude	Prosječna ocjena (više je bolje)
Opremljenost soba	2,9
Kvaliteta i izbor hrane	4,4
Ponuda dodatnih aktivnosti	3,6
Kvaliteta usluga	4,9
Čistoća okoliša	4,3
Čistoća i opći izgled OPTG-a	4,3
Mir i tišina u lokaciji (mjestu boravka)	4,5
Prosječna ocjena	4,1

Izvor: Ocjene prema anketnom istraživanju ruralnih turista Istre, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, 2007.

Prema prikazanim ocjenama turisti ruralne Istre najviše su zadovoljni uslugama (4,9), zatim mirom i tišinom u lokaciji (4,5), kvalitetom i izborom hrane (4,4), dok je najmanju ocjenu dobila opremljenost soba (2,9). Opći dojam o atraktivnosti ponude ruralnog turizma Istre ocijenjen je s 4,1 što znači da je ona prihvaćena i da je kao takva zanimljiva turistima.

4.3. Percepcija ruralnog turizma Istre

Osim turističkog razvoja obalnog dijela Istre turizam se širi i na njen ruralni prostor, za koji ima interes sve veći broj turista. Povećani interes za ruralnim turizmom vidljiv iz povećanog broja posjetitelja i ostvarenih noćenja.

Tablica 6.

Ostvareni posjeti (dolasci) u ruralnom turizmu Istre 2009.- 2011. godine

Posjetitelji	2009.	2010.	2011.	Indeks 2010./09.	Indeks 2011./10.
Ukupni posjetitelji Istarske županije	2 813 810	2 716 008	3 012 204	96,6	110,9
Posjetitelji ruralnog turizma Istre	221 741	222 692	249 549	100,4	112,1
Domaći posjetitelji ruralnog turizma	24 568	21 152	24 113	86,1	114,0
Strani posjetitelji ruralnog turizma	197 173	201 540	225 436	102,2	111,8
postotak sudjelovanja domaćih ruralnih turista	11,1	9,5	9,7	-	-
postotak sudjelovanja stranih ruralnih turista	88,9	90,5	90,3	-	-
postotak sudjelovanja ruralnih turista u ukupnim	7,8	8,2	8,3	-	-

Izvor: Obrada prema podacima Turističke zajednice Istarske županije na dan 7. ožujka 2012.

Potražnja u ruralnom turizmu Istre porasla je od 221 741 posjetitelja 2009. na 249 549 posjetitelja u 2011. godini. Od ukupne potražnje u ruralnom turizmu Istre 9,5 do 11,1% čine domaći turisti, a 88,9 do 90,5% strani turisti. Najveće zanimanje za ruralnu turističku destinaciju Istre pokazuju posjetitelji iz Njemačke (28,2%), na drugom su mjestu posjetitelji iz Italije (12,1%), a slijede posjetitelji iz Austrije (10,8%), Nizozemske (8,7%), Češke (3,4%), Poljske (2,0%), Velike Britanije (1,6%), Francuske (1,4%) i ostali¹.

¹ Turistička zajednica Istarske županije na dan 7. ožujka 2012.

Tablica 7.

Ostvarena noćenja turista na ruralnom području Istre za razdoblje 2009. – 2011.

Turistička zajednica	2009.	2010.	2011.	Indeks 2010/09.	Indeks 2011./10.
Bale	139 633	146 183	191 355	105	131
Barban	19 439	22 041	36 299	113	165
Brtonigla	342 884	363 414	357 894	106	98
Buje	156 090	158 719	169 598	102	107
Buzet	13 463	18 027	24 445	134	136
Grožnjan	5 812	8 600	9 762	148	114
Kanfanar	22 086	23 004	25 409	104	110
Kaštelir-Labinci	34 180	37 154	35 287	109	95
Kršan	21 421	24 080	29 609	112	123
Ližnjan	33 738	41 451	58 386	123	141
Marčana	185 546	181 185	226 584	98	125
Motovun	8 279	10 410	17 289	126	166
Oprtalj	55 874	44 222	58 525	79	132
Pazin	52 691	70 576	82 496	134	117
Raša	152 962	168 233	167 650	110	100
Sveti vičenat	20 172	23 211	37 641	115	162
Višnjan	14 560	15 745	25 400	108	161
Vižinada	7 648	10 341	11 617	135	112
Vodnjan	296 559	288 286	358 659	97	124
Žminj	21 341	22 870	30 647	107	134
Ukupno ruralna Istra	1 604 378	1 677 752	1 954 552	105	116
Ukupno priobalje	17 377 087	17 212 640	18 692 176	99	109
Sveukupno Istra	18 981 465	18 890 392	20 646 728	100	109
postotak ruralne Istre u ukupnom	8,4	8,9	9,5	-	-

Izvor: Obrada prema podacima Turističke zajednice Istarske županije na dan 7. ožujka 2012.

