

Usporedba razvoja ruralnog turizma Baranje i Istre

Alilović, Fran

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Science / Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:217:457033>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-31**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Faculty of Science - University of Zagreb](#)



Fran Alilović

**USPOREDBA RAZVOJA RURALNOG
TURIZMA BARANJE I ISTRE**

Diplomski rad

Zagreb

2022.

Fran Alilović

**USPOREDBA RAZVOJA RURALNOG
TURIZMA BARANJE I ISTRE**

Diplomski rad

predan na ocjenu Geografskom odsjeku

Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu

radi stjecanja akademskog zvanja

magistra edukacije geografije i povijesti

Zagreb

2022.

Ovaj je diplomski rad izrađen u sklopu integriranog preddiplomskog i diplomskog sveučilišnog studija *Geografija i povijest*; smjer: *nastavnički* na Geografskom odsjeku Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, pod vodstvom prof. dr. sc. Aleksandara Lukića

Sveučilište u Zagrebu

Diplomski rad

Prirodoslovno-matematički fakultet

Geografski odsjek

Usporedba razvoja ruralnog turizma Baranje i Istre

Fran Alilović

Izvadak: Predmeti istraživanja ovog rada su baranjski i istarski ruralni turizam. Cilj ovog rada je analiza razvojnih značajki ruralnog turizma Baranje i Istre radi međusobne komparacije te utvrđivanje potencijala ruralnog turizma Baranje kao potencijalnog impulsa nužnih prostornih promjena te gospodarske i demografske revitalizacije tog kraja. U prvom dijelu rada korištena je analiza stručne literature na temu ruralnog turizma i dostupnih statističkih podataka vezanih uz posjete i noćenja ruralnih turista za Istru i Baranju. U drugom dijelu rada korištena je metoda anketiranja mlade populacije (do 30 godina) s ciljem utvrđivanja turističke i tržišne potražnje baranjskog i istarskog turizma i to kroz dvije ankete – jedna o Baranji i jedna o Istri. Intervjuirani su i predstavnici TZ Baranje i TZ Istre radi utvrđivanja utjecaja ruralnog turizma na prostor Baranje i na prostor ruralne Istre. Navedenim metodama utvrđeno je da odrednice, obilježja i faktori razvoja ruralnog turizma Istre i Baranje stavljaju Istru u superiorniji položaj nad Baranjom u ruralno – turističkom kontekstu, ali i da je utjecaj ruralnog turizma Istre i Baranje na prostorne, gospodarske i demogeografske značajke pozitivan i međusobno vrlo sličan. Također je utvrđeno da su perspektiva i dodatne mogućnosti razvoja ruralnog turizma u Istri obećavajuće, povoljne i realne te da je mogućnost razvoja ruralnog turizma u Baranji po primjeru istarskog modela realistična i izvediva. S druge pak strane pokazalo se da ruralni turizam Baranje još uvijek nema u tolikoj mjeri izražen potencijal biti turistički i tržišni prepoznatljiv kao ruralni turizam Istre.

96 stranica, 47 grafičkih priloga, 24 tablice, 59 bibliografskih referenci; izvornik na hrvatskom jeziku

Ključne riječi: ruralni turizam, gospodarski razvoj, demogeografski razvoj, Baranja, Istra

Voditelj: prof. dr. sc. Aleksandar Lukić

Povjerenstvo: prof. dr. sc. Aleksandar Lukić

doc. dr. sc. Ivan Zupanc

doc. dr. sc. Ružica Vuk

Tema prihvaćena: 10. 2. 2022.

Rad prihvaćen: 8. 9. 2022.

Rad je pohranjen u Središnjoj geografskoj knjižnici Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, Marulićev trg 19, Zagreb, Hrvatska.

University of Zagreb

Master Thesis

Faculty of Science

Department of Geography

Comparison of rural tourism development in Baranja and Istria

Fran Alilović

Abstract: Subjects of the research of master's thesis are rural tourism in Baranja and Istria. Purpose of the research is to analyze features of development of rural tourism in Baranja and Istria for mutual comparison and to determine potential of rural tourism in Baranja as potential impulse of necessary spatial changes and economic and demographic revitalization of that area. As for the methodology of the work, the first part of the work used an analysis of professional literature on the topic of rural tourism and available statistical data related to visits and overnight stays by rural tourists for Istria and Baranja. In the second part of the paper, the method of surveying the young population (up to 30 years old) is used with the aim of determining the tourist and market demand of Baranja and Istrian tourism through two surveys - one about Baranja and one about Istria. Furthermore, representatives of the TZ Baranja and TZ Istria were interviewed in order to determine the impact of rural tourism on the area of Baranja and on the area of rural Istria. Using the aforementioned methods, it was shown that the determinants, characteristics and factors of the development of rural tourism in Istria and Baranja put Istria in a superior position over Baranja in the rural-tourism context. However, the impact of rural tourism in Istria and Baranja on spatial, economic and demographic features is positive and very similar to each other. It was also shown that the perspectives and additional opportunities for the development of rural tourism in Istria are promising, favorable and realistic, and that the possibility of developing rural tourism in Baranja based on the example of the Istrian model is realistic and certain. On the other hand, it turned out that the rural tourism of Baranja still does not have the potential to be as recognizable in the tourist and market as the rural tourism of Istria.

96 pages, 47 figures, 24 tables, 59 references; izvornik na hrvatskom jeziku original in Croatian

Ključne riječi: rural tourism, economic development, population development, Baranja, Istria

Voditelj: prof. dr. sc. Aleksandar Lukić

Povjerenstvo: Aleksandar Lukić, PhD, Full Professor

Ivan Zupanc, PhD, Assistant Professor

Ružica Vuk, PhD, Assistant Professor

Thesis title accepted: 10/02/2022

Thesis accepted: 08/09/2022

Thesis deposited in Central Geographic Library, Faculty of Science, University of Zagreb, Marulićev trg 19, Zagreb, Croatia.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet istraživanja	1
1.2. Prostorni obuhvat istraživanja	1
1.3. Dosadašnja istraživanja	3
1.4. Hipoteze i ciljevi istraživanja	5
1.5. Metodologija	6
2. RURALNI TURIZAM	7
2.1. Pojam ruralnog turizma	7
2.2. Koncepti razvoja i oblici ruralnog turizma u Hrvatskoj	14
3. FAKTORI RAZVOJA RURALNOG TURIZMA U ISTRI I BARANJI	20
3.1. Atrakcijska osnova ruralnog turizma Istre i Baranje	26
3.2. Analiza faktora razvoja ruralnog turizma Istre	30
3.2.1. Turističko – geografski položaj i prometna dostupnost	30
3.2.2. Obilježja turističkog razvoja	34
3.2.2.1. Smještajni kapaciteti	34
3.2.2.2. Turistički promet (dolasci i noćenja)	35
3.3. Analiza faktora razvoja ruralnog turizma Baranje	38
3.3.1 Turističko – geografski položaj i prometna dostupnost	38
3.3.2 Obilježja turističkog razvoja	40
3.3.2.1. Smještajni kapaciteti	40
3.3.2.2. Turistički promet (dolasci i noćenja)	42
3.4. Turistička i tržišna prepoznatljivost ruralnog turizma u Istri	45
3.5. Turistička i tržišna prepoznatljivost ruralnog turizma u Baranji	61
4. PROSTORNI UTJECAJ RURALNOG TURIZMA	77
4.1. Utjecaj ruralnog turizma na prostorne, gospodarske i demografske značajke Istre ..	77

4.2. Utjecaj ruralnog turizma na prostorne, gospodarske i demografske značajke Baranje	80
5. PERSPEKTIVA I MOGUĆNOSTI DALJNJEG RAZVOJA RURALNOG TURIZMA.....	85
5.1. Perspektiva i dodatne mogućnosti razvoja ruralnog turizma u Istri.....	85
5.2. Mogućnosti razvoja ruralnog turizma u Baranji na primjeru istarskog modela.....	87
6. ZAKLJUČAK.....	92
6.1. Referiranje na hipoteze.....	92
6.2. Opći zaključci.....	93
IZVORI I LITERATURA	94
POPIS PRILOGA	VII

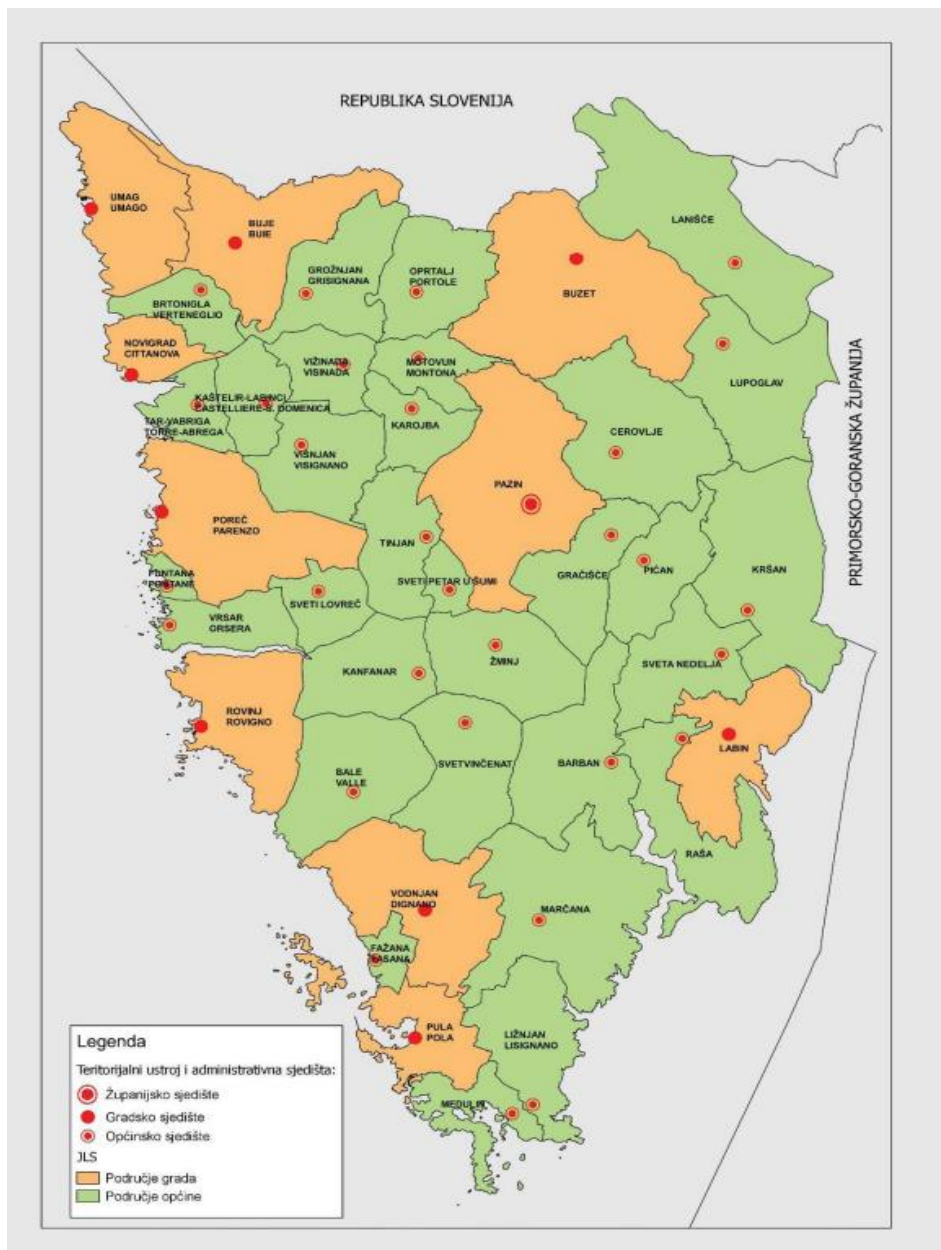
1. Uvod

1.1. Predmet istraživanja

Istraživanje se temelji na postupku izdvajanja glavnih značajki te međusobnom usporedbom istarskog i baranjskog ruralnog turizma kao i postupkom utvrđivanja potencijalnih mogućnosti za razvoj baranjskog ruralnog turizma po uzoru na puno razvijeniji istarski ruralni turizam. Poanta istraživanja je razjasniti postoji li u prirodnim i društvenim obilježjima prostora Baranje potencijal za gospodarsku i demografsku revitalizaciju oslanjanjem na ruralni turizam odnosno identificirati valoriziranje ruralnog turizma kao potencijalnog temelja i katalizatora demografske i gospodarske revitalizacije Baranje. Demografska i gospodarska revitalizacija bi podrazumijevala modernizacijsku identitetsku transformaciju Baranje iz poljoprivrednog krajolika u turističku regiju putem turističkog „brendiranja“ Baranje kao popularne turističke destinacije kontinentalnog dijela Republike Hrvatske. Turističko „brendiranje“ temeljilo bi se na upravo ruralnom turizmu, a takvo „brendiranje“ bilo bi moguće s obzirom da je ruralni turizam vrlo važan u kontekstu razvoja ruralnih prostora (Lukić, 2012).

1.2. Prostorni obuhvat istraživanja

Prostorni obuhvat istraživanja obuhvaća ruralna naselja dvije hrvatske regije – Istre i Baranje koje se nalaze u Istarskoj odnosno Osječko – baranjskoj županiji. Istra i Baranja po mnogim su parametrima vrlo popularne ruralnoturističke regije, a zbog sličnosti segmenata turističke ponude mogu se staviti u međuodnos. Međuodnos dolazi do izražaja prilikom analize te usporedbom navedenih obilježja Istre i Baranje kao turističkih regija. Što se tiče specifičnijeg prostornog određenja ovog istraživanja svakako valja izdvojiti nekoliko važnih obilježja prostora Istre i Baranje u kontekstu prostorne distribucije ruralnog turizma. Primorski dio Istre izrazito je turistički atraktivan, prepoznatljiv i popularan zbog vrsta turizma koje se pretežito vežu uz more i gradove te samim time će biti manje zastupljen u ovom istraživanju od unutarnjeg dijela Istre u kojem se smjestila većina istarskog ruralnog turizma. Samim time puno je lakše determinirati odrednice i obilježja turizma ruralnih naselja unutarnje Istre s obzirom da su kod primorskih općina primorske Istre podaci vezani uz turiste urbanih naselja te je samim time teže odrediti koliki je tu udio i utjecaj ruralno – turističkih atrakcija te posljedično i ruralnog turizma u cjelini.



Sl. 1. Teritorijalni ustroj i administrativna sjedišta Istarske županije

Izvor: Zavod za prostorno uređenje Istarske županije, 2012

Što se tiče Baranje, istraživanje će se najviše fokusirati na Općinu Bilje i Općinu Kneževi Vinogradi koje bilježe najveću turističku posjećenost (DZS, 2021) i najveći turistički potencijal. Jednako tako istraživanje će se baviti i obilježjima i potencijalima ostalih baranjskih općina koje će se u istraživanju razmatrati kao potencijalna turistička odredišta. Atraktivnost navedenih turističkih odredišta temelji se na nekolicini već postojećih prirodnih i društvenih odrednica prostora pogodnih za ruralno – turističku valorizaciju. Brojni stari seoski običaji u kombinaciji s bogatstvima baranjskog prirodnog pejzaža predstavljaju odličnu podlogu za razvoj ruralnog turizma i posljedičnu demografsku i gospodarsku revitalizaciju baranjskog prostora.



Sl.2. Upravna podjela Baranje

Izvor: Trgovačko društvo „Kneževi parkovi“, 2020

1.3. Dosadašnja istraživanja

Komparativna analiza odrednica i obilježja istarskog i baranjskog ruralnog turizma zasada nije još provedena odnosno za tu temu istraživači još uvijek nisu razvili interes stoga ni nema značajnijih sintetskih ili komparativnih znanstvenih radova koji se bave usporedbom ovih dviju regija. No potencijal za takvu vrstu istraživanja definitivno postoji pogotovo ako uzmemo u obzir bogatu resursnu osnovu (u kontekstu ruralnog turizma) ruralnih krajolika spomenutih regija te na generalno velik turistički potencijal ruralnog prostora čitave Republike Hrvatske koji bi eventualnim razvojem mogao potaknuti i veći interes znanosti za tu tematiku.

S druge pak strane znatno popularnija i samim time i znanstvenicima atraktivnija tema jest zasebna analiza pojedinačnih oblika ruralnog turizma. Posebno su aktualni znanstveni i diplomski radovi na temu baranjskog turizma koji je u drastičnom usponu. Istraživanja se najčešće baziraju na dva cilja: analiza utjecaja ruralnog turizma na gospodarsku situaciju

određenog prostora te postupak određivanja i procjene u kolikoj mjeri ruralni turizam može doprinijeti demografskoj i gospodarskoj revitalizaciji prostora. Jednako tako postoje brojne hrvatske i međunarodne studije koje se bave definiranjem pojma ruralnog turizma te analizama sastavnica koje čine (ili ne čine) ruralni turizam, a ta su nam istraživanja posebice intrigantna iz razloga što je malo što u ruralnom turizmu zapravo jednoznačno određeno (Tubić, 2019)

Od domaćih autora i djela svakako je važno izdvojiti postojanje dvaju sintetskih analiza ruralnog turizma: „Ruralni turizam; od teorije do empirije“ autora Dejana Tubića (2019) te „Ruralni turizam u Hrvatskoj: s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima“ autora Damira Demonje i Pavla Ružića (2010). Ta su djela od iznimnog značaja iz nekoliko razloga. Prije svega navedena djela obuhvaćaju terminološke sinteze autora o definiciji, odrednicama i obilježjima ruralnog turizma kao pojave i razvojnog procesa. Jednako tako oba djela se osvrću na stanje ruralnog turizma u Hrvatskoj s posebnim naglaskom na neiskorištene i iskorištene turističke potencijale te na potencijalnu valorizaciju neiskorištenih resursa. Valorizacije se autori dotiču i zbog porasta interesa za efikasnu upotrebu ruralnog turizma u svrhu ruralnog razvoja te svoje ideje i prijedloge za valorizaciju ruralnog prostora nadopunjuju promišljanjima i podacima iz europskog turizma odnosno iznose kratke analize stanja ruralnog turizma u nekim europskim državama poput Slovenije i Austrije.

Od ostalih djela koja se bave ruralnim turizmom kao procesom važnim za ruralni razvoj u Hrvatskoj svakako valja izdvojiti autore Baćaca (Priručnik za bavljenje seoskim turizmom : korak po korak od ideje do uspješnog poslovanja (2011), Bartolucija (2016) koji se pretežito bavi ulogom i važnosti EU fondova u kontekstu financiranja aktivnosti i izgradnje infrastrukture za ruralni turizam te Lukića u kontekstu brojnih teorijskih istraživanja o odrednicama i definiciji ruralnog turizma (2010 i 2012).

Što se tiče zasebnih studija ruralnog turizma Istre, tu svakako treba izdvojiti već spomenutog autora Pavla Ružića zbog izuzetnog doprinosa znanstvenom istraživanju navedene teme. Njegova djela „Ruralni turizam Istre : pretpostavke i činitelji razvoja, stanje i perspektiva“ (2012) i „Analiza posebnosti i percepcije ruralnog turizma Istre“ (2012) uvelike su sintetizirali brojne postojeće analize odrednica i obilježja ruralnog turizma Istre. Sličnom tematikom i na sličan način se bave autori: Rajko (2013) („Institucionalni model razvoja ruralnog turizma na primjeru Središnje Istre, *Oeconomica Jadertina*“) te Lukić i Zupanc (2005) („Ruralni prostor kao proizvod: "nova" slika unutrašnje Istre. Problemi regionalnog razvoja Hrvatske i susjednih zemalja“).

Zasebne studije ruralnog turizma Baranje nešto su manje opsežne te zasad još uvijek nemamo svojevrsnu sintezu svih dosadašnjih spoznaja, no s obzirom na atraktivnost teme nije isključeno da će u bližoj budućnosti biti i takvih djela. Do tada oslonit ću se na znanstvene radove na temu obilježja baranjskog pejzaža koji se u kombinaciji sa znanstvenim spoznajama iz općenitih sintetskih analiza ruralnog turizma vezanih za Hrvatsku i Europu mogu izdvojiti kao sjajna podloga za buduće znanstveno djelovanje.

1.4. Hipoteze i ciljevi istraživanja

Hipoteze ovog rada su:

- a) Odrednice, obilježja i faktori razvoja ruralnog turizma Istre i Baranje stavljaju Istru u superiorniji položaj nad Baranjom u ruralno – turističkom kontekstu;
- b) Ruralni turizam Baranje već sada ima potencijal biti turistički i tržišno prepoznatljiv kao i ruralni turizam Istre;
- c) Utjecaj ruralnog turizma Istre i Baranje na prostorne, gospodarske i demografske značajke je pozitivan i međusobno vrlo sličan;
- d) Perspektiva i dodatne mogućnosti razvoja ruralnog turizma u Istri su obećavajuće, povoljne i realne;
- e) Mogućnost razvoja ruralnog turizma u Baranji po primjeru istarskog modela realistična je i izvediva.

Sukladno hipotezama, rad ima nekoliko ciljeva. Prvi cilj je sinteza dobivenih zaključaka analizom definicija, koncepata i atrakcijske osnove ruralnog turizma općenito te analizom odrednica, obilježja i faktora razvoja ruralnog turizma u Hrvatskoj kao cjelini te Baranji i Istri zasebno. Taj je postupak važan radi postizanja drugog cilja odnosno radi utvrđivanja turističke i tržišne prepoznatljivosti ruralnog turizma navedenih regija. Radi apsolviranja drugog cilja poslužit ću se rezultatima provedene ankete. Treći cilj rada je procijeniti utjecaj ruralnog turizma kao prostornog fenomena na prostorne, gospodarske i demografske značajke Baranje i Istre te međusobna komparacija dobivenih zaključaka, a kao vrlo važan izvor u apsolviranju ovog cilja bit će intervju proveden s predstavnicima TZ-a u Baranji i Istri. Četvrti i posljednji cilj rada je utvrditi mogućnosti daljnjeg razvoja ruralnog turizma u Istri te na razvoj ruralnog turizma u Baranji sljedeći vrlo uspješan primjer razvoja istarskog ruralnog turizma.

1.5. Metodologija

U radu je korištena metoda kritičkog pregleda literature s temom ruralnog turizma u Hrvatskoj i konkretnije u Istri te literature koja se indirektno bavi analizom obilježja ruralnog pejzaža Hrvatske (samim time i Istre i Baranje) koja se mogu percipirati kao već postojeći ili potencijalni ruralno – turistički resursi. Analizirani su i statistički podaci o tursitičkim smještajnim kapacitetima i turističkom prometu. Uz analizu literature i podataka, u izradi rada je korišteno i prikupljanje podataka anketiranjem te uz pomoć metode polustrukturiranog intervjua. U radu će se uz pomoć dvije ankete (u obliku internetskog upitnika) pokušati utvrditi tržišnu i turističku prepoznatljivost baranjskog i istarskog ruralnog turizma. Rezultatima dobivenim anketnim upitnicima utvrdit će se ima li baranjski ruralni turizam potencijal prepoznatljiv kao ruralni turizam Istre. Anketni upitnik ispituje ruralno turistička iskustva mladih (do 30 godina) vezana uz ruralni turizam Istre i Baranje, a na temelju iskustva se ispituju i elementi atraktivnosti turističke destinacije Istre i Baranje, prepoznatljivost istarskih i baranjskih ruralno turističkih proizvoda, primamljivost istarskih i baranjskih ruralno turističkih manifestacija i prepoznatljivost istarskih ruralno – turističkih brendova. Anketu za ruralno turističku destinaciju Baranju ispunilo je 60 ispitanika dok je anketu za ruralno turističku destinaciju Istru ispunilo 56 ispitanika. Anketa je provedena putem internetskog obrasca, a uzorak ispitanika je bio prigodni. U sklopu ovog rada će biti intervjuirani predstavnik TZ Baranje Matej Perkušić te predstavnik TZ Istre Denis Ivošević i to u kontekstu stjecanja informacija i podataka vezanih uz prostorni utjecaj ruralnog turizma.

2. RURALNI TURIZAM

2.1. Pojam ruralnog turizma

Ruralni turizam je uistinu teško jednoznačno i koncizno definirati i samim time je pristup problematici preciznog definiranja ruralnog turizma otežan. Treba također uzeti u obzir da je ruralni turizam ne samo značenjski širok pojam već i aktualan i dinamičan pojam koji se svakim danom, tjednom i mjesecom sve šire i šire definira sukladnom novim trendovima na turističkom tržištu. Ruralni turizam je prošlost, sadašnjost i budućnost ruralnih naselja stoga je prije svake detaljnije analize odrednica, obilježja i faktora razvoja ruralnog turizma vrlo važno naznačiti što se podrazumijeva pod pojmom ruralnog turizma i na koji se točno prostor odnosi ta analiza.

Geografija je znanost o geografskom prostoru, a geografi se nazivaju i filozofima prostora (Šterc i Komušanac, 2013). Osim teorijske definicije geografije, spoznaja geografskog znanja korisna je u praktičnoj primjeni vezanoj uz prostor. Točnije rečeno uz prostorne odnose, što je vrlo važno napomenuti s obzirom da pojam prostora u geografiji ne predstavlja samo nekakav teritorij ili „komad“ zemlje, već podrazumijeva i sve prostorne interakcije i međudnose na tom prostoru. Sve te prostorne interakcije i međudnose možemo promatrati i u kontekstu analize ruralnog prostora odnosno analize prostornih interakcija i međudnosa vezanih uz turizam koji se odvija na ruralnom prostoru.

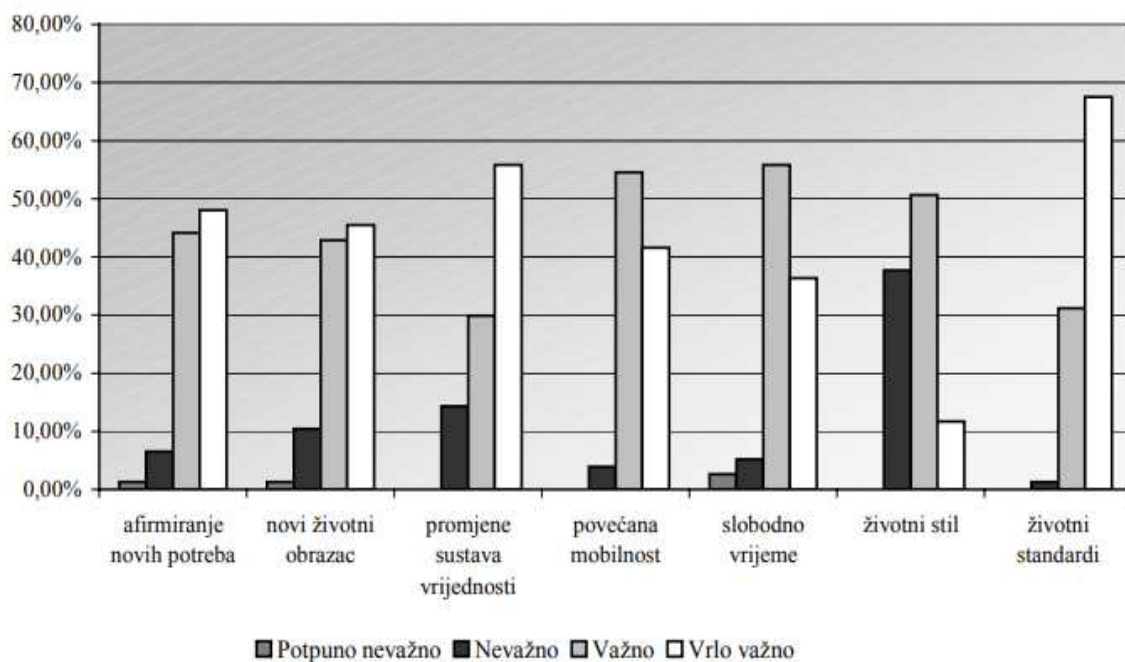
Ruralni turizam možemo percipirati kao zbir turističkih aktivnosti koje se odvijaju u ruralnom prostoru (Demonja i Ružić, 2010). Ruralni prostor je dakle vrlo važna odrednica ruralnog turizma te se stoga može zaključiti da su ruralni turizam i ruralni prostor u konstantnom međudnosu. Druga polovica dvadesetog stoljeća obilježena je urbanizacijom, industrijalizacijom te deruralizacijom što se odrazilo i na primarnost gradova u terminološkim promišljanjima o prostoru, dok je kraj dvadesetog i početak dvadeset prvog stoljeća obilježio, u kontekstu potrebe za ekonomskim inovacijama i reformama, prijelaz s fordističke na postfordističku industriju što se odrazilo i na odnos ruralno – urbano (Cawley i Desmond, 2008). Početkom novog stoljeća dolazi i do obrata i ponovnog interesa za terminološka promišljanja o ruralnom prostoru (Lukić, 2010). Jednako kao i u znanosti, došlo je do promjena i u općoj percepciji sela kao sredine s izraženim potisnim faktorima te se ruralna naselja (kao i blagodati ruralnog prostora) počinju u okviru kapitalističke ekonomije razmatrati ne samo kao resurs važan za preživljavanje već kao resurs za razne oblike razonode i provođenja slobodnog vremena. Autentični seoski ambijent i ugođaj postaju, u kontekstu postmodernizma i kapitalizma (Cawley i Desmond, 2008), sve više percipirani kao „usluga“ u obliku iskustva korisnika te je tako udaren

temelj procvatu ruralnog turizma. Takav trend nam dokazuje i kontinuirani rast međunarodne turističke potražnje na globalnoj razini od 1950. do 2017. godine (Tubić, 2019) uz male iznimke u periodu ratova i geopolitičkih kriza.

Ruralni turizam dakle, sukladno netom iznesenom objašnjenju, možemo promatrati kao važan faktor na izuzetno dinamičnom i aktualnom turističkom tržištu. Takva percepcija ruralnog turizma pripada političko-ekonomskom teorijskom okviru konceptualiziranja ruralnosti (samim time i ruralnog prostora) te se kao polazišna točka takvog pristupa uzima suština kapitalističke ekonomije – profit (Woods, 2005). S obzirom da se u ovom radu razmatra utjecaj ruralnog turizma na prostor (konkretno u ovom slučaju Istre i Baranje) u kontekstu njegove gospodarske i demografske revitalizacije, ovaj nam teorijski okvir predstavlja najadekvatniji pristup ruralnosti te služi kao svojevrsni most između ruralnog prostora, ruralnog turizma i preoblikovanja prostora u kontekstu gospodarske i demografske revitalizacije. Političko – ekonomski okvir također podrazumijeva i ulogu države u razvoju ruralnih prostora, gospodarske promjene vezane uz poljoprivredu i ostale agrarne djelatnosti (Lukić, 2010), a upravo su te odrednice vrlo važan faktor i katalizator potencijalnih promjena vezanih uz ruralni prostor u kontekstu spominjanih revitalizacija. Stoga će se ruralnom prostoru i ruralnom turizmu u ovom istraživanju pristupati iz perspektive političko – ekonomskog okvira konceptualiziranja ruralnosti.

Treba također istaknuti kako se vrlo često pojam ruralnog definira u suprotnosti (ili barem različitosti) s pojmom urbanog odnosno definira se pojam gradova kao neagrarnih područja te sela kao agrarnih područja. No ono što je svakako intrigantno jest to da su agrarne djelatnosti u razvijenim zemljama Europe sve manje zastupljene na selu (Defilippis, 2006) te da se i sela, odnosno ruralna naselja pozicionirana u ruralnom prostoru, sve više okreću nekim drugim djelatnostima koje su blisko povezane s modernim ekonomskim trendovima te koje zahtijevaju manje napora prilikom obavljanja istih.

S obzirom da je i turizam kasnog 20. i početka 21. stoljeća, baš kao čitava svjetska ekonomija i trgovina, pod snažnim utjecajem globalizacije, ta postojeća snažna dihotomija urbanog i ruralnog sve je manje značajna i sve podložnija propitkivanju. Turistička je potražnja (između ostalog i za ruralnim resursima) znatno utjecala na razvoj globalizacije te je ujedno i unutar globalizacije turistička djelatnost pronašla način ispunjenja turističke potražnje nastankom adekvatne globalističke turističke ponude u obliku nastanka novih oblika turističke ponude odnosno turističke diverzifikacije (Sl.3.).



Sl.3. Ocjena elemenata turističke potražnje koji su poticali nastanak globalizacijskih procesa

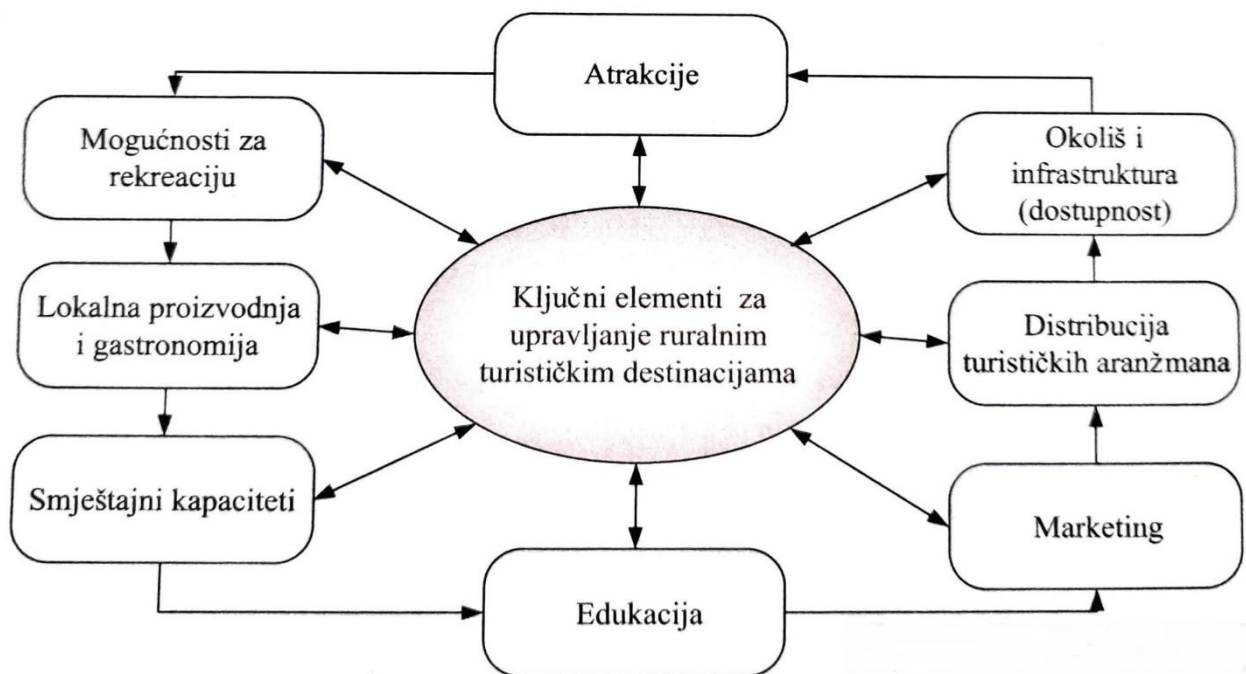
Izvor: Pavlič, 2014.

Ruralnu turističku destinaciju možemo opisati kao odredište nekog turističkog putovanja (Tubić, 2019) odnosno prostorom na koji se ruralni turisti odlučuju otići, a ta je odluka posljedica brojnih elemenata koji utječu na tog turista koji su vezani upravo uz ruralni prostor te turističku djelatnost. Ti elementi mogu se definirati kao privlačni činitelji (Hajdaš Dončić i Štefanec, 2006) odnosno kao „pull faktori“, a upravo ti „pull faktori“ imaju izuzetno važnu ulogu u percepciji određene turističke destinacije. Ako „pull faktori“ nisu dovoljno izraženi da bi se izdvojili na razini nekog određenog manjeg ili većeg turističkog tržišta, ta turistička destinacija neće kotirati dobro po pitanju profita odnosno po pitanju posjećenosti i prepoznatljivosti turističkog potencijala ili turističkih resursa. Stoga „pull faktori“ imaju veliku ulogu u turističkom brendiranju, ili pak rebrendiranju, određene turističke destinacije, a ruralni je turizam krajem 20. i početkom 21. stoljeća doživio uspon upravo na temelju toga što su se na turističkom tržištu promijenile tendencije turističke potražnje odnosno svojstva koja neki „pull faktor“ čine upravo takvim.

Ruralna turistička destinacija također je naziv za određeni ruralni prostor koji sadrži turistička obilježja. No ona nije samo i isključivo prostorna jedinica već i tržišni odnos odnosno prostor kojem identitet daje i međuodnos ponude i potražnje (Demonja i Ružić, 2010). Dakle na primjeru definiranja i percipiranja ruralno turističke destinacije kao prostora kojeg definira odnos

vidimo jasan međuodnos ekonomskih djelatnosti i prostornih promjena kao važnih komponenti ranije spomenutog političko-ekonomskog teorijskog okvira konceptualiziranja ruralnosti. Isto tako ruralna turistička destinacija ima motivacijsku ulogu u turističkom sustavu (Križman Pavlović i Živolić, 2008) odnosno doprinosi privlačenju turista i motiviranju što je također izuzetno važno s obzirom na duh postmodernističkog vremena i suštinu dominantne kapitalističke ekonomije koji zajedno u kombinaciji doprinose prostornom i percepcijskom oblikovanju ruralnog prostora kao prostorne jedinice u kojoj više ne dominiraju (u percepcijama barem) privlačni nego potisni faktori.

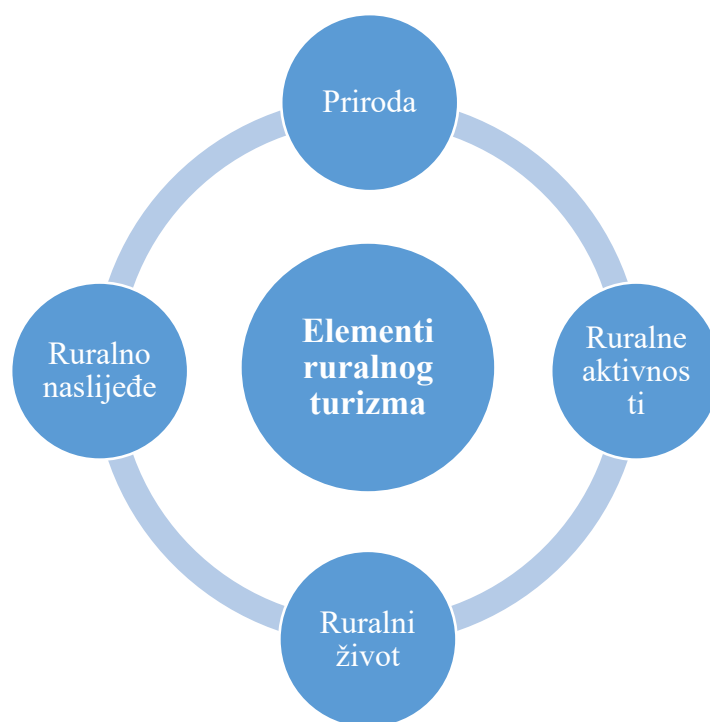
Uzevši u obzir utjecaj globalizacijskih i drugih (uz globalizaciju vezanih) procesa, identiteti turističkih destinacija postajali su sve sličniji te se kroz taj proces gubila autentičnost određenih turističkih atrakcija (Gržinić, 2018). No ruralne turističke destinacije obilježene su izuzetno izraženom autohtonosti turističke ponude s obzirom da je ruralna turistička ponuda neodvojiva od svih autentičnosti koji proizlaze iz nekog lokalnog ruralnog prostora. Nepromijenjenost ruralnih prostora, uz zadržavanje starih ruralnih i lokalnih značajki unatoč snažnim globalizacijskim procesima, predstavlja veliku prednost tim destinacijama u privlačenju turista (sl. 4).



Sl.4.: Ključni elementi za upravljanje ruralnim turističkim destinacijama

Izvor: Tubić, 2019.

Turizam se također definira i kao valorizacija nekog prostora stoga se i ruralni turizam može definirati kao valorizacija ruralnog prostora (Bartoluci, 2013), a ruralni prostor sastoji se pak od određenih elemenata koji ga čine ruralnim prostorom. Svjetska turistička organizacija (UNWTO) pak izdvaja četiri odrednice ruralnog turizma odnosno izdvaja četiri elementa nekog valoriziranog prostora u kontekstu turističke (ekonomske) djelatnosti, a to su: ruralni resursi, ruralni način života, ruralno naslijeđe i ruralne aktivnosti (UNWTO, 2004). Upravo su ta četiri elementa ruralnog prostora posebno važna za ranije spomenutu promjenu u ljudskoj percepciji sela. Ta su četiri elementa također važna i u kontekstu ruralnog turizma kao svojevrsne ponude povratka na selo gradskom stanovništvu (Demonja i Ružić, 2010) te u tom kontekstu predstavljaju „pull“ faktore svake ruralne turističke destinacije i potencijal za razvoj ruralnog turizma u budućnosti. Sva četiri spomenuta elementa u neodvojivom su međuodnosu te je svaki element važan dio ruralno turističkog mozaika (sl.5.).



