

Enogastronomija Istre u funkciji razvoja ruralnog turizma

Blažić, Marko

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:679288>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-17**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij

MARKO BLAŽIĆ

Enogastronomija Istre u funkciji razvoja ruralnog turizma

**Enogastronomy of Istria in the function of rural tourism
development**

Diplomski rad

Opatija, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij
Menadžment u hotelijerstvu

Enogastronomija Istre u funkciji razvoja ruralnog turizma

**Enogastronomy of Istria in the function of rural tourism
development**

Diplomski rad

Kolegij: **Ruralni turizam**

Student: **MARKO BLAŽIĆ**

Mentor: prof. dr. sc. **Romina ALKIER**

Matični broj: **ds3713**

Opatija, lipanj 2023.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

Marko Blažić

(ime i prezime studenta)

ds3713

(matični broj studenta)

Enogastronomija Istre u funkciji razvoja ruralnog turizma

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor diplomskog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa diplomskim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 28.06.2023.

Potpis studenta

Sažetak

Cilj istraživanja ovog diplomskog rada je istražiti ruralni turizam Istre s posebnim naglaskom na enogastronomiju kao temeljnog proizvoda ruralnog turizma Istre. Ovaj diplomski rad se sastoji od teorijskog i empirijskog dijela. U teorijskom dijelu je fokus stavljen na definiranje i konceptualiziranje ruralnog turizma na primjeru Istre te opisivanje odrednica gastronomske i enološke ponude Istre. U empirijskom dijelu je provedeno istraživanje u kojemu je cilj ispitati navike, preferencije i motivaciju enogastronomskih turista Istre. Ispitivanje enogastronomskih turista Istre je provedeno korištenjem online upitnika. Upitnik je konstruiran temeljem relevantne znanstvene literature, te je korišten model motivacije enogastronomskih turista koji uključuje osam dimenzija motivacije koji privlače turista na konzumaciju lokalne hrane i pića. Podaci koji su prikupljeni od ispitanika su obrađeni pomoću metoda deskriptivne statističke analize. Rezultati motivacije enogastronomskog turista pokazuju da enogastronomskog turista u Istru najviše privlači osjetilni doživljaj odnosno osjetilne impresije (vid, okus, miris, dodir i sluh) koje kreiraju osjetilni doživljaj tijekom konzumiranja hrane i pića na istarskom selu. S druge strane, turiste najmanje motivira za dolaskom u Istru aspekt društvene i ekološke održivosti destinacije.

Ključne riječi: *ruralni turizam, enogastronomija, održivi razvoj, motivacija turista, Istra*

Sadržaj

| | |
|--|-----------|
| Uvod | 1 |
| 1. Koncept ruralnog turizma..... | 3 |
| 1.1. Pojmovno određenje ruralnog turizma | 3 |
| 1.2. Oblici ruralnog turizma | 5 |
| 2. Obilježja ruralnog turizma Istre | 7 |
| 2.1. Prostorne atraktivnosti Istre..... | 7 |
| 2.2. Oblici ruralnog turizma Istre | 10 |
| 2.2.1. Agroturizam..... | 11 |
| 2.2.2. Aktivni turizam – sportski i avanturistički turizam | 12 |
| 2.2.3. Turizam baštine | 13 |
| 2.2.4. Enogastronomski turizam..... | 14 |
| 2.3. Aktualno stanje i budućnost ruralnog turizma Istre..... | 15 |
| 3. Gastronomska ponuda Istre..... | 18 |
| 3.1. Gastronomski proizvodi Istre | 18 |
| 3.2. Istarska tradicionalna jela..... | 20 |
| 3.3. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva | 22 |
| 4. Enološka ponuda Istre | 26 |
| 4.1. Autohtone vinske sorte | 26 |
| 4.2. Proizvodi vinskog turizma..... | 27 |
| 4.2.1. Vinarije..... | 28 |
| 4.2.2. Vinske rute | 30 |
| 4.2.3. Vinski festivali | 30 |
| 4.2.4. Ostale vinske atrakcije..... | 31 |
| 5. Rezultati empirijskog istraživanja | 32 |
| 5.1. Ciljevi empirijskog istraživanja..... | 32 |
| 5.2. Određivanje izvora podataka i vrste istraživanja..... | 32 |
| 5.3. Metodologija prikupljanja podataka..... | 33 |
| 5.4. Rezultati deskriptivne statističke analize..... | 35 |
| Zaključak..... | 46 |
| Bibliografija..... | 48 |