U ruralnom turizmu u Istri u razdoblju od 2009. do 2011. godine ostvaren je rast noćenja od 1 604 378 na 1 954 552 ili za 22%. Navedenim podacima obuhvaćeni su ostvareni posjetitelji i noćenja u 20 ruralnih općina Istre. Nadalje, može se uočiti da udio noćenja ruralnih turista u ukupnim broju noćenja u Istri od 8,4 % u 2009. raste na 9,5 % u 2011. godini.

Važno je napomenuti da posjetitelje ruralnog turizma Istre na dolazak motivira, između ostalog, intenzivni užitak, aktivnost u prirodi, naglašena potreba za doživljajima, rekreacija i zdravlje. Poseban poticaj dolasku u ruralnu Istru

predstavlja inovativnost i inscenacija, koja pored osnovnih standarda omogućuje neobična iskustva, iznenađenja i poticaje. Turisti dobivaju atmosfersku ili emocionalnu dodatnu korist (ambijent, doživljaj, zabavu, avanturu, kontakt s drugim gostima i sl.). Kao odgovor na brzi ritam života suvremenog urbanog turista, raste potražnja za ekološki čistim područjima Istre. I na kraju treba istaknuti osobnu sigurnost, koja postaje jedan od glavnih kriterija odluke, i sve veću brigu za zdravlje. Tijekom turističke sezone 2008. godine Institut za poljoprivredu i turizam Poreč istraživao je stavove i preferencije turista Istre o sportsko-rekreacijskim sadržajima. Podatci o tome iskazani su u tablici.

Tablica 8.

Zainteresiranost turista Istre za sportsko-rekreacijske sadržaje

Rang	Sportske aktivnosti	Broj ispitanika	
		Frekvencija	%
1.	Pješačenje	529	46,5
2.	Špiljarenje	260	22,8
3.	Biciklizam	134	11,8
4.	Tenis	40	3,5
5.	Jahanje	35	3,1
6.	Lov i ribolov	18	1,6
7.	Penjanje u prirodi	13	1,1
8.	Golf	11	1,0

Izvor: Podatci iz anketnog istraživanja Instituta za poljoprivredu i turizam Poreč, 2008.

Turisti koji posjećuju Istru najviše su zainteresirani za pješačenje, za što se izjasnilo 46,5% posjetitelja, zatim špiljarenje, za što se izjasnilo 22,8%, te biciklističke ture, za što se izjasnilo 11,8% anketiranih. Valja istaknuti da turiste u Istri najviše zanimaju oni sportsko-rekreacijske sadržaji koji se najviše nude i mogu doživjeti u ruralnom prostoru Istre.

5. ZAKLJUČAK I PREPORUKE

U sklopu provedenog istraživanja u ovom radu identificirane su posebnosti ruralnog turizma Istre i njegova percepcija. Ruralnom turizmu Istre posebnosti osigurava atrakcijsko-motivacijska osnova, a rast posjeta i ostvarenih noćenja pokazuje razinu njegove percepcije.

Provedenim istraživanjem u radu je potvrđena visoka razina atraktivnosti prirodne i kulturne baštine koja ruralnom turizmu Istre osigurava posebnost. Također, slika ruralne Istre kao turističke destinacije pokazuje kako se zapravo radi o idiličnom i jedinstvenom prostoru povezanom s prošlošću, izvrsnošću i ljudskim kontaktom s okruženjem, što ne doprinosi samo posebnosti ruralnog turizma Istre već i njegovoj percepciji i prihvaćanju od sve većeg broja turista.

Nadalje, istraživanjem je utvrđeno da je u Istri oblikovan tržišno zanimljiv ruralni turistički proizvod, temeljen na uključivanju elementa ekologije i gastronomije, materijalne i nematerijalne kulturne i prirodne baštine. Tako je u ruralni turistički proizvod Istre uključena ponuda smještaja turista u tipičnim kamenim kućama, opremljenima tradicijskim namještajem te ponuda hrane i pića koja se pripremaju po receptima i namirnicama proizvedenima prema tradicijskoj praksi. Nudi se zabava, sport, rekreacija prema tradicijskoj seoskoj praksi, a suveniri iz palete proizvoda tradicijskih zanata.

Na kraju se može preporučiti da identificirane posebnosti ruralnog turizma Istre treba bolje istaknuti kako bi ih prepoznali turisti i kako bi se uspostavilo zajedničko razumijevanje svega onoga što čini destinaciju ili turistički proizvod posebnim. Nadalje, preporučuje se da se posebnosti ruralnog turizma Istre vide i u postojećim planovima, strategijama, politikama, promidžbenim i drugim pisanim materijalima.

LITERATURA

Butler, R. W., Hall, C. M. i Jenkins, J. M. (1998.). *Community and Change in Rural Tourism- Introduction*, u: Butler, R., Hall, C. M; Jenkins, J. (ur) *Tourism and recreation in Rural Areas*, John Wiley and Sons, Chichester, str. 3.-16.

Cha, S., MaCleary, M., Uysual, M. (1995.). *Travel motivations of Japanese overseas travelers: a factor-cluster segmentation approach*, *Journal of Travel Research*, 33/2, str. 33.-39.