Sl.5. Elementi ruralnog turizma

Izvor: izradio autor prema UNWTO, 2014.

Ruralni turizam percipiramo i kao splet različitih aktivnosti, usluga i dodatnih sadržaja vezanih uz ruralni prostor (Bartoluci i dr., 2018). Ruralne prostore naseljava ruralno stanovništvo koje kroz čitav svoj život utječe na ruralni pejzaž oblikujući ga po svojim potrebama. Takav se oblik iskorištavanja životnog prostora pretežito manifestirao kroz agrarnu djelatnost, no zbog ranije spomenute deagrarizacije krajem 20. stoljeća te zbog ranije spomenutih promjena u

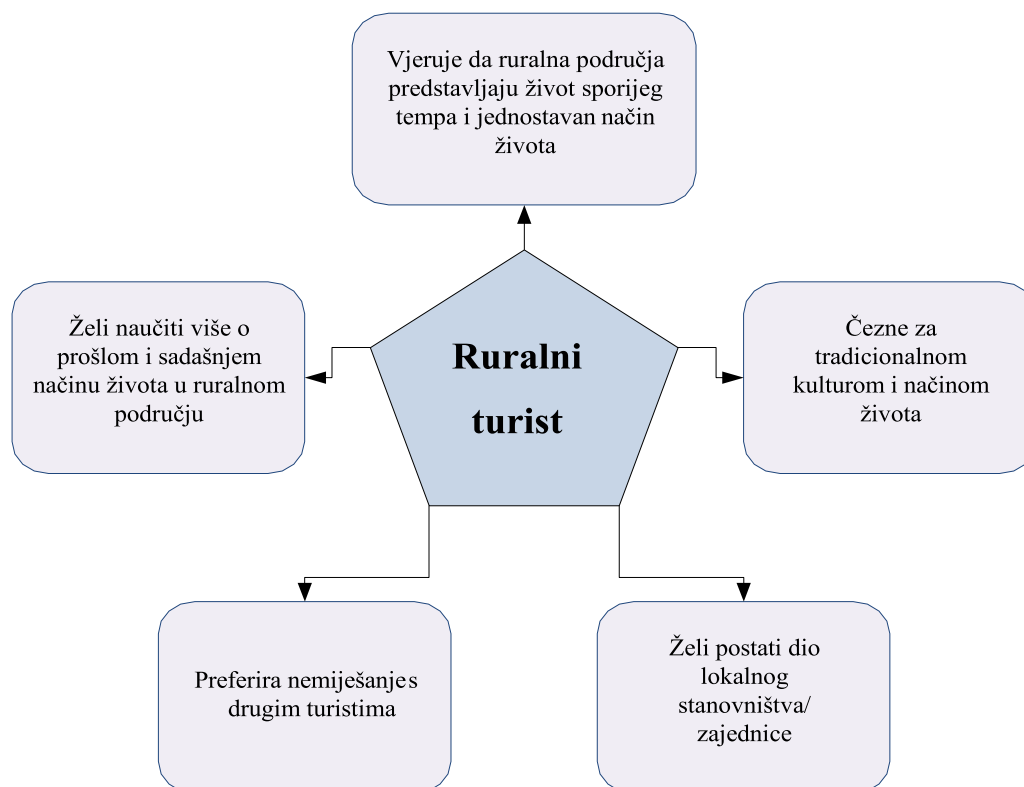
ekonomskom funkcioniranju svijeta (posljedično i ljudskoj percepciji prostora) došlo je do promjena. Sve se više tražio oblik iskorištavanja prostora koji će biti više u skladu s potrebama kapitalističke moderne ekonomije. Ujedno je došlo i do porasta turističke potražnje diljem svijeta pa se solucija tog problema nazirala, barem u ruralnom kontekstu, u preinakama korištenja ruralnog prostora.

Ruralni turizam je dakle vrsta turističke ponude, a kreator turističke ponude jest ruralno stanovništvo te je na taj način ruralno stanovništvo važan ekonomski subjekt u turističkim ekonomskim procesima. Taj je aspekt ruralnog turizma izuzetno važan s obzirom da otvara brojne prilike ruralnim stanovnicima kako bi dašak autentične ruralne atmosfere ponudili onima koji traže na turističkom tržištu upravo takav oblik turističke ponude. Ruralno stanovništvo putem ruralnog turizma sudjeluje u modernom kapitalističkom gospodarstvu koje se temelji na inovaciji, a u ovom kontekstu ruralno stanovništvo može od nekog autentičnog turističkog resursa stvoriti inovativni „brend“ te na taj način ne samo steći profit već i aktualizirati „pull“ faktore određenog ruralnog prostora. Takav je učinak ruralnog turizma vrlo važan za ruralni prostor i stanovnike koji na tom ruralnom prostoru žive u kontekstu gospodarske i demografske revitalizacije tog istog ruralnog prostora.

Prilikom analize ljudskog utjecaja na ruralni prostor, uzevši u obzir ranije analizirane „pull“ faktore, svakako je važno za kontekst ruralnog turizma spomenuti i ruralne turiste kao ekonomske subjekte u procesu odvijanja ruralnog turizma. Današnje turiste možemo smatrati istraživačima i avanturistima koji od turističke destinacije imaju poprilično visoka očekivanja. Stoga je vrlo važno razumjeti obilježja turističke potražnje kako bi određena ruralna turistička destinacija ostala tržišno i turistički privlačna. Tu veliku ulogu igraju „pull i push faktori“ te se upravo putem adekvatnog turističkog brendiranja nekog ruralnog prostora može doprijeti do svakog kupca. No ono što je možda i najvažnija komponenta reputacije svake potencijalne ili već postojeće ruralne turističke destinacije jest njena prepoznatljivost (Tubić, 2019) koja se, osim uz dobar marketing, pretežito veže uz ranija pozitivna iskustva ruralnih turista. Ukoliko se ruralnom turistu ne sviđa neka turistička destinacija, a njegova je potražnja za ruralnim iskustvom i dalje aktualna, on će potražiti nekog drugog pružatelja usluga ruralnog iskustva stoga se u takvim situacijama izrazito manifestira mehanizam tržišne konkurencije.

Čovjekova potreba za „povratkom u prirodu“, u vidu povratku blagodatima autentičnosti tradicije u kojoj životni tempo teče nešto sporijom brzinom (sl. 6) i dalje tinja, stoga je za svaku turističku destinaciju izrazito važno ostaviti dobar dojam na svakog ruralnog turista. To je važno kako bi se turist opet odlučio vratiti u tu turističku destinaciju ili ju barem preporučiti nekom

drugom zainteresiranom turistu. S obzirom na gotovo nepostojeću preciznu definiciju ruralnog turizma, ruralni turisti svojom potražnjom znatno utječu na kreiranje turističke ponude i potražnje te se tako definicija (kao i terminologija) vezana uz ruralni turizam upravo veže i za turističku ponudu i potražnju. Na taj način ruralni turisti, ruralno stanovništvo (kao pružatelj usluge) i njihov međudnos zapravo čine okosnicu pojmovnog određenja i definiranja obilježja ruralnog turizam.



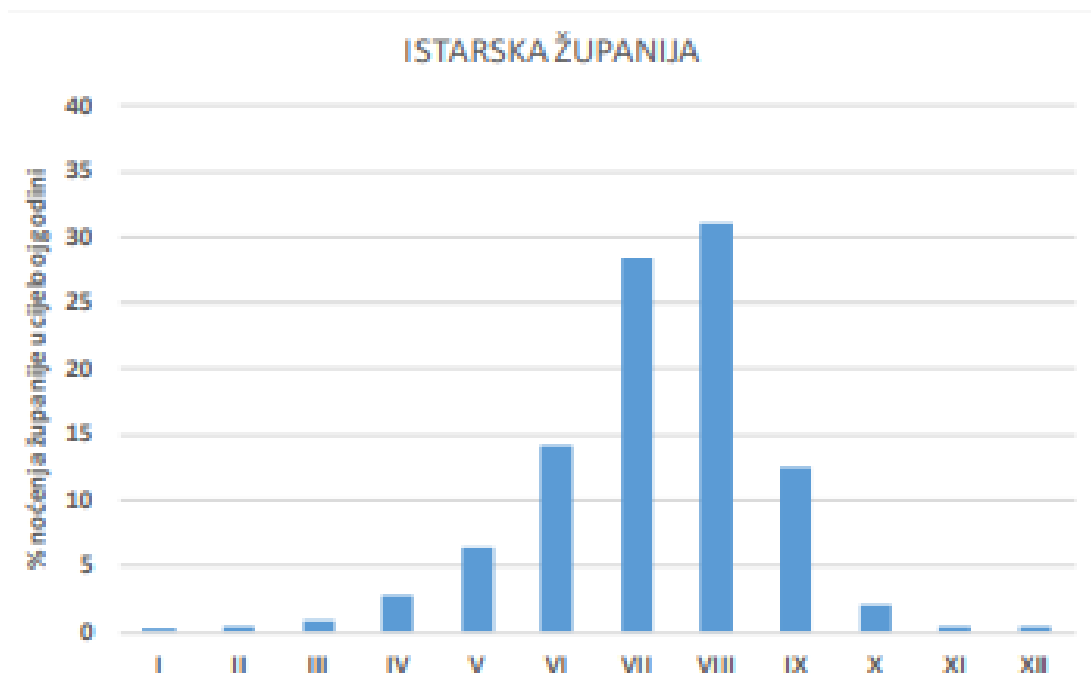
Sl.6. Prikaz psihološkog profila ruralnog turista

Izvor: Knowd, 2001., prilagodio: Tubić, 2015.

2.2. Koncepti razvoja i oblici ruralnog turizma u Hrvatskoj

Jednako zahtjevan zadatak kao i jednoznačno definiranje ruralnog turizma je i jednoznačno određivanje oblika ruralnog turizma. S obzirom da ni sam pojam turizma nije strogo definiran te također nema u tolikoj mjeri jedinstvenu podjele na vrste i oblike, slična je situacija s ruralnim turizmom i njegovim oblicima te pravilima po kojima se ti oblici dijele. Veliku ulogu u definiranju i raspoznavanju oblika ruralnog turizma imaju upravo njegovi dionici odnosno turisti i ruralno stanovništvo u ulozi kreatora turističke ponude.

Iz političko – ekonomske perspektive ruralni turizam, kao i turizam općenito, sve do 1990 – ih u Hrvatskoj nije imao razvojni impuls u vidu podrške političke vlasti turističkim djelatnosti (Lukić, 2000). Turizam, kao kapitalistički „trademark“, bio je percipiran više kao posljedica nego kao produkt ili rezultat ulaganja i truda političkih vlasti u kontekstu ekonomskog razvoja. Samim time znanstveni interes te posljedično i terminološka definicija uz diferenciranje oblika ruralnog turizma nisu bili izraženi. Jednako tako slaba teorijska podloga onemogućavala je znanstvenicima mogućnost pomnijeg istraživanja ruralnih turizma i njegovih oblika. Samo neke od dodatnih posljedica lošeg pristupanja razvoju turističke djelatnosti su sezonalnost turističke potražnje (u slučaju hrvatskog turizma se radi o ljetu) te neartikulirana ponuda raznih vrsta turizama prepuštenih samo i isključivo tržištu (Gržinić, 2018). Sezonalnost turističke potražnje je u Hrvatskoj i danas uvelike izražena te se kao dominantni mjeseci (s čak 60% noćenja) izdvajaju ljetni mjeseci srpanj i kolovoz koje možemo povezati s maritimnim oblikom turizma (HGK, 2020: Regionalni aspekt turističke sezonalnosti). Najbolji primjer takve primorske županije s izraženom sezonalnosti je Istarska županija (sl.7.).



Sl.7. Udio pojedinoga mjeseca u ukupnim noćenjima Istarske županije, prosjek 2016. — 2018., u %

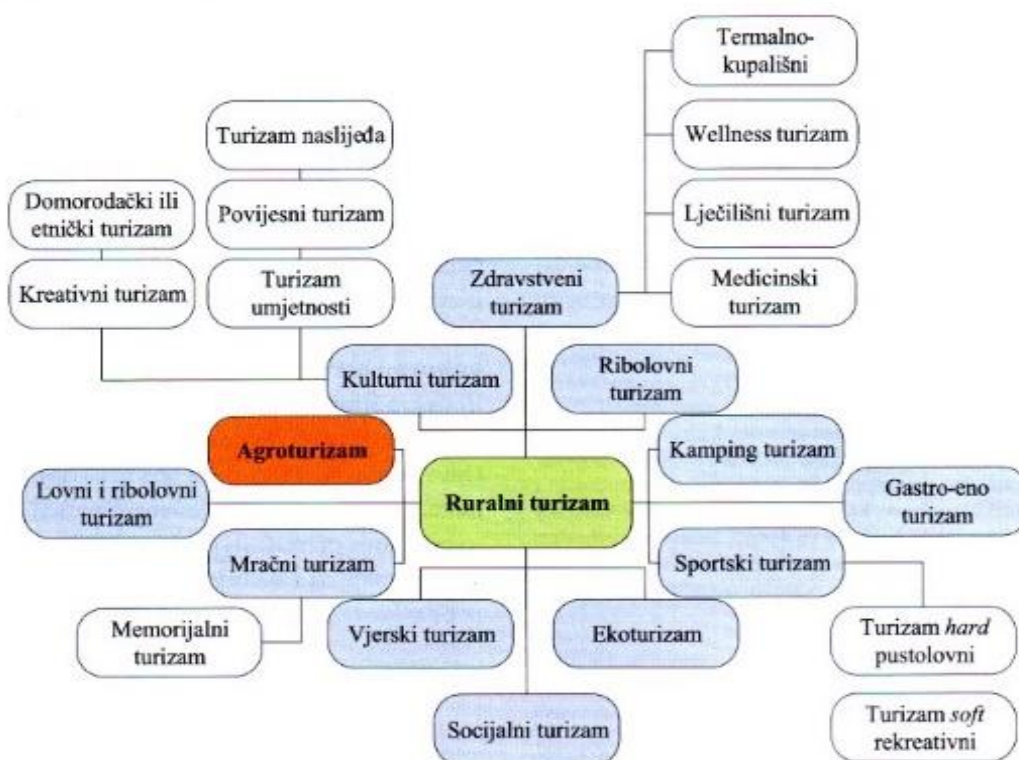
Izvor: HGK, 2020: Regionalni aspekt turističke sezonalnosti

Također treba napomenuti da je zbog netom objašnjениh problema (spontanost razvoja bez državnih regulacija) posebno izražen neujednačeni razvoj u turističkoj djelatnosti općenito što se dakako odražava i na ruralni turizam (Curić i dr., 2012). Najbolje to vidimo na primjeru razvijenih turističkih primorskih regija i relativno nerazvijenih turističkih regija u Kontinentalnoj Hrvatskoj koja uz sve spomenute probleme također ima izuzetan potencijal za razvoj turizma. Upravo su spomenute kontinentalne regije ponajviše u fokusu istraživača i zaposlenika turističkih agencija te državnih tijela zaduženih za turizam i to zbog potencijala za razvoj ruralnog turizma upravo u svrhu prostorne, ekonomske i demografske revitalizacije.

No s druge strane, slaba teorijska podloga uz zapuštenost ulaganja u infrastrukturu djelatnosti ruralnog turizma ne znači nužno da perspektiva ruralnog turizma nije dobra. Hrvatska ima velik ruralno – turistički potencijal i to ponajviše u vidu bogatstva turističkih resursa, geografskog smještaja u kontekstu povoljne prometne povezanosti te zbog članstva u Europskoj uniji (čiji su fondovi između ostalog usmjereni ka razvoju djelatnosti blisko vezanih uz razvoj ruralnog turizma svojih članica) (Grgić i dr., 2015).

Važnost diferenciranja različitih oblika turizma općenito leži u tržišnim odnosima odnosno u međuodnosu ponude i potražnje. Atraktivnost određene lokacije odnosno turističke

destinacije s pripadajućim sadržajem vezan je uz zadovoljenje turističkih potreba (Križman Pavlović i Živolić, 2008) odnosno uz selekcijske mehanizme turista pri izboru turističke destinacije. Svaki oblik turizma primamljiv je nekoj određenoj društvenoj skupini, a istovremeno potencijalno odbojan nekoj drugoj društvenoj skupini stoga je potrebno oblike turizma uskladiti s postojećim zahtjevima turista odnosno s turističkom potražnjom. S obzirom da ruralnih turista ima mnogo i da je kapitalistička ekonomija temeljena na inovacijama, postoji izuzetno velik broj oblika ruralnog turizma (sl.8.)



Sl.8. Oblici ruralnog turizma

Izvor: Tubić, 2019.

Prema Demonji i Ružiću (2010) najrelevantnija (i generalno najprihvaćenija) podjela ruralnog turizma izvodi se iz razlikovanja oblika ruralnog turizma koji se vežu uz seljačka gospodarstva (u obliku agroturizma) i na ostale oblike turizme koji pak nisu vezani uz seljačka gospodarstva. Sa sličnim načinom diferenciranja oblika slaže se i Tubić ističući kako je agroturizam u izuzetnom porastu kao oblik ruralnog turizma u Hrvatskoj i svijetu (Tubić, 2019) stoga je vrijedan zasebne i detaljnije analize.

Razvoj ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj počeo je već krajem devedesetih godina, a ponajviše se taj napredak mogao pratiti praćenjem broja turističkih seljačkih obiteljskih gospodarstva (TSOG-a) u Hrvatskoj koji se gotovo udeseterostručio do 2007. godine (Tubić,

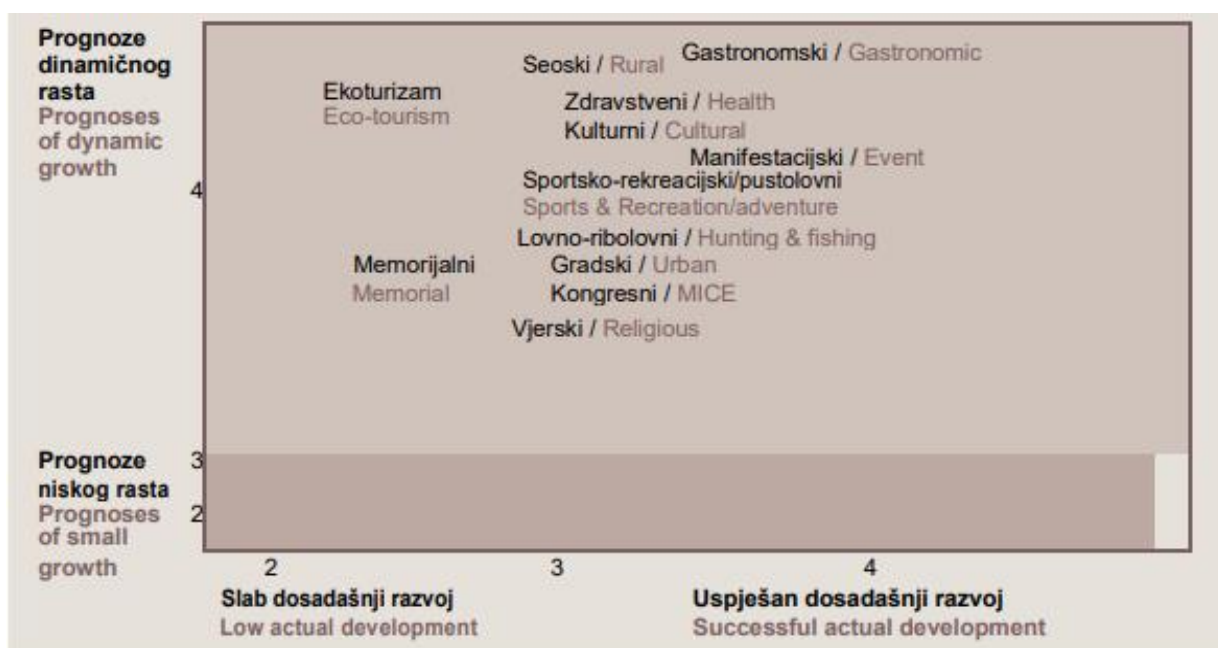
2019). No i tu je prisutan problem nejednolike regionalne razvijenosti turizma s pretežitom dominacijom primorskih regija, a kao dominantan razlog nešto adekvatnijeg i efikasnijeg manevriranja turizmom može se istaknuti generalni manjak interesa državnih i lokalnih vlasti za reklamiranje turizma kao adekvatnog oblika turizma za razvoj kontinentalnih područja (Čavrak, 2003).

Agroturizam se izdvaja i po tome što je jedna od prvih oblika turizma koji nije vezan uz more (i u Hrvatskoj dominantni kupališni turizam) te tako predstavlja vrlo važan predmet turističkih istraživanja posebno kad se uzme u obzir da se razvio upravo na principu ponude prenoćišta za turiste vezane uz ranije spomenuti maritimni turizam (Lukić, 2002). Demonja i Ružić (2010) primjerice definiraju agroturizam kao svojevrsni „paket usluga“ i kao „poslovni aranžman. Razvoju agroturizma, kao i razvoju ruralnog turizma, pogoduje i porast tendencije povratka prirodi kod pojednica (Pamuković i dr, 2016) i trend svojevrsne ponovne popularizacije ruralne idile koja je karakteristična upravo za ruralne prostore. Isto tako agrarni je turizam svojim „stupanjem na scenu“ unio i manje promjene po pitanju sezonalnosti turizma u RH na način da je svojom turističkom ponudom omogućio između ostalog i svojevrsno produljenje turističke sezone (Košak i Lugomer, 2015). Ono što svakako treba spomenuti kod analize utjecaja turizma na hrvatsko gospodarstvo je velika zastupljenost turizma kao izvora prihoda u odnosu na ostale djelatnosti u hrvatskom BDP – u: 19.5%(HGK, 2020: Regionalni aspekt turističke sezonalnosti). Upravo takav ekonomski omjer turizma i drugih aktivnosti trebao bi biti stimulans političkim tijelima zaduženim za razvoj turizma za nešto veća ulaganja u efikasnu i adekvatnu marketinšku kampanju ruralnog i agrarnog turizma kako bi se turistička sezona proširila te broj noćenja u proljeće, jesen i zimu povećao.

Agroturizam možemo preciznije definirati kao jednu vrstu odmora na seljačkom gospodarstvu stoga ga možemo zvati i seljačkim turizmom (Demonja i Ružić, 2010). Seljačko gospodarstvo je, u kontekstu kreiranja agrarno – turističke ponude, gospodarski subjekt smješten u ruralnom prostoru. Ono što je velika prednost seljačkih gospodarstava, u kontekstu turizma, jest upravo izvornost njihovog turističkog proizvoda odnosno autentičnost njihove turističke ponude u čijem kreiranju sudjeluju stanovnici ruralnog prostora (Lukić, 2000). Ono što pak razlikuje agroturizam od ruralnog turizma jest to što se stanovnici ruralnog prostora neke agrarne turističke destinacije ne bave isključivo agrarnim turizmom već im to predstavlja nadopunu njihovog poljoprivrednog djelovanja. Isto tako profit je u agroturizmu ograničen na međuodnos turist – ruralno stanovništvo, a profita od strane hotela ili različitih turističkih agencija nema (Jelinčić, 2007).

Podrobnijom analizom podataka Sektora za turizam Hrvatske gospodarske komore iz 2007.godine koje uzimaju u obzir broj kreveta, uslugu prehrane te broj kreveta u TSOG dolazimo do toga da se izdvajaju četiri županije po razvijenosti agroturizma (kao najvidljivijeg i najprisutnijeg oblika ruralnog turizma te godine): Zadarska, Dubrovačko – neretvanska, Istarska i Osječko – baranjska županija (Demonja i Ružić, 2010). S obzirom na ranije iznesenu problematiku ne treba čuditi prisutnost tri od četiri primorske županije, no ono što je dakako iznenađujuće jest postojeći donekle adekvatno iskorišteni agrarno – turistički potencijal Osječko – baranjske županije u kojoj se nalazi i regija čija će ruralno – turistička obilježja biti važna tema ovog istraživanja – Baranja.

Što se tiče ostalih oblika turizma vezanih uz Kontinentalnu Hrvatsku (a samim time i za ruralni turizam i njegove oblike), ponajviše su intrigantni trendovi vezani uz gastroturizam. (Sl.9.). Gastronomski turizam najizraženije pokazuje tendenciju kombiniranja dinamičnog rasta i relativno uspješnog dosadašnjeg razvoja (Bartoluci i dr., 2016). Ti se oblici turizma odvijaju u ruralnom prostoru i jačanjem tih oblika ruralnog turizma jačaju i gospodarske djelatnosti blisko vezane uz njih (npr. ugostiteljstvo jača zbog jačanja ruralnog turizma).



Sl.9. Usporedni pregled sadašnjeg i budućeg razvoja pojedinih vrsta i oblika turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj prema istraživanju u 2015.godini

Izvor: Bartoluci i dr., 2016.

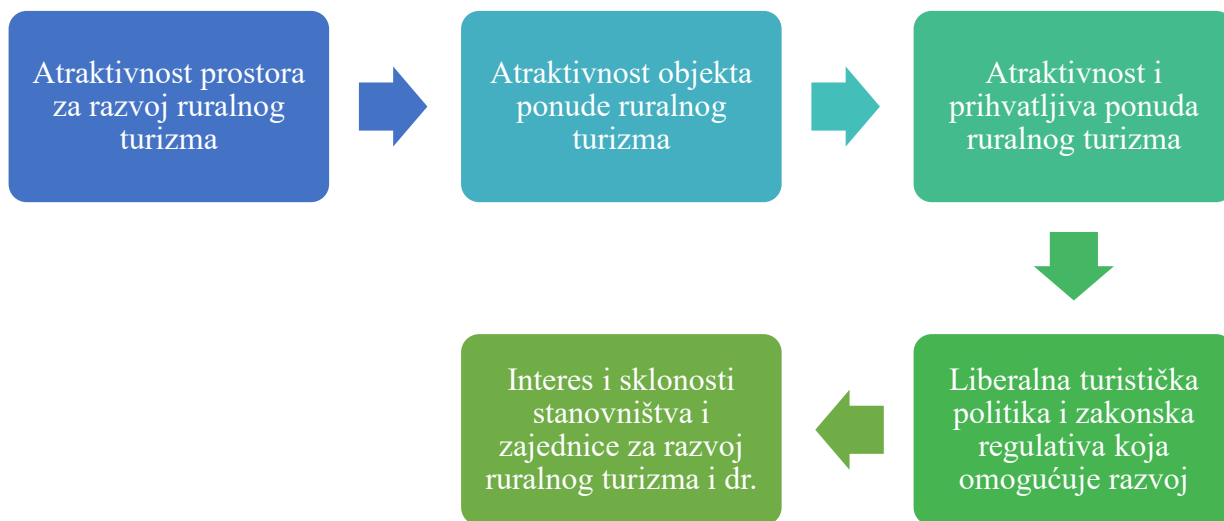
Gastronomski turizam tiče se gastronomske turističke ponude najčešće autohtone za neki određeni prostor, a tržišno privlačne turistima koji žive izvan tog ruralnog prostora. U svijetu sve intenzivnijeg utjecaja globalizacije i gubitka odrednica lokalnih identiteta, autentični gastronomski turizam ruralnih prostora svojevrsan je odgovor na otvaranje brojnih generičkih lanaca brze hrane (npr. McDonalds, Burger King, KFC...). Gastronomski oblik turizma izuzetno je važan za svaku od važnijih turističkih regija posebice za ruralne krajolike Istre, Dalmacije, Slavonije i Baranje. Hrvatski gastronomski specijaliteti popularni su diljem svijeta, a velik dio njih dio je autentične gastronomske ponude gastronomskog turizma. Osim navedenog oblika turizma također je važno izdvojiti i vrstu turizma koja se nadovezuje na gastronomski turizam – vinski turizam te istaknuti da je takav oblik turizma izuzetno popularan u spomenute četiri regije. Jednako tako vinski i gastronomski turizam potiču razvoj ugostiteljske djelatnosti u RH koja je u vrijeme sezone izuzetno privlačna stranim radnicima iz bližeg i daljeg susjedstva.

Uz gastronomski i vinski turizam, svakako treba izdvojiti i nešto povoljniju razvojnu perspektivu manifestacijskog turizma. Manifestacijski turizam u svojoj turističkoj ponudi sadrži brojne kulturne elemente prostora u kojem se odvija, a dakako za ruralni prostor je to važno zbog brojnih autentičnih komponenti od kojih se kultura ruralnih prostora sastoji. Primarno se to tiče gastronomske i vinske ponude na raznim festivalima i manifestacijama poput Vinskog maratona u Zmajevcu (Baranja), Gator festa u Vardarcu (Baranja) i sl. gdje se kulturni elementi ruralnog prostora upravo tiču gastronomske i vinske ponude.

3. FAKTORI RAZVOJA RURALNOG TURIZMA U ISTRI I BARANJI

Prilikom teoretske analize pojma ruralnog turizma te prilikom detektiranja stanja ruralnog turizma u Hrvatskoj, teško je ne primijetiti dvije regije koje se izdvajaju po mnogim posebnostima ruralnog krajolika i ruralno – turističke ponude. Naizgled kulturno različitim i međusobno poprilično udaljenim regijama, Baranji i Istri, u hrvatskoj ruralno – turističkoj ponudi pripada posebno mjesto. Te su dvije regije, zajedno sa svim svojim turističkim atrakcijama i povoljnim turističkim trendovima, po mišljenju autora ovog diplomskog rada, sadašnjost i budućnost hrvatskog ruralnog turizma te će stoga i ovo istraživanje ponajviše biti fokusirano na odrednice, obilježja i trendove ruralnog turizma upravo dvije spomenute regije.

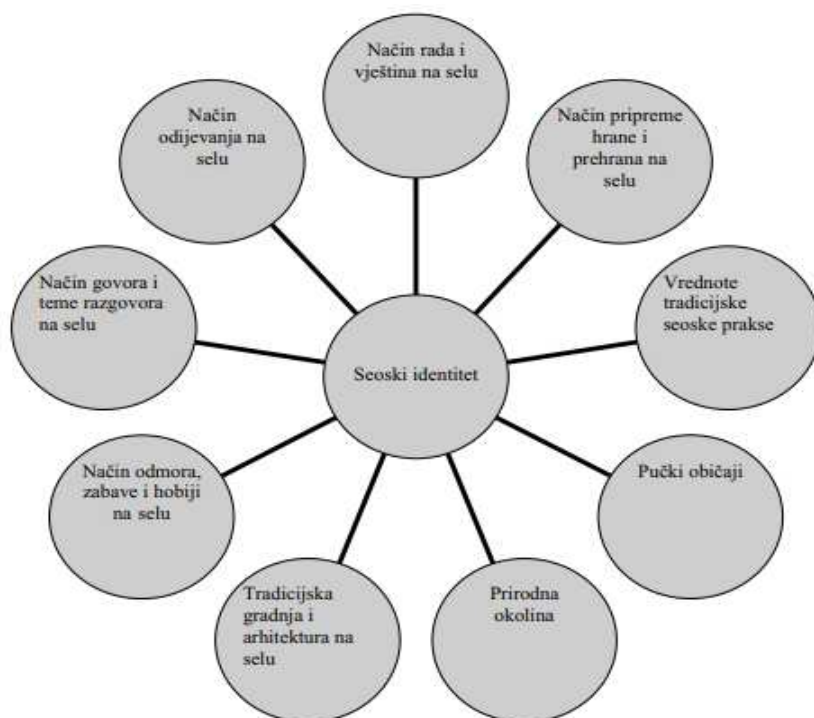
Za efikasnost neke turističke djelatnosti najvažnija je tržišna konkurentnost, a ona je direktno povezana s atraktivnosti neke turističke destinacije (Krešić, 2007). Atraktivnost je ovisna o koncentraciji brojnih „pull faktora“ na jednom području, a vrlo su važne i pretpostavke razvoja odnosno stanje u kojem se nalazi atrakcijska osnova nekog ruralnog prostora. Na priloženom segmentiranom prikazu (sl. 10) možemo vidjeti pet važnih pretpostavki razvoja ruralnog turizma na ruralnom prostoru Istre, a ono što je posebice intrigantno jest to da je atraktivnost vrlo važan pojam koji obilježava čak tri od pet osnovnih pretpostavki razvoja ruralnog turizma. S druge pak strane preostale dvije pretpostavke vezane su uz državnu, lokalnu i individualnu svijest o važnosti ruralnog turizma za ruralni prostor u kojem se odvija isti. Te su nam dvije pretpostavke relevantne za izdvajanje drugog važnog činitelja atrakcijske osnove– ljudsku individualnu i institucionalnu aktivnost u obliku iskorištavanja atraktivnosti radi što efikasnijeg razvoja ruralnog turizma Istre.



Sl.10: Segmentirani prikaz pretpostavki razvoja ruralnog turizma u Istri

Izvor; autorski rad, prema podacima iz Ružić, 2011.

Sedamdesetih godina dvadesetog stoljeća, u jeku industrijalizacije i modernizacije ponukane gospodarskim promjenama i razvojem turizma, u Istri je sve izraženiji nestanak starog tradicijskog, pomalo idiličnog, ruralnog načina života (Ružić i Medica, 2010). Takva se promjena odrazila i na prostor ruralne Istre te se želja i volja za tradicijskim načinom života počela gubiti. Nakon nekog vremena potražnja za elementima seoskog identiteta ponovno je aktualizirana i to upravo kroz ruralno – turističku ponudu Istre. Istarski ruralni prostor stoga postaje atraktivan za razvoj brojnih oblika ruralnog turizma, a atraktivnost se temelji na sveukupnosti i međuodnosu elemenata seoskog identiteta (sl. 11).



Sl.11. Elementi seoskog identiteta,

Izvor: Ružić i Medica, 2010.

Objekt ruralnog turizma možemo percipirati kroz kvalitetu smještajnih kapaciteta i prihvatljivost istih kod domaćih turista. Najvažniji činitelji smještajnih kapaciteta ruralnog prostora Istre su vezani uz kamping turizam, agroturizam te uz ruralni „bed and breakfast“ model smještaja. Posebnost kao i velika ruralno – turistička prednost Istre jest upravo ukomponiranost bogate ponude smještajnih kapaciteta visoke kvalitete u idiličan ruralni pejzaž Istre (Ružić, 2011). Isto tako treba izdvojiti da je, u odnosu na primjerice Baranju, kvaliteta i brojnost turističkog smještaja na puno većoj razini. Osim visoke kvalitete i autohtonog tradicijskog izgleda velikog dijela smještajnih kapaciteta treba još izdvojiti i uključenost istarskih turističkih dionika u globalne trendove što je vidljivo na primjeru tendencije stalnog usavršavanja i modernizacije ponude turističkog smještaja kroz sve intenzivnije poticanje modernog „bed and breakfast“ oblika smještaja.

Osim ponude noćenja, kao važne segmente atraktivnosti ruralno turističke ponude Istre svakako treba izdvojiti bogatu i autohtonu gastronomsku ponudu te svojevrsne „gastrosuvenire“ u obliku raznih domaćih poljoprivrednih proizvoda (Ružić, 2011). „Gastrosuveniri“, kao činitelji autohtone istarske gastronomske i vinske ponude, dodatno doprinose turističkoj i tržišnoj prepoznatljivosti spomenutih ponuda na razini Hrvatske i čitave Europe. Od gastronomije

svakako valja izdvojiti pljukance (tradicionalnu istarsku tjesteninu), jela od boškarina (istarskog goveda), prisutnost autentičnih istarskih tartufa u jelima te korištenje čripnje (stare istarske peke) u pripravi brojnih drugih istarskih tradicijskih specijaliteta. U bogatstvu vinske ponude treba ipak izdvojiti tržišnu dominaciju tri vrlo značajne i prepoznatljive sorte: malvazije, terana i muškata. Također treba istaknuti kako vino kao turistički proizvod ima sve veću ulogu kao izuzetno primamljiv aspekt turističke ponude brojnih istarskih ruralno – turističkih manifestacija (npr. Dani vina, *Istria wine and walk*, *Gračišće wine festival* i dr.).

Osim atraktivnosti, važna je i ranije elaborirana uloga čovjeka kao subjekta u ruralnom prostoru u kreiranju ruralno turističke ponude. Koordinirano djelovanje institucija i pojedinaca u ruralnom prostoru značajno oblikuje ruralno – turističku prepoznatljivost svakog ruralnog prostora, a upravo pojmom „turistička politika“ definiramo koordinirano djelovanje više dionika po pitanju turističke djelatnosti. U ruralnom turizmu nazire se prilika za stjecanje individualnog i kolektivnog profita te posljedično i revitalizacije ruralnog prostora, stoga je vrlo važno sudjelovati u procesu odvijanja ruralno turističke djelatnosti ili barem prepoznati važnost istog. Adekvatna i efikasna turistička politika važna je također iz razloga što je ona ključni temelj za poticanje angažmana stanovništva po pitanju razvoja ruralnog turizma. Osim toga visoka razina involviranosti činitelja turističke politike željeni je cilj „Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske 2013-2020“ (Bartoluci, 2018).

Ruralno turističku politiku istarske regije možemo svesti na 4 važna elementa: nosioce, izvršioce, ciljeve i sredstva (Ružić, 2012), a upravo ciljeve i sredstva u velikoj mjeri diktiraju dionici turističke politike na lokalnoj i državnoj razini. Temeljni ciljevi i sredstva razvoja ruralnog turizma Istre definirani su u dokumentu pod nazivom: „Master plan razvoja turizma Istre za period od 2004. -2012. godine“ te dokumentom „Master plan turizma Istarske županije 2015. – 2025“ , a kao glavni ciljevi razvoja izdvojeni su reformiranje (u obliku restrukturiranja) turizma Istre u vidu „oživljavanja“ kroz turističko (re)brendiranje što možemo svesti na pojam revitalizacije istarskog prostora (između ostalog i ruralnog) (Istra.hr: Turizam u ruralnom (središnjem) dijelu Istre). Sredstva kojima se željena revitalizacija želi ostvariti su mnogobrojna, a tiču se ponajviše brendiranja razvojnih projekata infrastrukture ruralnog turizma Istre te aktivnog brendiranja svih turističkih atrakcija, turističkih destinacija, turističkih proizvoda i turističkih manifestacija ruralne Istre. Osim državne vlasti koja u obliku „Strategije ruralnog turizma Republike Hrvatske 2013 – 2020“ te članstvom u Europskoj uniji koje donosi pristup EU fondovima za djelatnosti vezane uz ruralni turizam utječe na razvoj ruralno turizma, važno je spomenuti i turističke zajednice čija se uloga ne smije i ne može zanemariti. Turističke

zajednice također aktivno sudjeluju u promociji ruralnog turizma, edukaciji potrebnih radnih snaga za razvoj ruralnog turizma te koordiniraju procese važne za razvoj ruralnog turizma (Ružić, 2012).

Baranju možemo opisati kao tradicionalno ruralno i agrarno područje. U situaciji izrazitog deficita političke i ekonomske potpore od strane države, u nepostojanju uvjeta za razvoj tržišno isplativih oblika industrije te ukorijenjenu agrarnu tradiciju uvjetovanu plodnom crnicom, lako je zaključiti zašto je Baranja ostala tradicionalno i agrarno područje. S druge strane taj isti agrarni i tradicionalni ruralni prostor u zadnjih je nekoliko godina ušao u proces modernizacije i to kroz promjenu načina valorizacije ruralnog prostora. Uz poljoprivredu kao dominantnu gospodarsku djelatnost ruralne Baranje, u nešto izraženijoj mjeri počinje nadopunjavati ruralni turizam. Sukladno takvim gospodarskim trendovima Baranja na karti Hrvatske postaje turistički primamljiva regija. Genezu i popularizaciju baranjskog ruralnog turizma možemo dakle objasniti kao svojevrsan proces stapanja tradicionalnog (agrarna proizvodnja) i tržišno isplativog (ruralni turizam) temelja za obavljanje agrarnih i neagrarnih djelatnosti u ruralnom prostoru. Primjećujemo također da se ruralni turizam uvelike temelji na iskorištavanju već postojećih agrarnih resursa koji u kontekstu novih gospodarskih trendova postaju važni turistički resursi.