Uvod

Hrana i vino su postali izrazito popularni na tržištu svih životnih dobi. Otvaranja novih vinarija, agroturizama i restorana utječe na razvoj istarske gastronomije. Istra je posebno istaknuta kao regija iznimno bogata ruralnim blagodatima i specifičnom enogastronomijom koja godinama privlači turiste diljem svijeta. S obzirom na to da je trend održivog razvoja postaje sve važniji današnjem turistu, Istra kao idealna destinacija ruralnog turizma postaje sve atraktivnija na turističkom tržištu. Sukladno rastu potražnje dolazi do procvata ponude i povećanja razine kvalitete usluge kako bi se održala određena kvaliteta i individualiziranost ponude ruralnom turistu te kako bi se izbjegnula masovnost turizma. U ovom radu će se konceptualizirati ponuda Istre u funkciji razvoj ruralnog turizma. Istra je već poznata kao enogastronomska destinacija u kojoj se ljudi mogu.

Problem istraživanja diplomskog rada sastoji se u činjenici da je znanstvena literatura proučavanja ruralnog turizma Istre oskudna i da postoji nekoliko znanstvenih radova na temu ruralnog turizma i enogastronomije Istre. Iz problema istraživanja proizlazi **osnovni cilj** istraživanja, što je u ovom radu ispitati motivaciju i preferencije gosta o enogastronomskom turizmu Istre. Iz osnovnog cilja određeni su **posebni ciljevi istraživanja** i to: (1) odrediti faktore motivacije koji gosta privlače u Istru, (2) odrediti ponašanje gosta pri boravku u Istri, (3) ispitati navike gosta o ugostiteljskoj ponudi Istre i (4) izmjeriti preferencije gosta o ruralnom smještaju Istre.

Prvo poglavlje „**Koncept ruralnog turizma**“ se sastoji od dva potpoglavlja u kojima je definiran opisan pojam ruralnog turizma. Drugo poglavlje „**Obilježja ruralnog turizma Istre**“ se sastoji od tri potpoglavlja u kojima su opisane prostorne atrakcije Istre, oblici ruralnog turizma Istre te aktualno stanje i budućnost ruralnog turizma Istre. U trećem poglavlju „**Gastronomska ponuda Istre**“, kojeg čini 3 potpoglavlja, su detaljno opisana tradicionalna jela i ugostiteljska ponuda Istre s naglaskom na hranu i prehranu. Četvrto poglavlje „**Enološka ponuda Istre**“ se sastoji od dva potpoglavlja u kojima je detaljno prikazana ponuda vina i segmenta vinskog turizma na području Istre. Peto poglavlje „**Rezultati empirijskog istraživanja**“ se sastoji od 4 potpoglavlja u kojima su definirani ciljevi, određeni izvori podataka i vrste istraživanja, opisana metodologija istraživanja i provedena analiza i obrada rezultata istraživanja. U **zaključku** su u skraćenom obliku prezentirani rezultati istraživanja, iznesena su ograničenja istraživanja, kao i prijedlozi za daljnja istraživanja na ovu temu.

Pri izradi ovog diplomskog rada su korištene dvije **znanstvene metode**: deskriptivna metoda i metoda uzorka. Za provedbu empirijskog istraživanja koristili su se primarni podaci koji su prikupljeni online upitnikom. Upitnici su distribuirani hrvatskim turistima koji su posjetili neki od ugostiteljskog objekta u Istri. Pri distribuciji upitnika je korišten namjerni prigodni uzorak. Prikupljeni primarni podaci analizirani su metodama deskriptivne statističke analize primjenom programa Microsoft Excel.

1. Koncept ruralnog turizma

Kada se govori o pojmu ruralnog turizma, može se reći da on podrazumijeva različite segmente i tipove turističkih aktivnosti. Riječ je o složenom turističkom konceptu koji uključuje mnoge dionike, kao i mogućnosti turističkog razvoja manje razvijenih geografskih regija. U prvom poglavlju će se istaknuti koncept ruralnog turizma. Poglavlje se sastoji od dva potpoglavlja: pojmovno određenje ruralnog turizma i oblici ruralnog turizma.

1.1. Pojmovno određenje ruralnog turizma

Pojam ruralnog turizma je veoma kompleksan i sastoji se od mnogo segmenata koji se moraju obuhvatiti. Lane (1994) ističe da je pojam ruralnog turizma na prvi pogled vrlo jednostavno definirati i da se tek u nekim kasnijim fazama istraživanja zaključi da je pojam ipak izrazito složen i slojevit.