Demonja, D., Ružić, P. (2010.). *Ruralni turizam u Hrvatskoj s primjerima dobre prakse i europskim iskustvima*, Zagreb: Meridijani Samobor.

Duk-Byeong, P., Yoo-Shik Y. (2008.). *Segmentation by Motivation in Rural Tourism: A Korean case study*, *Tourism Management*, 30/1, str. 99.-108.

Hall, D., Mitchell, M., Roberts, L. (2003). *New directions in rural tourism*, Ashgate Publishing Company, Burling VT, str. 3-5.

Hall, D., Kirckpatrick, I., Mitchbell, M. (2005.). *Rural Tourism Sustainable Business*, Toronto: Channel View Publications.

Halfacree, K. (1997.). *Contrasting roles for the post-productivist countryside*, u: Cloke, P. i Little, J. (ur.): *Contested countryside cultures*, Routledge, London i New York, str. 70.-93.

Hopkins, J. (1998.). *Commodifying the countryside: marketing myths of rurality*, u: Butler, R., Hall, C. M.; Jenkins, J. (ur.): *Tourism and recreation in Rural Areas*, John Wiley and Sons, Chichester, str. 139.-156.

Lee, C., Lee, Y., Wicks, B. E. (2004.). Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction, *Tourism Management*, 25 (2004) str. 61.-70.

Lukić i Zupanc, rad u pdf dostupan 15. 11. 2009. na bib.irb.hr/datoteka-ruralni-prostor—kao-proizvod-nova-slika-unutarnje-istre..

Jang, S., Cai, L. (2002.). Travel motivations and destination choice: a study of British outbound market, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 13/3, str. 111.-133.

Jang, S., Wu C.-M. E. (2006). Seniors travel motivation and the influential factors: an examination of Taiwanese seniors, *Tourism Management*, 27 (2006.), str. 306.-316.

Johnston, R. J., Gregory, D., Pratt, G., Watts, M. (2000.). *The Dictionary of Human Geography*, Blackwell Publishers, Oxford.

Goeldner, C.R., Ritchie, J.R. (2003.). *Tourism: principles, practices, philosophies*, John Wiley & Sons, Hoboken, NJ.

Mowl, G. (2001.). *Leisure and identity of place*, u: Pain, R., Barke, M., Fuller, D., Gough, J., Macfarlane, R., Mowl, G.: *Introducing Social Geographies*, Arnold, London, str. 53.-55.

Ružić, P. (2009.). *Ruralni turizam drugo prošireno izdanje*, Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč.

Ružić, P. (2011.). *Ruralni turizam Istre*, Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč.

Ružić, P., Dropulić, M. (2007.). Okvir za ocjenu ambijentalnosti i izvornosti u agroturizmu, Prvi hrvatski kongres, perspektive razvoja ruralnog turizma, zbornik radova s međunarodnim sudjelovanjem, 17.-21. 10., Hvar.

Ružić, P., Medica, I. (2010a). Analiza slike središnje Istre kao ruralne turističke destinacije, *Hrvatski farmer d.d.*, Zbornik radova s 2. kongresa ruralnog turizma Hrvatske, 21.-25. travnja, str. 225.-233.

Ružić, P., Medica, I. (2010b). Tradicijski seoski identitet Istre-njegovo prepoznavanje i uključivanje u turistički proizvod. *Sociologija i prostor*, 188 (3), 479.-504.

Shurmer-Smith, P., Hannam, K. (1994.). *Worlds of Desire, Realms of Power: A cultural geography*, Edward Arnold, London.

Valentine, G. (2001.). *Social geographies*, Prentice Hall-Pearson Education, Harlow.

Weber, S., Mikačić, V. (1995.) *Osnove turizma*, Školska knjiga, Zagreb.

Yoon, Y., Uysal, M.(2005.). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty structural model, *Tourism Management*, 26/2005. str. 45.-56.

Pavlo Ružić, Ph. D.

Senior research associate
Institute of Agriculture and Tourism Poreč,
K. Hugues 8, 52440 Poreč,
E-mail: pavlo@iptpo.hr

**ANALYSIS OF SPECIFIC QUALITIES AND PERCEPTION
OF RURAL TOURISM OF ISTRIA**

Abstract

This paper deals with the rural tourism in Istria in terms of its uniqueness and the perception of tourists. It is tourism outside the urban center, characterized by an abundance of natural and social features, with a small number of inhabitants and a dominant land use for agricultural production and with the social structure and customs partly preserved. The fundamental goals of the research are the detection of specific qualities and perception of tourism in the rural areas of Istria. In relation to the stated goals, a hypothesis has been set that the rural tourist product consisting of natural and social specific qualities is interesting and acceptable to tourists. A socio-semiotic approach was used for the analysis of the specific qualities of rural tourism of Istria. In the paper the survey method and ranking was used. The hypothesis was proven on the example of rural Istria.

Key words: rural tourism of Istria, tourist product, rural area, competitiveness, perception.

JEL classification: E51, L83