Važnu karakteristika baranjskog ruralnog prostora, u kontekstu ruralnog turizma, prepoznajemo u potencijalu za integrativnost raznih oblika turizma. Preciznije rečeno, baranjski se ruralni turizam temelji na sveobuhvatnosti raznih oblika turizma koji svojim supostojanjem čine izrazito bogatu baranjsku ruralno – turističku ponudu. Pogodnost za dodatno brendiranje integrativnosti, a posljedično i atraktivnosti, baranjskog ruralnog turizma prepoznaje se u brojnim turističkim potencijalima baranjskog ruralnog prostora koji se još uvijek nažalost ne valoriziraju dovoljno. Također treba spomenuti kako je baranjski ruralni turizam relativno nova pojava na turističkoj sceni te da ranija neeksponiranost Baranje kao ruralno – turističke regije dodaje imidžu baranjskog ruralnog turizma određenu mističnost. Stoga možemo ironično zaključiti kako je jedan od važnih „pull faktora“ baranjskog ruralnog turizma, a samim time i velika prednost na turističkom tržištu, upravo turistička neistraženost baranjskog ruralnog prostora koja se nadovezuje i na mogućnost poprilično inovativnog kombiniranja raznih oblika ruralnog turizma prilikom kreiranja ruralno – turističke ponude.

Sukladno atraktivnosti baranjskog prostora u kontekstu mističnog i dosad u velikoj mjeri turistički nevaloriziranog prostora, razvili su se i smještajni kapaciteti. Svijest o potrebi izgradnje dodatnog turističkog smještaja sve je izraženija pa tako baranjski turistički djelatnici sve aktivnije

sudjeluju u rješavanju problema malog broja kreveta u ponudi ruralno – turističkih smještajnih kapaciteta. Kapacitet ruralno – turističkog smještaja Baranje za 2022. godinu iznosi nešto više od tisuću kreveta, a primjetan je i izražen trend rasta (Getto, 2019) kao posljedice ranije navedene svijesti o potrebi izgradnje smještajnih kapaciteta te svijesti o važnosti ruralnog turizma za gospodarsku perspektivu Baranje kao regije. Treba također napomenuti da je porast smještajnih kapaciteta ruralno – turističkih destinacija, između ostalog i Baranje, jednako tako i rezultat recentnog trenda državnog ekonomskog podupiranja izgradnje ruralno – turističke infrastrukture. Takav trend rezultat je potrebe da se već popularne ruralno – turističke destinacije (kakva je i sama Baranja) dodatno turistički brendira. Jednako tako primjećujemo da se većina smještaja nalazi u ruralno turistički najatraktivnijim seoskim općinama – Kneževim Vinogradima i Bilju.

Kompleksna segmentiranost atraktivnosti baranjske ruralno – turističke ponude također je vrlo zanimljiv fenomen. Uz spomenutu neistraženost baranjske turističke ponude valja svakako izdvojiti predispozicije baranjskog ruralnog prostora za razvoj perspektivnih oblika turizma. Netom spomenuti perspektivni oblici ruralnog turizma obilježeni su trendom porasta potražnje za istim u RH (sl. 9), a radi se o gastronomskom, vinskom i manifestacijskom obliku ruralnog turizma. Ponuda gastronomskog turizma sastoji se od autentičnih tradicionalnih jela poput perkelta od soma i fiša paprikaša te od prepoznatljivih domaćih proizvoda (ponajviše suhomesnatih) od kojih je najpoznatiji baranjski kulen. Široka i prepoznatljiva vinska ruralno turistička ponuda također je vrlo važna komponenta atraktivnosti baranjskog ruralnog turizma, a posebno se ističu vinarije (Josić, Gerštmajer, Belje i Kalazić) koje svoja vina izvoze diljem Republike Hrvatske. Uz vinski turizam se vežu i brojne vinske ceste u Baranji, a treba spomenuti kako su baranjska su vina također sastavni dio ponude svakog baranjskog restorana ili OPG-a. Manifestacijski turizam predstavlja svojevrsnu sintezu gastronomske i vinske ponude pa se tako brojne manifestacije (npr. Vinski maraton i Gator fest) mogu percipirati kao način „brendiranja“ raznih prepoznatljivih činitelja baranjske gastronomske i vinske turističke ponude.

Što se tiče turističke politike baranjskih ruralno – turističkih dionika, tu svakako treba izdvojiti tendenciju porasta svijesti o važnosti ruralnog turizma koji potiče sve intenzivnije državne, lokalne i pojedinačne angažmane. Aktivacije i angažmani vezani su uz ostvarenje strateških ciljeva dokumenta pod nazivom „Lokalna razvojna strategija za razdoblje od 2014. do 2020. i prijelazno razdoblje 2021. i 2022“ (sl. 12), koji predstavlja vrlo važan temelj za ruralni razvoj i između ostalog i za ekonomsku i demografsku revitalizaciju ruralnog prostora.

Strateški ciljevi	Prioriteti	Mjere	Tipovi operacije iz PRR
<i>CILJ 1. Stvaranje uspješnog konkurentnog gospodarstva i razvoj lokalnih proizvoda s dodanom vrijednosti</i>	<i>Prioritet 1.1. Unaprjeđenje i jačanje poslovanja malih poljoprivrednih gospodarstava</i>	<i>Mjera 1.1.1. Potpora povećanju konkurentnosti i tržišne učinkovitosti</i>	<i>TO 4.1.1. Restrukturiranje, modernizacija i povećanje konkurentnosti poljoprivrednih gospodarstava</i>
		<i>Mjera 1.1.4. Potpora osnaživanju postojećih mikro i malih PG</i>	<i>TO 6.3.1. Potpora razvoju malih poljoprivrednih gospodarstava</i>
	<i>Prioritet 1.2. Razvoj lokalnih proizvoda s dodanom vrijednosti</i>	<i>Mjera 1. 2.1. Potpora poljoprivrednicima za ulaganje u proizvodnju proizvoda s dodanom vrijednosti</i>	<i>TO 4.2.1. Povećanje dodane vrijednosti poljoprivrednim proizvodima</i>
<i>CILJ 2. Diversifikacija poljoprivrednih djelatnosti</i>	<i>Prioritet 2.1. Diversifikacija djelatnosti na poljoprivrednim gospodarstvima</i>	<i>Mjera 2.1.1. Potpora razvoju ruralnog turizma i nepoljoprivrednih usluga</i>	<i>TO 6.4.1. Potpora razvoju nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima</i>
<i>CILJ 3. Povećanje kvalitete života podizanjem društvenog i okolišnog standarda u ruralnim sredinama</i>	<i>Prioritet 3.1. Podizanje društvenog standarda, kvalitete života i socijalne uključenosti stanovništva u ruralnim sredinama</i>	<i>Mjera 3.1.1. Potpora za ulaganja u društvenu infrastrukturu i proširenje lokalnih temeljnih usluga</i>	<i>TO 7.4.1. Ulaganje u pokretanje, poboljšanje ili proširenje lokalnih temeljnih usluga za ruralno stanovništvo uključujući slobodno vrijeme i kulturne aktivnosti te povezane infrastrukture</i>

Sl.12.: Strateški ciljevi, prioriteti, mjere i tipovi operacija Lokalne razvojne strategija za razdoblje od 2014. do 2020. i za prijelazno razdoblje 2021. i 2022.godini

Izvor: LAG Baranja, 2014.

3.1. Atrakcijska osnova ruralnog turizma Istre i Baranje

Atraktivnosti prirodnih i društvenih sastavnica ruralnog prostora vrlo su važne za ruralni turizam pa samim time i za ruralni razvoj. Turistička atrakcijska osnova (kao skup atrakcija) ruralnih prostora je u neodvojivoj vezi sa turističkom resursnom osnovom na način da je turistička atrakcijska osnova marketinški gledano najznačajniji dio turističke resursne osnove ruralnih prostora.

S obzirom na izuzetno bogatu prirodnu i kulturno – povijesnu baštinu ruralne Istre i Baranje nije lak zadatak predočiti sav asortiman bogatstava tih ruralnih prostora odnosno (marketinškim rječnikom rečeno) predočiti potencijalne ili već postojeće ruralno – turističke ponude. U ovom radu one će biti (i za Baranju i za Istru) predočene po uzoru na model predočavanja autora Eduarda Kušena u njegovom (za istraživanje turizma) značajnom djelu

„Turistička atrakcijska osnova“. Preciznije rečeno marketinško vrednovanje turističkih resursa ruralne Istre i Baranje bit će predočeno kroz stupanj turističke opremljenosti odnosno kroz „mješavinu standardne turističke dostupnosti i stupnja iskorištenosti turističke atrakcije“ (Kušen, 2002). Stupanj turističke opremljenosti bit će sveden na 4 relativno neprecizne vrijednosti (100, 66, 33 i 0%) radi pojednostavljenog predočavanja komponenata kompleksne ruralno – turističke ponude Istre i Baranje u obliku dvaju tablica (tab.1 i tab.2) kao što je slučaj i kod autora Kušena

Tab.1: Marketinško vrednovanje turističkih resursa ruralno – turističke destinacije Baranje

VAŽNOST	STUPANJ TURISTIČKE OPREMLJENOSTI			
	A (100%)	B (66%)	C (33%)	D (0%)
I. KATEGORIJA Međunarodna	<ul style="list-style-type: none"> • PP Kopački rit • Drava • Dunav • Vinski maraton • Vinarija Josić • Baranjska kuća • Belje 	<ul style="list-style-type: none"> • Vinatlon • Wine and walk • Seoska gospodarstva 	<ul style="list-style-type: none"> • Slama Land art festival • Dunavska biciklistička ruta 	
II. KATEGORIJA Nacionalna	<ul style="list-style-type: none"> • Bansko brdo • Vinarije u katoličkom i reformatskom surduku u Zmajevcu • Baranjski kulen • Fiš paprikaš • Čobanac 	<ul style="list-style-type: none"> • Dvorac u Tikvešu • Spomenik batinskoj bitci • Dvorac Eugena Savojskog u Bilju • Eko centar Zlatna greda • Gator fest • Gatori • Perkelt od soma 	<ul style="list-style-type: none"> • .Baranjski Ferivi polumaraton • Festival tista u Topolju 	<ul style="list-style-type: none"> • Dvorac Esterhazy u Dardi • Beljski dvorac u Kneževu • Vinceška • Svetište Marije Lurdske u Popovcu
III.KATEGORIJA Regionalna	<ul style="list-style-type: none"> • Ribarski dani u Kopačevu • Čvarakfest u Karancu • Paprikafest u Lugu • Tarda fest 	<ul style="list-style-type: none"> • Etno susreti u Bilju • Fišijada u Belom Manastiru • Kakasutles • Jelen na baranjski 	<ul style="list-style-type: none"> • Petaračke buše u Baranjskom Petrovom selu • Jezero Đola • Baranjo u jesen si zlatna • Festival tista • Šokačka kuća u Topolju • Baranjski biseri – etno zbirka OPG Kolar • Petaračke buše • Žetvene svečanosti 	<ul style="list-style-type: none"> • Potok Karašica • Jezero Sakadaš • Biljsko jezero • Jezero Puškaš • Arheološka nalazišta u Kneževim Vinogradima • Crkva Presvetog srca Isusova u Čemincu

Izvor: autorski rad, prema Kušen, 2002.

Tab.2: Marketinško vrednovanje turističkih resursa ruralno – turističke destinacije Istre

VAŽNOST	STUPANJ TURISTIČKE OPREMLJENOSTI			
	A (100%)	B (66%)	C (33%)	D (0%)
I. KATEGORIJA Međunarodna	<ul style="list-style-type: none"> • Jadransko more • Linski kanal • Tartufi • Zigante • Istarski pršut • Istarski teran • Istarska malvazija 	<ul style="list-style-type: none"> • PP Učka • Vinarija Kozlović • Festival terana i tartufa Motovun • Jama Baredine 	<ul style="list-style-type: none"> • Ceste maslinovog ulja • rijeka Mirna 	
II. KATEGORIJA Nacionalna	<ul style="list-style-type: none"> • Motovunska šuma • Aleja glagoljaša • Jezgra grada Motovuna • Sajam pršuta u Tinjaju • Motovun film festival • Teranino 	<ul style="list-style-type: none"> • Vela Draga pod Učkom • Park šuma Zlatni rt • Jama Podbaređine • Samostan u Sv. Petru u Šumi • Istarske toplice • Slap Sopot • Hum • Pljukanci • Fuži 	<ul style="list-style-type: none"> • Čičarija • Kroštule • Brudet • Crkva sv. Blaža u Vodnjaju • Pazinska jama 	
III. KATEGORIJA Regionalna	<ul style="list-style-type: none"> • Jakovlja • Subotina po starinski • Trka na prstenac u Barbanu • Lovrečeva • Sajam mladog maslinovog ulja u Vodnjaju • Srednjevjekovne noći u Svetvinčenatu • Slatka Istra u Vižinadi 	<ul style="list-style-type: none"> • Rijeke Raša i Dragonja • Crkva sv. Vincenta u Svetvinčentu • „S klobasicom u EU“ • „medene točke“ središnje Istre • Dvigrad • Patricijske palače u Buju 	<ul style="list-style-type: none"> • Jezero Butoniga • Vodopad Pazinski krov na Pazinčici • Etnografski muzej Istre – Pazin • Pazinski kaštel 	<ul style="list-style-type: none"> • Makunjača po starinski, • Crkva svete Marije na Škriljinah u Bermu

Izvor: autorski rad, prema Kušen, 2002.

Analizom podataka dvaju navedenih tablica vidljive su znakovite naznake ruralno – turističkih trendova te naznake utjecaja određenih faktora razvoja ruralnog turizma koji su u svezi sa značajkama ruralnog prostora obje regije. U idućem će poglavlju biti iznesena detaljnija analiza tih faktora razvoja, a nešto detaljnija analiza ruralno – turističkih trendova u kontekstu faktora razvoja bit će iznesena u nadolazećim poglavljima ovog rada.

3.2. Analiza faktora razvoja ruralnog turizma Istre

Uspješan razvoj svakog oblika ruralnog turizma uvjetovan je postojanjem i međuodnosom različitih faktora razvoja. Analizom faktora razvoja, u ovom slučaju na primjeru ruralne Istre, možemo objasniti brojne ruralno – turističke trendove te možemo spoznati brojne važne informacije o odrednicama i obilježjima ruralnog turizma nekog određenog ruralnog prostora. Faktori razvoja su vrlo važan aspekt ruralno – turističke ponude te je upravo zbog toga analiza kvalitete ruralno – turističke ponude, i ruralnog turizma nekog prostora općenito, nepotpuna bez isticanja uloge faktora razvoja.

Faktori razvoja su dakle, kao što je već spomenuto u radu, neodvojivi od percepcije ruralnog turizma kroz vizuru značajki ruralnog prostora. Oni predstavljaju marketinški vrijednu komponentu ruralno – turističke resursne osnove i samim time su impuls za preoblikovanje prostora u obliku modernizacije. Pri takvoj modernizaciji autohtona svojstva ruralnog prostora ne samo da ostaju očuvana već ih se valorizira u kontekstu ruralnog turizma kao važnog katalizatora modernizacije ruralnog prostora.

3.2.1. Turističko-geografski položaj i prometna dostupnost

Povoljan turističko – geografski položaj Istre možemo percipirati kao izuzetno veliku pogodnost za profiliranje Istre kao turističke regije. Istra se nalazi uz kopnenu granicu Republike Hrvatske sa Slovenijom i uz morsku granicu sa Italijom. Blizina tih dvaju zemalja, kao i povoljan geografski položaj i smještaj na sjeveroistoku Jadranskog mora, uvelike doprinosi razvoju turizma. Italija se nalazi u samom svjetskom vrhu po pitanju prepoznatljivosti turističke ponude i po broju turističkih posjeta te gotovo tisućljetni utjecaj zbivanja na talijanskom prostoru, koji se nerijetko prelijevao i na Istru, doveo je do sličnih razvojnih prednosti u kontekstu razvoja

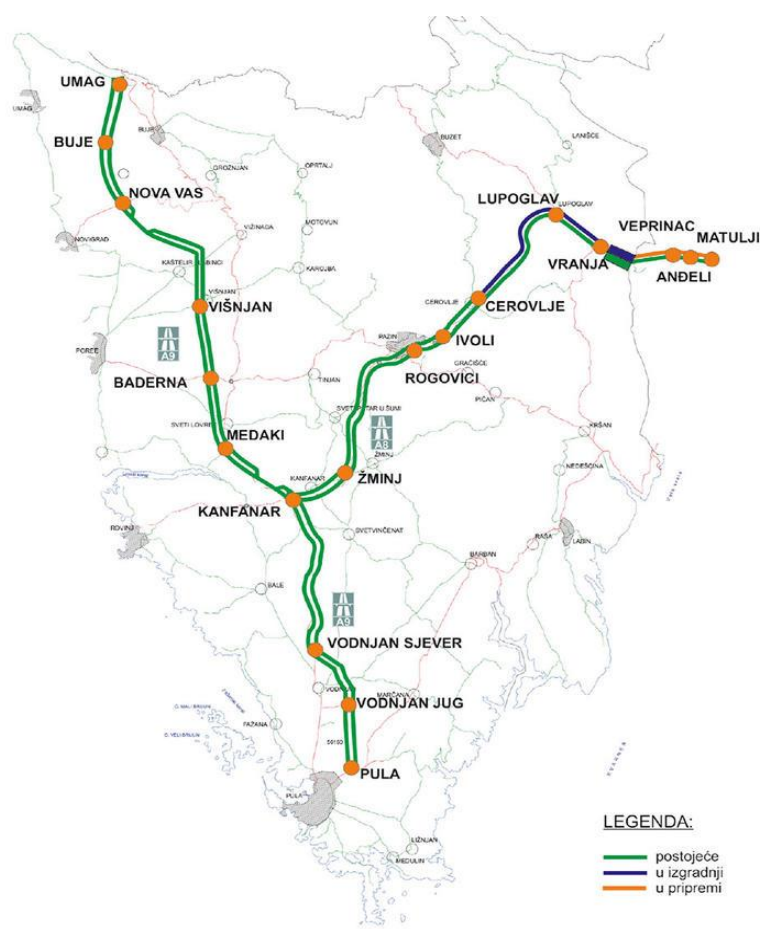
faktori, osim naravno svega onoga što nudi turistički izuzetno valorizirano Jadransko more, tiču se i zanimljivih istarskih rijeka (Mirna, Dobra, Raša) i jezera (Butoniga) (Ružić, 2011).

Reljefna i vegetacijska obilježja istarskih ruralnih prostora također su vrlo važna za razne oblike turizma. Planinski su krajevi, slično kao i nešto izoliraniji krajevi, izuzetno atraktivni turistima, a u Istri su posebno turistički atraktivne i krške jame i špilje od kojih nam je posebno zanimljiva jama Baredine. Ta nam je jama zanimljiva zbog toga što je između ostalog i geomorfološki spomenik prirode, a njen obilazak je turistima zanimljiv ne samo zbog geomorfoloških fenomena krškog reljefa već i zbog postojanja raznih podzemnih životinjskih vrsta uključujući i čovječju ribicu kao endemsku vrstu (Istra.hr: Istarska kuhinja). Vegetacijski faktori su nam značajni iz više razloga. Istarske šume sjajan su „dekor“ tradicionalnog ruralnog ambijenta, ali i stanište znamenitih tartufa i brojnih drugih rijetkih biljnih i životinjskih vrsta.

Razvoj ruralnog turizma posljedica je procesa diversifikacije agrarnih djelatnosti te potrebe za stjecanjima novih načina pristupanja ruralnom prostoru te valoriziranju istog radi stjecanja profita (Grgić i dr., 2015). Dio ruralnog turizma direktno je povezan s poljoprivredom kroz agroturizam i to kroz već spominjana poljoprivredna gospodarstva, ali i kroz brojne poljoprivredne (ali i turistički prepoznatljive) proizvode poput istarskog pršuta vina i maslinovog ulja (Istra.hr: Istarska kuhinja). Upravo su spomenuti poljoprivredni proizvodi turistički atraktivan dodatak već poprilično atraktivnoj turističkoj ponudi ruralne Istre u vidu gastronomskog turizma i vinskog turizma. Također treba spomenuti kako su upravo značajke geografskog smještaja i položaja Istre važne za nastanak i popularnost navedenih proizvoda.

Društveni razvojni faktori u obliku kulturnih odrednica, turističkih manifestacija i generalno očuvanosti seoske tradicije ruralne Istre pod velikim su utjecajem povijesnih zbivanja te su posljedica različitih kulturoloških utjecaja raznih povijesnih državnih tvorevina koje su ili graničile s istarskim prostorom ili vladale njime. Posebno je izražen proces širenja kulturnog utjecaja s talijanskog prostora zbog činjenice da je upravo ruralna Italija jedna od prvih „agroturističkih“ europskih destinacija (Tubić, 2019) i da je upravo utjecaj s tih prostora definirao brojne elemente seoskog identiteta Istre u vidu raznih pučkih običaja, ruralne arhitekture, gastronomije i sl. Možemo zaključiti da je društveni aspekt istarske ruralne tradicije rezultat raznih političkih i kulturnih zbivanja na istarskom prostoru koji su pak potaknuti povoljnim turističko – geografskim položajem istarskog prostora.

Što se tiče prometne dostupnosti, ona je također izuzetno važna za atraktivnost određene turističke destinacije. Kakvoća prometne infrastrukture i razvoj turizma u direktnom su međuodnosu (Šolman, 2010) , a posebno je to važno kod ruralno – turističkih destinacija s obzirom da su sela vrlo često lošije prometno umrežena s turistički emitivnim središtima. Prometna dostupnost nije samo bitna kao faktor razvoja već i kao važan uvjet dolaska turista posebno kad uzmemo u obzir da je znatan dio turista u ruralnoj Istri gradsko stanovništvo koje je naviklo na gradsku prometnu infrastrukturu i sukladno tome očekuje da prometna komponenta ruralno – turističke destinacije bude na visokoj razini.



Sl.14. „Istarski ipsilon“

Izvor: Dokonal T., 2021.

Po pitanju prometne umreženosti ruralne Istre, veliku ulogu igra i blizina turistički emitivnih središta te prometna povezanost istih s ruralno – turističkim destinacijama Istre. Cestovna infrastruktura Istarske županije na izuzetno je visokom nivou s čak 124 kilometara autoceste koja je važna za brz transport turista i robe (Istarska županija, 2020). U kontekstu važnosti autocesta, veliku ulogu u međusobnom povezivanju gradova i sela unutar Istre ima i tzv.

„istarski ipsilon“ (sl.14.) odnosno spojnica autocesti A8 i A9. Istarski ipsilon predstavlja srce prometne infrastrukture čitavog istarskog ruralnog i urbanog prostora. Iz perspektive ruralnog turizma Istre važno je napomenuti da „istarski ipsilon“ prolazi i kroz središnju Istru te na taj način čini znatan dio unutrašnjosti prometno dostupnim turistima. Kod prometne povezanosti treba još spomenuti važnost zračne luke Pula koja je s istarskim selima prometno direktno povezana istarskim ipsilonom, dok primjerice postoji i sportska zračna luka Vrsar koja nije direktno cestovno povezana s istarskim ipsilonom.

3.2.2. Obilježja turističkog razvoja

3.2.2.1. Smještajni kapaciteti

Smještajne kapacitete podrazumijevamo kao važan dio atraktivnosti određene ruralno – turističke destinacije odnosno kao važnu pretpostavku razvoja ruralnog turizma. Ovisnost broja turista odnosno turističkog prometa u direktnom je odnosu s kvantitativnim i kvalitativnim stanjem smještajnih kapaciteta. U ruralnim je područjima Istre smještajni kapacitet izuzetno važan s obzirom da se autentičnost istarskih ruralno – turističkih destinacija u velikoj mjeri očituje i kroz postojanje smještajnih kapaciteta izgrađenih u duhu tradicionalne istarske ruralne arhitekture.

Smještajni kapaciteti ruralne Istre mogu se podijeliti na tradicionalni i moderni smještaj. Pod tradicionalni smještaj mogu se smatrati ruralne kuće za odmor i OPG-ovi. Takav oblik smještaja autentičan je trag istarske ruralne tradicije u prostoru te je u takvim smještajnim kapacitetima primarno fokus na turističkom valoriziranju istarske ruralne gastronomije, vinske ponude, uživanja u netaknutom okolišu i očuvanoj prirodi te usmjerenost na upotpunjavanje ruralno turističke manifestacijske ponude. Pod moderni smještaj podrazumijevamo razne moderne oblike smještaja među kojima se ističu: ruralni B&B („bed and breakfast“) smještajni kapaciteti, boutique hoteli, ruralne vile i luksuzni apartmani (Ruralkoncept.hr, Kuće za odmor i smještaj u Istri). Takvi oblici smještajnih kapaciteta nisu orijentirani na aspekt tradicionalnosti i ruralne autohtonosti već isključivo na komfor turista koji odsjedaju u njima, a postojanje ovakvih modernih oblika smještajnih kapaciteta zasigurno ukazuje na nešto veću platežnu moć istarskih ruralnih turista koji diktiraju turističku potražnju.

Najvažniji činitelji smještajnih kapaciteta ruralnog prostora Istre su vezani uz kamping turizam, agroturizam te uz ruralni „bed and breakfast“ model smještaja, a sveukupni smještajni kapacitet ruralne Istre iznosi nešto više od 1500 kreveta (Istra.hr: Turizam u ruralnom

(središnjem) dijelu Istre). Ovakav kvalitativna podjela smještajnih kapaciteta u ruralnoj Istri odraz je svojevrsnog spoja stare tradicionalne arhitekture kao „građevinskog obilježja“ autohtonosti i tradicije ruralne Istre dok su moderniji smještajni oblici ipak rezultat prisutne velike turističke potražnje koja diktira potrebu za modernizacijom određenih smještajnih kapaciteta. Takva podjela potencijalno ukazuje na turističke preferencije i razloge dolaska u ruralnu Istru odnosno ukazuje na to dolaze li neki turisti radi autohtone ruralne tradicije Istre ili radi nešto luksuznijih komponenata bogate istarske ruralno – turističke ponude.

S obzirom na kontinuirani rast broja smještajnih kapaciteta i nedostupnost aktualnih statističkih izvješća TZ Istre po pitanju smještajnih kapaciteta, teško je precizno utvrditi kvantitativno stanje smještajnih kapaciteta na istarskom ruralnom prostoru. No gledamo li katalog Turističke zajednice Istarske županije za 2019. godinu u vidjet ćemo da u ruralnoj Istri postoji ukupno 312 objekata i 2.928 kreveta (Katalog Turističke zajednice Istre, 2019), a prema istom dokumentu vidljivo je i da u ruralnoj Istri postoji 6.139 rezidencijalnih vila s kapacitetom od 28.525 kreveta te više od više od 30 obiteljskih boutique hotela. Uz ove već impresivne brojke, broj OPG-a i ruralnih vila je iz godine u godinu sve veći jednako kao i broj ruralnih turista u Istri. Iz takvog turističkog trenda jasno vidimo povezanost turističkog prometa i smještajne ponude kao važnih odrednica razvoja neke ruralno – turističke destinacije.

3.2.2.2. Turistički promet (dolasci i noćenja)

Istarski ruralni turizam je do devedesetih godina dvadesetog stoljeća bilježio brojke na razini statističke pogreške, no u današnje vrijeme ruralni turizam daje jak impuls turističkom razvoju unutarne Istre. Intenzivnijim razvojem ruralnog turizma dolazi do sve intenzivnije turistifikacije prostora unutrašnjosti Istre, a ruralni turizam je kao „tržišni mehanizam“ koristan za suzbijanje regionalnog gospodarskog disbalansa između unutrašnjosti i primorskog dijela Istre. Takvu nam situaciju potvrđuju i statistički podaci (tab. 3) odnosno turistički trendovi iz kojih se jasno očituje sve veća i veća tržišna popularnost i prepoznatljivost unutrašnjosti Istre kao ruralno – turističke regije. Jedini primjetan pad dolazaka vidljiv je 2020. godine zbog epidemije koronavirusa, no prema statističkim pokazateljima iz 2021. godine jasno vidimo da se i unutrašnja i primorska Istra vraćaju starim brojkama i turističkim trendovima.

Tab. 3: Usporedba noćenja turista u unutrašnjoj i obalnoj (primorskoj) Istri

Godine	Noćenja		UKUPNO
	Obala	Unutrašnjost	
2021.	21.812.804	1.720.363	23.533.167
2020.	12.268.108	1.246.576	13.514.684
2019.	26.876.740	1.833.198	28.709.938
2018.	26.660.301	1.783.064	28.443.365
2017.	25.829.602	1.682.013	27.511.615
2016.	23.561.798	1.449.092	25.010.890

Izvor: TZ Istarske županije

TZ Središnje istre obuhvaća područje općina Cerovlje, Gračišće, Karojba, Lupoglav, Pićan, Sv. Lovreč, Sv. Petar u Šumi, Tinjan i grada Pazina, a ruralni turizam upravo tog područja nam je posebno interesantan zbog toga što je to dio Istre s najautentičnijom ruralno – turističkom tradicijom te posljedično i ruralno – turističkom ponudom. S obzirom da je utvrditi točan broj ruralnih turista za svaku godinu u ruralnoj Istri poprilično izazovan i pomalo neizvediv podatak, u ovom će poglavlju fokus analize statističkih podataka biti na podacima iz TZ Središnje Istre. Brojne ruralne manifestacije koje se temelje na promociji lokalnih gastronomskih i vinskih proizvoda te lokalne tradicije odvijaju se upravo u ovom dijelu Istre. Iz statističkih podataka (tab. 4) možemo vidjeti kontinuirani rast posjeta domaćih turista, a posebno se ističe kontinuirani porast posjeta stranih turista koji čine gotovo preko 70% ruralnih turista u Središnjoj Istri. Takvi nam statistički podaci ukazuju na to da je čak i ovaj relativno manji dio unutarnje Istre poprilično turistički posjećen. Sudeći po turističkim trendovima u ostatku turističke regije Istre, budućnost Središnje Istre kao „najruralnijeg“ dijela unutrašnje Istre djeluje poprilično perspektivno.

Tab.4: Dolasci turista na području koje pokriva TZ Središnja Istra

Godine	Dolasci		UKUPNO
	Domaći turisti	Strani turisti	
2020.	5726	22.855	28.131
2019.	5116	35.646	40.762
2018.	4582	33.588	38.170
2017.	3882	30.232	34.114

Izvor: TZ Središnja Istra

Takve turističke trendove potvrđuje i statistika (tab. 5) koja prikazuje noćenja turista u istom vremenskom periodu i na istom području. U odnosu na ruralno – turističke destinacije koje se nalaze u kontinentalnoj Hrvatskoj (poput recimo Baranje) vidljivo je kako turisti ostaju puno duže u ruralnoj Istri (gotovo tjedan dana). Statistički pokazatelji nam dakle ukazuju na to da je ruralno – turistička ponuda unutrašnjosti Istre izuzetno heterogena i opsežna te da privlači turiste na nešto veći broj dana od ostalih ruralno turističkih regija. Jednako tako velik broj turista, kao i njihov kontinuirani porast, ukazuje na to da je znatan dio ruralno – turističke atraktivne osnove Istre povoljno iskorišten te da je ruralna Istra jedna poprilično prepoznatljiva ruralno – turistička regija.

Tab. 5: Noćenja turista na području koje pokriva TZ Središnja Istra

Godine	Noćenja		UKUPNO
	Domaći turisti	Strani turisti	
2020.	21.591	200.828	222.419
2019.	14.058	286.185	300.243
2018.	14.010	280.000	294.010
2017.	11.300	254.839	266.139

Izvor: TZ Središnja Istra

3.3. Analiza faktora razvoja ruralnog turizma Baranje

3.3.1. Turističko-geografski položaj i prometna dostupnost

Baranjski je ruralni turizam također poput istarskog, uvjetovan značajkama turističko – geografskog položaja Baranje kao regije. Baranja se nalazi uz kopnenu granicu Republike Hrvatske sa Srbijom i Mađarskom. Na jugu je Baranja omeđena Dravom koja je dijeli od Slavonije. Smještaj u nizinskom kraju vrlo je važan preduvjet za baranjski ruralni turizam s obzirom da upravo iz prirodnih bogatstava proizlazi većina atraktivnosti baranjske ruralno – turističke ponude. Očuvana priroda, plodna zemlja i Bansko brdo uvelike su definirali tradiciju i običaje baranjskog stanovništva kroz povijest.

Dodatne prednosti geografskog smještaja Baranje se manifestiraju kroz važnost povoljne klime za agrarnu proizvodnju i to ponajviše zbog znatnog broja sunčanih sati i količine i raspodjele padalina (Magaš, 2013). U usporedbi s Istrom treba svakako istaknuti kako Istra po pitanju klimatskih značajki ima izraženije klimatske pogodnosti za razvoj ruralnog turizma kroz cijelu godinu s obzirom na izostanak hladnih zima. S druge pak strane ljeti dominiraju topliji dani, a ponekad i vrućine i sparine što znatno može utjecati na destinacijsko iskustvo pojedinih ruralnih turista. No s druge pak strane klimatske pogodnosti su važne zbog potencijalnog uživanja u blagodatima netaknutog baranjskog krajolika odnosno zbog ruralno – turističkih oblika vezanih uz očuvanu prirodu. Važno je također istaknuti utjecaj hidrografskih faktora (Drave i Dunava) u obliku utjecaja istih na agrarnu proizvodnju te samim tim i na čitav kopneni prostor regije Baranje. Posebno je važan odraz utjecaja tih dvaju rijeka na baranjski turizam i to ponajviše u vidu turističke valorizacije ušća Drave u Dunav (Park prirode Kopački rit) te samim time i na sve druge oblike ruralnog turizma koji se nadovezuju na prirodu uz same rijeke, močvare te uz sam park prirode (npr. cikloturizam uz Dunavsku biciklističku rutu).

Reljefna i vegetacijska obilježja baranjskih ruralnih prostora također su važna za razne komponente ruralno – turističke ponude ovog kraja. Najplodniji i za turizam vrlo atraktivan dio baranjskog reljefa je zasigurno Baranjska lesna zaravan, a lesa čini i pedološku osnovu i ranije spomenutog Banskog brda. Upravo reljefne komponente plodnog lesa na Banskom brdu omogućavaju istom da bude vinogradarski (a samim time i vinski i ruralno – turistički) atraktivno područje Baranje, dok reljefne komponente Baranjske lesne zaravni daju Baranji imidž plodne agrarne regije. Hidrografski važan dio Baranje su i baranjske terase i ritovi, a oni su iz konteksta ruralnog turizma značajni po netaknutoj i očuvanoj prirodi što podrazumijeva i bogatstvo jedinstvenim vrstama flore i faune. Posebice se tu izdvajaju ptice poput roda i orla štekavca dok

su rijeke Drava i Dunav izuzetno bogate ribom koja je važan sastojak baranjske gastronomske ponude.

Razvoj ruralnog turizma u Baranji, baš kao u Istri, posljedica je procesa diversifikacije agrarnih djelatnosti te redefiniranja ruralnih prostora iz monotonih agrarnih sredina u autentične ruralno – turističke destinacije. Prijelaz s poljoprivrede na gospodarsku modernizaciju kroz ruralni turizam podrazumijeva prezentiranje brojnih autohtonih komponenti ruralnog načina života kroz bogatu baranjsku ruralno – turističku ponudu. Na taj način ne gube se autohtonosti ruralnog prostora i sve ono što ruralni prostor čini ruralnim već se navedenim obilježjima pridaje novo značenje kako bi ono bilo gospodarski odnosno tržišno konkurentno te kako bi ta tržišna konkurentnost dovela do željenih gospodarskih i samim time i prostornih promjena.

Društveni razvojni faktori očituju se u obliku baranjske ruralne tradicije koja je odraz raznih povijesnih zbivanja iz baranjske dinamične prošlosti (Jakopčić, 2020) te je također i posljedica kulturoloških utjecaja raznih carstava i drugih državnih tvorevina kroz povijest koje su vladale baranjskim ruralnim prostorom. Kombinacija turskog, njemačkog, mađarskog, srpskog i šokačkog utjecaja uvelike je oblikovala političku, gospodarsku i kulturološku povijesnu sliku Baranje, a brojne ruralne manifestacije te gastronomske poslastice sežu upravo iz jednog od navedenih kulturoloških utjecaja. Svi navedeni utjecajni faktori bili su kroz prošlost potaknuti povoljnim turističko – geografskim položajem baranjskog prostora te prirodno – geografskim pogodnostima i značajkama koje taj prostor nudi.

Prometna dostupnost Baranje je također važan faktor pogotovo po pitanju ruralnog turizma. Sela su nešto lošije cestovno i generalno prometno povezana s gradovima (najčešćim turističkim emitivnim središtima u kontekstu ruralnog turizma) stoga prometna infrastruktura svakako doprinosi (ili odmaže) atraktivnosti određene turističke destinacije. S obzirom da je Baranja ruralno – turistička „mikrodestinacija“ i da smještajni kapaciteti nisu brojni i turisti se obično ne zadržavaju dugo u Baranji, vrlo je važno biti kvalitetno prometno povezan s okolicom. Baranja kao regija ima relativno povoljan prometni položaj u odnosu na obližnji Vc koridor koji povezuje Srednju Europu i Jadransko more stoga predstavlja potencijal i za baranjski ruralni turizam u vidu tranzitnog turističkog posjeta posjetitelja koji su se zaputili prema Jadranskom moru. Položaj na trasi navedenog koridora upotpunjen je dovršenjem „Slavonike“ odnosno autoceste koja prati koridor Vc i kojim se Baranja puno kvalitetnije cestovna umrežava putem autoceste s ostatkom Hrvatske.

3.3.2. Obilježja turističkog razvoja

3.3.2.1. Smještajni kapaciteti

Ranije u radu je iznesena i elaborirana važnost turističkog prometa za kvantitativne i kvalitativne komponente ruralno – turističke ponude smještajnih kapaciteta. Smještajni kapacitet ruralne destinacije predstavlja neku vrstu posrednika između čovjeka i prirode odnosno između turista i ruralnog ambijenta turističke destinacije. Uz prirodne i kulturne resurse te naravno turistički promet, smještajni kapacitet predstavlja vrlo važnu odrednicu baranjskog ruralnog turizma. Bogata baranjska gastronomska, vinska i kulturna tradicija se upravo putem smještajne ponude agroturizma promovira novim i starim turistima.

Smještajni kapaciteti Baranje podijeljeni su dakle na tradicionalne i moderne smještajne kapacitete, kao i uostalom smještajni kapaciteti ruralne Istre. Najčešći kapaciteti su: sobe za iznajmljivanje, OPG-ovi i lovački domovi dok u moderne smještaje najčešće podrazumijevamo hotele, pansionere, kampove i slično. Od navedenih vrsta i podvrsta smještajnih kapaciteta prevladavaju uglavnom privatni smještaji i autohtona seljačka gospodarstva što dodatno doprinosi atraktivnom i autohtonom mističnom imidžu ruralne Baranje (LAG Baranja, 2014), a izdvajaju se i dva hotela koja su pak odraz svijesti baranjskih investitora o uzletu baranjskog turizma i potrebe nekih turista za luksuznim i komfornim smještajem.

Trendovi ulaganja i adekvatne prilagodbe baranjskog smještaja u obliku izgradnje modernih smještajnih kapaciteta vidljivi su i na primjeru statističkih podataka za 2021. (tab. 6) gdje je jasno vidljivo da je u 2021. godini u Baranji najviše ljudi noćilo u hotelima. Isto tako treba istaknuti kako izgradnjom modernijih i komfornijih oblika smještaja nije došlo do trenda opadanja interesa za tradicionalnu autohtonu ruralno – turističku smještajnu ponudu koja je najizraženija u obliku smještaja u sklopu lokalnih OPG – ova. Brojni poznati baranjski OPG-ovi poput seoskog turizma „Ivica i Marica“ te OPG – a Sklepić prepoznatljivi su velikom broju domaćih turista, a konkretno navedena dva OPG-a prepoznatljiva su i kod stranih turista (pogotovo kod onih iz SAD-a).