Iako ne postoji konsenzus znanstvenika, Lane (1994) definira ruralni turizam kao kompleksnu i slojevitu aktivnost koja nije ograničena isključivo seoskim turizmom. Ruralni turizam je baziran na seoskom turizmu, ali uključuje i ostale aktivnosti poput boravka u prirodi, ekoturizma, šetanja, planinarenja, jahanja, penjanja, avanturizma, sportskog i zdravstvenog turizma, lova i ribolova, kulturnog i edukacijskog turizma i etničkog turizma. Ruralni turizam je definiran kao tip turizma koji je povezan s aktivnostima koje se odvijaju izvan urbanih područja i koja su fokusirana na prirodnu i kulturnu baštinu ruralnih regija (Long & Nguyen, 2018; Quaranta et al., 2016). Kastenholz et al. (2012) naglašavaju da trendovi pokazuju sve veći interes za autentičnošću i bijegom od urbanih sredina na turističkom tržištu. Sve je veća želja za bijegom od svakodnevice prepune stresa, zagađenja okoliša, buke i poslovnih obveza. U tablici 1. je prikazana usporedba određenih karakteristika urbanog i ruralnog koncepta turizma.

Tablica 1. Usporedba karakteristika urbanog i ruralnog turizma

| Urbani turizam | Ruralni turizam |
|-------------------------------------|--------------------------------------|
| Naselja s više od 10 000 stanovnika | Naselja s manje od 10 000 stanovnika |
| Visoka gustoća naseljenosti | Niska gustoća naseljenosti |
| Antropogena okolina | Prirodna okolina |
| Aktivnosti u zatvorenom prostoru | Aktivnosti u otvorenom prostoru |
| Profesionalni menadžment | Amaterski menadžment |
| Masovni turizam | Individualizirani turizam |

Izvor: obrada autora prema Lane, B. (1994). What is rural tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1–2), 7–21. <https://doi.org/10.1080/09669589409510680>

Iz tablice je vidljivo da su koncepti urbanog i ruralnog turizma potpuno suprotni. Lane (1994) također tvrdi da se ovim razlikama dokazuje da je ruralni turizam teži održivosti turističkih destinacija, dok urbani turizam generira negativne posljedice na okoliš i budućnost turizma. Čvrstu korelaciju ruralnog turizma s održivosti su dokazali autori An & alacrón (2020) koji su proveli detaljnu analizu velikog broja članaka koji promatraju održivost ruralnog turizma.

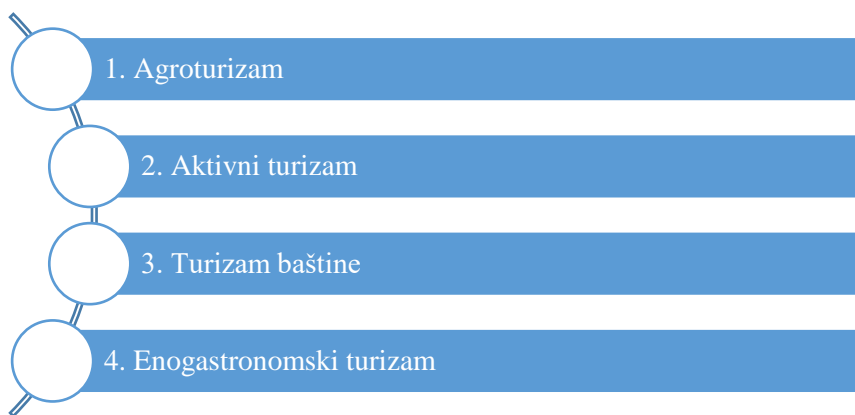
Iako ruralni turizam u svijetu postoji još od kraja 19. stoljeća, prava svijest o ruralnom turizmu kao jednom od važnih selektivnih oblika turizma nastaje od 1970. kada dolazi do značajnih promjena doktrina, zakona i pravilnika vezanih uz razvoj ruralnog turizma na globalnoj razini (Lane & Kastenzholz, 2015; Wilson et al., 2001).

U segmentu ruralnog turizma dolazi do specifične pojave pod nazivom integrirani ruralni turizam (eng. *Integrated Rural Tourism*). Integrirani ruralni turizam je model u kojem se u praktičnom smislu povezuju konkurentni ruralni brendovi kako bi snažnije utjecali na turističko tržište. Svi dionici pridonose i ulažu određene ekonomske, sociokulturne i okolišne resurse u zajedničko brendiranje ruralne destinacije, što se pokazalo kao izrazito korisna strategija nastupa na tržištu kao ruralna destinacija (Cawley & Gillmor, 2008; Saxena et al., 2007).

1.2. Oblici ruralnog turizma

Kao što je već spomenuto, ruralni turizam je izrazito kompleksan i slojevit koncept. Slojevitost ruralnog turizma je vidljiva u raznim oblicima ruralnog turizma. Sasu & Epuran (2016) tvrde da je izrazito teško definirati i konceptualizirati ruralni turizam zbog iznimno velikog broja oblika ruralnog turizma. Osnovni oblici ruralnog turizma su prikazani u shemi 1.

Shema 1. Osnovni oblici ruralnog turizma



Izvor: Lane, B., & Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: the evolution of practice and research approaches – towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8–9), 1133–1156. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1083997>

U shemi 1. su prikazani osnovni oblici ruralnog turizma. Osnovni oblici predstavljaju temeljne vrste ruralnog turizma. U nastavku su opisani svi oblici i njihove karakteristike.

Agroturizam je oblik ruralnog turizma koji uključuje turističke aktivnosti u ruralnim područjima koje uključuju smještaj i ponudu lokalnih proizvoda uz ugodnu obiteljsku atmosferu (Kizos & Iosifides, 2007). Agroturizam je već prepoznat kao nositelj ponude ruralnog turizma Istre te da su geografski, klimatski i kulturno-povijesni preduvjeti izrazito povoljni za daljnji razvoj Istre kao najznačajnije ruralne destinacije u Hrvatskoj (Brščić & Huguesa, 2006).

Aktivni turizam je oblik ruralnog turizma koji se sastoji od sportsko-avanturističkih aktivnosti koje se nude na ruralnom području. Aktivni turizam je popularan kao dopuna temeljnoj ponudi agroturizma i predstavlja interesantan dio ponude svake ruralne destinacije.

Sportski sadržaji mogu uključivati: aktivnosti na vodi, tenis, zipline, golf, biciklističke staze, planinarske i pješačke rute, adrenalinski parkovi i sl. Neki od primjera iz Istre su svakako Adrenalinski park Glavani, Zipline pazinska jama i mreža biciklističkih staza.

Turizam baštine je oblik ruralnog turizma u kojemu prevladava motiv kulturne i prirodne baštine koji je izrazito popularan i ima nadahnjujuću konotaciju u pružanju doživljaja gostu (Lane & Kastenholz, 2015). U Istri postoje mnogi primjeri lokaliteta visoke atraktivnosti, poput NP Brijuni, Eufrazijeve bazilike, Arena Pula te stare jezgre Rovinja i Poreča.

Enogastronomski turizam je brzo-rastući i važni sektor ruralne turističke scene i on povezuje agroturizme s kulturnom baštinom i nasljeđem. Često se ističe da je gastronomija ključni razlog posjete neke destinacije (du Rand & Heath, 2006). Istra se kao destinacija može ponositi svojom gastronomskom scenom na kojoj trenutno postoje 2 restorana s 1 Michelinovom zvjezdicom – Monte i Agli Amici te 3 restorana kategorije *Bib Gourmand* – Konoba Batelina, Alla Beccaccia i Konoba Malo Selo.

Važno je naglasiti da postoje mnoge podjele oblika ruralnog turizma. Primjerice, Sasu & Epuran (2016) tvrde da se ruralni turizam čine 5 oblika: (1) agroturizam, (2) etnički turizam, (3) ekoturizam, (4) kreativni turizam i (5) kulinarski turizam. Autori također ističu da postoje mnoge vrste unutar svakog oblika i da se neki oblici javljaju u simbiotskom odnosu. Kao primjer se može uzeti radionica izrade maslinovog ulja na nekom OPG-u. Takav primjer sadrži elemente agroturizma, ekoturizma, kulinarskog turizma, pa čak i kreativnog turizma.

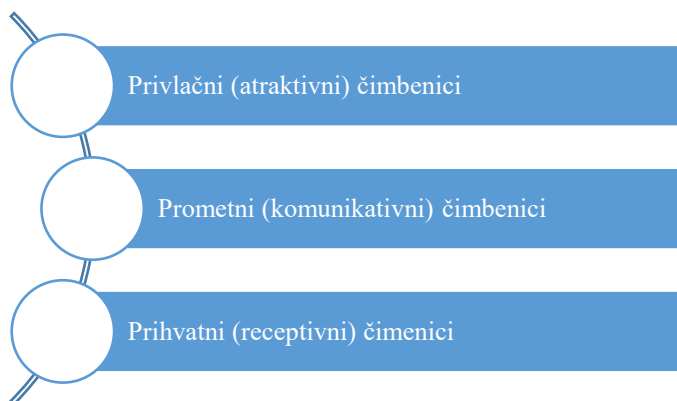
2. Obilježja ruralnog turizma Istre

Istra je renomirana kao jedna od turistički najrazvijenijih regija Republike Hrvatske. Osim samog sunca i mora, ruralni oblik turizma je najznačajniji turistički proizvod Istre danas. U nastavku će se prikazati temeljne karakteristike i obilježja ruralnog oblika turizma opisanih u 3 potpoglavlja: prostorne atraktivnosti Istre, oblici ruralnog turizma Istre te aktualno stanje i budućnost ruralnog turizma Istre.