Tab. 6 Pet najposjećenijih vrsta smještajnih objekata za 2021.godinu

Vrsta smještajnog objekta	Ukupni broj turista za 2021.godinu
Hoteli	2387
Objekti u domaćinstvu	1646
Sobe za iznajmljivanje	1764
OPG - ovi	1579
Lovački dom	400

Izvor: TZ Baranja

Uvidom u statistiku smještajnih kapaciteta turistički značajne općine Bilje (tab. 7) možemo također vidjeti da je tradicionalna smještajna ponuda vrlo zastupljena, ali i da ne manjka modernih komfornih smještajnih kapaciteta. Općina Bilje je posebno intrigantna s obzirom da se u njenom sastavu nalazi i PP Kopački rit, a ta je općina ruralno – turistički najposjećenija i njeni su statistički pokazatelji po pitanju smještajne ponude posebno izražen odraz odgovora turističkih dionika na turističku potražnju domaćih i stranih turista.

Tab.7 Smještajni kapaciteti Općine Bilje

Vrsta registracije	Broj registriranih obveznika	Broj kreveta
Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo	18	126
Objekti u domaćinstvu	16	120
Ostali objekti za smještaj, hostel i kuća za odmor	2	52
Hotel, pansion	3	92
Kamp	1	68
SVEUKUPNO	40	458

3.3.2.2. Turistički promet (dolasci i noćenja)

Turistički promet Baranje kao ruralne destinacije i turističke mikrodestinacije možemo detaljnije i preciznije statistički analizirati s obzirom na manju količinu podataka koju je potrebno evaluirati u kontekstu analize utjecaja ruralnog turizma te u kontekstu usporedbe ove regije s ruralnom Istri. Iako na području Baranje djeluju tri turističke zajednice: TZ Baranja, TZ Bilje i TZ Draž, s obzirom da na područje TZ Draž dolazi zanemariv broj turista u odnosu na područje koje pokrivaju preostale dvije turističke zajednice, podaci ove turističke zajednice neće biti uzeti u obzir u nadolazećoj analizi statističkih podataka s obzirom da iz njih neće biti vidljivi nešto drugačiji trendovi od turističkih trendova u ostatku Baranje.

Pogledom na statistiku dolazaka i noćenja (tab. 8 i tab. 9) na području TZ Baranje uočava se znatan porast iz godine u godinu i turista i noćenja. Ono što svakako treba istaknuti je izraženu slabiju posjećenost 2020. i 2021. zbog utjecaja mjera za suzbijanje koronavirusa koji je u velikoj mjeri utjecao na turistička putovanja i na rad ugostiteljskih i smještajnih objekata. Uz iznimku te dvije godine treba istaknuti turističku etabliranost baranjskog ruralnog turizma s obzirom da posjećenosti ne opada u većoj mjeri (uz iznimku 2020. i 2021. godine), a ono što je svakako jamac za budućnost i potvrda turističke etabliranosti je znatan porast broja turista u 2022. godine. Do 18. kolovoza područje koje pokriva TZ Baranja je posjetilo 7529 turista i ostvarilo 13.702 noćenja (TZ Baranja) što značajno ukazuje na povratak starih visokih turističkih brojki.

Tab.8. Dolasci domaćih i stranih turista na području u domeni TZ Baranje od 2016. do 2021. godine

Turisti	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Domaći turisti	5111	5923	6246	5624	3106	5971
Strani turisti	4632	4869	5208	4696	780	2489
UKUPNO	9743	10.792	11.534	10.320	3886	8460

Tab. 9 Noćenja domaćih i stranih turista na području u domeni TZ Baranja od 2016. do 2021. godine

Noćenja	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Noćenja domaćih turista	9092	10.526	11.778	10.535	5848	10.326
Noćenja stranih turisti	6847	7169	5108	7483	8349	6095
UKUPNO	15.939	17.425	19.343	18.018	8197	16.421

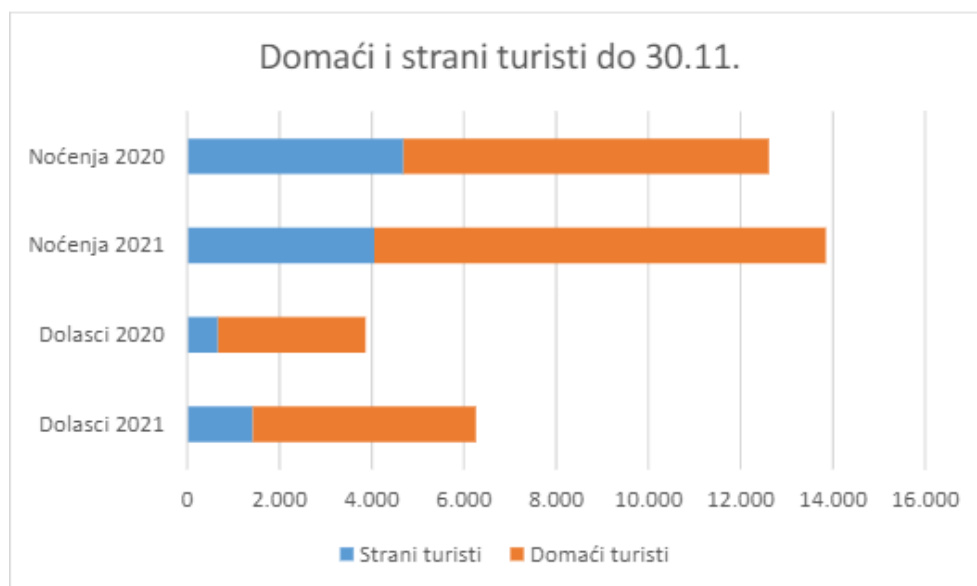
Izvor: TZ Baranja

Najizraženije trendove rasta turističkih brojki pokazuju i statistički podaci iz Općine Bilje (tab. 10), a takav trend ne treba čuditi s obzirom da je velik dio bogate baranjske ruralno – turističke ponude smješten upravo na području Općine Bilje. Noćenja i domaćih i stranih turista su u konstantnom porastu do 2020. godine, a strani turisti značajni su iz perspektive oporavka turizma i popuštanja protuepidemijskih mjera. Upravo se povećanje dolaska stranih turista (sl. 15) u najvećoj mjeri odrazilo na statistički oporavak ruralnog turizma Općine Bilje. Najbrojniji strani turisti dolaze iz SAD-a putem poznatih kruzer putovanja, a prate ih još i Mađari, Poljaci, Srbi i Nijemci...

Tab.10. Noćenja domaćih i stranih turista na području u domeni TZ Bilje od 2016. do 2021.godine

Dolasci i noćenja	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Dolasci turista	6354	7959	8712	9360	3953	6504
Noćenja turisti	13.703	14.315	18.110	22.825	12.553	14.623

Izvor: TZ Bilje



Sl.15. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista na području u domeni TZ Bilje za 2020. i 2021. godinu

Izvor: TZ Bilje

Iz statističkih podataka se nazire i jedan od potencijalnih problema baranjskog ruralnog turizma, a riječ je o relativno kratkom boravku ruralnih turista. Gost u ruralnoj regiji Baranji ostaje u prosjeku dva do tri dana i upravo je taj podatak važan za shvaćanje potencijalnih ruralno – turističkih ograničenja Baranje koja proizlaze iz njenog tržišnog i turističkog statusa mikrodestinacije. No unatoč tome primjetno je da se svake godine smještajni kapaciteti povećavaju što je pozitivan trend u kontekstu povećanja mogućeg kapaciteta gostiju.

3.4. Turistička i tržišna prepoznatljivost ruralnog turizma u Istri

U ovom poglavlju će se na temelju dvije provedene ankete pokušati utvrditi tržišnu i turističku prepoznatljivost baranjskog i istarskog ruralnog turizma te zatim usporediti rezultate dvaju anketa kako bi se ustanovilo ima li baranjski ruralni turizam potencijal biti turistički i tržišno prepoznatljiv kao ruralni turizam Istre. Anektom su ispitana iskustva mladih vezana za ruralni turizam Istre, a ispitanici su ocijenjivali i elemente atraktivnosti turističke destinacije Istre, prepoznatljivost istarskih ruralno turističkih proizvoda, primamljivost istarskih ruralno turističkih manifestacija i prepoznatljivost istarskih ruralno – turističkih brendova u kontekstu ispitivanja tržišne i turističke prepoznatljivosti Baranje kao ruralno turističke regije i sl. Anketa je predviđena za sve mlade (u starosti do 30 godina) koji su u nekom trenutku života posjetili ruralno turističku destinaciju Istru. Anketu za ruralno – turističku destinaciju Baranju ispunilo je 60 ispitanika dok anketu za ruralno – turističku destinaciju Istru ispunilo 56 ispitanika. Anketna je provedena putem internetskog obrasca, a uzorak ispitanika je bio prigodni.

Od 56 ispitanika koji su pristupili ovoj anketi, 31 je muškarac i 25 žena. Što se tiče dobne strukture, ova anketa obuhvaćala je mlade do 30 godina. Po pitanju dobi, 83,9% ispitanika ima između 18 i 26 godina (44,6% ispitanika ima između 23 i 26 godina dok 39,3% ispitanika ima između 18 i 22 godine), 12,5% ispitanika ima između 27 i 30 godina dok je 3,6% mlađe od 18 godina. Po pitanju mjesta stanovanja 55,4% ispitanika izjasnio se da živi u gradu dok ostatak živi na selu. Po pitanju najvišeg završenog stupnja obrazovanja, većina ispitanika ima status završene srednje škole (39,3%) ili prvostupnika (39,3%) dok se ostatak ispitanika izjasnio kao magistar struke (21,4%). Što se tiče statusa zaposlenosti, stalno je zaposleno 13/56 ispitanika. Ostatak ispitanika izjasnio se kao povremeno zaposlen (41,1% ispitanika) ili kao povremeno zaposlen (35,7% ispitanika).

Ruralno – turističku destinaciju Istru su ispitanici ove ankete posjetili s grupom prijatelja ili individualno (91,1%), a manji dio njih (8,9%) došao je organizirano putem turističke agencije.

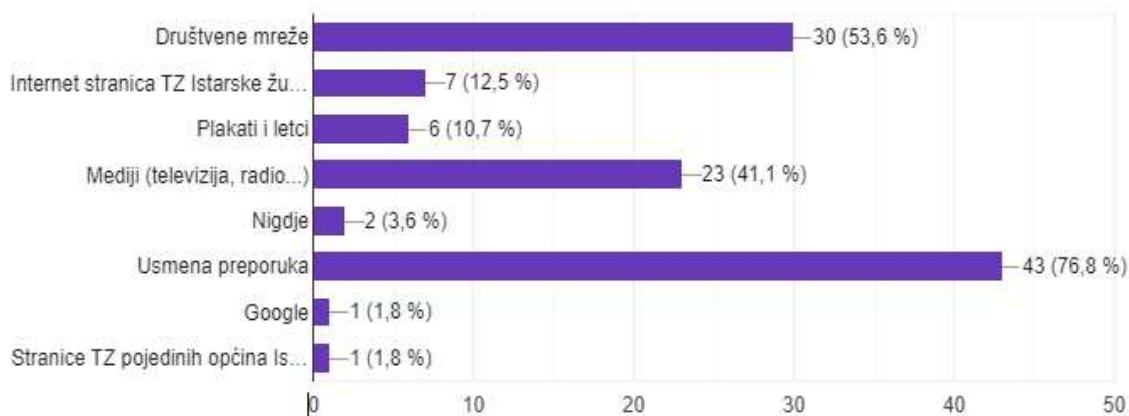
Ovakav trend ukazuje na potencijalni generalni manjak turističke ponude odlaska u ruralnu Istru putem turističke agencije.

Većina ispitanika (60,7%) posjećuje ruralnu Istru jednom do dva puta godišnje, 19,6% ispitanika ruralnu Istru posjećuje više puta godišnje, dok 10,7 % turista posjećuje Istru jednom ili više puta mjesečno.

Najčešći izvor informiranja (sl. 16) jest usmena preporuka (76,8% ispitanika) dok su drugi najčešći izvor informiranja društvene mreže (53,6% ispitanika) i treći su mediji (41,1% ispitanika). Preko mrežnih stranica TZ Istarske županije i pojedinih općina informiralo se samo 14,3% ispitanika, a preko plakata i letaka 10,7% ispitanika. Takav trend potvrđuje važnost brendiranja TZ-a, turističkih atrakcija i događanja putem društvenih mreža te važnost plasmana turističkog sadržaja u medije s čitateljima na razini čitave RH. Isto tako ovo anketno pitanje pokazuje neizražen interes turista za istraživanjem informacija o ruralno – turističkoj destinaciji prije potencijalnog budućeg ruralno – turističkog putovanja.

9. Iz kojeg ste izvora informiranja saznali za ponudu ruralnog turizma u Istri (moguće je odabrati više odgovora)?

56 odgovora



Sl. 16 . Izvori informiranja ispitanika za ponudu ruralnog turizma u Istri

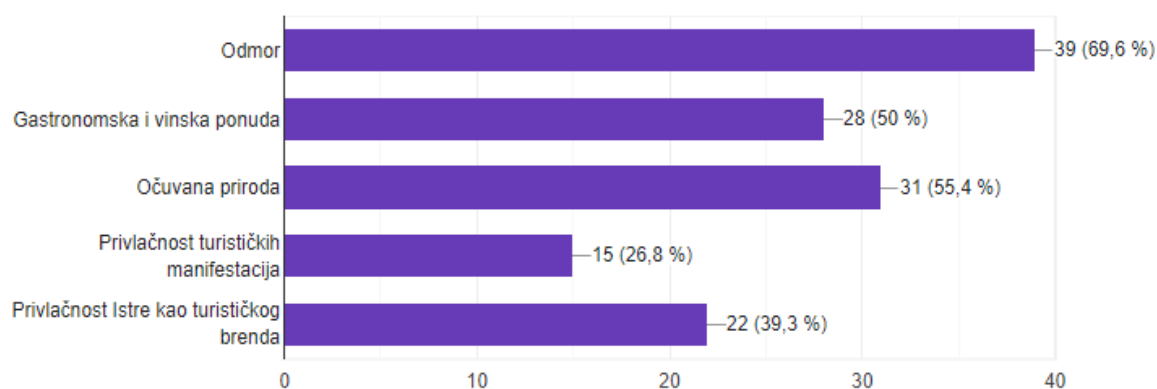
Izvor: anketno istraživanje

Najčešći razlog dolaska ispitanika ankete na ruralno – turističko putovanje u Istri je odmor (69,6% ispitanika) (sl. 17). Drugi najčešći razlog je očuvana priroda (55,6% ispitanika), treći najčešći razlog je gastronomska i vinska ponuda (50% ispitanika), a manje od pola ispitanika

kao razlog dolaska je navelo privlačnost Istre kao turističkog brenda (39,3% ispitanika) i privlačnost turističkih manifestacija (26,8% ispitanika). Takav trend nam govori da je ruralna Istra uspješno brendirana kao „stress free oaza“ u koju se turisti (mahom gradsko stanovništvo) dolaze odmoriti od svakodnevnog ubrzanog ritma grada, a tom imidžu doprinosi i privlačnost očuvane prirode. Privlačnost očuvane prirode nam također ukazuje na potencijal razvoja oblika ruralnih turizama vezanih uz prirodu i krajolik. Gastronomska i vinska ponuda također je vrlo važan razlog dolaska turista, no ona je nešto manje prepoznatljiva u odnosu na ruralno – turističku destinaciju Baranju. Jednako tako treba istaknuti kako je gotovo 40% ispitanika prepoznalo turističku etabliranost Istre kao turističke destinacije. Ono čemu svakako treba posvetiti pozornost je podatak da je samo 26,8% ispitanika označilo privlačnost turističkih manifestacija kao razlog dolaska što je podatak da one još uvijek vjerojatno nisu u tolikoj mjeri prepoznatljive ispitanicima ove ankete. Potencijalna bi prilika za korigiranje relativno manje prepoznatljivosti ruralno – turističkih manifestacija mogla biti u kvalitetnom reklamiranju tih manifestacija na društvenim mrežama s obzirom da one po ovoj ankete vrlo značajan izvor informiranja ispitanika. Prilikom tumačenja takve sugestije treba se vratiti na podatak iz ankete kako se na mrežnoj stranici TZ Istarske županije i pojedinih općina informiralo samo 14,3% ispitanika, preko plakata i letaka 10,7% ispitanika, a preko društvenih mreža čak 53,6% ispitanika. Moguće je da se kvaliteta ruralno – turističkih manifestacija promovira na relativno neprivlačan način mlađoj publici (plakatima, letcima i na web stranici) umjesto na društvenim mrežama koje su mladima ipak bliži i dostupniji, a s druge pak strane postoji i opcija da ispitanici ove ankete „ruralno – turističke manifestacije“ doživljavaju kao dio „odmora“ (najčešće izabranog razloga dolaska u anketi) odnosno kao samo jednu komponentu brendiranja ruralne Istre kao „stress free oaze.

10. Koji su Vaši razlozi za ruralno – turističko putovanje u Istru(moguće je odabrati više odgovora) ?

56 odgovora



Sl.17 . Razlozi ispitanika za odlazak na ruralno – turističko putovanje u Istru

Izvor: anketno istraživanje

Kao najprepoznatljivija obilježja istarskog ruralnog turizma (tab.11), ispitanici su odabrali gastronomiju (78,6% ocjena 4 i 5) i vinarstvo i vinogradarstvo (80,4% ocjena 4 i 5), kao nešto manje prepoznatljivo obilježje odabrali su očuvani okoliš (67,9% ocjena 4 i 5), prepoznatljive ruralno turističke manifestacije (55,4% ocjena 4 i 5) te tradicionalni izgled smještajnih kapaciteta (48,2% ocjena 4 i 5). Kao najmanje prepoznatljivo obilježje istarskog ruralnog turizma odabrani su istarski tradicionalni običaji (41,1% ocjena 4 i 5). Ono što se čini zanimljivim je velik udio odabira gastronomije i vinarstva i vinogradarstva kao izuzetno prepoznatljivog obilježja, a nešto manji udio očuvanog okoliša, s obzirom da se u ranijim pitanjima očuvani okoliš izdvojio kao češći razlog dolaska ispitanika. Pretpostavka kojom bi se mogla objasniti ova anomalija jest da ispitanici vide gastronomsku i vinsku ruralno – turističku ponudu kao dio istarskog ruralnog ambijenta u sklopu „stress free oaze“ kakvom smatraju ruralnu Istru i u kakvoj su se došli odmoriti. Također treba istaknuti i izraženu prepoznatljivost ruralno – turističkih manifestacija u odnosu na ne baš velik broj odabira ruralno – turističkih manifestacija kao razloga dolaska ispitanika u ruralnu Istru. Tu anomaliju također možemo objasniti načinom percepcije ruralno – turističkih manifestacija kao dijela široke ruralno – turističke ponude Istre odnosno može se reći da ispitanici percipiraju uživanje u gastrodelicijama, vinima i ruralno – turističkim manifestacijama Istre kao odmor. Ovo je vrlo zanimljiv fenomen s obzirom da se na ovaj način istarski „seoski način života“ predstavlja kao odmor od svakodnevnice i samim time možemo

zaključiti kako je istarski ruralni turizam već poprilično prepoznatljiv među turistima koji žive u gradu. Ovakvu percepciju, ako ona nije slučajna zbog relativno malog broja ispitanika, možemo objasniti uspješnim turističkim brendiranjem Istre kao sveobuhvatne i kompletne turističke destinacije.

Tab.11. Ocjene i stavovi ispitanika o prepoznatljivosti obilježja ruralnog turizma u Istri

OCJENE PREPOZNATLJIVOSTI OBILJEŽJA RURALNOG TURIZMA U ISTRI						
OCJENA	OBILJEŽJA RURALNOG TURIZMA U ISTRI					
	Izuzetno prepoznatljivo obilježje (ocjena 5)	Relativno prepoznatljivo obilježje (ocjena 4)	Osrednje prepoznatljivo obilježje (ocjena 3)	Relativno neprepoznatljivo obilježje (ocjena 2)	Izuzetno neprepoznatljivo obilježje (ocjena 1)	Srednja ocjena
Gastronomija	55,4% ispitanika	23,2% ispitanika	14,3% ispitanika	5,4% ispitanika	1,8 % ispitanika	4,25
Vinarstvo i vinogradarstvo	53,6% ispitanika	26,8% ispitanika	12,5% ispitanika	5,4% ispitanika	1,8 % ispitanika	4,25
Očuvani okoliš	37,5% ispitanika	30,4% ispitanika	21,4% ispitanika	7,2 % ispitanika	3,6% ispitanika	3,91
Istarski tradicionalni običaji	19,6% ispitanika	21,4% ispitanika	42,9% ispitanika	12,5% ispitanika	3,6% ispitanika	3,41
Prepoznatljive ruralno – turističke manifestacije	25% ispitanika	30,4% ispitanika	26,8% ispitanika	14,3% ispitanika	3,6% ispitanika	3,59
Tradicionalni izgled smještajnih kapaciteta	25% ispitanika	23,2% ispitanika	30,4% ispitanika	17,9% ispitanika	3,6% ispitanika	3,48

Izvor: anketno istraživanje

Kao najveće prednosti ruralnog turizma Istre u odnosu na ostatak Hrvatske (tab. 12), ispitanici su izdvojili gastronomsku ponudu (80,4% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) i vinsku ponudu (80,4%

ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5), a nešto manje prepoznatljive prednosti su prirodni resursi (75% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) i ruralni ambijent (73,2% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5). Ono što je svakako zanimljivo jest izdvojiti prepoznatljivost ruralnog ambijenta ruralne Istre s obzirom da je primorski dio Istre (kao dominantna prva asocijacija na Istru) obilježen modernom gradnjom iz čega proizlaze i neki problemi poput betonizacije. S druge pak strane „povoljne i pristupačne cijene“ nisu baš prepoznate kao prednost (26,8% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) u odnosu na neke druge ruralno – turističke destinacije, no nisku ocjenu „cijena“ mogli bismo objasniti podatkom da je samo 23,2 % ispitanika trajno zaposleno. Dakle za veći dio studenata ispitanika ruralno – turistički odlazak u Istru predstavlja nešto skuplje putovanje za koje vjerojatno moraju uštediti određenu svotu novca.

Tab.12. Ocjene i stavovi ispitanika o najvećim prednostima ruralnog turizma Istre u odnosu na ostatak Hrvatske

OCJENA NAJVEĆIH PREDNOSTI RURALNOG TURIZMA ISTRE U ODNOSU NA DRUGA PODRUČJA HRVATSKE						
PREDNOSTI RURALNOG TURIZMA ISTRE U ODNOSU NA DRUGA PODRUČJA HRVATSKE	OCJENE					
	Najviše izražena prednost (ocjena 5)	Relativno izražena prednost (ocjena 4)	Osrednje izražena prednost (ocjena 3)	Najviše izražena prednost (ocjena 5)	Relativno izražena prednost (ocjena 4)	Srednja ocjena
Prirodni resursi	39,3 % ispitanika	35,7% ispitanika	21,4 % ispitanika	1,8% ispitanika	1,8 % ispitanika	4,09
Ruralni ambijent	42,9 % ispitanika	30,4% ispitanika	21,4 % ispitanika	5,4% ispitanika	0 % ispitanika	4,11
Gastronomska ponuda	55,4 % ispitanika	25 % ispitanika	10,7 % ispitanika	7,2 % ispitanika	1,8 % ispitanika	4,25
Vinska ponuda	60,7% ispitanika	19,6 % ispitanika	16,1 % ispitanika	3,6% ispitanika	0 % ispitanika	4,38
Povoljne i pristupačne cijene	10,7% ispitanika	16,1 % ispitanika	30,4% ispitanika	28,6 % ispitanika	14,3 % ispitanika	2,8

Izvor: anketno istraživanje

Kao najveći nedostaci ruralnog turizma Istre u odnosu na druga područja Hrvatske (tab. 13), ispitanici su odabrali manju atraktivnost ruralnog turizma u odnosu na kupališni turizam (53,4 % ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5). Tu možemo zaključiti kako je Istra kao regija po pitanju ruralnog turizma na neki način „žrtva vlastitog uspjeha“ s obzirom da primorski dio Istre redovno

ruši rekorde posjećenosti zbog svoje turističke ponude vezane uz Jadransko more. Od ostalih nedostataka ističu se nedovoljna iskorištenost i valorizacija kulturne baštine (32,1% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5.), nedovoljna promocija Istre kao ruralno – turističke destinacije (28,6% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) koja je povezana s (prema ispitanicima) najvećom manom - manjom atraktivnosti u odnosu na kupališni turizam. Tu je još i nedovoljna iskorištenost turističkog potencijala (26,8% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) što se također može povezati s netom spomenutom nedovoljnom promocijom Istre kao ruralno – turističke destinacije na način da se ruralni turizam ne uspijeva nametnuti kao dominantan oblik turizma u Istri. Takav trend sam po sebi ne mora biti problem već se ruralni turizam Istre može percipirati kao mistična i neistražena alternativa kupališnom turizmu primorske Istre ili čak kao njegova potencijalna nadopuna (npr. u kontekstu tranzitnog turizma ili cikloturizma).

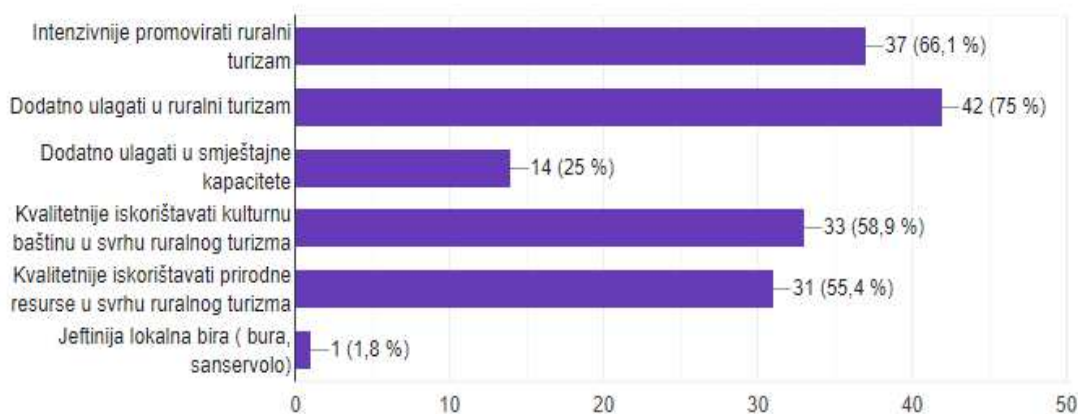
Tab.13. Ocjene i stavovi ispitanika o najvećim nedostacima ruralnog turizma Istre u odnosu na ostatak Hrvatske

OCJENA NAJVEĆIH NEDOSTATAKA RURALNOG TURIZMA ISTRE U ODNOSU NA DRUGA PODRUČJA HRVATSKE						
NEDOSTACI RURALNOG TURIZMA ISTRE U ODNOSU NA DRUGA PODRUČJA HRVATSKE	OCJENE					
	Najviše izražen nedostatak (ocjena 5)	Relativno izražen nedostatak (ocjena 4)	Osrednje izražen nedostatak (ocjena 3)	Relativno neizražen nedostatak (ocjena 2)	Najmanje izražen nedostatak (ocjena 1)	Srednja ocjena
Nešto lošija turistička infrastruktura	10,7 % ispitanika	17,9 % ispitanika	33,9 % ispitanika	19,6 % ispitanika	17,9 % ispitanika	2,83
Neadekvatan smještajni kapacitet	7,1 % ispitanika	19,6 % ispitanika	32,1 % ispitanika	25 % ispitanika	16,1 % ispitanika	2,76
Nedovoljna promocija Istre kao turističke destinacije	30,4 % ispitanika	23,2% ispitanika	23,2 % ispitanika	16,1 % ispitanika	7,1 % ispitanika	3,56
Nedovoljna iskorištenost turističkog potencijala	14,3 % ispitanika	17,9 % ispitanika	35,7 % ispitanika	26,8 % ispitanika	5,4 % ispitanika	3,09

Što se tiče potencijalnih ideja za postupke lokalne samouprave kojima bi se poboljšao ruralni turizam u Istri (sl. 18) izdvaja se dodatno ulaganje u ruralni turizam (75% ispitanika), nešto manje se izdvaja intenzivnija promocija ruralnog turizma (66,1% ispitanika), a s preko 30 ispitanika relativno se izdvajaju još i kvalitetnije iskorištavanje kulturne baštine u svrhu ruralnog turizma (33/56 ispitanika) kvalitetnije iskorištavanje prirodne baštine u svrhu ruralnog turizma (58,9% ispitanika). Naime vidimo da ispitanici smatraju da se dodatnim ulaganjem i dodatnom intenzivnom promocijom ruralnog turizma može kvalitativno unaprijediti iskustvo turista u ruralno – turističkoj destinaciji ruralne Istre, a također da i u prirodnoj i kulturnoj baštini ruralne Istre postoji neiskorišten potencijal. Preciznije rečeno, dodatne mogućnosti razvoja ruralnog turizma postoje te ispitanici smatraju da se angažmanom lokalne samouprave oko razvoja ruralnog turizma one mogu realizirati. Treba još izdvojiti i da je samo 14 ispitanika označilo da treba dodatno ulagati u smještajni kapacitet što također znači da i tu postoje potencijali za kvalitativno unaprjeđivanje smještajne ponude, no s druge strane broj ispitanika koji to smatra je znatno manji u odnosu na druge potencijalne ideje stoga se može zaključiti kako unaprjeđenje smještaja (prema odgovorima ispitanika) ipak ne treba biti prioritet lokalnoj samoupravi. Od napisanih prijedloga (koji nisu bili ponuđeni kao odgovor) jedan ispitanik napisao je da bi se ruralni turizam Istre trebao promovirati i preko zime i jeseni, ukazujući time na problem sezonalnosti ruralnog turizma Istre što je trend koji je karakterističan gotovo za sve turističke regije u Hrvatskoj, a jedan ispitanik na šaljiv je način putem ove ankete izrazio nezadovoljstvo cijenama pivske ponude.

14. Što bi po vama lokalna samouprava mogla napraviti za poboljšanje ruralnog turizma u Istri (moguće je odabrati više odgovora)?

56 odgovora



Sl.18. Prijedlozi ispitanika za poboljšanje ruralnog turizma u Istri

Izvor: anketno istraživanje

Po pitanju ocjene zadovoljstva ruralno – turističkim putovanjem 80,4% ispitanika je odgovorilo da su ili iznimno ili poprilično zadovoljni, dok je samo 19,6% ispitanika odgovorilo da su umjereno zadovoljni. 78,6% ispitanika odgovorilo je da će vjerojatno opet posjetiti ruralnu Istru, 19,6% je odgovorilo da će možda ponovno posjetiti ruralnu, a samo je jedan ispitanik odgovorio da ne zna hoće li posjetiti ruralnu Istru ponovno. Takvi nam podaci potvrđuju (kao i podaci o učestalosti putovanja ispitanika) da su ispitanici u ovoj anketi jasno izrazili zadovoljstvo doživljajem ruralno – turističkog putovanja u Istri.

Izraženost elemenata atraktivnosti turističke destinacije Istre ispitanici su ocijenili na sljedeći način (tab. 14 i tab. 15). Povoljna klima (83,9% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5), očuvana priroda (83,9% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) i mogućnosti slobodnog kretanja i rekreacije (80,4% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) ocijenjeni su kao najizraženiji elementi atraktivnosti ruralnog prostora Istre, a na navedene se atraktivnosti nadovezuje i nezagađen okoliš (78,6% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5). Takvi rezultati nisu iznenađujući s obzirom da je ranije u anketi ustanovljeno da ispitanici dominantno biraju otići u ruralnu Istru zbog odmora i uživanja u prirodi i tradicionalnoj ruralnoj idili. Na takve se rezultate nadovezuju i nešto manje izraženiji elementi atraktivnosti (barem prema ispitanicima u ovoj anketi) kao što su: očuvanost tradicije (67,9%

ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5), odsutnost buke (62,5% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) te usklađenost izgrađenosti ugostiteljskih objekata i tradicionalne arhitekture (62,5% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5). Slične ocjene ima i zainteresiranost stanovništva za bavljenje turizmom (66,1% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5), a ta je stavka vrlo važna u determiniranju stadija razvoja u kojem se trenutno nalazi ruralni turizam odnosno njome se može mjeriti ostvarenost glavnog cilja ruralnog turizma – ruralne revitalizacije. Treba još izdvojiti i povoljnu prometnu povezanost (55,4% ispitanik je ocijenio sa 4 i 5) koja je zapravo iznenađujuće nisko ocijenjen atribut, no ipak više od pola ispitanika smatra da je to istaknuti element atraktivnosti samo da se nije nametnuo u odnosu na ostale ponuđene elemente atraktivnosti.

Tab.14. Ocjene i stavovi ispitanika o izraženosti elemenata atraktivnosti turističke destinacije Istre – 1dio

OCJENA IZRAŽENOSTI ELEMENATA ATRAKTIVNOSTI TURISTIČKE DESTINACIJE ISTRE – 1.DIO						
OCJENA	ELEMENTI ATRAKTIVNOSTI TURISTIČKE DESTINACIJE ISTRE					
	Izuzetno prepoznatljivo obilježje (ocjena 5)	Relativno prepoznatljivo obilježje (ocjena 4)	Osrednje prepoznatljivo obilježje (ocjena 3)	Relativno neprepoznatljivo obilježje (ocjena 2)	Izuzetno neprepoznatljivo obilježje (ocjena 1)	Srednja ocjena
Povoljna klima	55,4% ispitanika	28,6% ispitanika	14,3% ispitanika	1,8 % ispitanika	0% ispitanika	4,38
Nezagađen okoliš	39,3% ispitanika	39,3% ispitanika	10,7% ispitanika	8,9 % ispitanika	1,8 % ispitanika	4,05
Odsutnost buke	35,7% ispitanika	26,8 % ispitanika	30,4 % ispitanika	3,6% ispitanika	3,6% ispitanika	3,88
Očuvana priroda	48,2 % ispitanika	35,7% ispitanika	14,3% ispitanika	1,8 % ispitanika	0% ispitanika	4,30
Očuvanost tradicije	26,8 % ispitanika	41,1% ispitanika	26,8% ispitanika	5,4% ispitanika	0% ispitanika	3,89

Tab.15. Ocjene i stavovi ispitanika o izraženosti elemenata atraktivnosti turističke destinacije Istre – 2.dio

OCJENA IZRAŽENOSTI ELEMENATA ATRAKTIVNOSTI TURISTIČKE DESTINACIJE ISTRE – 2.DIO						
OCJENA	ELEMENTI ATRAKTIVNOSTI TURISTIČKE DESTINACIJE ISTRE					
	Izuzetno prepoznatljivo obilježje (ocjena 5)	Relativno prepoznatljivo obilježje (ocjena 4)	Osrednje prepoznatljivo obilježje (ocjena 3)	Relativno neprepoznatljivo obilježje (ocjena 2)	Izuzetno neprepoznatljivo obilježje (ocjena 1)	Srednja ocjena
Mogućnosti slobodnog kretanja i rekreacije	57,1% ispitanika	25% ispitanika	10,7 % ispitanika	3,6 % ispitanika	3,6 % ispitanika	4,29
Usklađenost izgrađenosti ugostiteljskih objekata i tradicionalne arhitekture	35,7% ispitanika	26,8% ispitanika	17,9 % ispitanika	17,9 % ispitanika	1,8 % ispitanika	3,77
Povoljna prometna povezanost	23,2% ispitanika	32,1 % ispitanika	25 % ispitanika	19,6% ispitanika	0% ispitanika	3,59
Zainteresirano st stanovništva za bavljenje turizmom	39,3 % ispitanika	26,8% ispitanika	30,4 % ispitanika	1,8 % ispitanika	1,8% ispitanika	4,0

Izvor: anketno istraživanje

Po pitanju prepoznatljivosti gastronomske ponude (tab. 16) , ispitanici ankete su izdvojili tartufe (96,4% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5), istarski pršut (89,3% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) i istarsko vino (91,1% ispitanika je ocijenio sa 4 i 5) kao najprepoznatljivije komponente gastronomske ponude. Može se reći da su po pitanju navedenih gastronomskih proizvoda

odrađeni sjajni marketinški potezi s obzirom da je u ovom anketnom pitanju postignut širok konsenzus oko izuzetno izražene turističke i tržišne prepoznatljivosti navedenih proizvoda (svaki preko 71,4% ispitanika je dalo ocjenu 4 i 5 za svaki navedeni proizvod). Od nešto malo lošije ocijenjenih gastronomskih proizvoda, no nimalo zanemarivih u gastronomskoj ponudi ruralne Istre, izdvajaju se fuži (67,9% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) i pljukanci (64,3% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) koji su također poprilično prepoznatljivi među ispitanicima. S druge pak strane kroštule (44,7% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) i brudet (42,9% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5,) nisu u tolikoj mjeri ocijenjeni kao prepoznatljivi gastronomski proizvodi.

Tab.16. Ocjene i stavovi ispitanika o prepoznatljivosti istarskih gastronomskih proizvoda

OCJENE PREPOZNATLJIVOSTI ISTARSKE GASTRONOMSKE PONUDE						
OCJENA	ISTARSKI GASTRONOMSKI PROIZVODI					
	Izuzetno prepoznatljiv gastronomski proizvod (ocjena 5)	Relativno prepoznatljiv gastronomski proizvod (ocjena 4)	Osrednje prepoznatljiv gastronomski proizvod (ocjena 3)	Relativno neprepoznatljivo obilježje (ocjena 2)	Izuzetno neprepoznatljivo obilježje (ocjena 1)	Srednja ocjena
Istarski pršut	78,6% ispitanika	10,7% ispitanika	7,1 % ispitanika	3,6 % ispitanika	0 % ispitanika	4,64
Istarsko vino	75 % ispitanika	16,1 % ispitanika	7,1 % ispitanika	1,8 % ispitanika	0 % ispitanika	4,64
Kroštule	21,4 % ispitanika	23,2 % ispitanika	39,3 % ispitanika	7,1 % ispitanika	8,9 % ispitanika	3,41
Brudet	19,6% ispitanika	23,2 % ispitanika	28,6 % ispitanika	19,6 % ispitanika	8,9 % ispitanika	3,25
Pljukanci	41,1% ispitanika	23,2 % ispitanika	28,6 % ispitanika	1,8% ispitanika	5,4 % ispitanika	3,93
Fuži	51,8 % ispitanika	33,9 % ispitanika	8,9 % ispitanika	1,8% ispitanika	3,6% ispitanika	4,29
Tartufi	83,9% ispitanika	12,5% ispitanika	1,8% ispitanika	0 % ispitanika	1,8% ispitanika	4,77

Izvor: anketno istraživanje

Što se tiče proizvođača istarskih tradicionalnih ruralnih proizvoda, 37 ispitanika je odgovorilo na to pitanje te navelo 60 proizvođača. Među 60 proizvođača zasigurno se izdvaja

„Zigante“ kojeg je navelo 27% ispitanika koji su odgovorili na pitanje, a čija je ponuda vezana uz ranije spominjanu prepoznatljivu istarsku gastronomsku deliciju – tartufe. Od ostalih proizvođača 18,9% ispitanika prepoznalo je vinariju Kozlović dok su „Destilerija Aura“ koja se bavi proizvodnjom rakija i delicija (posebice je popularan teranino), restoran i vinarija „Tomaz“ te trgovina „Prodan tartufi“ poznata po delicijama od tartufa navedeni od strane 10,8% ispitanika. Od ostalih višestruko spominjanih proizvođača treba izdvojiti još i „Tjestenina Klara Marić“ te „Vinarija Matošević“ i „Vinarija i destilerija Rossi“ koje je navelo 8,1% ispitanika dok su „Pršutana Buršić“, „Pršutana Pisinium“, „Pršutana Histris“, „Vina Arman“, „Vina Deklič“, „Vinarija Fakin“, „Terramagica“ i „Karlič tartufi“ navedeni od strane po 5,4% ispitanika. S obzirom da se većina upravo navedenih „najnavedenijih“ proizvođača mogu svrstati u tri skupine: proizvođači tartufa, proizvođači pršuta i proizvođači vina, svakako treba izvojiti „Tjestenina Klara Marić“, „Terramagica“ i „Destilerija Aura“ s obzirom da njihovi proizvodi (pljukanci i ostala tjestenina, ulje, teranino i ostale rakije i delicije) nisu u tolikoj mjeri prepoznati od strane ispitanika kao „izuzetno prepoznatljivi tradicionalni gastronomski proizvodi“.

Od ostalih navedenih proizvođača treba izdvojiti velik broj dionika agroturizma u obliku OPG-a (agroturizam „Tikel“, agroturizam „Štefanić“, OPG „Franjul“, OPG „Celić“, OPG „Buretić“, OPG „Dušić“,...), a zanimljivo je istaknuti kako nijedan od tih OPG-a nije dobio više od jednog navođenja u anketama. Moguće objašnjenje takvog trenda je generalna nezainteresiranost većeg broja mlađeg stanovništva (koje je dominantno među ispitanicima u ovoj anketi) za agroturizam, ali isto tako valja istaknuti kako su agroturistički objekti navedeni u samo dva odgovora i to kod ispitanika koji posjećuju ruralnu Istru barem jednom mjesečno. Moguće je također konstatirati, barem na temelju podataka ankete, da o agroturističkoj ponudi Istre ne postoji velik interes zbog nešto manjeg marketinškog angažmana po pitanju agroturizma u ruralnoj Istri. Od ostalih navedenih proizvođača treba još istaknuti proizvođače maslinovog ulja („Ipša“, „Al Torcio“), trgovinu s domaćim prehrambenim proizvodima „Valfresco“, trgovinu s ljekovitim biljem „Svijet biljaka“ te „Monachus destileriju“ koja proizvodi gin. Prosječna ocjena prepoznatljivosti istarskih tradicionalnih gastronomskih proizvoda jest 3,962, a oko 74% ispitanika je dalo ocjenu 4 ili 5.

Trideset i četiri (34) ispitanika poznaje barem jednu ruralno – turističku manifestaciju u Istri. Najpopularnija ruralno turistička manifestacija u Istri nedvojbeno je, barem prema ispitanicima ove ankete, „ISAP sajam pršuta“ u Tinjanu kojeg je navelo 32,4% ispitanika. Destinacije koje su nešto malo manje popularne od netom spomenute su pučke fešte „Jakovlja“ i „Subotina po starinski“ te „Motovun film festival“ koje je navelo 14,7% ispitanika, a treba još

spomenuti i vinarski događaj „Vinistra“ koju je navelo 11,8% ispitanika. 8,8% ispitanika je također navelo „ribarske fešte“ kao neku vrstu općenite ruralno – turističke manifestacije koju sadrži gotovo svako ruralno – turistički značajno ruralno naselje, a isti broj ispitanika naveo je i zanimljivu vitešku manifestaciju pod nazivom „trka na prstenac“. Ruralno – turističke manifestacije koje je navelo po dvoje ispitanika su: pučka fešta „Lovrečeva“ , „Fešta mladog vina“ u Gračišću, „Sajam mladog maslinovog ulja“ u Vodnjanu, „Srednjevjekovne noći“ u Svetvinčenatu te „Istarski dani tartufa. S obzirom na velik interes ispitanika za turizam vezan uz odmor te s obzirom na izraženu turističku prepoznatljivost istarskih gastronomskih i vinskih proizvoda, odabir upravo ovih manifestacija u ovom omjeru i nije u tolikoj mjeri iznenađujuć. Ono što je možda malo atipično za jednu standardnu ruralno – turističku ponudu jest „Motovunski filmski festival“ čiji korijeni ne sežu u bogatstvu gastronomske i vinske ponude, no taj je festival neovisno o ruralno – turističkoj ponudi zasigurno jedan tržišno prepoznatljiv događaj za sve obožavatelje filma u Hrvatskoj. Također treba izdvojiti „Srednjevjekovne noći“ u Svetvinčenatu kao poprilično inovativan koncept održavanja ruralno – turističkih manifestacija. Valjalo bi još nadodati kako su „pučke fešte“ vrlo popularne u ruralnoj Istri iz razloga što predstavljaju mogućnost promocije istarskih tradicionalnih gastronomskih i vinskih proizvoda za kojima nedvojbeno postoji velika potražnja. Od ostalih ruralno – turističkih manifestacija koje su naveli ispitanici posebno se zanimljive čini međunarodni sajam kobasica „S klobasicom u EU“ s obzirom da je za ruralnu Istru kobasica pomalo atipična komponenta gastronomske ruralne – turističke ponude te manifestaciju „Slatka Istra“ u Vižinadi koja promovira istarsko slatko kulinarstvo kao dio istarske ruralno – turističke ponude. Od ostalih važnijih događaja treba još izdvojiti: „Festival terana i tartufa u Motovunu“, pučku feštu „Makinača po starinski“ te „Sajam tartufa“ u Livadama kao tradicionalne gastronomske ruralno – turističke manifestacije. Prosječna ocjena prepoznatljivosti ruralno – turističkih manifestacija u Istri je 3,75.

Ispitanici su također u sklopu predzadnjeg anketnog pitanja imali zadatak ocijeniti slažu li se s nekim tvrdnjama (tab. 17.) Tvrđnju „Utjecaj ruralnog turizma Istre na prostorne značajke Istre je izuzetno vidljiv“ s ocjenama 4 i 5 označilo je samo 46,4 % ispitanika, a najčešća ocjena je 3 (46,4% ispitanika) što bi značilo da se veći dio ispitanika djelomično ili potpuno ne slaže s ovom tvrdnjom. Razlog ovakvom mišljenju ispitanika mogao bi biti znatno manji značaj (a samim time i utjecaj na prostor) ruralnog turizma Istre u odnosu na druge oblike turizma koji su iz perspektive prostornog utjecaja značajno izraženiji. Da je Istra prepoznatljiva ruralno turistička regija u većoj ili manjoj mjeri misli gotovo 70% ispitanika koji su tvrdnju „Istra je prepoznatljiva ruralno – turistička regija“ označili s ocjenama 4 i 5, dok je tek 30,3% ispitanika dalo ocjenu 2

ili 3. Isto tako 80% ispitanika ocijenilo je s 4 i 5 tvrdnju da Istra po pitanju ruralnog turizma može biti primjer drugim regijama. Dakle ispitanici prepoznaju turističku etabliranost istarskog ruralnog turizma na razini RH, samo ne smatraju da ruralni turizam nema dominantan utjecaj na prostor u odnosu na druge oblike turizma. Posljednju tvrdnju „Perspektiva i dodatne mogućnosti razvoja ruralnog turizma u Istri su obećavajuće, povoljne i realne“ s 4 i 5 ocijenilo je gotovo 77% ispitanika i samim time je jasno da smatraju da se ruralno – turistička ponuda može dodatno poboljšati na razne načine u bližoj i daljoj budućnosti.

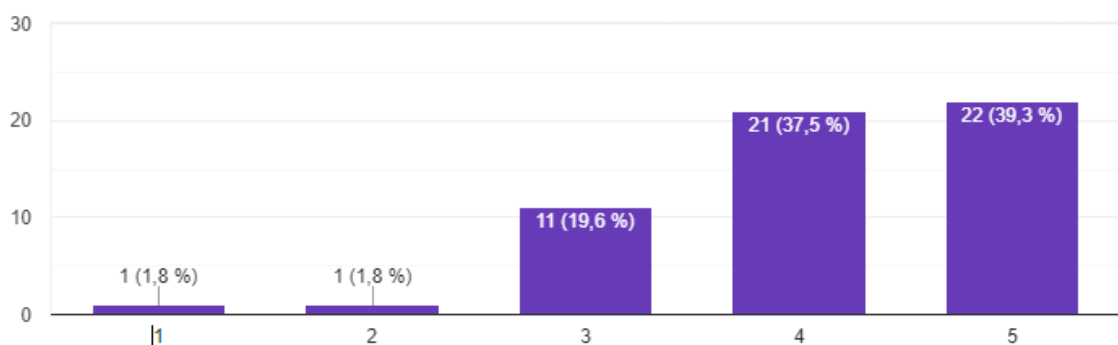
Tab.17. Ocjene i stavovi ispitanika o ponuđenim hipotezama vezanim uz istarski ruralni – turizam

OCJENE SLAGANJA S PONUĐENIM TVRDNJAMA					
PONUĐENE TVRDNJE	OCJENE				
	U potpunosti se slažem (ocjena 5)	Relativno se slažem (ocjena 4)	Niti se slažem, niti se ne slažem (ocjena 3)	Relativno se ne slažem (ocjena 2)	U potpunosti se ne slažem (ocjena 1)
Utjecaj ruralnog turizma na prostorne značajke Istre je izuzetno vidljiv	16,1 % ispitanika	30,4 % ispitanika	46,4 % ispitanika	5,4 % ispitanika	1,8 % ispitanika
Istra je prepoznatljiva ruralno turistička regija	37,5 % ispitanika	32,1 % ispitanika	23,2 % ispitanika	7,1 % ispitanika	0 % ispitanika
Istra po pitanju ruralno turističkog razvoja može biti primjer drugim regijama unutar RH	44,6 % ispitanika	35,7% ispitanika	17,9 % ispitanika	1,8 % ispitanika	0 % ispitanika
Perspektiva i dodatne mogućnosti razvoja ruralnog turizma u Istri su obećavajuće, povoljne i realne	46,4 % ispitanika	30,4 % ispitanika	21,4 % ispitanika	1,8 % ispitanika	0 % ispitanika

Što se tiče konačne ocjene prepoznatljivosti Istre kao ruralno – turističke regije na prostoru Republike Hrvatske, ispitanici su Istru nedvojbeno ocijenili kao (u manjoj ili većoj mjeri) izuzetno prepoznatljivu destinaciju (sl. 19). Preciznije rečeno, 39,3% ispitanika ocijenilo je Istru ocjenom 5, a 37,5% ispitanik ocjenom 4. Dakle gotovo 77% ispitanika je Istru ocijenilo s ocjenama 4 i 5 iz čega se može zaključiti da je Istra poprilično turistički i tržišno prepoznatljiva regija po pitanju ruralnog turizma. Od preostalih 23,2% ispitanika, samo je 3,6% ispitanika ocijenila Istru ocjenom 1 ili 2, a ostalih 19,6% ocjenom 3. Takve brojke se relativno podudaraju i s postotkom od 80,4% ispitanika koji su iznimno ili poprilično zadovoljni svojim ruralno – turističkim putovanjem u Istri te sa postotkom od 78,6% ispitanika koji će ponovno posjetiti ruralno – turističku destinaciju Istru.

25. Kako biste ocijenili prepoznatljivost Istre kao ruralno – turističke regije na prostoru Republike Hrvatske?

56 odgovora



Sl.19. Ocjena i stav ispitanika o prepoznatljivosti Istre kao ruralno – turističke regije na prostoru Republike Hrvatske

3.5. Turistička i tržišna prepoznatljivost ruralnog turizma u Baranji

Od 60 ispitanika koji su ispunili ovu anketu, 46,7% je muškog spola dok je 53,3% ispitanika ženskog spola. Što se tiče dobne strukture, ova anketa obuhvaćala je mlade do 30 godina. 6,7% je mlađih od 18 godina, 11,7% ispitanika ima 27 ili više godina dok čak 81,7% ispitanika ima između 18 i 26 godina. Što se tiče mjesta stanovanja, čak 71,7% ispitanika je iz grada što znači da je samo 28,3% ispitanika sa sela. Po pitanju najvišeg završenog stupnja obrazovanja, većina ispitanika ima status završene srednje škole (40%) ili prvostupnika (33,3%) što bi moglo ukazivati na to da je velik broj ispitanika ima status studenta što će se vjerojatno odraziti i na financijski aspekt procjene ruralno – turističke ponude Baranje. Ostatak ispitanika se po pitanju najvišeg stupnja obrazovanja izjasnilo na način da su ili završili srednju školu (6,7%) ili kao magistri struke (20%). Po pitanju statusa zaposlenosti nezaposleno je 45% ispitanika, a povremeno zaposleno 31,7% ispitanika. Stalno zaposleno je samo 23,3 % ispitanika.

U ruralno – turističku destinaciju Baranju ispitanici ove ankete su većinski došli s grupom prijatelja (68,3% ispitanika), nešto manje njih došao je individualno (26,7% ispitanika), a samo 5% ih je došao posredstvom turističke zajednice. Takav omjer dobivenih podataka u vezi načina dolaska u ruralno – turističku destinaciju sličan je rezultatu druge ankete u sklopu ovog diplomskog rada, one o ruralno – turističkoj destinaciji Istri. Na temelju dobivenih rezultata možemo zaključiti ili da su naši ispitanici slabo upućeni u organizirane turističke odlaske u ruralno – turističke destinacije ili da je ponuda takvih odlazaka zapravo ograničena na području Hrvatske.

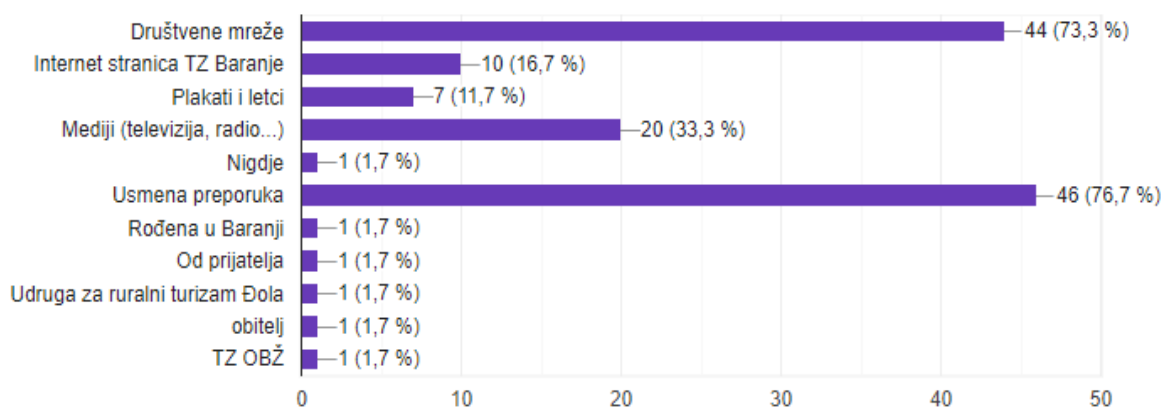
Devedeset posto (90%) ispitanika koji su ispunjavali ovu anketu posjećuje Baranju jednom ili više puta godišnje, 6,7% ispitanika ju posjećuje više puta mjesečno dok je 3,3% ispitanika samo jednom bilo na ruralno – turističkom putovanju u Baranji. Iz navedenih podataka možemo zaključiti da se radi o ispitanicima koji poprilično često posjećuju ruralno – turističku destinaciju Baranju.

Najčešći izvor informiranja o ruralno – turističkoj ponudi Baranje (sl. 20) prije ruralno – turističkog putovanja u Baranju bila je usmena preporuka (81,7% ispitanika) dok ne zaostaju ni društvene mreže (73,3% ispitanika). Time dolazimo do zaključka da se više od 70% turista informiralo putem ili društvenih mreža ili usmene preporuke te da drugi oblici informiranja znatno zaostaju kod naših ispitanika. Od ostalih izvora informiranja treba svakako izdvojiti medije (33,3% ispitanika), mrežne stranice TZ Baranje i TZ Osječko – baranjske županije (18,3%

ispitanika) te plakate i letke (11,7% ispitanika). Vrlo slični podaci dobiveni su i kod ispitanika u anketi o ruralno – turističkoj destinaciji Istri, no ono što razlikuje rezultate ovih dvaju anketa je svakako nešto drugačiji omjer navođenja društvenih mreža i medija kao izvora informiranja. Naime mediji su kao izvor informiranja nešto popularniji kod ispitanika u anketi za ruralno – turističku destinaciju Istru (41%) u usporedbi s ispitanicima ove ankete (30%), dok su društvene mreže znatno „popularniji“ izvor informiranja za ruralno – turističku destinaciju Baranju (73,3%) nego što su za Istru (53,6%). Iz toga možemo zaključiti da je Istra kao ruralno – turistička destinacija nešto više medijski pokrivena dok se ruralno – turistička ponuda Baranje uspješno predstavlja turistima putem društvenih mreža. Takav trend vjerojatno je rezultat toga da je Istra ipak nešto više turistički i tržišno etabliranija ruralno – turistička destinacija.

9. Iz kojeg ste izvora informiranja saznali za ponudu ruralnog turizma u Baranji (moguće je odabrati više odgovora) ?

60 odgovora



Sl.20: . Izvori informiranja ispitanika za ponudu ruralnog turizma u Baranji

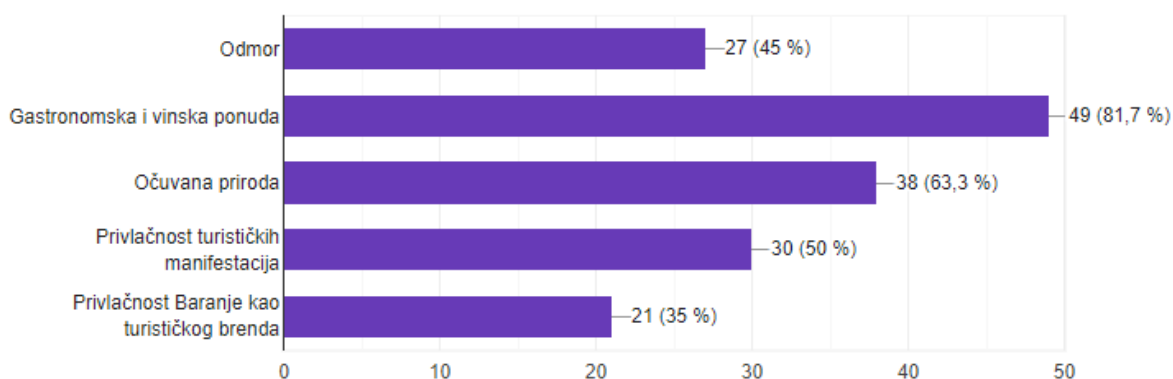
Izvor: anketno istraživanje

Kao razlog za ruralno – turističko putovanje u Baranju (sl. 21) čak 81,7% ispitanika navelo je gastronomsku i vinsku ponudu koja je, barem prema mišljenju ispitanika ove ankete, izuzetno prepoznatljiva komponenta baranjskog ruralnog turizma. Velika potražnja za gastronomskom i vinskom ponudom ne iznenađuje i (prema ispitanicima dvaju anketa) primjetno je veća od potražnje za istarskom gastronomskom i vinskom ponudom (50% ispitanika je označilo gastronomsku i vinsku ponudu Istre kao razlog dolaska). Treba također imati na umu kako je

istarska gastronomska i vinska ponuda uvelike uklopljena u imidž ruralne Istre „stress free oaze“ pa je moguće da znatan broj ispitanika podrazumijeva gastronomsku i vinsku ponudu kao dio odmora. Očuvanu prirodu je kao razlog za ruralno – turističko putovanje u Baranju navelo 63,3% ispitanika, a privlačnost turističkih manifestacija 50% ispitanika. Očuvana priroda predstavlja izuzetno velik potencijal za budućnost ruralno – turističke ponude Baranje, a relativno visoka potražnja za istim (barem kod ispitanika iz ove ankete) mogla bi u budućnosti biti stimulans za dodatna ulaganja u nove oblike turizma vezane uz očuvanu prirodu. Jednako tako može se primijetiti znatno veća prepoznatljivost ruralno – turističkih manifestacija u Baranji u odnosu na one u Istri (samo 26,8% ispitanika je navelo manifestacije kao razlog dolaska u Istru), a obrazloženja ovakvim rezultatima možemo pronaći u pretpostavci da su i ruralno – turističke manifestacije uklopljene u imidž ruralne Istre kao mjesta za odmor. Od ostalih razloga dolaska treba izdvojiti odmor za koji je 45% ispitanika označilo kao razlog dolaska te privlačnost Baranje kao turističkog brenda za koji je 35% ispitanika označilo kao razlog dolaska.

10. Koji su Vaši razlozi za ruralno – turističko putovanje u Baranju (moguće je odabrati više odgovora) ?

60 odgovora



Sl. 21. Razlozi ispitanika za odlazak na ruralno – turističko putovanje u Baranju

Izvor: anketno istraživanje

Kao najprepoznatljivija obilježja ruralnog turizma Baranje (tab. 18) izuzetno velik broj ispitanika izdvojio je gastronomiju (93,3% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) te vinarstvo i vinogradarstvo (95% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5). Takvi rezultati su relativno očekivani s

obzirom na podatke o razlozima dolaska ispitanika u Baranju (81,7% ispitanika je navelo upravo gastronomsku i vinsku ponudu kao razlog dolaska). Od prepoznatljivih obilježja također se ističe i očuvani okoliš (90% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) što je također vrlo popularan razlog odlaska na ruralno – turističko putovanje u Baranju. Baranjski tradicionalni običaji su prema ispitanicima relativno prepoznatljivo obilježje baranjskog ruralnog turizma (73,3% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) što je znatno veći postotak „povoljnih ocjena“ od ocjena ispitanika u anketi o ruralno – turističkoj destinaciji Istri (38,3% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5). S druge strane kao znatno manje prepoznatljiva obilježja baranjskog ruralnog turizma, ispitanici su ocijenili prepoznatljive ruralno – turističke manifestacije (53,3% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) i tradicionalni izgled smještajnih kapaciteta (50% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5). Ocjene netom navedenih obilježja se ne razlikuju u većoj mjeri od ocjena navedenih obilježja istarske ruralno – turističke ponude.

Tab.18. Ocjene i stavovi ispitanika o prepoznatljivosti obilježja ruralnog turizma u Baranji

OCJENE PREPOZNATLJIVOSTI OBILJEŽJA RURALNOG TURIZMA U BARANJI						
OCJENA	OBILJEŽJA RURALNOG TURIZMA U BARANJI					
	Izuzetno prepoznatljivo obilježje (ocjena 5)	Relativno prepoznatljivo obilježje (ocjena 4)	Osrednje prepoznatljivo obilježje (ocjena 3)	Relativno neprepoznatljivo obilježje (ocjena 2)	Izuzetno neprepoznatljivo obilježje (ocjena 1)	Srednja ocjena
Gastronomija	76,7% ispitanika	16,7% ispitanika	6,7 % ispitanika	0% ispitanika	0% ispitanika	4,7
Vinarstvo i vinogradarstvo	76,7% ispitanika	18,3 % ispitanika	5% ispitanika	0% ispitanika	0% ispitanika	4,71
Očuvani okoliš	46,7 % ispitanika	43,3% ispitanika	5% ispitanika	5% ispitanika	0% ispitanika	4,31
Baranjski tradicionalni običaji	45 % ispitanika	28,3% ispitanika	18,3 % ispitanika	6,7% ispitanika	1,7 % ispitanika	4,08
Prepoznatljive ruralno – turističke manifestacije	25% ispitanika	28,3% ispitanika	36,7 % ispitanika	10 % ispitanika	0% ispitanika	3,68
Tradicionalni izgled smještajnih kapaciteta	23,3% ispitanika	26,7% ispitanika	40 % ispitanika	6,7 % ispitanika	3,3% ispitanika	3,6

Izvor: anketno istraživanje

Među najvećim prednostima baranjskog ruralnog turizma u odnosu na ostatak Hrvatske (tab.19.) očekivano se izdvajaju gastronomska ponuda (88,3% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) i vinska ponuda (90% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5), a nešto malo manje prednosti su (barem prema ispitanicima) povoljne i pristupačne cijene (85% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) te ruralni ambijent (86,7% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5). Također treba navesti i prirodni resurse (76,7% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) koji su nešto manja prednost u odnosu na netom navedene. Uspoređujući ove podatke s podacima vezanim za ruralnu Istru ne naziru se veća odstupanja, osim dakako nešto prepoznatljivije gastronomske i vinske ponude Baranje i izraženije pozitivne ocjene cijena usluga baranjskog ruralnog turizma koje turisti opisuju kao prednost u odnosu na druga područja Hrvatske. Preciznije rečeno samo je 26,8% ispitanika označilo povoljne i pristupačne cijene ocjenama 4 i 5 u istarskoj ruralno – turističkoj ponudi, dok je za Baranju taj postotak znatno veći – 85%. Moglo bi se reći da je baranjska ruralno – turistička ponuda (barem prema ispitanicima ove ankete) izuzetno „budget friendly“ te bi za mlado povremeno zaposleno ili nezaposleno stanovništvo (kakvih je 78% ispitanika) takva destinacija bila privlačnija od nešto „skuplje“ ruralne Istre.

Tab.19. Ocjene i stavovi ispitanika o najvećim prednostima ruralnog turizma Baranje u odnosu na ostatak Hrvatske

OCJENA NAJVEĆIH PREDNOSTI RURALNOG TURIZMA BARANJE U ODNOSU NA DRUGA PODRUČJA HRVATSKE						
PREDNOSTI RURALNOG TURIZMA BARANJE U ODNOSU NA DRUGA PODRUČJA HRVATSKE	OCJENE					
	Najviše izražena prednost (ocjena 5)	Relativno izražena prednost (ocjena 4)	Osrednje izražena prednost (ocjena 3)	Najviše izražena prednost (ocjena 5)	Relativno izražena prednost (ocjena 4)	Srednja ocjena
Prirodni resursi	43,3 % ispitanika	33,3% ispitanika	20 % ispitanika	3,3% ispitanika	1,7 % ispitanika	4,18
Ruralni ambijent	53,3 % ispitanika	33,3% ispitanika	11,7 % ispitanika	0% ispitanika	1,7 % ispitanika	4,37
Gastronomska ponuda	73,3 % ispitanika	15 % ispitanika	10 % ispitanika	1,8 % ispitanika	0 % ispitanika	4,6
Vinska ponuda	65 % ispitanika	26,7 % ispitanika	6,7 % ispitanika	1,7 % ispitanika	0 % ispitanika	4,55

Povoljne i pristupačne cijene	60% ispitanika	25 % ispitanika	13,3% ispitanika	1,7 % ispitanika	0 % ispitanika	4,43
--------------------------------------	----------------	-----------------	------------------	------------------	----------------	------

Izvor: anketno istraživanje

Kao najveće nedostatke baranjskog ruralnog turizma u odnosu na druga područja Hrvatske (tab. 20) ispitanici su izdvojili nedovoljnu promociju Baranje kao ruralno – turističke destinacije (85 % ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) te nedovoljnu iskorištenost turističkog potencijala (80% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5), a na temelju takvih rezultata možemo zaključiti da ispitanici u velikoj mjeri smatraju da turistički potencijal Baranje postoji i da bi se trebalo poraditi na marketinškom i turističkom iskorištavanju tog potencijala. Nešto lošiju turističku infrastrukturu (46,7 % ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) i neadekvatan smještajni kapacitet (25% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) ispitanici ne vide kao pretjerano izražen nedostatak baranjskog ruralnog turizma u odnosu na druga područja RH

Tab.20. Ocjene i stavovi ispitanika o najvećim nedostacima ruralnog turizma Baranje u odnosu na druga područja Hrvatske

OCJENA NAJVEĆIH NEDOSTATAKA RURALNOG TURIZMA BARANJE U ODNOSU NA DRUGA PODRUČJA HRVATSKE						
NEDOSTACI RURALNOG TURIZMA BARANJE U ODNOSU NA DRUGA PODRUČJA HRVATSKE	OCJENE					
	Najviše izražen nedostatak (ocjena 5)	Relativno izražen nedostatak (ocjena 4)	Osrednje izražen nedostatak (ocjena 3)	Relativno neizražen nedostatak (ocjena 2)	Najmanje izražen nedostatak (ocjena 1)	Srednja ocjena
Nešto lošija turistička infrastruktura	15% ispitanika	31,7% ispitanika	31,7% ispitanika	16,7% ispitanika	1,7 % ispitanika	3,31
Neadekvatan smještajni kapacitet	6,7 % ispitanika	18,3% ispitanika	36,7 % ispitanika	26,7% ispitanika	11,7% ispitanika	2,81
Nedovoljna promocija Baranje kao turističke destinacije	61,7 % ispitanika	23,3% ispitanika	6,7 % ispitanika	6,7 % ispitanika	1,7 % ispitanika	4,37

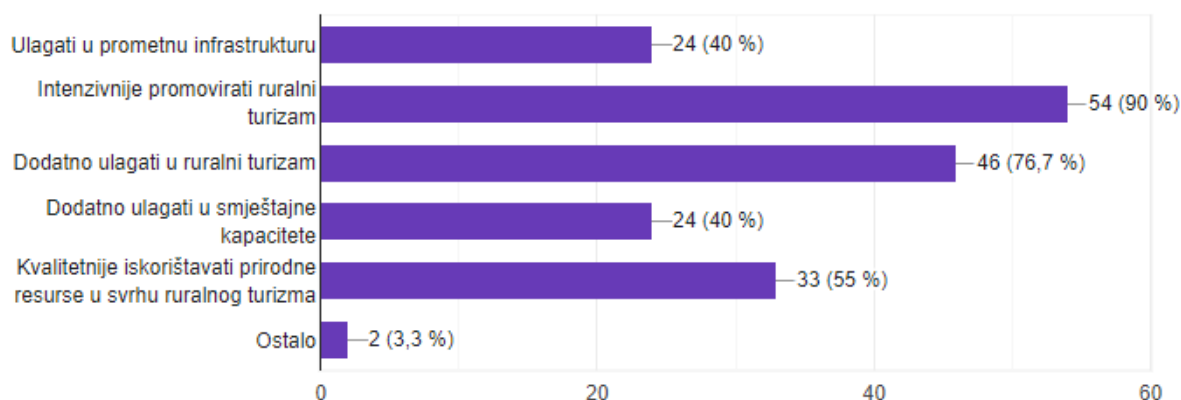
Nedovoljna iskorištenost turističkog potencijala	46,7 % ispitanika	33,3 % ispitanika	10% ispitanika	6,7% ispitanika	3,3% ispitanika	4,13
---	----------------------	----------------------	-------------------	-----------------	-----------------	------

Izvor: anketno istraživanje

Što se tiče potencijalnih prijedloga ispitanika za postupke lokalne samouprave kojima bi se poboljšao ruralni turizam u Baranji (sl.22), 90% ispitanika smatra da se treba intenzivnije promovirati ruralni turizam, a 76,7% ispitanika smatra da treba dodatno ulagati u ruralni turizam. Ta su dva prijedloga povezana, a tiču se i odgovora iz prošlog pitanja. Ispitanicima je dakle nedovoljna brendiranost Baranje kao ruralno – turističke destinacije najveći nedostatak i najveći broj prijedloga za djelovanje lokalne samouprave usmjeren je na rješavanje tog problema. Isto tako 55% ispitanika smatra da je potrebno kvalitetnije iskorištavati prirodne resurse u svrhu ruralnog turizma, što ne iznenađuje ako pogledamo potražnju od strane ispitanika (63,3% ispitanika je navelo očuvani okoliš kao razlog dolaska). Od ostalih nešto malo manje popularnih prijedloga, treba spomenuti dodatno ulaganje u smještajne kapacitete koji je odabralo 40% ispitanika i ulaganje u prometnu infrastrukturu koji je također odabralo 40% ispitanika. Primjetno je da su rezultati ankete pokazali da su i u Baranji i u Istri (prema ispitanicima ove ankete) na vrlo sličan način izražene mala potreba za ulaganjem i izgradnjom smještajnih kapaciteta i visok potencijal za dodatnim marketinškim brendiranjem i dodatnim iskorištavanjem očuvane prirode kao turističkog resursa. Od dva odgovora koje su ispitanici sami dopisali, jedan se također tiče efikasnijeg brendiranja Baranje, a drugi obnove spomenika (dvoraca i kipova) vjerojatno u svrhu efikasnije turističke valorizacije.

14. Što bi po vama lokalna samouprava mogla napraviti za poboljšanje ruralnog turizma u Baranji (moguće je odabrati više odgovora) ?

60 odgovora



Sl.22. Prijedlozi ispitanika za poboljšanje ruralnog turizma u Baranji

Izvor: anketno istraživanje

Zadovoljstvo ruralno – turističkim putovanjem u Baranju, ispitanici su ocijenili na sljedeći način. Iznimno ili poprilično zadovoljno je 91,7% ispitanika dok je umjereno zadovoljno 8,3% (5/60) ispitanika, a taj je podatak povezan i s rezultatima ankete koje se tiču ponovnog odlaska u Baranju. 90% (54/60) ispitanika odgovorilo je da bi sigurno ponovilo svoje ruralno – turističko putovanje, 6,7% (4/60) ispitanika odgovorilo je da bi možda ponovili svoje ruralno – turističko putovanje u Baranju dok je 3,3% ispitanika odgovorilo da ne zna. Ovakvi su podaci nešto povoljniji u odnosu na ruralnu Istru (80,4% iznimno ili poprilično zadovoljnih ispitanika i 78% bi sigurno ponovilo svoje ruralno – turističko putovanje) pa bi mogli reći da je (prema ispitanicima) dojam ruralno – turističke Baranje nešto malo bolji od ruralno – turističke destinacije Istre.

Po pitanju izraženosti elemenata atraktivnosti turističke destinacije Baranje (tab. 21 i tab. 22) ispitanici su najbolje ocijenili mogućnosti slobodnog kretanja i rekreacije (95% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) i očuvanu prirodu (96,7% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) što ne čudi u velikoj mjeri kad pogledamo razloge dolaska ispitanika u ruralno – turističku destinaciju Baranju (63,3% ispitanika je navelo očuvanu prirodu kao razlog dolaska). Nešto manje izraženiji elementi atraktivnosti su (prema ispitanicima): nezagađen okoliš, očuvanost tradicije (i odsutnost buke (86,7 % ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5). Nezagađen okoliš i odsutnost buke nadovezuju se na

željeni imidž ruralnih destinacija kao „stress free oaze“, a atraktivnost očuvane tradicije i ne iznenađuje u tolikoj mjeri s obzirom da je 73,3% ispitanika označilo baranjske tradicionalne običaje ocjenom 4 ili 5 u pitanju vezanom za prednosti baranjskog ruralnog turizma u odnosu na ostale dijelove Hrvatske. Malo manje izraženi elementi atraktivnosti od netom navedenih su: usklađenost izgrađenosti ugostiteljskih objekata i tradicionalne arhitekture (75% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) te povoljna klima (73,3% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5), a kao poprilično neizraženi elementi atraktivnosti ocijenjeni su: povoljna prometna povezanost (45% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) te zainteresiranost stanovništva za bavljenje turizmom (35% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5). Posebno je zanimljiv netom navedeni indikativni pokazatelj bavljenja turizmom kod lokalnog stanovništva što dokazuje da Baranjski i dalje nemaju (prema ispitanicima) reputaciju aktivnih stanovnika jedne ruralno – turističke regije. Taj je element atraktivnosti uvelike manje izražen u Baranji u odnosu na isti element atraktivnosti u ruralnoj Istri (61,7% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) što ukazuje na dulju i etabliraniju tradiciju bavljenja ruralnim turizmom ruralnog stanovništva Istre u odnosu na Baranju

Tab.21. Ocjene i stavovi ispitanika o izraženosti elemenata atraktivnosti turističke destinacije Baranje – 1.dio

OCJENA IZRAŽENOSTI ELEMENATA ATRAKTIVNOSTI TURISTIČKE DESTINACIJE BARANJE – 1.DIO						
OCJENA	ELEMENTI ATRAKTIVNOSTI TURISTIČKE DESTINACIJE ISTRE					Srednja ocjena
	Izuzetno prepoznatljiv o obilježje (ocjena 5)	Relativno prepoznatljiv o obilježje (ocjena 4)	Osrednje prepoznatljivo obilježje (ocjena 3)	Relativno neprepoznatljivo obilježje (ocjena 2)	Izuzetno neprepoznatljivo obilježje (ocjena 1)	
Povoljna klima	40 % ispitanika	33,3 % ispitanika	23,3% ispitanika	3,3 % ispitanika	0% ispitanika	4,1
Nezagađen okoliš	41,7% ispitanika	45% ispitanika	11,7% ispitanika	1,7 % ispitanika	1,7 % ispitanika	4,28
Odsutnost buke	55% ispitanika	31,6 % ispitanika	11,7% ispitanika	1,7 % ispitanika	0% ispitanika	4,38
Očuvana priroda	55% ispitanika	31,6 % ispitanika	11,7% ispitanika	1,7 % ispitanika	0% ispitanika	4,38
Očuvanost tradicije	60 % ispitanika	36,7 % ispitanika	3,3 % ispitanika	0 % ispitanika	0% ispitanika	4,57

Izvor: anketno istraživanje

Tab.22. Ocjene i stavovi ispitanika o izraženosti elemenata atraktivnosti turističke destinacije Baranje – 2.dio

OCJENA IZRAŽENOSTI ELEMENATA ATRAKTIVNOSTI TURISTIČKE DESTINACIJE BARANJE – 2.DIO						
OCJENA	ELEMENTI ATRAKTIVNOSTI TURISTIČKE DESTINACIJE BARANJE					
	Izuzetno prepoznatljivo obilježje (ocjena 5)	Relativno prepoznatljivo obilježje (ocjena 4)	Osrednje prepoznatljivo obilježje (ocjena 3)	Relativno neprepoznatljivo obilježje (ocjena 2)	Izuzetno neprepoznatljivo obilježje (ocjena 1)	Srednja ocjena
Mogućnosti slobodnog kretanja i rekreacije	63,3 % ispitanika	31,7 % ispitanika	3,3 % ispitanika	0 % ispitanika	1,7 % ispitanika	4,55
Usklađenost izgrađenosti ugostiteljskih objekata i tradicionalne arhitekture	35% ispitanika	40 % ispitanika	20 % ispitanika	3,3 % ispitanika	1,7 % ispitanika	4,03
Povoljna prometna povezanost	16,7% ispitanika	28,3 % ispitanika	48,4 % ispitanika	5 % ispitanika	1,7 % ispitanika	3,53
Zainteresirano st stanovništva za bavljenje turizmom	18,3 % ispitanika	16,7% ispitanika	40 % ispitanika	23,3 % ispitanika	1,7 % ispitanika	3,26

Izvor: anketno istraživanje

Ispitanici ove ankete su naveli baranjski kulen (98,3 % ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5), fiš paprikaš (96,7 % ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5), čobanac i baranjsko vino (91,7% ispitanika je oba proizvoda ocijenilo sa 4 i 5) kao izuzetno prepoznatljive baranjske gastronomske proizvode (tab.23) . U odnosu na anketne rezultate vezane uz pitanje o prepoznatljivosti istarskih gastronomskih proizvoda indikativan je znatno veći udio ocjena 4 i 5 što i ne čudi s obzirom da se i na odgovorima drugih pitanja jasno može vidjeti kako je gastronomska ponuda Baranje (prema ispitanicima) znatno prepoznatljivija od gastronomske ponude ruralne Istre. Nešto manje prepoznatljivi su perkelt od soma (80% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) i langošica (70% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5), a kao relativno neprepoznatljiv ocijenjen je jedino jelen na baranjski (46,7% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5).

Tab.23. Ocjene i stavovi ispitanika o prepoznatljivosti baranjskih gastronomskih proizvoda

OCJENE PREPOZNATLJIVOSTI BARANJSKE GASTRONOMSKE PONUDE						
OCJENA	BARANJSKI GASTRONOMSKI PROIZVODI					
	Izuzetno prepoznatljiv gastronomski proizvod (ocjena 5)	Relativno prepoznatljiv gastronomski proizvod (ocjena 4)	Osrednje prepoznatljiv gastronomski proizvod (ocjena 3)	Relativno neprepoznatljiv o obilježje (ocjena 2)	Izuzetno neprepoznatljiv o obilježje (ocjena 1)	Srednja ocjena
Baranjski kulen	88,3 % ispitanika	10% ispitanika	1,7% ispitanika	0% ispitanika	0 % ispitanika	4,87
Baranjsko vino	63,3 % ispitanika	28,3 % ispitanika	8,3 % ispitanika	0 % ispitanika	0 % ispitanika	4,55
Langošica	36,7 % ispitanika	33,3 % ispitanika	20 % ispitanika	6,7 % ispitanika	3,3 % ispitanika	3,93
Fiš paprikaš	76,7 % ispitanika	20 % ispitanika	3,3% ispitanika	6,7 % ispitanika	1,7 % ispitanika	4,88
Čobanac	63,3 % ispitanika	28,3 % ispitanika	6,7 % ispitanika	0 % ispitanika	1,7 % ispitanika	4,52
Perkelt od soma	51,7 % ispitanika	28,3 % ispitanika	13,3 % ispitanika	3,3% ispitanika	3,3% ispitanika	4,22

Jelen na baranjski	20 % ispitanika	26,7 % ispitanika	35 % ispitanika	11,7 % ispitanika	6,7 % ispitanika	3,42
---------------------------	--------------------	----------------------	--------------------	----------------------	---------------------	------

Izvor: anketno istraživanje

Ispitanici ove ankete su naveli 27 proizvođača baranjskih tradicionalnih ruralnih proizvoda među kojima se neki ponavljaju. „Belje“ d.o.o kao proizvođača široke lepeze tradicionalnih gastronomskih i vinskih proizvoda te vinariju „Josić“ koja funkcionira i kao restoran navela je trećina ispitanika pa su tako „Belje“ i „Josić“ najčešće navedeni proizvođači tradicionalnih ruralnih proizvoda u Baranji. Vinarije „Kalazić“ i „Pinkert“ te restoran „Baranjska kuća“ koji se nalazi unutar intrigantnog OPG-a „Karanac“ je navelo 18,5% ispitanika, a vinarije „Gerštmajer“ i „Kolar“ navelo je po 14,8% ispitanika. Moguće je da su navedene četiri vinarije znatno prepoznatljivije od nekih drugih vinarija zbog toga što svoje proizvode prezentiraju u sklopu Vinskog maratona koji je izuzetno popularna baranjska ruralno – turistička manifestacija među ispitanicima ove ankete . Od ostalih više puta navedenih proizvoda treba izdvojiti vinariju „Vukoje“ koju je navelo 11,1% ispitanika te vinariju „Szabo“ koju je navelo 7,4% ispitanika, a navedene dvije vinarije su također izložile svoje proizvode na „Vinskom maratonu“. Treba još spomenuti i da se OPG-a „Matijević“ sjetilo 3 ispitanika, a da se taj OPG prioritarno bavi proizvodnjom baranjskog kulena. Od ostalih proizvođača tradicionalnih ruralnih proizvoda izdvajaju se 2 kategorije – OPG-ovi (OPG „Bošnjak“, OPG „Martinov“, OPG „Petar Dobrovac“, OPG „Jevicki“, OPG „Debelić“, OPG „Milinković“, seosko gospodarstvo „Ivica i Marica“) i vinarije (vinarija „Jakovac“, vinarija „Horvat“, vinarija „Zajec“, vinarija „Kusić“, vina „Asztalos“ i vina „Zwingelt“). I jedna i druga kategorija proizvođača ima vrlo sličnu široku gastronomsku, vinsku te agroturističku ponudu. Prosječna ocjena prepoznatljivosti baranjskih proizvođača tradicionalnih ruralnih proizvoda je 3.345, a prosječna ocjena prepoznatljivosti istarskih tradicionalnih gastronomskih je nešto viša (3.962).

Po pitanju ruralno – turističkih manifestacija najviše ispitanika (50%) navelo je „Vinski maraton“ u Zmajevcu koji je od ponuđenih ruralno – turističkih manifestacija nedvojbeno najpopularniji među ispitanicima. Znatno manje ispitanika (28,3%) navelo je „Ribarske dane“ u Kopačevu kao poznatu ruralno – turističku manifestaciju, a „Tarda fest“ i „Vinatlon“ (također u Zmajevcu) navelo je po 13,3% ispitanika. Od navedenih prepoznatljivih ruralno – turističkih manifestacija tri navedene su svojevrsna prezentacija gastronomskih i vinskih proizvoda dok je „Tarda fest“ poprilično drugačiji događaj od svih navedenih. „Tarda fest“ je manifestacija koja

se tiče valorizacije kulturno – povijesne baštine (iz osmanskog doba) ruralnog naselja Darde i predstavlja svojevrsan spoj urbane i ruralne turističke ponude. Po 7 ispitanika navelo je da poznaje „Etno susrete u Bilju“ te „Čvarakfest“ u Karancu, a 6 ispitanika navelo „Paprika fest“ Lugu. „Etno susreti“ u Bilju su svojevrsna sveobuhvatna manifestacija prezentiranje baranjske tradicionalne glazbe, plesa, hrane i vina dok su preostale dvije manifestacije fokusirane na gastronomsku ponudu. Fišijadu u Belom Manastiru je navelo 5 ispitanika, „Wine and walk“ kao svojevrsnu kombinaciju uživanja u prirodi i vinskoj ponudi je navelo 4 ispitanika. Od ostalih ruralno – turističkih manifestacija izdvajaju se klasične gastronomske ruralno – turističke manifestacije: „Baranjska somijada“, „Pille + trganci“, „Vinceška“ na Banskoj kosi, „Kulenijada u Jagodnjaku“ te posebno intrigantna manifestacija „Festival tista“ s obzirom da tjestenina u Baranji i nije u tolikoj mjeri prepoznatljiv ruralno – turistički gastronomski proizvod kao npr. fuži i pljukanci u ruralnoj Istri. Ostale navedene ruralno – turističke manifestacije navedene su od strane po jednog ispitanika za svaku manifestaciju i mogu se podijeliti u 5 kategorija. Baranjske večeri poezije i Slama Land art festival su klasične ruralne „umjetničke“ manifestacije. U klasične tradicionalne manifestacije mogu se ubrojiti: „Kakasutles“, „Gatorfest“, „Petaračke buše“, „Suljoško ljeto“, „Žetvene svečanosti“ u Duboševici, „Dani općine Jagodnjak“ te pokladno jahanje u Branjinom Vrh, dok „Baranjski bećarac“ u Topolju možemo svrstati u neku vrsta spoja umjetničkog i tradicionalnog dijela ruralno – turističke ponude Baranje. Od ruralno – turističkih manifestacija koje objedinjuju baranjsku tradiciju i prirodna bogatstva s modernim turističkim trendovima su svakako: „Deer and bike“, „Baranja rural trail“ dok se od sportskih manifestacija smještenih u ruralnom ambijentu izdvaja „Baranjski Ferivi polumaraton“, a sve se navedene manifestacije tiču uživanja u očuvanoj prirodi uz sportsku rekreaciju. Prosječna ocjena prepoznatljivosti baranjskih ruralnih manifestacija je 3,356, a ta je prosječna ocjena prepoznatljivosti nešto manja od prosječne ocjene istarskih ruralnih manifestacija (3,75).

Ispitanici ove ankete su u predzadnjem pitanju ankete imali priliku ocijeniti slažu li se s određenim tvrdnjama (tab. 24). Tvrdnju „Utjecaj ruralnog turizma na prostorne značajke Baranje je izuzetno vidljiv“ 51,7% ispitanika je ocijenilo s 4 ili 5 što nam ukazuje na to da ruralni turizam ostavlja svoje „tragove“ u prostoru, no da će se tek malo jačim zamahom razvoja ostaviti nešto veći utjecaj na prostorne značajke Baranje. Druga tvrdnja „Baranja je prepoznatljiva ruralno – turistička regija“ s 61,7% ocjena 4 i 5, nešto je povoljnije ocijenjena od strane ispitanika pa se može zaključiti da je imidž Baranje kao ruralno – turističke regije ipak prisutan, no „tragovi“ tog imidža nisu u tolikoj mjeri izraženi u prostoru. Slične ocjene ima i ruralna Istra po pitanju istih tvrdnji unatoč tome da je ruralni turizam Istre vrlo često u sjeni turizma primorskog dijela Istre.

Sličan broj ocjena 4 ili 5 ima i treća tvrdnja „Baranja po pitanju ruralnog turizma može biti primjer drugim regijama“ (50% ispitanika je ocijenilo sa 4 i 5) što ipak govori da nekim drugim ruralno – turističke regije u početnim stadijima ruralno – turističkog razvoja Baranja ipak može poslužiti kao primjer. Po tom pitanju se Baranja i Istra znatno razlikuju (ovu tvrdnju vezanu za ruralnu Istru, ocjenama 4 i 5 ocijenilo je 75% ispitanika) odnosno ispitanici smatraju da je ruralna Istra izraženiji primjer drugim ruralno – turističkim regijama u razvoju. Posljednja je tvrdnja „Perspektiva i dodatne mogućnosti razvoja ruralnog turizma u Baranji su obećavajuće, povoljne i realne“ za ruralno – turističku destinaciju Baranju (75 % ispitanika je ocijenilo sa 4 ili 5) slično ocijenjena kao i za Istru (71,7 % ispitanika je ocijenilo sa 4 ili 5) iz čega se jasno vidi da ispitanici misle kako i Baranja i Istra imaju povoljnu razvojnu perspektivu kao ruralno – turističke destinacije.

Tab.24. Ocjene i stavovi ispitanika o ponuđenim tvrdnjama vezanim uz istarski ruralni turizam

OCJENE SLAGANJA S PONUĐENIM TVRDNJAMA					
PONUĐENE TVRDNJE	OCJENA				
	U potpunosti se slažem (ocjena 5)	Relativno se slažem (ocjena 4)	Niti se slažem, niti se ne slažem (ocjena 3)	Relativno se ne slažem (ocjena 2)	U potpunosti se ne slažem (ocjena 1)
Utjecaj ruralnog turizma na prostorne značajke Baranje je izuzetno vidljiv	11,7 % ispitanika	38,3% ispitanika	30 % ispitanika	18,3 % ispitanika	1,7 % ispitanika
Baranja je prepoznatljiva ruralno turistička regija	26,7 % ispitanika	33,3% ispitanika	30 % ispitanika	6,7 % ispitanika	3,3% ispitanika

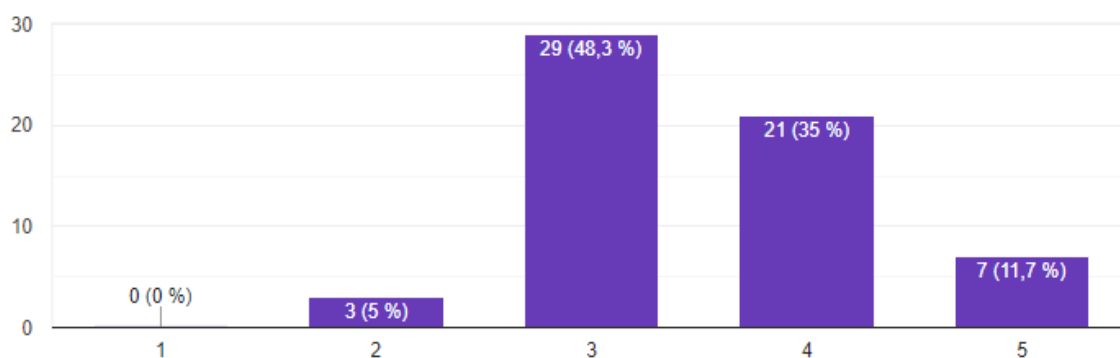
Baranja po pitanju ruralno turističkog razvoja može biti primjer drugim regijama unutar RH	25% ispitanika	23,3 % ispitanika	33,3% ispitanika	8,3% ispitanika	10% ispitanika
Perspektiva i dodatne mogućnosti razvoja ruralnog turizma u Baranji su obećavajuće, povoljne i realne	45% ispitanika	33,3% ispitanika	18,3 % ispitanika	3,3% ispitanika	3,3% ispitanika

Izvor: anketno istraživanje

Po pitanju konačne ocjene prepoznatljivosti Baranje kao ruralno – turističke regije na prostoru Republike Hrvatske (sl. 23) , ispitanici su Baranju ocijenili kao (u manjoj ili većoj mjeri) relativno prepoznatljivu destinaciju. 46,7% dalo je Baranji ocjenu 4 i 5, dok je najčešća ocjena 3 (48,3%) što bi ipak dalo do znanja kako ispitanici ne vide Baranju kao izuzetno prepoznatljivu ruralno – turističku destinaciju. Primjetno je također da se u ranijim odgovorima ističe zadovoljstvo dolaskom u Baranju te se mogu primijetiti visoke ocjene kvalitete raznih komponenti turističke ponude, no isto tako jedan od glavnih problema baranjskog ruralnog turizma je ipak još uvijek nedovoljna promoviranost Baranje kao ruralno – turističke destinacije što se u konačnici odrazilo i na ocjenu. Baranja je kao ruralno – turistička destinacija već sad usporediva s Istrom, a radi znatno kasnijeg početka razvoja ruralnog turizma ipak kao ruralno – turistička regija kaska za Istrom po pitanju razvoja ruralnog turizma. Samim time Baranja je u odnosu na ruralnu Istru u nešto inferiornijem ruralno – turističkom položaju s obzirom na geografski položaj i smještaj. No ipak, unatoč nešto slabijem konačnom dojmu, ankete su, kao i analiza anketnih rezultata sukladno prostornom i vremenskom kontekstu, pokazale da je baranjski turistički potencijal jasno izražen i da Baranja u bliskoj budućnosti može doseći puno veći stupanj razvoja ruralnog turizma i potencijalno možda biti i ravnopravan „partner“ Istri u razvijanju čitavog hrvatskog ruralnog turizma kao pokretača gospodarske i demografske revitalizacije ruralnih područja.

25. Kako biste ocijenili prepoznatljivost Baranje kao ruralno – turističke regije na prostoru Republike Hrvatske?

60 odgovora



Sl.23. Ocjena i stav ispitanika o prepoznatljivosti Istre kao ruralno – turističke regije na prostoru Republike Hrvatske

Izvor: anketno istraživanje

4. PROSTORNI UTJECAJ RURALNOG TURIZMA : nalazi polustrukturiranih intervjua

Ružić i Demonja dijele učinke ruralnog turizma na ruralni prostor na ekonomske i neekonomske (Demonja i Ružić, 2010 i Ružić, 2011). Ekonomski su učinci, što je vidljivo i iz samog naziva, važni iz perspektiva gospodarskih promjena, dok su neekonomski učinci važni iz perspektive ostalih prostornih promjena koje se tiču promjene „imidža“, krajolik, zaštite okoliša i slično. Ekonomske učinke mogli bismo, sukladno tome, definirati kao „transformatore“ ruralnog gospodarstva dok bi se neekonomske učinke moglo opisati kao „prostorne procese potaknute transformacijom ruralnog gospodarstva“. Cilj ekonomskih učinaka ruralnog turizma jest porast životnog standarda lokalnog stanovništva u vidu povećanja prihoda, stvaranja novih radnih mjesta, ulaganja u turističku i prometnu infrastrukturu (Đedović i dr, 2018) te modeliranje prostora kako bi on bio po mjeri potencijalnim investitorima. Sukladno upravo navedenim informacijama ciljevi neekonomskih učinaka ruralnog turizma bi se mogli sintetski opisati kao prilagodba ruralnog prostora na ekonomske promjene ruralnog gospodarstva uz nužno očuvanje identiteta i tradicije određenog ruralnog prostora.

4.1. Utjecaj ruralnog turizma na prostorne, gospodarske i demografske značajke Istre

Za potrebe ovog rada proveden je intervju s Denisom Ivoševićem, predstavnikom Turističke zajednice Baranja. Ciljevi provođenja intervjua bili su: utvrditi razvojne uvjete i perspektive razvoja ruralnog turizma u ruralnoj Istri te komparirati utjecaj ruralnog turizma na prostor, gospodarstvo i demografiju Istre kao regije u odnosu na oblike turizma vezane za primorski dio Istre i za masovni turizam.

Pitanjima se pokušao utvrditi utjecaj ruralnog turizma na prostorne značajke u kontekstu kvalitativnog osvrta na promjene koje turizam unosi u istarski ruralni prostor, ispitati utjecaj navedenih promjena na ruralno – turistički „imidž“ Istre u kontekstu percepcije Istre kao ruralno – turističke regije, postaviti razvoj ruralnog turizma Istre u europski kontekst poticanja razvoja ruralnog turizma kao važnog impulsa ruralnog razvoja, utvrditi turistički najatraktivnije i poslovno najisplativije oblike ruralnog turizma u istarskom ruralnom prostoru te ocijeniti odnos razvoja ruralnog turizma i gospodarske (a posljedično i demografske) revitalizacije istarskog ruralnog prostora. U ovom dijelu rada bit će iznesene općenite odrednice istarskog ruralnog

turizma dok će se nešto detaljnija analiza odrednica istarskog ruralnog turizma u obliku međusobne komparacije dvaju „case study-a“ ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj iznijeti u idućem poglavlju ovog rada.

Ruralni turizam Istre zasigurno mijenja ruralni prostor Istre. Učinak ruralnog turizma i njegovi tragovi u prostoru su najvidljiviji u unutrašnjosti Istre s obzirom da je najveći dio ruralnih naselja i manjih gradova smješteno upravo u unutrašnjosti. S obzirom na naglu modernizaciju istarskog ruralnog prostora mogli bismo reći da je unutrašnjost Istre svojevrsni čuvar tradicije i autohtone ruralnosti čitavog istarskog prostora, a upravo takav autohtoni istarski tradicionalni ruralni doživljaj može se percipirati kao vrlo važan turistički potencijal koji se već u velikoj mjeri turistički valorizira. Posljedično takva valorizacija utječe i na imidž ruralne Istre kao regije koja radi na modernizaciji imidža. Upravo taj imidž ruralne Istre donosi Istri kao turističkoj regiji dodatne prednosti u privlačenju turista pa tako možemo zaključiti kako je ruralni turizam Istre kreativna tradicijska nadopuna standardnih masovnih oblika turizma primorskog dijela Istre.

Prema riječima Denisa Ivoševića (predstavnik TZ Istre) unutrašnja Istra je do devedesetih bila područje u izuzetno lošoj demografskoj situaciji. Sama demografska situacija u direktnoj je korelaciji s nešto lošijom gospodarskom situacijom koja je prevladavala u ruralnoj Istri. Tom je prostoru u takvoj situaciji bio potreban cijeli niz razvojnih gospodarskih projekata kako bi se negativni trendovi promijenili. Ruralni je turizam gospodarska djelatnost koja povezuje mnoge komponente života ruralne Istre koje su važne za život tamošnjeg stanovništva, a kojima je potreban razvojni poticaj. Razvojni projekti ticali su se potrebe izgradnje komunalne infrastrukture koja se prioritetno tiču poboljšanja kvalitete života lokalnog stanovništva pa tek onda i izgradnje ruralno turističke infrastrukture koja bi se uklopila u imidž turističke regije Istre. Upravo u tome vidimo jasno izraženu poveznicu ruralno – turističkog razvoja i gospodarskog razvoja ruralnog dijela Istre.

Uspješnost i realiziranost prostorne, gospodarske i demografske revitalizacije ruralnog dijela Istre vidljiva je na primjerima brojnih modernih smještajnih kapaciteta poput ruralnih vila i boutique obiteljskih hotela, uređenoj mreži vinskih cesti i raznolike gastronomske i manifestacijske ponude tog prostora. Prema riječima Denisa Ivoševića (predstavnik TZ Istre), poslije Rovinja (kao prepoznatljive i izuzetno posjećene turističke destinacije) ruralna je Istra drugi najznačajniji turistički brend Istre kao regije i da profitabilnost ruralnog turizma Istre leži upravo u jednom povoljnom turističkom trendu – izostanku sezonalnosti posjeta turista. Taj je trend poprilično izražen u primorskim dijelovima čitave Republike Hrvatske, a manjak izražene sezonalnosti možemo povezati sa integrativnim karakterom ruralnog turizma Istre koji se tiče

turističke valorizacije postojećih turističkih resursa odnosno raznolikost ponude istarskog ruralnog turizma važna je za „borbu“ protiv trenda sezonalnosti posjeta ruralnih turista.

Odnos razvoja ruralnog turizma i gospodarske revitalizacije ruralne Istre je jasno izražen i vidljiv na trenutnoj situaciji u ruralnom prostoru Istre. Ruralni turizam je, prema riječima Denisa Ivoševića, već dugo godina vrlo važan impuls za gospodarski razvoj ruralne Istre. S obzirom na enormno uspješan (za hrvatske razmjere) razvoj turizma u primorskom dijelu Istre, ruralni turizam svakako ima povoljne razvojne osnove s obzirom na netom navedene okolnosti turističko – geografskog položaja. Uz to Istra kao regija ima značajno razvijenu tradiciju bavljenja turizmom što je posebno važno po pitanju turističke valorizacije bogate istarske ruralno – turističke razvojne osnove. Tradicija bavljenja turizmom pogodan je faktor za razvoj infrastrukture inspirirane razvojem ruralnog turizma te su iskustvo i znanje turističkih dionika vrlo pogodni za nadogradnju već postojeće turističke infrastrukture korištenjem pogodnosti koje pružaju EU fondovi i razni državni poticaji za razvoj ruralnog turizma. Takav pregled situacije izvrstan je temelj za uspostavu gospodarske ravnoteže s obalnim područjima Istre, a samim time i potencijalni put u gospodarsku i demografsku revitalizaciju istarskog ruralnog prostora.

Ruralni razvoj je na razini čitave Europske unije u velikoj mjeri povezan s ruralnim turizmom, a prema riječima Denisa Ivoševića ruralni turizam je kao razvojni faktor unutrašnjosti Istre povezan s primorskim turizmom koji je razvojni faktor primorskog dijela Istre. Upravo u kontekstu, na europskoj razini, tržišno prepoznatljivog turizma primorske Istre pruža se (a i iskorištava) prilika za međusobnu produktivnu koegzistenciju ovih dvaju turizama i međusobnu stimulaciju pozitivnih gospodarskih i demografskih učinaka i promjena koje turizam donosi prostoru. Prepoznatljivost ruralnog turizma Istre na europskoj razini se također očituje i u projektu „MirnaTal“ koji obuhvaća dolinu rijeke Mirne i sve ruralno – turističke potencijalne i već valorizirane ruralne prostorne blagodati, a projekt je posebice prepoznatljiv na razini Njemačke i Austrije. Takav projekt je idealan prikaz prostorne „simbioze“ modernih smještajnih kapaciteta (npr spa hosteli i ruralne vile) i ruralnih bogatstava (očuvana priroda, autentična gastronomska i vinska ponuda) prostora ruralne Istre smještenog uz dolinu rijeke Mirne

Bogata i autentična turistička resursna osnova, u obliku raznih prirodnih i društveno kulturnih bogatstava, rezultirala je razvojem i brendiranjem različitih istodobno profitabilnih i autentičnih oblika ruralnog turizma koji se skladno nadovezuje na postojeću ruralnu osnovu te donosi potrebne promjene u prostornoj situaciji i reputaciji ruralnog prostora Istre. Primjerice, prema riječima Denisa Ivoševića, vinarstvo, tartufarstvo i uljarstvo su najvažniji te tržišno najisplativiji i najprepoznatljiviji aspekti ruralno – turističke ponude, a isto tako te su djelatnosti važne i u

kontekstu agrarne proizvodnje. Te su djelatnosti tek osnovni temelj za razne načine turističke valorizacije istih poput primjerice izgradnje gastronomske i vinske ruralno – turističke ponude, nadogradnje oblika turizama koji se tiču netaknute prirode, ruralnih manifestacija, očuvane tradicionalne arhitekture i sl.

Odnos gospodarstva i ruralnog turizma je vrlo važan za razumijevanje prostornih promjena u ruralnoj Istri, a prema riječima Denisa Ivoševića upravo je model zajedničke suradnje privatnog i javnog sektora tome dobar primjer. Suradnja je najizraženija po pitanju koordiniranog ulaganja i angažmana u svrhu kvalitativnog i kvantitativnog unaprjeđenja komunalne i ruralno turističke infrastrukture te zajedničkog ulaganja u brendiranje ruralne Istre kao turističke destinacije na razini čitave Republike Hrvatske i Europe. Upravo takav uspješan model važan je za gospodarsku budućnost ruralnog turizma i općenito gospodarsku i demografsku budućnost čitavog prostora ruralne Istre, stoga kao izazov za budućnost preostaje pronaći načine na koji će se kontinuirano doprinosti održivosti takvog modela pristupanja ruralnom prostoru. Takav model razvoja podrazumijeva aktivno stanovništvo po pitanju bavljenja ruralnog turizma te je kao takav koristan i za mogućnosti zaposlenja lokalnog mladog stanovništva što bi znatno utjecalo na demografiju ruralne Istre.

4.2. Utjecaj ruralnog turizma na prostorne, gospodarske i demografske značajke Baranje

Za potrebe ovog rada proveden je i intervju s Matejom Perkušićem, predstavnikom Turističke zajednice Baranja. Cilj provođenja intervjua bio je utvrditi razvojne uvjete i perspektive razvoja ruralnog turizma u Baranji te utjecaj ruralnog turizma na prostor, gospodarstvo i demografiju Baranje kao regije.

Pitanjima se pokušao utvrditi utjecaj ruralnog turizma na prostorne značajke u kontekstu kvalitativnog osvrta na promjene koje turizam unosi u baranjski ruralni prostor, ispitati utjecaj navedenih promjena na ruralno – turistički „imidž“ Baranje u kontekstu percepcije Baranje kao ruralno – turističke regije, postaviti razvoj ruralnog turizma u Baranji u europski kontekst poticanja razvoja ruralnog turizma kao važnog impulsa ruralnog razvoja, utvrditi turistički najatraktivnije i poslovno najisplativije oblika ruralnog turizma u baranjskom prostoru, ocijeniti odnos razvoja ruralnog turizma i gospodarske (a posljedično i demografske) revitalizacije prostora, utvrditi i komparirati najznačajnije sličnosti i razlike razvoja ruralnog turizma Baranje i Istre te ispitati način na koji bi Baranja u praksi mogla koristiti razvoj ruralnog turizma u

kontekstu ekonomske i demografske revitalizacije te regije. U ovom će se dijelu rada dobiveni podaci uspoređivati s ranije iznesenim i elaboriranim podacima i tezama koji se tiču ruralne Istre kako bi se dobio uvid u sličnosti i razlike ovih dvaju ruralno – turističkih regija.

Matej Perkušić, predstavnik TZ Baranje, kao temeljni dokaz velike promjene u imidžu i prostornim značajkama Baranje navodi da je Baranja 2017. i 2019. godine dobila nagradu za najuspješniju ruralno – turističku destinaciju. Takav veliki uspjeh jedne turističke mikrodestinacije odraz je brojnih procesa koji se zbivaju u ruralnom prostoru. Imidž Baranje kao poljoprivredne i neprepoznatljive regije se sve više mijenja, a takve se promjene odražavaju i na ruralni prostor. Baranja postupno postaje prepoznatljiva ruralno – turistička destinacija, a samim time mijenja se i baranjski ruralni prostor na način da je u njemu sve vidljiviji trag i utjecaj razvojnog zamaha ruralnog turizma. Osim toga valja svakako izdvojiti kako je ruralni turizam, uz poljoprivredu, zapravo jedna od rijetkih profitabilnih i perspektivnih gospodarskih grana u Republici Hrvatskoj te je samim time osim za prostorne značajke izuzetno važan i za gospodarstvo i demografiju Baranje kao regije.

Transformacija imidža i ruralnog prostora Baranje kompleksna je sinteza raznih pojava i procesa. Njen početak (prema riječima Mateja Perkušića) možemo povezati sa 2016. godinom i intenzivnom kampanjom podizanja svijesti o nastanku i iskoraku u kvaliteti autentične ruralno – turističke ponude na baranjskom prostoru na razne način putem društvenih mreža i popularnih medija na razini čitave Hrvatske. Godine uloženog truda i rada niza aktera baranjskog ruralnog turizma, počevši od djelatnika turističke zajednice, općinskih, gradskih i županijskih dužnosnika pa sve do vinara, kulenara i vlasnika OPG-a i restorana, počele su dobivati sve više i više pažnje turista diljem Republike Hrvatske i može se reći da je zajedničkim trudom navedenih dionika ruralnog turizma Baranja ucrtana na kartu Hrvatske kao primamljiva ruralno – turistička manifestacija.

S obzirom da je potražnja za baranjskom ruralno – turističkom ponudom od tada u dotad neviđenom porastu bilo je potrebno adaptirati baranjski ruralni prostor na nove gospodarske trendove. OPG – ovi koji su se inače bavili isključivo poljoprivredom počeli su proširivati svoju ponudu sa smještajnim kapacitetima, baranjske ruralne manifestacije počele su privlačiti sve više turista izvan Baranje te se i sama kvalitativna komponenta ponude promijenila, a baranjski gastronomski i vinski proizvodi postajali su poslovno isplativiji što je dovelo i do sve izraženije poslovne prilagodbe navedenih ruralno – turističkih dionika na ruralno – turističke djelatnosti. Porast broja kreveta, porast broja smještajnih kapaciteta, porast broja „ruralnih vila“ i mnogi

drugi statistički podaci ukazuju na to da se baranjski prostor uvelike modernizira prilagodbom turizmu, ali s druge strane upravo zbog potrebe očuvanja tržišno atraktivne autohtonosti baranjske ruralno – turističke ponude Baranja svoj ruralni identitet (prema riječima Mateja Perkušića) neće i ne može izgubiti procesima poput betonizacije i sl.

Što se tiče pojedinih oblika ruralnog turizma svakako se izdvajaju vinski turizam, gastronomski turizam i agroturizam kao posebno zanimljivi oblici turizma za baranjsko podneblje. Navedeni su oblici turizma atraktivni i na razini cijele Hrvatske te pokazuju povoljne trendove razvoja za budućnost (Bartoluci i dr., 2016) što izuzetno odgovara baranjskoj ruralno – turističkoj ponudi. Vinski i gastroturizam su (prema riječima Mateja Perkušića,) na području Baranje u ekspanziji. Sve su etabliraniji na tržištu, ponuda za iste postaje sve šira, inovativnija i raznovrsnija, a sve je to popraćeno ranije navedenim kontinuiranom porastom smještajnih kapaciteta. Jednako tako, na primjeru rezultata provedene ankete u 4. poglavlju ovog rada, vidimo da su baranjski ruralno – turistički gastronomski i vinski proizvodi izuzetno prepoznatljivi među mladim turistima.

Mladi sve više vide ruralni turizam (prema riječima Mateja Perkušića,) kao spoj novog i starog, tradicionalnog i modernog. Čitava Europska unija se suočava s izazovom deruralizacije i odlazaka mladih ljudi sa sela, a u ruralnom se turizmu (adekvatno ukomponiranom u zelenu tranziciju s poljoprivredom) otvara mogućnost promjene imidža sela modernizacijom te posljedično i stvaranje gospodarskih preduvjeta za ostanak mladih na selu. Što se tiče zapošljavanja mladih, kao potencijalnih „motora“ razvoja ruralnog turizma, tu svakako treba istaknuti restorane i OPG-ove kao vrlo važna potencijalna i mladima atraktivna radna mjesta. Također treba spomenuti i trend „prenošenja zanata s koljena na koljeno“ odnosno postupnog preuzimanja značajnih ruralno – turističkih smještajnih objekata i restorana od strane sinova i kćeri dosadašnjih vlasnika, a kao primjer takvog trenda (prema riječima Mateja Perkušića) izdvaja se obitelj Bajo koja je vlasnik poznatog tradicionalnog baranjskog restorana „Baranjska kuća“ u Etno selu Karanac.

Dakle možemo zaključiti da su gastronomska i vinska ponuda izuzetno važne komponente ruralno – turističke ponude, no zanimljiv je i njihov odraz na baranjski ruralni prostor. U slučaju Baranje povezanost između vinske ponude i ruralnih turista se vidi u povezanosti baranjskog agrarnog potencijala u korist vinogradarstva i u turističkoj potražnji modernih ruralnih turista za prepoznatljivim baranjskim vinom. Samim time mnoge poznate manifestacije sadrže riječ „vino“ u sebi, kako bi primamili turiste prvenstveno vinskom ponudom

koja, između ostalog, otvara vrata i za neke druge komponente baranjske ruralno – turističke ponude. Primjerice vrlo često se na vinsku turističku ponudu nadovezuje i gastronomska ponuda. Gastronomska je ponuda odraz autentičnih tradicija lokalnog stanovništva i ona je koncipirana na produktima agrarnog iskorištavanja plodnog zemljišta i okoliša u svrhu ljudske prehrane, no s druge pak strane i ona doživljava brojne preinake u kontekstu turističke potražnje odnosno i gastronomska je ponuda (kao i vinska) postala svojevrsan tradicionalni i moderni brend baranjskog ruralnog turizma.

Odnos razvoja ruralnog turizma i gospodarske „revitalizacije“ prostora je nedvojbeno povezan s imidžem ruralnih naselja te samim time i imidžem ruralnog turizma kao svojevrsnom prilikom za demografsku (a samim time i gospodarsku) revitalizaciju baranjskih ruralnih naselja. Takav je proces dugotrajan i postupan, no uspješni primjeri u praksi postoje. Prema riječima Mateja Perkušića, slikovit primjer takvog dugotrajnog i postupnog procesa revitalizacije je upravo ruralno – turistička destinacija Istra gdje je ruralno – turistički zamah počeo već devedesetih godina dvadesetog stoljeća. Ono što svakako treba istaknuti su vidljivi tragovi već započete gospodarske i demografske revitalizacije na baranjskom području. Gospodarska i demografska revitalizacija očituje se u sve izraženijoj tendenciji povratka ljudi na selo iz grada. Prema riječima Mateja Perkušića, većina novotvorenih smještajnih kapaciteta je u velikoj mjeri otvoren od ljudi koji su iz Zagreba, Osijeka pa čak i Istre. Znatan dio novih pružatelja turističkog smještaja su ili OPG-ovi kao tradicionalniji oblik smještaja te ruralne vile kao moderniji oblik turističkih smještaja, a upravo postojanje nešto više ruralnih vila ukazuje i na nešto veću platežnu moć investitora u baranjski ruralni turizam. Upravo je platežna moć ulagača (ali i turista), ono što prema riječima Mateja Perkušića, predstavnika TZ Baranje, diferencira istarski ruralni turizam od baranjskog. I na to dodaje da je svaka ruralno – turistička destinacija ovisno o okolini odnosno u ovom slučaju o susjednim državama koji su u baranjskom slučaju (Srbija i Mađarska) nešto niže platežne moći od istarskog slučaja (Italija, Austrija, Slovenija). Stoga možemo zaključiti kako odrednice, obilježja i faktori razvoja ruralnog turizma Istre i Baranje stavljaju Istru u superiorniji položaj nad Baranjom u ruralno – turističkom kontekstu. Upravo iz tog položaja (uz smještenost Istre uz turistički atraktivno Jadransko more) i proizlaze navedene ključne razlike istarskog i baranjskog ruralnog turizma.

No ono što povezuje ove dvije ruralno turističke regije je iskorištavanj brojnih „pull“ faktora ruralnih naselja (a samim time i ruralnog turizma), a to je brendiranje ruralnih naselja kao „stress free oaze“ odnosno (prema riječima Mateja Perkušića) kao mirnije sredine smještene u netaknutoj prirodi daleko od gradske vreve i gužvi. Ruralna naselja kao „stress free oaze“

predstavljaju, i u istarskom i u baranjskom slučaju, odmor od ubrzanog gradskog načina života i nude ruralnim turistima odmor u autentičnom i tradicionalnom okruženju. Od takvog „stress free“ brendiranja profitira i lokalna ruralno – turistička scena s obzirom da je „stress free oaza“ potrebna uglavnom ljudima koji imaju nešto veću platežnu moć. Veća potražnja među turistima s većom platežnom moći rezultira unaprjeđenjem te proširivanjem postojeće ruralno – turističke ponude te utječe pozitivno i na imidž ruralne regije, a samim time omogućava i diversifikaciju i kvalitativno poboljšanje postojeće turističke ponude što rezultira privlačenjem većeg broja turista. Na taj način ruralni turizam uvelike mijenja prostor u kojem se nalazi i doprinosi ruralnoj revitalizaciji konstantno stvarajući nove prilike za uklapanje postojećih turistički neiskorištenih potencijala u ruralno – turističku ponudu Baranje i Istre.

U demografskom kontekstu važno je također spomenuti „feelgood osjećaj“ mladog domaćeg stanovništva u vezi ruralnih naselja vlastite regije i budućnosti. Ruralno – turistički potencijali, kao i njihova iskorištenost u kombinaciji s modernizacijskim promjenama prostornih značajki izazvanih procesom razvoja ruralnog turizma, predstavljaju vrlo važnu komponentu „feelgood osjećaja“. Ruralni turizam spaja postojeće vrednote ruralnog krajolika s modernim ekonomskim i modernizacijskim trendovima te čini ruralna naselja konkurentnima u usporedbi s gradovima i na taj način ima potencijal zadržati mlado stanovništvo na selu.

5. PERSPEKTIVA I MOGUĆNOSTI DALJNJEG RAZVOJA RURALNOG TURIZMA

5.1. Perspektiva i dodatne mogućnosti razvoja ruralnog turizma u Istri

Anketnu tvrdnju koja glasi jednako kao i naslov ovog poglavlja, 75% ispitanika ocijenilo je s 4 i 5 što znači da se u manjoj ili većoj mjeri 75% ispitanika ankete slaže da istarski ruralni razvoj ima budućnost te da su mogućnosti daljnjeg razvoja obećavajuće, povoljne i realne. S takvom se ocjenom perspektive ruralnog turizma Istre slaže i Denis Ivošević (predstavnik TZ Istre) o čemu se moglo više pročitati u prošlom poglavlju ovog rada.

Za omogućavanje daljnjeg razvoja ruralnog turizma važno je držati se unaprijed zacrtanih ciljeva po pitanju turističke djelatnosti čitavog istarskog prostora. Uporište razvojnih ciljeva ruralnog turizma za iduće dvije do tri godine nalaze se u dokumentu pod nazivom „Master plan turizma Istarske županije 2015-2025“. Na temelju Master plana vidimo da ruralni turizam ima značajnu prostornu, gospodarsku i demografsku ulogu za područje Središnje Istre (TZ Istarske županije, 2014) te možemo zaključiti kako bi upravo ruralni turizam mogao biti važan za budući razvoj te regije. Jednako tako važno je istaknuti kako veliku ulogu u daljnjem razvoju ruralnog turizma ima iskorištavanje već postojećih potencijala u vidu iskorištavanja pogodnosti ruralnog prostora Istre. Ponajviše se to tiče ruralno – poljoprivredne proizvodnje, koja je i prema mišljenju ispitanika u anketi, vrlo važna komponenta ruralno – turističke ponude Istre.

U navedenom dokumentu znakovito se spominje pokrajina Toscana kao uzor daljnjem i dosadašnjem razvoju ruralnog turizma Istre, a upravo je bogatu agroturističku ponudu Istra gradila po uzoru na toskanski model (Ružić, 2012) te ga upotpunila tradicionalnom istarskom gastronomskom, vinskom i manifestacijskom turističkom ponudom kako bi zadovoljila tržišne potražnje za istima. No treba također spomenuti kako postoje i razni drugi potencijali istarskog ruralnog turizma i to ponajviše u oblicima ruralnog turizma vezanim uz prirodne ljepote Istre te bogatu kulturno – povijesnu baštinu. Upravo bi takvi oblici ruralnog turizma mogli usmjeriti smjernice razvoja ruralnog turizma Istre ka dodatnoj diversifikaciji i kvalitativnoj nadogradnje ruralno – turističke ponude. Kao primjeri u razvijanju diversificirane oblike ruralno – turističke ponude na primjeru pretvorbe ruralnih bogatstava u moderne ruralno – turističke atrakcije koje će se adekvatno valorizirati, mogle bi poslužiti Francuska i Slovenija (Tubić, 2015). Pogotovo je intrigantan francuski primjer razvojnog puta ruralnog turizma koji se temeljio na uklapanju ruralnog identiteta u identitet čitavog francuskog naroda i samim time je došlo do brendiranja

autohtonosti ruralnog prostora kao važne značajke na razini države čime se otvara mogućnost koordiniranja postupaka državnih i lokalnih vlasti po pitanju ruralnog razvoja i samim time i ruralne revitalizacije u svakom smislu.

Od oblika ruralnog turizma za koje postoji velik potencijal za razvoj (a takvih je zaista mnogo) izdvajaju se: rezidencijalni, avanturistički i kamping turizam (Rajko, 2013). Ta su nam tri oblika turizma vrlo važna za ruralno – turističku budućnost Istre upravo iz razloga što se nadovezuju na neke komponente turističke potražnje koje će biti od velikog značaja u bliskoj i daljoj budućnosti. Rezidencijalni oblik turizma tiče se ranije spomenute tendencije „povratka na selo“ ljudi koji žive u gradu i kojima ubrzani gradski život s vremena na vrijeme izaziva napor. Upravo u takvoj turističkoj potražnji profilira se ranije spomenuta i elaborirana autohtonost ruralne Istre kao destinacije za odmor. Takav oblik ruralnog turizma mogao bi biti popularan među populacijom zrele i starije dobi s obzirom da je kod njih izražena potražnja za nešto „mirnijim“ oblicima turizma. S druge pak strane avanturistički turizam tiče se valorizacije poprilično dinamičnog istarskog reljefa u svrhu avanturizma i kao takav je viđen kao oblik turizma usmjeren ka mladoj populaciji koji svoje slobodno vrijeme više usmjeravaju na zabavu nego na odmor. Taj bi avanturistički turizam mogao doprinijeti iskorištavanja mnogih prirodno – geografskih blagodati ruralnog pejzaža Istre. I na kraju treba svakako spomenuti oblik turizma u ruralnom prostoru koji obuhvaća i mlade i stare, a koji se također tiče potencijala očuvane prirode. Radi se o kamping turizmu koji je već otprije uvelike popularan u ruralnoj i primorskoj Istri, a jedna od velikih prednosti takvog oblika turizma je zasigurno sloboda kretanja i mobilnosti odnosno mogućnost da se ovaj oblik ruralnog turizma prenese na gotovo bilo koji dio bogatog ruralnog prostora Istre.

Vrlo važna komponenta budućeg razvoja ruralnog turizma (posebice u kontekstu ruralnog razvoja) vezana uz turističku potražnju jest tržišna konkurentnost. Konkurentnost na tržištu je uvjetovana brojnim faktorima, a jedan je i kvaliteta ruralno – turističke ponude. Netom navedeni oblici turizma nude određenu vrstu iskustva koje se zbiva u idiličnom ruralnom pejzažu netaknute prirode i/ili tradicijskog ambijenta, a koje je vrlo popularna komponenta turističke potražnje u modernom turizmu (Grgić i dr., 2015). I baš zato bi se ruralni prostor Istre osim bogatstva raznim atrakcijama, mogao iskoristiti za stvaranje turističke ponude bazirane na „ruralnom iskustvu“. S obzirom da je istarski reljef dinamičan, ta ponuda može biti izuzetno heterogena i samim time i komercijalno sveobuhvatna te na taj način privući velik broj domaćih i stranih uzrasta.

5.2. Mogućnosti razvoja ruralnog turizma u Baranji na primjeru istarskog modela

Prema riječima Mateja Perkušića, predstavnika TZ Baranje, Istra je uzor Baranji po pitanju razvoja ruralnog turizma i dodaje da to također ne znači da Baranja želi biti kopija Istre već da se Baranja ističe autentičnošću vlastite ruralno – turističke ponude koju planira razvijati inspirirana idejama i uspješnom praksom u ruralnoj Istri. Baranja se, kao Istra, izdvaja od svoje okoline (Istra u odnosu na Kvarner i Dalmaciju, Baranja u odnosu na Slavoniju) upravo pomoću netom spomenute autentičnosti vlastite tradicije koja dodatno dolazi do izražaja brendiranjem ruralno – turističke ponude.

Baranja se kao mikrodestinacija drži nacionalne strategije, a za percipiranje budućih trendova baranjskog ruralnog turizma vrlo je važan i Master plan turizma Osječko – baranjske županije. Master plan je važan jer se iz njega može jasno uvidjeti strateški kontekst razvoja ruralnog turizma koji je od krucijalnog značenja za budućnost, između ostalog, i baranjskog ruralnog turizma. Master planom je dodatno naglašeno iskorištavanje postojećih prirodnih resursa, iskorištavanje marketinškog potencijala (između ostalog i Baranje) kao mistične i neistražene ruralno – turističke destinacije te iskorištavanje dodatnih mogućnosti po pitanju privlačenja privatnih investicija te korištenja EU fondova za potrebnu nadogradnju ruralno – turističke (TZ Osječko – baranjske županije, 2017). Sve navedene stavke izvedive su samo i isključivo uz pomoć i koordinaciju svih dionika ruralnog turizma – lokalnih vlasti, kreatora turističke ponude i turističkih djelatnika, a upravo su (prema riječima Mateja Perkušića,) ta koordinacija i složno djelovanje svih dionika ključni razlozi od razvijenog ruralnog – turizma Istre.

Za ruralno – turističku ponudu je vrlo važno poznavati dodatne potencijale i eventualne nedostatke razvoja ruralnog turizma. Zbog toga je zanimljivo promotriti rezultate TOMAS kvantitativnih istraživanja iz 2013. godine. TOMAS istraživanja obuhvaćaju podatke dobivene osobnim intervjuom s turistima, a koriste ga mnoge turističke zajednice. Godina 2013. je za ovaj rad relevantna i zanimljiva s obzirom da je provedena prije velikog uzleta ruralnog turizma u Baranji koji je počeo 2016.godine.

Godine 2013. je dakle, prema TOMAS-ovom istraživanju, potražnja turista za autentičnim turističkim i drugim proizvodima porasla baš kao i interes inozemnih turista za hrvatsku kulturnu baštinu, a s druge strane vidljiva je nezadovoljstvo inozemnih gostiju

generalnom raznolikošću turističke ponude (Strategija razvoja kulturnog turizma, Institut za turizam, Zagreb, 2003). Baranjski je ruralni turizam, unatoč tome što je Baranja mikrodestinacija, integrativnog karaktera odnosno baranjska ruralno – turistička ponuda obuhvaća više oblika turizma koji se nadovezuju jedan na drugi. Ti oblici turizma koegzistiraju u baranjskom ruralnom turističkom prostoru na način da jedna vrsta ruralnog turizma nadopunjuje drugi. Upravo ta integrativnost je najbolji način za sintetiziranje cjelokupne baranjske ruralne tradicije, koja je neodvojivi dio kulturne baštine kontinentalne Hrvatske, i plasiranje iste na turističko tržište u obliku autentičnog ruralno – turističkog iskustva. Takvo obilježje baranjske ruralno – turističke ponude u vidu pretvorbe tradicije u autentični ruralno – turistički proizvoda jamac je dugoročnog uspjeha baranjskog ruralnog turizma, a po sličan „modus operandi“ razvoja na temelju integrativnosti više oblika turizma imala je i ruralna Istra na svom razvojnom putu.

Vrlo važan razvojni preduvjet ruralnog turizma Istre bio je i povoljan prometni položaj (elaboriran u poglavlju 3.3.1), koji je direktna posljedica povoljnog prometnog položaja posebice u kontekstu blizine Jadranskog mora. Nešto manje povoljan (ali daleko od toga da se može nazvati nepovoljnim) prometni položaj ima Baranja, no razvoj tranzitnog turizma je svejedno prisutan. U praksi je to vidljivo na primjerima nešto većeg broja turista iz Poljske koji su (prema riječima Mateja Perkušića) „otkrili“ Baranju upravo putem prednosti tranzitnog turizma na putu do Jadrana te su česti ljetni gosti u Baranji. Dodatne mogućnosti eksploatacije smještenosti na putu između zemalja Istočne Europe i dijela zemalja Srednje Europe prema Jadranskom moru bit će povećane završetkom izgradnje koridora Vc u BiH koji povezuje Baranju i Jadransko more.

Prema rezultatima anketa provedenih u svrhu ovog diplomskog rada (rezultati ankete su detaljnije elaborirani u 3.poglavlju) Baranja je prepoznatljiva gastronomska i vinska turistička destinacija i ako to usporedimo s Istrom jasno vidimo da su gastronomska i vinska ponuda ono što i Baranju i Istru čini prepoznatljivom kod ispitanika. Prednosti navedena dva oblika ruralnog turizma leže u tome što se, uz određenu dozu kreativnosti te zadržavanja autohtonosti, gastroponuda i vinska ponuda mogu kvalitativno unaprijediti i mijenjati u skladu sa zahtjevima turističke potražnje. Ta fleksibilnost, koju Istra i Baranja kao ruralno – turističke destinacije imaju, donosi gastronomskim i vinskim ruralno – turističkim destinacijama svijetlu budućnost s obzirom da se mogućnost zasićenja turista gastronomskom i vinskom ponudom samim tim smanjuje.

Osim gastroturizma i vinskog turizma treba svakako istaknuti da postoji potencijal za neke druge oblike ruralnog turizma. U tu skupinu svakako spadaju komponente ruralno –

turističke ponude koje se tiču netaknute prirode. U anketi provedenoj u svrhu diplomskog rada jasno je vidljiva prepoznatljivost potencijala Baranje za iskorištavanje ruralnog turizma koji se bazira na očuvanom okolišu, a ruralni je prostor upravo iz tih razloga zanimljiv i gradskom stanovništvu radi rekreacije i odmora u ruralnim stress free oazama“ (Demonja i Ružić, 2010). Istra ruralno – turističko potencijal očuvane prirode i netaknutog okoliš valorizira kroz kamping turizam koji se nadovezuje na već postojeća agroturistička domaćinstva u sklopu kojih se popularna gastronomska i vinska ponuda može kombinirati i sa uživanjem u prirodi. U Baranji potencijal za iskorištavanje netaknute prirode nedvojbeno postoji, doduše ne kroz kamping turizam već kroz „proširenu ponudu agroturizma“. Najpoznatiji baranjski primjeri uspješne prakse su OPG „Sklepić“ iz Karanca i OPG „Mario Romulić“ u Bilju koji u sklopu svoje ruralno – turističke ponude nude svojim turistima upravo ruralnu idilu u obliku netaknute prirode.

Jednako važan način iskorištavanja prirode u turističke svrhe u Baranji jest PP Kopački rit, a koji je dugo vremena slovio kao najvažnija turistička atrakcija baranjske turističke ponude. PP Kopački rit jest dakle sam po sebi izuzetno vrijedan za turizam ovog područja, no njegova vrijednost se očituje i u povezanosti s jednim modernijim oblikom turizma u Baranji. Riječ je o cikloturizmu. Cikloturizmu pogoduju brojni trenutno dominantni turistički i društveni trendovi poput čežnje turista za netaknutom prirodom, svijesti o štetnosti ispušnih plinova za prirodu i posljedično i sve veće korištenje bicikala kao prijevoznih sredstava (Kovačić i Ivek, 2022). U Baranji je cikloturizam, kao „nadopuna“ te ujedno i stimulans razvoja turističke ponude PP Kopačkog rita i agroturističke ruralne ponude, primarno percipiran kroz prijer uspješne prakse zvan „Dunavska biciklistička ruta“ koja se proteže uz rijeku Dunav kroz Hrvatsku i Srbiju te je dio šire europske biciklističke trase (Demonja i Ružić, 2010). Takav oblik turizma moderan je i privlačan i domaćim i stranim turistima te otvara brojne mogućnosti za ruralno – turističke inovacije u svrhu upotpunjavanja cikloturističke ponude, a takav je oblik turizma ne samo prisutan u Istri, već je dosegao visok stupanja razvijenosti u kontekstu Mediteranske rute i Baltik – Adria biciklističke rute (Istra.hr).

Ono što svakako treba istaknuti u kontekstu ruralnog turizma Baranje, a što bi Baranji moglo pomoći u daljnjem razvoju, jest svakako potencijalna buduća prisutnost stranih investicija. Prema riječima Mateja Perkušića, jedna od najvećih prepreka u privlačenju kapitala jest izuzetno kompleksna administrativna procedura u slučaju ulaganja, no ipak s druge strane istaknuo je kako interesa za strana ulaganja ima i naveo intrigantan primjer (nažalost) ipak nerealiziranog ulaganja za izgradnju golf terena u Baranji preko 70 hektara baranjskog zemljišta. Ulaganja većeg kapitala u ruralni turizam bilo koje regije moguć je samo kroz brendiranje ruralno – turističke destinacije

kao potencijalne dugoročne, vrijedne i profitabilne investicije, a po pitanju toga baranjski ruralno – turistički dionici definitivno rade dobar posao i u budućnosti se, s daljim zamahom razvoja ruralnog turizma, opravdano mogu očekivati brojne investicijske ponude. Od oblika ruralnog turizma kao neiskorišteni potencijali kojim bi neki investirani kapital donio razvojni zamah izdvajaju se konjički turizam te ranije opisani i elaborirani oblici turizma koji su vezani uz netaknutu prirodu.

Vrlo važna varijabla ruralnog turizma jest stanovništvo koje živi u nekoj ruralno – turističkoj regiji odnosno involviranost tog stanovništva u ruralno – turističkim zbivanjima. Kod ruralne Istre je, barem prema ispitanicima iz ankete provedene u sklopu ovog diplomskog rada, stanovništvo poprilično involvirano u kreiranju ruralno – turističke ponude, dok kod Baranje vidimo drugačiju situaciju. Takva bi situacija mogla biti rezultat, u ovom radu već elaboriranog, ranijeg početka razvoja ruralno – turističke destinacije Istre odnosno kasnijim ruralno – turističkim razvojem Baranje. Kasnijim razvojem u Baranji, lokalna ruralno – turistička ponuda još uvijek nije dosegla stadij razvoja u kojem se ostvaruje jedan od važnih ciljeva ruralnog turizma – ruralni turizam još uvijek nije postao glavni pogon i stimulator ostalih razvijenosti, no ukoliko bi Baranja slijedila razvojne obrasce Istre opravdano je vjerovati da bi se takva situacija promijenila na bolje.

No, unatoč takvom trendu treba istaknuti kako nezahvalni vanjski faktori, koji su utjecali na razvoj ruralnog turizma zadnjih dvije do tri godine, nisu u većoj mjeri poremetili ritam funkcioniranja baranjskog ruralnog turizma. Prema riječima Mateja Perkušića, Baranja je „preživjela“ razdoblje ekonomskih udara na gospodarstvo zbog epidemija koronavirusa. Broj stranih turista, kao i broj noćenja, vraća se na stare brojke prije korone, a ruralno – turističke manifestacije održavaju se u istom intenzitetu kao i ranije. Ono što veseli jest nešto veća potražnja za iste događaje s obzirom da se kod turista željnih ruralnih manifestacija samo pojačala želja za sudjelovanje u istima.

Zaključno treba reći kako je utjecaj ruralnog turizma Istre i Baranje na prostorne, gospodarske i demografske značajke je gotovo pa isključivo pozitivan. Brojne prostorne značajke se mijenjaju pod utjecajem razvoja ruralnog turizma, a tragovi promjena ipak su nešto vidljiviji u Istri s obzirom na već ranije navedene prednosti u odnosu na Baranju po pitanju razvojnih preduvjeta. S druge pak strane, s obzirom da Baranja slijedi razvojni put Istre, uskoro se može očekivati da i Baranja nastavi iz godine u godinu ruralno – turistički „rasti i sazrijevati“. S druge pak strane treba istaknuti kako i ruralni turizam Istre još uvijek ima neke neiskorištene potencijale

(što je vidljivo i na rezultatima ankete provedene u sklopu ovog diplomskog rada) i samim time i znatno izražen potencijal za daljnji rast i razvoj. Uzevši u obzir sve ranije napisano možemo s pravom reći kako je mogućnost razvoja ruralnog turizma u Baranji po primjeru istarskog modela, ne samo izvediva, već i realistična. Sudeći po izuzetno povoljnim turističkim trendovima Istre i po povoljnim trendovima koji se tiču njene „učenice“ Baranje, Baranji se može predvidjeti daljnji kontinuirani nastavak razvoja kao primamljive, mistične i atraktivne ruralno – turističke destinacije, a u nešto daljoj budućnosti možemo očekivati da ruralni turizam postane gospodarski pokretač revitalizacije baranjskog ruralnog prostora.

6. ZAKLJUČAK

6.1. Referiranje na hipoteze

a) Odrednice, obilježja i faktori razvoja ruralnog turizma Istre i Baranje stavljaju Istru u superiorniji položaj nad Baranjom u ruralno – turističkom kontekstu;

Ova je hipoteza potvrđena. Istra je s procesom razvoja ruralnog turizma počela znatno ranije nego Baranja zbog spleta raznih povijesnih i gospodarskih okolnosti, a treba spomenuti kako i Istra ima nešto veću raznolikost ruralno – turističke ponude od Baranje zbog raznih prirodnih i društvenih obilježja prostora. Ovu su nam hipotezu potvrdili podaci prikupljeni iz anketnih upitnika koji jasno ukazuju na nešto veću prepoznatljivost istarskog ruralnog turizma kod mladih u odnosu na Baranju. Konačno, u i nalazi intervjua, iako ne služe za potvrđivanje hipoteza, održavaju gotovo identična mišljenja.

b) Ruralni turizam Baranje je već sada turistički i tržišni prepoznatljiv kao i ruralni turizam Istre.

Ova hipoteza nije potvrđena. Uzevši u obzir podatke dobivene anketiranjem i podatke dobivene intervjuima s predstavnicima TZ Baranje i TZ Istre te stavivši iste u kontekst teza i podataka dobivenih iz analize literature, ne može se potpunom sigurnošću reći da baranjski ruralni turizam ima potencijal biti turistički i tržišni prepoznatljiv kao i ruralni turizam Istre. Baranjski ruralni turizam zasigurno ima velik turistički potencijal koji će biti obrađen u zasebnoj hipotezi i svakako je već poprilično tržišno etabliran, no istarski ruralni turizam je i dalje nešto turistički i tržišno prepoznatljiviji.

c) Utjecaj ruralnog turizma Istre i Baranje na prostorne, gospodarske i demografske značajke je pozitivan i međusobno vrlo sličan

Ova je hipoteza potvrđena. Ruralni turizam je u ruralnoj Istri i Baranji, kao i u čitavoj Europi, vrlo važan impuls za gospodarski razvoj ruralnih područja čime dolazi do željenih i potrebnih prostornih i demografskih promjena. Ruralni turizam u obje regije donosi modernizaciju komunalne i ruralno – turističke infrastrukture što znatno doprinosi demografskoj situaciji regije na način da tu regiju čini primamljivijom za život mladom stanovništvu. Takav intenzitet razvoja ruralnog turizma znatno utječe i na imidž regije u kontekstu percepcije navedenih regija kao „ruralno – turističkih“ umjesto agrarnih.

d) Perspektiva i dodatne mogućnosti razvoja ruralnog turizma u Istri su obećavajuće, povoljne i realne;

Ova je hipoteza potvrđena. Istarski ruralni turizam izuzetno je turistički i tržišno prepoznatljiv, a temelji razvoja istarskog ruralnog turizma utemeljeni su na održivom razvojnom modelu. Turistički dionici, koji sudjeluju u ruralnom turizmu Istre, aktivno prate svjetske turističke trendove i prilagođavaju izuzetno bogatu ruralno – turističku ponudu istima i to na način da se pritom ne izgubi autohtonost istarskog ruralnog prostora.

e) Mogućnost razvoja ruralnog turizma u Baranji po primjeru istarskog modela realistična je i izvediva.

Ova je hipoteza potvrđena. Baranjski ruralni turizam zasigurno ima velik potencijal koji bi se (prema mišljenju ispitanika iz ankete i predstavnika TZ Baranje) razvio daljnjim ulaganjem u „brendiranje“ Baranje kao ruralno – turističke destinacije, a koje bi bilo praćeno adekvatnim ulaganjima u ruralno – turističku infrastrukturu. Upravo takvim potrebama razvoja ruralnog turizma Baranje odgovara istarski model koordinacije javnog i privatnog sektora u svrhu efikasnog razvoja ruralnog turizma. S obzirom na baranjsko bogatstvo turističkim potencijalom te s obzirom na brojne postojeće efikasne primjere iz prakse u ruralnoj Istri, Baranja ima potencijal razvijati se po istarskom modelu i tako se intenzivno nastaviti razvijati kao ruralno – turistička regija.

6.2. Opći zaključci

Uspješno iskorištavajući svoju izuzetno raznoliku turističku resursnu osnovu, Baranja i Istra postale su (kao regije) uspješni primjeri razvoja ruralnog turizma u Hrvatskoj i uspješni „primatelji“ svih onih prostornih, gospodarskih i demografskih promjena koje ruralni turizam daje ruralnom prostoru, a koje su tom ruralnom prostoru prijeko potrebna za revitalizaciju. Oba su primjera ruralnog turizma tržišno i turistički prepoznatljiva na razini RH, dok je istarski ruralni turizam prepoznatljiv i na razini Europe. Baranjski ruralni turizam je još uvijek u stadiju razvoja, no upravo bi istarski ruralno – turistički razvojni model mogao biti održivi praktični primjer i buduća okosnica razvoja te djelatnosti i stimulans svih potrebnih prostornih, gospodarskih i demografskih promjena u ruralnom prostoru Baranje.

IZVORI I LITERATURA:

Literatura:

1. Bartoluci, M.. 2013: *Upravljanjem razvoja turizma i poduzetništva*. Školska knjiga, Zagreb.
2. Bartoluci, M., Hendija, Z., Petračić, M., 2016. Pretpostavke održivoga razvoja ruralnoga turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj”, *Acta Economica et Turistica*, 1(6), 141-157. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/160095> (Datum pristupa: 19. 7. 2022.)
3. Bartoluci, M., Starešinić, Z., Franić, D.M., Bartoluci, F., 2018: Sredstva EU fondova u funkciji razvoja ruralnog turizma u Hrvatskoj, *Acta Economica Et Turistica*, 4 (1), 63-78. DOI: <https://doi.org/10.1515/aet-2018-0005> (Datum pristupa: 19. 7. 2022.)
4. Cawley, M., i Desmond A. G., 2008: "Integrated rural tourism:: Concepts and Practice." *Annals of tourism research*, 35 (2): 316-337. DOI: 10.1016/j.annals.2007.07.011
5. Curić, Z., Glamuzina, N. i Opačić V. T., 2012: Contemporary Issues in the Regional Development of Tourism in Croatia. *Hrvatski geografski glasnik* 74 (1): 19-40.
6. Čavrak, Vladimir., 2003: "Održivi razvoj ruralnih područja Hrvatske, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu 1 (1) : 61-77. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/26171> (Datum pristupa: 1. 8. 2022.)
7. Defilippis, J., 2005: Hrvatska u ruralnom prostoru Europe , *Sociologija i prostor*, 43(4), str. 823-836. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/33389>
8. Demonja D., i Ružić, P., 2010: *Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima*, Institut za međunarodne odnose, Zagreb
9. Đedović, L., Smolčić Jurdana, D., Soldić Frleta D., 2018. Obilježja turizma u ruralnom prostoru, 4. međunarodni kongres o ruralnom turizmu, *Zbornik radova*, 220 – 229.
10. Grgić, I., Zrakić, M., Gudelj Velaga, A., 2015: Agroturizam u Republici Hrvatskoj i nekim državama Europske unije, *Agronomski glasnik*, 77 (1-2), 61-74. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/152901> (Datum pristupa: 3. 8. 2022.)
11. Gržinić, J., 2018: *Turizam i razvoj- rasprava o globalnim izazovima*, Sveučilište Jurja Dobrile, Pula.
12. Hajdaš Dončić, S. ; Štefanec, P., 2006: *Agroturizam*. Matis, Pregrada.
13. Jakopčić, L. 2020: *Baranja – život na rubu*, Osječko – baranjska županija, Osijek.

14. Jelinčić, D.A., 2007: Agroturizam u europskom kontekstu, *Studia ethnologica Croatica*, 19 (1), str. 269-289. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/22137> (Datum pristupa: 4. 8. 2022.)
15. Knowd, I, 2001: *Exploring the Phenomenon of Rural Tourism and Tourism's Interaction with Host Rural Communities, Rural Tourism: Panacea and Paradox School of Environment and Agriculture*, University of Western Sydney.
16. Kovačić, N., i Ivek, T., 2022: Razvoj destinacije cikloturizma iz perspektive lokalnih dionika, *Acta turistica*, 34(1), str. 7-49. <https://doi.org/10.22598/at/2022.34.1.7>
17. Krešić, D., 2007: 'Faktori atraktivnosti turističkih destinacija u funkciji korektnosti, *Acta turistica*, 19(1), str. 45-82. <https://hrcak.srce.hr/76305>
18. Križman Pavlovc, D., Živolić S., 2008: Upravljanje marketingom turističke destinacije: Stanje i percepcije u Republici Hrvatskoj. *Ekonomski istraživanja*, 21 (2), 99-113. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/38173> (Datum pristupa: 19. 8. 2022.)
19. Kušen.E., 2002. *Turistička atrakcijska osnova*. Znanstvena edicija instituta za turizam, Zagreb.
20. Lukić, A., 2010: O teorijskim pristupima ruralnom prostoru. *Hrvatski geografski glasnik*, 72(2), 49-75. <https://doi.org/10.21861/hgg.2010.72.02.03>
21. Lukić, A., 2000: Ruralni turizam - čimbenik integralnog razvitka ruralnog prostora Hrvatske : od mašte do stvarnosti, *Geografski horizont*, 46 (1/2), 7-31.
22. Lukić, A., 2002: Turizam na seljačkim gospodarstvima u Hrvatskoj, *Dela* 17, str. 214-229.
23. Lukić, A. i Zupanc, I. , 2005: Ruralni prostor kao proizvod: "nova" slika unutrašnje Istre. U: Ilić, M. (ur.) Problemi regionalnog razvoja Hrvatske i susjednih zemalja.
24. Magaš, D., 2013: *Geografija Hrvatske*, Meridijani, Zadar
25. Pamuković, A., Dorbić, B., Radeljak, M., 2016: Iskustvo i praksa razvoja agroturizma u Europi te njegov utjecaj na Hrvatsku, *Agronomski glasnik*, 78 (1), 51-64. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/169581> (Datum pristupa: 1. 8. 2022.)
26. Pavlić, I. , 2004: Suvremene tendencije u razvoju svjetskog turizma i globalizacijski procesi, *Naše more*, 51(5-6), 214-226. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/8441> (Datum pristupa: 20. 7. 2022.)
27. Petrić, L., 2006: Izazovi razvoja ruralnog turizma: dosadašnja praksa u Europi reperkusije na Hrvatsku, *Acta Turistica* 18 (2), 138-170.
28. Ružić, P., 2011: *Ruralni turizam Istre : pretpostavke i činitelji razvoja, stanje i perspektiva*, Institut za poljoprivredu i turizam, Pula.

29. Ružić, P., i Medica, I., 2010: Tradicijski seoski identitet Istre – njegovo prepoznavanje i uključivanje u turistički proizvod, *Sociologija i prostor*, 48(3 (188)), str. 479-504.
Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/67298> (Datum pristupa: 20. 8. 2022.)
30. Šolman, S., 2010: Uloga cestovnog prometa u turizmu Hrvatske , *Acta turistica nova*, 4(2), 231-246. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/107018> (Datum pristupa: 1. 7. 2022.)
31. Šterc, S., i Komušanac, M., 2013: Suvremeni teorijsko-koncepcijski razvoj geografije u Hrvatskoj, *Hrvatski geografski glasnik*, 75(1), str. 71-88.
32. Tubić, D., 2015: *Model razvoja ruralnog turizma Kontinentalne Hrvatske*. Doktorska disertacija. Ekonomski fakultet Sveučilišta J.J. Strossmayer u Osijeku.
33. Tubić, D., 2019: *Ruralni turizam : od teorije do empirije*. Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici, Virovitica.
34. UNWTO, UN World Tourism Organisation, 2004: *Rural Tourism in Europe: Experiences, development and perspectives*. Madrid.
35. Woods, M., 2005: *Rural Geography: Processes, Responses and Experiences in Rural Restructuring*, Sage Publications Ltd, London

Izvori:

36. Agencija za ruralni razvoj Istre, O Istri: <http://www.azrri.hr/index.php?id=50>, (9.6.2022.)
37. Državni zavod za statistiku, 2022: Program publiciranja: Turizam, kumulativni podaci u 2021, www.dzs.hr , (21.5.2022.)
38. Dokonal T., 2021: Bina Istra: počela miniranja na ulazima druge cijevi tunela Učka <https://www.mineral.com.hr/6143/Bina-Istra-Pocela-miniranja-na-ulazima-druge-cijevi-tunela-Ucka>
39. Getto, I., 2022: Otvaraju se smještajni kapaciteti: U Baranji je više od tisuću kreveta, <http://www.glas-slavonije.hr/486406/4/Otvaraju-se-smjestajni-kapaciteti-U-Baranji-je-vise-od-tisucu-kreveta> (21.5.2022.)
40. HGK, 2020: Regionalni aspekt turističke sezonalnosti
41. Istra.hr: Istarska kuhinja, <https://www.istra.hr/hr/gourmet/istarska-kuhinja> (9.6.2022.)
42. Istra.hr: Spilje, pećine jame: Jama Baredine, Nova Vas, <https://www.istra.hr/hr/dozivljaji/kultura/spilje-pecine-jame/jama-baredine-nova-vas> (9.6.2022.)

43. Istra.hr: Turizam u ruralnom (središnjem) dijelu Istre, <https://www.istra-istria.hr/hr/ustrojstvo/zupanijski-ustroj/upravna-tijela/upravni-odjel-za-turizam/programi-i-projekti/razvojni-projekti-u-turizmu/turizam-u-ruralnom-sredisnjem-dijelu-istre/> (9.6.2022.)
44. Istarska enciklopedija: klima, <http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=1369> (10.6.2022.)
45. Istarska županija, 2020: Cestovni promet, <http://www.istraistria.hr/index.php?id=461> (9.6.2022.)
46. Istra.hr: Priopćenja: Objavljen portal cikloturizam.hr, <https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/priopcenja/2436> (10.6.2022.)
47. Katalog Turističke zajednice Istre, 2019: Istra Countryside – Odmor u zelenoj Istri <https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/priopcenja/arhiva-2008-09/1682> (9.7.2022.)
48. Lokalna akcijska grupa Baranja, 2014: Lokalna razvojna strategija, <http://www.lagbaranja.hr/lag/images/dokumenti/LRS-2014-2020-LAG-Baranja.pdf> (9.6.2022.)
49. Ruralkoncept.hr: Kuće za odmor i smještaj u Istri, <http://www.rural-koncept.hr/hr/destinacije/istra/ruralna-istra/smjestaj/> (9.8.2022.)
50. Strategija razvoja kulturnog turizma, 2003: Od turizma i kulture do kulturnog turizma, Institut za turizam, Zagreb.
51. Trgovačko društvo „Kneževi parkovi“, 2020: <https://www.knezevi-parkovi.hr/>
52. Turistička zajednica Baranje: Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista 2016. – 2021. godine, <http://www.tzbaranje.hr/> (11.8.2022.)
53. Turistička zajednica Baranje: Turistički promet po podvrsti objekta 2016. – 2021. godine, <http://www.tzbaranje.hr/> (11.8.2022.)
54. Turistička zajednica Bilje: Program rada turističke zajednice općine Bilje – Kopački Rit s financijskim planom za 2022.godinu , <https://tzo-bilje.hr/> (11.8.2022.)
55. Turistička zajednica Istarske županije: Dolasci i noćenja turista na obali i u unutrašnjosti Istre 2016. – 2021. godine, <https://www.istra.hr/hr> (11.8.2022.)
56. Turistička zajednica Središnje Istre: Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista 2017. – 2021. godine, <https://www.central-istria.com/> (11.8.2022.)
57. TZ Istarske županije, 2014: Master plan turizma Istarske županije
58. TZ Osječko – baranjske županije, 2017: Masterplan razvoja turizma za Osječko-baranjsku županiju, Osijek.

59. Zavod za prostorno uređenje Istarske županije, 2012: Izvješće o stanju u prostoru Istarske županije 2013.-2016. <http://www.zpuiz.hr/index.php?id=2192> (10.6.2022.)

POPIS PRILOGA:

Popis slika:

- Sl. 1. Teritorijalni ustroj i administrativna sjedišta Istarske županije2
- Sl. 2. Topografski prikaz područja LAG-a Baranje3
- Sl. 3. Ocjena elemenata turističke potražnje koji su poticali nastanak globalizacijskih procesa9
- Sl. 4. Ključni elementi za upravljanje ruralnim turističkim destinacijama10
- Sl. 5. Elementi ruralnog turizma.....11
- Sl. 6. Prikaz profila ruralnog turista13
- Sl. 7. Udio pojedinog mjeseca u ukupnim noćenjima cijele godine u Istarskoj županiji, prosjek 2016-2018, u %.....15
- Sl. 8. Oblici ruralnog turizma16
- Sl. 9. Usporedni pregled sadašnjeg i budućeg razvoja pojedinih vrsta i oblika turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj prema istraživanju u 2015.godine.....18
- Sl. 10. Segmentirani prikaz pretpostavki razvoja ruralnog turizma u Istri.....21
- Sl. 11. Elementi seoskog identiteta.....22
- Sl. 12. Strateški ciljevi, prioriteti, mjere i tipovi operacija Lokalne razvojne strategije za razdoblje od 2014. do 2020. i prijelazno razdoblje 2021. i 2022.26
- Sl. 13. Klimatska karta istarske županije.....31
- Sl. 14. „Istarski ipsilon“.....33
- Sl. 15. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista na području u domeni TZ Bilje za 2020. i 2021. godinu44
- Sl. 16. Izvori informiranja ispitanika za ponudu ruralnog turizma u Istri46
- Sl. 17. Razlozi ispitanika za odlazak na ruralno – turističko putovanje u Istru.....48

- Sl. 18. Prijedlozi ispitanika za poboljšanje ruralnog turizma u Istri.....53
- Sl. 19. Ocjena i stav ispitanika o prepoznatljivosti Istre kao ruralno – turističke regije na prostoru Republike Hrvatske61
- Sl. 20. Izvori informiranja ispitanika za ponudu ruralnog turizma u Baranji.....63
- Sl. 21. Razlozi ispitanika za odlazak na ruralno – turističko putovanje u Baranju64
- Sl. 22. Prijedlozi ispitanika za poboljšanje ruralnog turizma u Baranji68
- Sl. 23. Ocjena i stav ispitanika o prepoznatljivosti Istre kao ruralno – turističke regije na prostoru Republike Hrvatske76

Popis tablica:

- Tab. 1. Marketinško vrednovanje turističkih resursa ruralno – turističke destinacije Istre28
- Tab. 2. Marketinško vrednovanje turističkih resursa ruralno – turističke destinacije Baranje29
- Tab. 3. Usporedba noćenja turista u unutrašnjoj i obalnoj (primorskoj) Istri36
- Tab. 4. Dolasci turista na području koje pokriva TZ Središnja Istra37
- Tab. 5. Noćenja turista na području koje pokriva TZ Središnja Istra37
- Tab. 6. Pet najposjećenijih vrsta smještajnih objekata za 2021.godinu u Baranji41
- Tab. 7. Smještajni kapaciteti Općine Bilje41
- Tab. 8. Dolasci domaćih i stranih turista na području u domeni TZ Baranje od 2016. do 2021. godine43
- Tab. 9. Noćenja domaćih i stranih turista na području u domeni TZ Baranje od 2016. do 2021. godine43
- Tab. 10. Noćenja domaćih i stranih turista na području u domeni TZ Bilje od 2016. do 2021. godine44
- Tab. 11. Ocjene i stavovi ispitanika o prepoznatljivosti obilježja ruralnog turizma u Istri49
- Tab. 12. Ocjene i stavovi ispitanika o najvećim prednostima ruralnog turizma Istre u odnosu na druga područja Hrvatske.....50
- Tab. 13. Ocjene i stavovi ispitanika o najvećim nedostacima ruralnog turizma Istre u odnosu na druga područja Hrvatske51

- Tab. 14. Ocjene i stavovi ispitanika o izraženosti elemenata atraktivnosti turističke destinacije Istre – 1.dio54
- Tab. 15. Ocjene i stavovi ispitanika o izraženosti elemenata atraktivnosti turističke destinacije Istre – 2.dio55
- Tab. 16. Ocjene i stavovi ispitanika o prepoznatljivosti istarskih gastronomskih proizvoda56
- Tab. 17. Ocjene i stavovi ispitanika o ponuđenim tvrdnjama vezanim uz istarski ruralni turizam59
- Tab. 18. Ocjene i stavovi ispitanika o prepoznatljivosti obilježja ruralnog turizma u Baranji65
- Tab. 19. Ocjene i stavovi ispitanika o najvećim prednostima ruralnog turizma Baranje u odnosu na druga područja Hrvatske66
- Tab. 20. Ocjene i stavovi ispitanika o najvećim nedostacima ruralnog turizma Baranje u odnosu na druga područja Hrvatske67
- Tab. 21. Ocjene i stavovi ispitanika o izraženosti elemenata atraktivnosti turističke destinacije Baranje – 1.dio.....70
- Tab. 22. Ocjene i stavovi ispitanika o izraženosti elemenata atraktivnosti turističke destinacije Baranje – 2.dio.....71
- Tab. 23. Ocjene i stavovi ispitanika o prepoznatljivosti baranjskih gastronomskih proizvoda72
- Tab. 24. Ocjene i stavovi ispitanika o ponuđenim tvrdnjama vezanim uz baranjski ruralni turizam75

PITANJA ZA INTERVJU

1. Pitanja za Mateja Perkušića, predstavnika TZ Baranje

1. Kako biste procijenili utjecaj ruralnog turizma na prostorne značajke Baranje? Mijenja li turizam Baranju? Ako da, na koji način?
2. Kakav je utjecaj razvoja ruralnog turizma na „imidž“ Baranje? Imate li dojam da sve više ljudi percipira Baranju kao turističku, a ne kao agrarnu regiju?
3. Ruralni razvoj je vrlo aktualan poja na razini Europske unije. Vidite li ruralni turizam kao impuls za ruralni razvoj?
4. Koje biste oblike ruralnog turizma izdvojili kao najatraktivnije u Baranji? Koji od tih oblika je profitno najunosniji za lokalne vlasti i za poduzetnike koje se bave ruralnim turizmom? Otvara li neki od tih oblika ruralnog turizma nova radna mjesta?
5. Kako biste ocijenili odnos razvoja ruralnog turizma i gospodarske „revitalizacije“ prostora? Može li turizam donijeti Baranji imidž bogate regije u kojoj mladi žele graditi budućnost?
6. Smatrate li da ruralni turizam ima utjecaj na demografsku sliku Baranje? S obzirom da je ruralni turizam nešto što je popularno i moderno. Mislite li da se neki od mladih žele vratiti iz Irske i Njemačke i baviti ruralnim turizmom?
7. Koje su najznačajnije sličnosti i razlike u razvoju ruralnog turizma Baranje i Istre?
8. Zaključno pitanje: Smatrate li da je put razvoja ruralnog turizma i turističkog brendiranja Baranje na karti Hrvatski i karti Europe (po uzoru na Istru) put do ekonomske i demografske revitalizacije te regije?

2. Pitanja za Denisa Ivoševića, predstavnika TZ Istarske županije

1. Je li utjecaj ruralnog turizma na prostorne značajke Istre uopće vidljiv kraj razvijenog maritimnog turizma? Mijenja li ruralni turizam unutrašnjost Istre? Ako da, na koji način?
2. Kakav je utjecaj razvoja ruralnog turizma na „imidž“ središnje Istre? Imate li dojam da sve više ljudi percipira središnju Istru kao turističku, a ne kao agrarnu regiju?
3. Ruralni razvoj je vrlo aktualan poja na razini Europske unije. Vidite li ruralni turizam kao impuls za ruralni razvoj unutrašnjosti Istre i uspostavu nekog gospodarske ravnoteže s obalnim područjima?

4. Koje biste oblike ruralnog turizma izdvojili kao najatraktivnije u Istri? Koji od tih oblika je profitno najunosniji za lokalne vlasti i za poduzetnike koje se bave ruralnim turizmom?
Otvara li neki od tih oblika ruralnog turizma nova radna mjesta?
5. Kako biste ocijenili odnos razvoja ruralnog turizma i gospodarske „revitalizacije“ prostora?
Može li turizam donijeti središnjoj Istri imidž bogate regije u kojoj mladi žele graditi budućnost kakav prevladava u istarskom priobalju (posebice zapadnom) ?
6. Smatrate li da ruralni turizam ima utjecaj na demografsku sliku središnje Istre? S obzirom da je ruralni turizam nešto što je popularno i moderno. Mislite li da se neki od mladih žele vratiti iz inozemstva i baviti ruralnim turizmom?
7. Koje su najznačajnije sličnosti i razlike u razvoju ruralnog turizma Baranje i Istre?,
8. Zaključno pitanje: Smatrate li da je put razvoja ruralnog turizma i turističkog brendiranja ruralne Istre na karti Hrvatski i karti Europe put do ekonomske i demografske revitalizacije te regije? Je li toj regiji uopće potrebna revitalizacija?

PRIPREMA ZA IZVOĐENJE NASTAVNOG SATA IZ GEOGRAFIJE

Ime i prezime studenta: Fran Alilović

Naziv nastavnog sata	Usporedba razvoja ruralnog turizma u Baranji i Istri
Razred	4.
Tip sata	Dvosat obrade

1. Odgojno-obrazovni ishodi nastavnoga predmeta - GEOGRAFIJA	Ishodi učenja	Zadaci kojima ću provjeriti ishode učenja u završnom dijelu sata
<p>GEO SŠ. B.A.C.4.3.</p> <p>Učenik istražuje pojavu i razvoj turizma u Hrvatskoj i svijetu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Učenik objašnjava pojavu i razvoj ruralnog turizma Baranje i Istre - Učenik istražuje i uspoređuje čimbenike razvoja ruralnog turizma Baranje i Istre 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Što biste izdvojili kao „pull” faktore ruralno – turističke ponude Baranje i Istre? Prepoznajete li u tekstu neke istaknute elemente ruralnog turizma (shema na 4.slajdu)? ■ Poklapaju li se ruralno turističke ponude Baranje i Istre s profilom ruralnog turista prikazanog na 7.slajdu? Ako da, ukratko opišite na koji način. ■ Koje biste oblike ruralnog turizma (a koji se spominju u tekstovima) izdvojili kao izuzetno prepoznatljive, a koje kao najprofitabilnije? ■ Može li se perspektiva kao i dodatne mogućnosti razvoja ruralnog turizma u Istri opisati kao obećavajuće, povoljne i realne? ■ Je li mogućnost razvoja ruralnog turizma u Baranji po primjeru istarskog modela realistična i izvediva?

	<ul style="list-style-type: none"> - Učenik razlikuje ruralno turističke regije Baranje i Istre te opisuje njihova specifična obilježja - Učenik analizira utjecaj ruralnog turizma na socioekonomske i prostorne promjene na primjeru Baranje i Istre - 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ima li ruralni turizam Baranje već sada potencijal biti turistički i tržišni prepoznatljiv kao i ruralni turizam Istre, ■ Koje su temeljne sličnosti ovih dvaju „case studya” hrvatskog ruralnog turizma? ■ Koje su temeljne razlike ovih dvaju „case studya” hrvatskog ruralnog turizma? ■ Koje biste oblike ruralnog turizma (a koji se spominju u tekstovima) izdvojili kao izuzetno prepoznatljive, a koje kao najprofitabilnije? ■ Na koje sve načine ruralni turizam utječe na prostor neke regije? ■ Stavljaju li odrednice, obilježja i faktori razvoja ruralnog turizma Istre i Baranje Istru u superiorniji položaj nad Baranjom u ruralno turističkom kontekstu? ■ Možete li utjecaj ruralnog turizma Istre i Baranje na prostorne, gospodarske i demografske značajke
--	---	---

		<p>opisati kao pozitivan i međusobno vrlo sličan?</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Može li se perspektiva kao i dodatne mogućnosti razvoja ruralnog turizma u Istri opisati kao obećavajuće, povoljne i realne?
<p>2. Povezanost s očekivanjima MPT učiti kako učiti</p>	<p>uku A.4/5.4. Učenik samostalno kritički promišlja i vrednuje ideje.</p> <p>uku B.4/5.4. Učenik samovrednuje proces učenja i svoje rezultate, procjenjuje ostvareni napredak te na temelju toga planira buduće učenje.</p> <p>uku D.4/5.2. Učenik ostvaruje dobru komunikaciju s drugima, uspješno surađuje u različitim situacijama i spreman je zatražiti i ponuditi pomoć.</p>	
<p>3. Povezanost s očekivanjima MPT osobni i socijalni razvoj</p>	<p>osr B.5.2. Suradnički uči i radi u timu.</p> <p>osr C.5.4. Analizira vrijednosti svog kulturnog nasljeđa u odnosu na multikulturalni svijet.</p>	
<p>4. Povezanost s očekivanjima MPT IKT</p>	<p>ikt A.5.1. Učenik analitički odlučuje o odabiru odgovarajuće digitalne tehnologije.</p> <p>ikt C.5.4. Učenik samostalno i odgovorno upravlja prikupljenim informacijama.</p>	
<p>5. Povezanost s očekivanjima drugih MPT-a i/ili odgojno-obrazovnim ishodima</p>		

drugih nastavnih predmeta		
Tijek nastavnog sata		
Etape sata	Cilj etape	Aktivnosti učenika
Uvod (5 minuta)	<p>provjera predznanja i poticanje znatiželje</p> <p>najava cilja nastavnog sata</p>	<p>Učenici usmeno odgovaraju na nastavnikova pitanja uz pomoć dvije fotografije koje prikazuju ruralno – turističke aktivnosti Baranje i Istre, a koje su projicirane na slajdu. To čine na način da nastavnik proziva po tri ili četiri učenika za samostalan odgovor na svako od pitanja koje im postavi.</p> <p>Pitanja: „Što vidite na fotografijama?“, „Što možete reći o okolini koja okružuje osobe na fotografijama? Možete li na temelju okoline pretpostaviti gdje se nalaze mjesta na fotografiji?“, „Smatrate li da su na fotografiji prikazani neki oblici turizma. Ako da koji to?“</p> <p>Učenici slušaju kraće usmeno izlaganje nastavnika i zapisuju naslov „Usporedba razvoja ruralnog turizma u Baranji i Istri“ u svoju bilježnicu.</p>
Glavni i završni dio 1.dijela dvosata (40 minuta)	<p>naučiti definirati pojam „ruralni turizam“ koristeći geografski pristup</p> <p>razvijati vještine čitanja grafičkih prikaza,</p> <p>razvijati vještine: čitanja više grafičkih prikaza i povezivanja informacija s dvaju tematski bliskih grafičkih prikaza, naučiti osnovne informacije o kompleksnosti podjele ruralnog turizma na oblike i steći uvid u turističku potražnju za određenim oblicima turizma u Hrvatskoj</p> <p>analizirati ključne elemente za upravljanje</p>	<p>Učenici slušaju kraće usmeno izlaganje o definiranju ruralnog turizma s posebnim osvrtom na geografsku perspektivu poimanja ruralnog turizma kao zbira aktivnosti u ruralnom prostoru koje utječu na taj isti ruralni prostor. Učenici zatim prepisuju natuknice s ploče u bilježnicu.</p> <p>Nastavnik proziva dva do tri učenika da mu uz pomoć projicirane sheme elemenata ruralnog turizma protumače što sve čini ruralni turizam. Učenici također pri tumačenju grafičkog prikaza odgovaraju na nastavnikova pitanja: „Što shema prikazuje?“, „Možete li definirati elemente „ruralno nasljeđe“, „ruralni život“ i „ruralne aktivnosti?““, „Možete li za svaki element navesti primjer?“.</p> <p>Nastavnik proziva dva do tri učenika da uz pomoć projiciranih grafičkih priloga (shema koja prikazuje podjelu ruralnog turizma na oblike, fotografija koja prikazuje shemu pregleda sadašnjeg i budućeg razvoja pojedinih vrsta i oblika turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj prema istraživanju u 2015.godini) protumače koji su najpopularniji oblici turizma u RH i da navedu barem jedan primjer za barem tri oblika ruralnog turizma u RH.</p> <p>Učenici odgovaraju na nastavnikova potpitanja („Što prikazuje shema?“, „Za koji od navedenih elemenata smatrate da su najvažniji i zašto?“, „Što</p>

	<p>ruralno – turističkim destinacijama</p> <p>razvijati vještine: čitanja grafičkih prikaza i analizirati međusobnu povezanost pretpostavki razvoja ruralnog turizma</p> <p>usvojiti osnovne informacije o komponentama ruralno turističke potražnje na temelju profila ruralnog turista</p> <p>razvijati vještine čitanja teksta i izdvajanja ključnih informacija, vrednovati svoje znanje</p>	<p>mislite o marketingu u kontekstu brendiranja neke regije kao ruralno turističke regije?“) kako biste protumačili i analizirali fotografiju koja prikazuje shemu ključnih elemenata za upravljanje ruralnim turističkim destinacijama.</p> <p>Učenici uz pomoć sheme (koja prikazuje segmentirani prikaz pretpostavki razvoja ruralnog turizma) odgovaraju na nastavnikova potpitanja („Što prikazuje shema?“; „Za koji od navedenih pretpostavki smatrate da su najvažnije i zašto?“, „Kako biste definirali liberalnu turističku politiku?“; „Koliko je važno aktivno stanovništvo u jednoj ruralno turističkoj regiji?“) kako bi protumačili i analizirali fotografiju koja prikazuje shemu ključnih elemenata za upravljanje ruralnim turističkim destinacijama.</p> <p>Učenici, pomoću nastavnikovih potpitanja („Što vidite na slici?“; „Što mislite da znači „sporiji način života“ i što nam to govori o ruralnim turistima?, „Možemo li za ruralna naselja reći da su nositelji autohtonosti i tradicije nekog prostora? Objasnite svoj odgovor.“) analiziraju profil ruralnog turista.</p> <p>Učenici u paru proučavaju dva metodički obrađena teksta - metodički obrađen tekst o ruralnom turizmu Baranje te metodički obrađen tekst o ruralnom turizmu Istre te zatim odgovaraju na pitanja s radnog listića (Što biste izdvojili kao „pull“ faktore ruralno turističke ponude Baranje i Istre? „Prepoznajete li u tekstu neke istaknute elemente ruralnog turizma (shema na 4. slajdu)?“, „Koje biste oblike ruralnog turizma (a koji se spominju u tekstovima) izdvojili kao izuzetno prepoznatljive, a koje kao najprofitabilnije?“; „Poklapaju li se ruralno turističke ponude Baranje i Istre s profilom ruralnog turista prikazanog na 7.slajdu? Ako da, ukratko opišite na koji način., „Na koje sve načine ruralni turizam utječe na prostor neke regije?“)...Nakon toga nastavnik proziva po jednog učenika za svako pitanje i eventualno nadopunjava i/ili korigira učeničke odgovore.</p>
<p>-----</p> <p>Uvodni i glavni dio 2.dijela dvosata (40 minuta)</p>	<p>-----</p> <p>razvijati vještine elaboriranja odgovora, razvijati rutinu pri javnom nastupu, kritički analizirati razvoj ruralnog turizma Baranje i Istre, komparirati čimbenike razvoja ruralnog turizma Baranje i Istre, analizirati utjecaj ruralnog turizma na socioekonomske i prostorne promjene Baranje i Istre</p>	<p>-----</p> <p>Učenici sudjeluju u improviziranoj debati u kojoj će uspoređivati razvoj ruralnog turizma Baranje i Istre uz sljedeća pravila:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Podijelit će se u dvije ekipe po osam učenika – ekipe se zovu „Istra“, I „Baranja“ - Svakoj ekipi bit će postavljeno sedam pitanja na koje odgovara po jedan član ekipe. Za odgovor na pitanje članovi ekipe imaju minutu po odgovoru. Za završnu riječ svaka ekipa ima dvije minute. - Priprema za odgovore svake skupine može trajati maksimalno dvanaest minuta. Učenici se prilikom pripreme odgovora smiju koristiti metodičkim tekstovima s prošlog sata, radnim listićima, priloženim tablicama (tablica koja prikazuje marketinško vrednovanje turističkih resursa ruralno – turističke destinacije Istre, tablica koja prikazuje marketinško vrednovanje turističkih resursa ruralno – turističke destinacije Baranje) te vlastitim mobitelima i internetom. - Voditelji debate će biti dva učenika koji će postavljati zadana pitanja i mjeriti vrijeme odgovora - Peteročlani žiri će odlučivati o pobjedniku. Žiri će biti sastavljen od nastavnika i četiri učenika koji kritički evaluiraju iznesene

		<p>odgovore, a svaki član „žirija” donosi svoju individualnu odluku o pobjedniku</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pobjednik je ona ekipa koja skupi barem tri individualne odluke o pobjedniku <p>Pitanja za debatu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Stavljaju li odrednice, obilježja i faktori razvoja ruralnog turizma Istre i Baranje stavljaju Istru u superiorniji položaj nad Baranjom u ruralno turističkom kontekstu? 2. Ima li ruralni turizam Baranje već sada potencijal biti turistički i tržišni prepoznatljiv kao i ruralni turizam Istre? 3. Možete li utjecaj ruralnog turizma Istre i Baranje na prostorne, gospodarske i demografske značajke opisati kao pozitivan i međusobno vrlo sličan? 4. Može li se perspektiva kao i dodatne mogućnosti razvoja ruralnog turizma u Istri opisati kao obećavajuće, povoljne i realne? 5. Je li mogućnost razvoja ruralnog turizma u Baranji po primjeru istarskog modela realistična i izvediva? 6. Koje su temeljne sličnosti ovih dvaju „case studya” hrvatskog ruralnog turizma? 7. Koje su temeljne razlike ovih dvaju „case studya” hrvatskog ruralnog turizma?
Završni dio dvosata (5 minuta)	razvijati vještine samoevaluacije, formativno vrednovanje	Učenici će za kraj nastavnog sata riješiti listić za samoevaluaciju kako bi provjerili usvojenost nastavnih ishoda. Nakon toga učenici slušaju nastavnikovo kraće usmeno izlaganje vezano uz samoevaluacijski listić u kojem nastavnik ističe kako su kroz rješavanje samoevaluacijskog listića učenici sami ocijenili uspješnost usvojenih ishoda te kako je samoevaluacijski listić efikasna metoda provjere usvojenosti ishoda i kod drugih nastavnih jedinica.

Plan školske ploče

Usporedba razvoja ruralnog turizma Baranje i Istre

RURALNI TURIZAM:

- kompleksan pojam - teško ga je jednoznačno i koncizno definirati
- Demonja i Ružić – zbir aktivnosti koje se odvijaju na ruralnom prostoru
- geografija – filozofija prostora – proučava prostor i prostorne odnose
- utjecaj ruralnog turizma na prostor u kontekstu prostornih promjena i njegove gospodarske i demografske revitalizacije
- Radni listić

Nastavne metode i oblici rada

- Nastavne metode: metoda razgovora, metoda usmenog izlaganja, metoda rada na tekstu
- Oblici rada: frontalni rad, samostalni rad

Nastavna sredstva i pomagala

radni listić, udžbenik, metodički obrađen tekst o ruralnom turizmu Baranje, metodički obrađen tekst o ruralnom turizmu Istre, fotografija koja prikazuje istarski wine and walk, fotografija koja prikazuje wine and walk u Baranji, shema elemenata ruralnog turizma, fotografija koja prikazuje

shemu ključnih elemenata za upravljanje ruralnim turističkim destinacijama, shema koja prikazuje profil ruralnog turista, shema koja prikazuje podjelu ruralnog turizma na oblike, fotografija koja prikazuje shemu pregleda sadašnjeg i budućeg razvoja pojedinih vrsta i oblika turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj prema istraživanju u 2015., shema koja prikazuje segmentirani prikaz pretpostavki razvoja ruralnog turizma, tablica koja prikazuje marketinško vrednovanje turističkih resursa ruralno – turističke destinacije Istre, tablica koja prikazuje marketinško vrednovanje turističkih resursa ruralno – turističke destinacije Baranje

Popis literature i izvora za učitelja/nastavnika

-Bartoluci, M., Hendija, Z., Petračić, M., 2016. Pretpostavke održivoga razvoja ruralnoga turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj”, *Acta Economica et Turistica*, 1(6), 141-157.

-Bartoluci, M., Starešinić, Z., Franić, D.M., Bartoluci, F., 2018: Sredstva EU fondova u funkciji razvoja ruralnog turizma u Hrvatskoj, *Acta Economica Et Turistica*, 4 (1), 63-78

-Curić, Z., Glamuzina, N. i Opačić V. T., 2012: Contemporary Issues in the Regional Development of Tourism in Croatia. *Hrvatski geografski glasnik* 74 (1): 19-40.

-Demonja D., i Ružić, P., 2010: *Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima*, Institut za međunarodne odnose, Zagreb

- Matas, M. 1998: Metodika nastave geografije, Hrvatsko geografsko društvo, Zagreb.

- [MZO] Ministarstvo znanosti i obrazovanja RH (2019), Kurikulum za međupredmetnu temu Osobni i socijalni razvoj za osnovne i srednje škole u Republici Hrvatskoj,, Zagreb: Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta RH.

- MZO] Ministarstvo znanosti i obrazovanja RH (2019), Kurikulum za međupredmetnu temu Održivi razvoj za osnovne i srednje škole u Republici Hrvatskoj,, Zagreb: Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta RH

-

- [MZO] Ministarstvo znanosti i obrazovanja RH (2019), Kurikulum za nastavni predmet Povijest za osnovne i srednje škole u Republici Hrvatskoj, Zagreb: Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta RH.

- [MZO] Ministarstvo znanosti i obrazovanja RH (2019), Kurikulum za međupredmetnu temu Učiti kako učiti za osnovne i srednje škole u Republici Hrvatskoj,, Zagreb: Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta RH.

- [MZO] Ministarstvo znanosti i obrazovanja RH (2019), Kurikulum za međupredmetnu temu Uporaba informacijske i komunikacijske tehnologije za osnovne i srednje škole u Republici Hrvatskoj,, Zagreb: Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta RH

Popis priloga

Radni listić

Powerpoint prezentacija

Metodički oblikovani tekstovi

Više od 20.000 dolazaka te gotovo 36.000 noćenja na području između Dunava, Drave i Mađarske najkraći je rezime onoga što se 2018. događalo u baranjskom turizmu. Brojke, sigurno, nisu poput onih ‘morskih’, ali priličan porast dolazaka i noćenja u odnosu prema 2017. godini jasan je dokaz da je Baranja iz godine u godinu sve popularnija i poželjnija turistička destinacija za turiste

A u Baranji doista imaju što vidjeti i probati. Krenimo, primjerice, od Kopačkog rita, koji je prošle godine posjetilo više od 30.000 posjetitelja. Najzainteresiraniji su za standardne programe i vožnju brodom, a ima ih i zainteresiranih za vožnju čamcima ili kanuima. U ovom baranjskom biseru prirode može se slušati čak i - rika jelena. Kada je priroda u pitanju, treba istaknuti i Eko centar Zlatna Greda, u čijem je sklopu jedini adrenalinski park u ovom dijelu Hrvatske. Posjetiteljima nude i iznajmljivanje bicikala, kanua i autohtonu gastroponudu.

Na samo nekoliko minuta vožnje od Batine počinju baranjske vinske ceste, surduci, stoljetni podrumi i gatori... Za zmajevačke surduke nadaleko se zna. Vinarija Josić, primjerice, jedna je od neizbježnih destinacija. Izuzetna gastroponuda, ‘obogaćena’ živom glazbom i vrhunskim vinima iz vlastite proizvodnje nikoga ne ostavljaju ravnodušnim. U blizini su i ostali podrumi s odličnom ponudom te smještajnim kapacitetima, poput onog obitelji Zajec, Vukoje ili Kusić. Taj je dio Baranje svojevrsno ‘carstvo’ vinara i vinogradara. Vina iz Vinotočja Gerštmajer, podruma obitelji Pinkert ili Kovač, na prilično su dobrom glasu..

Mjesto među hrvatskim top-manifestacijama zasigurno zauzimaju Ribarski dani u slikovitom mjestu na samo rubu Kopačkog rita - Kopačevu, koje je prošle godine posjetilo više od deset tisuća gostiju. Misao vodilja, kojom su se Kopačani ‘rukovodili’ tijekom proteklih godina, želja je za svojevrsnim uprizorenjem nekadašnjeg načina života u mjestu. Osnovni prihod ovdašnjih stanovnika stoljećima je bio isključivo od ribolova..

Diljem Baranje tijekom godine održavaju se i brojne druge manifestacije. Paprika fest u Lugu jedan je od rijetkih ‘festivala paprike’ u Hrvatskoj. Tarda fest u Dardi sigurno vrijedi posjetiti, kao i biljske Etno susrete ili događanja u perivoju dvorca Eugena Savojskog. Nadalje, najveća fišijada u Hrvatskoj ona je u Belom Manastiru. Prošle godine na njoj je sudjelovalo 200 kuhara.

METODIČKI OBRADEN TEKST - ISTARSKI RURALNI TURIZAM

Istra je najveći hrvatski poluotok, geografski smješten na sjevernom dijelu Jadrana. To je izuzetno atraktivan kraj, koji ljepotom i raznolikošću uspješno konkurira najljepšim europskim ruralnim predjelima, poput talijanske Toskane i francuske Provanse.

Istra je specifična regija što se tiče kulture i gastronomske raznolikosti. Osim svojih prirodnih i kulturno-povijesnih ljepota, Agroturizam Istra svojim posjetiteljima nudi nezaboravna gurmanska iskustva - tartufe, autohtone sorte grožđa malvaziju i teran kao bazu mirisnih vina, te vrhunska ekstra djevičanska maslinova ulja.

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. Agroturizam u Istri svojom ponudom koja obećava mir, tišinu, prirodnu ljepotu, kuće za odmor, biološku raznolikost i tradicijske vrijednosti, uspijeva zainteresirati potencijalne posjetitelje da, umjesto na turistički razvijenoj obali, svoj boravak provedu baš tamo i uživaju u blagodatima agro turizma.

Ruralni turizam Istre, osim boravka u obnovljenim tradicionalnim kamenim kućama za odmor u seoskom okruženju, nudi i druženje s domaćim životinjama, sudjelovanje u seoskim poslovima, pješačenje, jahanje, vožnju biciklom. Nudi idealne preduvjete za razvoj agro turizma. Uz navedeno, nudi brojne mogućnosti za bavljenje adrenalinskim sportovima poput paraglidinga, špiljarenja, slobodnog penjanja...

Klima u ruralnom dijelu Istre je umjerena, bez ljetnih žega, s blagim zimama, toplim proljećem i jeseni. Takva ugodna klima pogoduje održanju biološke raznolikosti. Istra je sa Zagrebom i ostatkom Hrvatske najbolje povezana autobusnim linijama. Povezana je i vlakom koji vozi iz glavnih gradova susjednih država u smjeru Pule, te trajektom koji povezuje glavne morske gradove i otoke. Za samostalno istraživanje savjetujemo putovanje osobnim automobilom – i biciklom.

LISTIĆ ZA SAMOEVALUACIJU

Označi znakom „+“ stupanj ostvarenosti ishoda današnjih nastavnih sati Geografije

	Poprilično sam siguran/na da znam	Siguran/na sam da znam	Nisam baš siguran/na da znam	Ne znam
objasniti pojavu i razvoj ruralnog turizma Baranje i Istre				
istražiti i uspoređivati čimbenike razvoja ruralnog turizma Baranje i Istre				
razlikovati ruralno turističke regije Baranje i Istre te opisati njihova specifična obilježja				
analizirati utjecaj ruralnog turizma na socioekonomske i prostorne promjene na primjeru Baranje i Istre				
na ovaj način utvrditi jesam li uspješno usvojio nastavni sadržaj.				

RADNI LISTIĆ – USPOREDBA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA BARANJE I ISTRE

1. Što biste izdvojili kao „pull” faktore ruralno turističke ponude Baranje i Istre? Prepoznajete li u tekstu neke istaknute elemente ruralnog turizma (shema na 4. slajdu)?

2. Koje biste oblike ruralnog turizma (a koji se spominju u tekstovima) izdvojili kao izuzetno prepoznatljive, a koje kao najprofitabilnije?

3. Poklapaju li se ruralno turističke ponude Baranje i Istre s profilom ruralnog turista prikazanog na 7. slajdu? Ako da, ukratko opišite na koji način.

4. Na koje sve načine ruralni turizam utječe na prostor neke regije?

Ispitivanje turističke i tržišne prepoznatljivosti baranjske ruralno turističke ponude

Dragi ispitanici,

ova anketa provodi se u sklopu diplomskog rada Geografskog odsjeka PMF-a u Zagrebu na temu: "Usporedba razvoja ruralnog turizma Baranje i Istre" pod mentorstvom izv.prof.dr.sc Aleksandra Lukića. U anketi će se istraživati turistička i tržišna prepoznatljivost Baranje kao ruralno turističke destinacije te usporediti s rezultatima iste ankete za Istru.

Dakle unutar ankete će se ispitati iskustva mladih vezana za ruralni turizam Baranje te će ispitanici ocijeniti elemente atraktivnosti turističke destinacije Baranje, prepoznatljivost baranjskih ruralno turističkih proizvoda, primamljivost baranjskih ruralno turističkih manifestacija i prepoznatljivost baranjskih ruralno turističkih „brendova“ u kontekstu ispitivanja tržišne i turističke prepoznatljivosti Baranje kao ruralno turističke regije

Predviđeno vrijeme rješavanja ankete je do 8 minuta, a anketa je predviđena za sve mlade (u starosti do 30 godina) koji su u nekom trenutku života posjetili ruralno turističku destinaciju Baranju

Za sva pitanja vezana uz anketu ili diplomski rad, možete mi se obratiti na sljedeću mail adresu: fran.alilovic@gmail.com. Isto tako ukoliko znate nekog tko je išao na ruralno turističko putovanje u Istru također me kontaktirajte na mail da i toj osobi pošaljem istovjetan forms za ruralno turističku destinaciju Istru.

Unaprijed hvala svima koji će ispuniti anketu, Vaše mišljenje je od iznimne važnosti za ovaj diplomski rad (☺) Slobodno podijelite anketu prijateljima ili poznanicima za koje smatrate da bi ih interesirala ova tema.

*Obavezno

1. 1. Spol *

Označite samo jedan oval.

M

Ž

2. 2. Dob *

Označite samo jedan oval.

< 18

18 - 22

23 - 26

27 - 30

3. 3. Živate li na selu ili u gradu? *

Označite samo jedan oval.

Selo

Grad

4. 4. Najviše završen stupanj obrazovanja *

Označite samo jedan oval.

Završena osnovna škola

Završena srednja škola

Prvostupnik

Magistar struke

Doktor znanosti

5. 5. Radni status

Označite samo jedan oval.

Nezaposlen

Povremeno zaposlen

Stalno zaposlen

6. 6. Jeste li ikada bili na ruralno turističkom putovanju u Baranji? *

Označite samo jedan oval.

Da

Ne

Ispitivanje turističke i tržišne
prepoznatljivosti baranjske
ruralno turističke ponude

Unutar ovog dijela ankete će se ispitati
iskustva mladih vezana za ruralni turizam
Baranje.

7. 7. Kako ste došli na turističko putovanje? *

Označite samo jedan oval.

Individualno

Organizirano (putem turističke agencije)

S grupom prijatelja

8. 8. Koliko često posjećujete ruralno turistička odredišta u Baranji? *

Označite samo jedan oval.

Nikada

Jednom do dva puta godišnje

Više puta godišnje

Jednom mjesečno

Više puta mjesečno

9. 9. Iz kojeg ste izvora informiranja saznali za ponudu ruralnog turizma u Baranji (moguće je odabrati više odgovora) ? *

Odaberite sve točne odgovore.

- Društvene mreže
- Internet stranica TZ Baranje
- Plakati i letci
- Mediji (televizija, radio...)
- Nigdje
- Usmena preporuka
- Ostalo: _____

10. 10. Koji su Vaši razlozi za ruralno turističko putovanje u Baranju (moguće je odabrati više odgovora) ? *

Odaberite sve točne odgovore.

- Odmor
- Gastronomska i vinska ponuda
- Očuvana priroda
- Privlačnost turističkih manifestacija
- Privlačnost Baranje kao turističkog brenda

11. 11. Koja su, po vama, najprepoznatljivija obilježja ruralnog turizma u Baranji (1 * - potpuno neprepoznatljivo obilježje; 5 - izuzetno prepoznatljivo obilježje) ?

Označite samo jedan oval po retku.

	1	2	3	4	5
Gastronomija	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vinarstvo i vinogradarstvo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Očuvani okoliš	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Baranjski tradicionalni običaji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prepoznatljive ruralno - turističke manifestacije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tradicionalni izgled smještajnih kapaciteta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. 12. Koje su najveće prednosti ruralnog turizma u Baranji u odnosu na druga područja Hrvatske (1 - najmanje izražena prednost, 5 - najviše izražena prednost)?

*

Označite samo jedan oval po retku.

	1	2	3	4	5
Prirodni resursi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruralni ambijent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gastronomska ponuda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vinska ponuda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Povoljne i pristupačne cijene	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. 13. Koji su najveći nedostaci ruralnog turizma u Baranji u odnosu na druga područja Hrvatske (1 - najmanje izražen nedostatak, 5 - najviše izražena nedostatak)? *

Označite samo jedan oval po retku.

	1	2	3	4	5
Nešto lošija turistička infrastruktura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Neadekvatan smještajni kapacitet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nedovoljna promocija Baranje kao turističke destinacije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nedovoljna iskorištenost turističkog potencijala	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. 14. Što bi po vama lokalna samouprava mogla napraviti za poboljšanje ruralnog turizma u Baranji (moguće je odabrati više odgovora) ? *

Odaberite sve točne odgovore.

- Ulagati u prometnu infrastrukturu
- Intenzivnije promovirati ruralni turizam
- Dodatno ulagati u ruralni turizam
- Dodatno ulagati u smještajne kapacitete
- Kvalitetnije iskorištavati prirodne resurse u svrhu ruralnog turizma
- Ostalo

15. 15. Ukoliko ste na prošlo pitanje odgovorili sa "ostalo", napišite što bi po vama lokalna samouprava mogla napraviti za poboljšanje ruralnog turizma u Baranji.

16. 16. Kako biste ocijenili zadovoljstvo ruralno turističkim putovanjem u Baranju? *

Označite samo jedan oval.

- Iznimno sam zadovoljan/zadovoljna
- Poprilično sam zadovoljan/zadovoljna
- Umjereno sam zadovoljan/zadovoljna
- Nisam baš zadovoljan/zadovoljna
- Nisam uopće zadovoljan/zadovoljna

17. 17. Hoćete li ponoviti odlazak na ruralno turističko putovanje Baranjom? *

Označite samo jedan oval.

- Da
- Ne
- Možda
- Ne znam

Ispitivanje turističke i tržišne
prepoznatljivosti baranjske
ruralno turističke ponude.

U ovom dijelu ankete će se ispitati tržišna i turistička
prepoznatljivost Baranje kao ruralno
turističke regije

18. 18. Ocijenite izraženost elemenata atraktivnosti turističke destinacije Baranje *
(1- potpuno neizraženi ; 5 - izuzetno izraženi).

Označite samo jedan oval po retku.

	1	2	3	4	5
Povoljna klima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nezagađen okoliš	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Odsutnost buke	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Očuvana priroda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Očuvanost tradicije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mogućnosti slobodnog kretanja i rekreacije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Usklađenost izgrađenosti ugostiteljskih objekata i tradicionalne arhitekture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Povoljna prometna povezanost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zainteresiranost stanovništva za bavljenje turizmom	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. 19. Ocijenite prepoznatljivost baranjske gastronomske ponude (1 - potpuno neprepoznatljiv gastronomski proizvod ; 5 - izuzetno prepoznatljiv gastronomski proizvod). *

Označite samo jedan oval po retku.

	1	2	3	4	5
Baranjski kulen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Baranjsko vino	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Langošica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fiš paprikaš	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Čobanac	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perkelt od soma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jelen na baranjski	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. 20. Navedite proizvođače baranjskih tradicionalnih ruralnih proizvoda koje poznajete.

21. 21. Kako biste ocijenili prepoznatljivost navedenih baranjskih tradicionalnih ruralnih proizvoda na razini Republike Hrvatske?

Označite samo jedan oval.

	1	2	3	4	5	
Potpuno neprepoznatljivi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izuzetno prepoznatljivi

22. 22. Navedite baranjske ruralno turističke manifestacije koje poznajete.

23. 23. Kako biste ocijenili prepoznatljivost navedenih baranjskih ruralno turističkih manifestacija na razini Republike Hrvatske?

Označite samo jedan oval.

1 2 3 4 5

Potpuno neprepoznatljive Izuzetno prepoznatljive

24. 24. U kojoj mjeri se slažete s navedenim tvrdnjama? (1- uopće se ne slažem; 5 *
- u potpunosti se slažem)

Označite samo jedan oval po retku.

	1	2	3	4	5
Utjecaj ruralnog turizma na prostorne značajke Baranje je izuzetno vidljiv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Baranja je prepoznatljiva ruralno turistička regija	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Baranja po pitanju ruralno turističkog razvoja može biti primjer drugim regijama unutar RH	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perspektiva i dodatne mogućnosti razvoja ruralnog turizma u Baranji su obećavajuće, povoljne i realne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. 25. Kako biste ocijenili prepoznatljivost Baranje kao ruralno – turističke regije *
na prostoru Republike Hrvatske?

Označite samo jedan oval.

	1	2	3	4	5	
Potpuno neprepoznatljiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izuzetno prepoznatljiva

Ispitivanje turističke i tržišne prepoznatljivosti istarske ruralno turističke ponude

Dragi ispitanici,

ova anketa provodi se u sklopu diplomskog rada Geografskog odsjeka PMF-a u Zagrebu na temu: "Usporedba razvoja ruralnog turizma Baranje i Istre" pod mentorstvom izv.prof.dr.sc. Aleksandra Lukića. U anketi će se istraživati turistička i tržišna prepoznatljivost Istre kao ruralno turističke destinacije te usporediti s rezultatima iste ankete za Baranju. Dakle unutar ankete će se ispitati iskustva mladih vezana za ruralni turizam Istre te će ispitanici također ocijeniti elemente atraktivnosti turističke destinacije Istre, prepoznatljivost istarskih ruralno turističkih proizvoda, primamljivost istarskih ruralno turističkih manifestacija i prepoznatljivost istarskih ruralno turističkih „brendova“

u kontekstu ispitivanja tržišne i turističke prepoznatljivosti Baranje kao ruralno turističke regije.

Predviđeno vrijeme rješavanja ankete je 8 minuta, a anketa je predviđena za sve mlade (u starosti do 30 godina) koji su u nekom trenutku života posjetili ruralno turističku destinaciju Istru

Za sva pitanja vezana uz anketu ili diplomski rad, možete mi se obratiti na sljedeću mail adresu: fran.alilovic@gmail.com. Isto tako ukoliko znate nekog tko je išao na ruralno turističko putovanje u Baranju također me kontaktirajte na mail da i toj osobi pošaljem istovjetan forms za ruralno turističku destinaciju Baranju.

Unaprijed hvala svima koji će ispuniti anketu, Vaše mišljenje je od iznimne važnosti za ovaj diplomski rad 😊 Slobodno podijelite anketu prijateljima ili poznanicima za koje smatrate da bi ih interesirala ova tema.

*Obavezno

1. 1. Spol *

Označite samo jedan oval.

M

Ž

2. 2. Dob *

Označite samo jedan oval.

<18

18-22

23-26

27-30

3. 3. Živate li na selu ili u gradu? *

Označite samo jedan oval.

Selo

Grad

4. 4. Najviše završen stupanj obrazovanja *

Označite samo jedan oval.

Završena osnovna škola

Završena srednja škola

Prvostupnik

Magistar struke

Doktor znanosti

5. 5. Radni status *

Označite samo jedan oval.

Nezaposlen

Povremeno zaposlen

Stalno zaposlen

6. 6.. Jeste li ikada bili na ruralno turističkom putovanju u Istri? *

Označite samo jedan oval.

Da

Ne

Anketa za
diplomski rad -
Istra

Unutar ovog dijela ankete će se ispitati iskustva mladih
vezana za ruralni turizam Istre.

7. 7. Na turističko putovanje došli ste *

Označite samo jedan oval.

Individualno

Organizirano (putem turističke agencije)

S grupom prijatelja

8. 8. Koliko često posjećujete ruralno turistička odredišta u Istri? *

Označite samo jedan oval.

Nikada

Jednom do dva puta godišnje

Više puta godišnje

Jednom mjesečno

Više puta mjesečno

9. 9. Iz kojeg ste izvora informiranja saznali za ponudu ruralnog turizma u Istri (moguće je odabrati više odgovora)? *

Odaberite sve točne odgovore.

- Društvene mreže
- Internet stranica TZ Istarske županije
- Plakati i letci
- Mediji (televizija, radio...)
- Nigdje
- Usmena preporuka
- Ostalo: _____

10. 10. Koji su Vaši razlozi za ruralno turističko putovanje u Istru(moguće je odabrati više odgovora) ? *

Odaberite sve točne odgovore.

- Odmor
- Gastronomska i vinska ponuda
- Očuvana priroda
- Privlačnost turističkih manifestacija
- Privlačnost Istre kao turističkog brenda

11. 11. Koja su, po vama, najprepoznatljivija obilježja ruralnog turizma u Istri (1 - potpuno neprepoznatljivo obilježje; 5 - izuzetno prepoznatljivo obilježje) ? *

Označite samo jedan oval po retku.

	1	2	3	4	5
Gastronomija	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vinarstvo i vinogradarstvo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Očuvani okoliš	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Istarski tradicionalni običaji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prepoznatljive ruralno - turističke manifestacije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tradicionalni izgled smještajnih kapaciteta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. 12. Koje su najveće prednosti ruralnog turizma u Istri u odnosu na ostatak Hrvatske (1 - najmanje izražena prednost, 5 - najviše izražena prednost) ? *

Označite samo jedan oval po retku.

	1	2	3	4	5
Prirodni resursi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruralni ambijent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gastronomska ponuda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vinska ponuda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Povoljne i pristupačne cijene	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. 13. Koje su najveći nedostaci ruralnog turizma u Istri u odnosu na ostatak Hrvatske (1 - najmanje izražen nedostatak , 5 - najviše izražen nedostatak) ? *

Označite samo jedan oval po retku.

	1	2	3	4	5
Nedovoljna promocija Istre kao ruralno turističke destinacije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nedovoljna iskorištenost turističkog potencijala	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manja atraktivnost ruralnog turizma u odnosu na kupališni turizam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nedovoljna iskorištenost i valorizacija kulturne baštine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. 14. Što bi po vama lokalna samouprava mogla napraviti za poboljšanje ruralnog turizma u Istri (moguće je odabrati više odgovora)? *

Odaberite sve točne odgovore.

- Intenzivnije promovirati ruralni turizam
- Dodatno ulagati u ruralni turizam
- Dodatno ulagati u smještajne kapacitete
- Kvalitetnije iskorištavati kulturnu baštinu u svrhu ruralnog turizma
- Kvalitetnije iskorištavati prirodne resurse u svrhu ruralnog turizma
- Ostalo: _____

15. 15. Ukoliko ste na prošlo pitanje odgovorili sa "ostalo", napišite što bi po vama lokalna samouprava mogla napraviti za poboljšanje ruralnog turizma u Istri?

16. 16. Kako biste ocijenili zadovoljstvo ruralno turističkim putovanjem u Istri? *

Označite samo jedan oval.

- Iznimno sam zadovoljan/zadovoljna
- Poprilično sam zadovoljan/zadovoljna
- Umjereno sam zadovoljan/zadovoljna
- Nisam baš zadovoljan/zadovoljna
- Nisam uopće zadovoljan/zadovoljna

17. 17. Hoćete li ponoviti odlazak na ruralno turističko putovanje Istrom? *

Označite samo jedan oval.

- Da
- Ne
- Možda
- Ne znam

Anketa za
diplomski rad
- Istra

U ovom dijelu ankete će se ispitati tržišna i turistička prepoznatljivost Istre kao ruralno turističke regije

18. 18. Ocijenite izraženost elemenata atraktivnosti turističke destinacije Istre (1- *
potpuno neizraženi ; 5 - izuzetno izraženi).

Označite samo jedan oval po retku.

	1	2	3	4	5
Povoljna klima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nezagađen okoliš	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Odsutnost buke	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Očuvana priroda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Očuvanost tradicije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mogućnosti slobodnog kretanja i rekreacije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Usklađenost izgrađenosti ugostiteljskih objekata i tradicionalne arhitekture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Povoljna prometna povezanost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zainteresiranost stanovništva za bavljenje turizmom	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. 19. Ocijenite prepoznatljivost istarske gastronomske ponude (1 - potpuno neprepoznatljiv gastronomski proizvod ; 5 - izuzetno prepoznatljiv gastronomski proizvod). *

Označite samo jedan oval po retku.

	1	2	3	4	5
Istarski pršut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Istarsko vino	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kroštule	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Brudet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pljukanci	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fuži	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tartufi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. 20. Navedite proizvođače istarskih tradicionalnih ruralnih proizvoda koje poznajete.

21. 21. Kako biste ocijenili prepoznatljivost navedenih istarskih tradicionalnih ruralnih proizvoda na razini Republike Hrvatske?

Označite samo jedan oval.

	1	2	3	4	5	
Potpuno neprepoznatljivi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izuzetno prepoznatljivi

22. 22. Navedite istarske ruralno turističke manifestacije koje poznajete.

23. 23. Kako biste ocijenili prepoznatljivost navedenih istarskih ruralno turističkih manifestacija na razini Republike Hrvatske?

Označite samo jedan oval.

1 2 3 4 5

Potpuno neprepoznatljive Izuzetno prepoznatljive

24. 24. U kojoj mjeri se slažete s navedenim tvrdnjama? (1- uopće se ne slažem; 5 *
- u potpunosti se slažem)

Označite samo jedan oval po retku.

	1	2	3	4	5
Utjecaj ruralnog turizma Istre na prostorne značajke Istre je izuzetno vidljiv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Istra je prepoznatljiva ruralno turistička regija	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Istra po pitanju ruralno turističkog razvoja može biti primjer drugim regijama unutar RH	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perspektiva i dodatne mogućnosti razvoja ruralnog turizma u Istri su obećavajuće, povoljne i realne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. 25. Kako biste ocijenili prepoznatljivost Istre kao ruralno – turističke regije na prostoru Republike Hrvatske? *

Označite samo jedan oval.

	1	2	3	4	5	
Potpuno neprepoznatljiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izuzetno prepoznatljiva