2.1. Prostorne atraktivnosti Istre

Istarska županija smještena je na najzapadnijem dijelu Republike Hrvatske i obuhvaća većinu teritorija istarskog poluotoka. Preostali dio poluotoka administrativno pripada Primorsko-goranskoj županiji. Ove županije zajedno skrbe o upravi, razvoju i gospodarskim pitanjima unutar svojih područja. Zanimljivo je istaknuti da je područje Istre podijeljeno između Hrvatske, Slovenije i Italije (Brščić et al., 2020). U shemi su prikazani čimbenici razvoja ruralnog turizma Istre.

Shema 2. Čimbenici razvoja ruralnog turizma Istre



Izvor: obrada autora prema Oplanić, M., Milotić, A., & Ružić, P. (1997). Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo-čimbenik razvoja ruralnih oblika turizma u Istri. *Tourism and hospitality management*, 3(2), 427-440.

U **privlačne** se čimbenike ubrajaju klima, hidrografski elementi, reljef, flora i fauna, te društveni čimbenici kao što su kulturno-povijesni spomenici, kulturne ustanove i manifestacije, zabavne sportske priredbe i dr. Istra ima velik potencijal za razvoj ruralnog turizma zbog svojih prostornih atraktivnosti. Ruralni turizam razvija se većinom u unutrašnjosti Istre u ruralnim

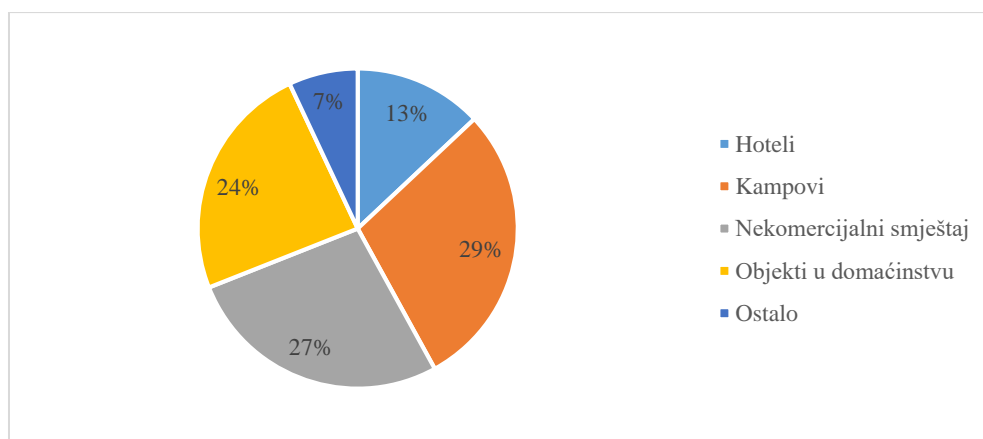
područjima, a ruralna Istra obuhvaća 27 općina i gradova. Osim prirodnih ljepota, Istra ima i pogodnu klimu. Na temperaturu u Istri utječu kopno, more i nadmorska visina. Tako primjerice u onim najnižim dijelovima uz obalu temperatura u srpnju obično biva od 22 do 24° C, na nadmorskim visinama do 150 metra. Među ostalim, mnogo je raznih oblika selektivnog turizma koji se ovdje odvija u ljetnim mjesecima, ali i u predsezoni i posezoni. Kada se uzme u obzir da su zime iznimno blage, temperatura biva ugodna i pogoduje za aktivan odmor čak i u prirodi. Mnogo je raznih selektivnih oblika turizma koji se zahvaljujući povoljnim klimatskim uvjetima provode i u vrijeme zimskih mjeseci, no zasigurno se isti mogu još više potaknuti kada isto omogućuje sredozemna klima. Za razvoj ruralnog turizma je posebno interesantno područje istarskog zaleđa, odnosno prostor središnje Istre. U master planu turizma Istre je određeno da su glavni turistički proizvodi tog dijela agroturizam i enogastronomija. Istra je bogata prirodnim znamenitostima poput NP Brijuni i PP Učka koji svojim prekrasnim ljepotama i netaknutim okolišem svakodnevno privlače veliki broj turista. Atraktivne lokacije su zasigurno Linski kanal, Motovunska šuma i zaštićeni krajolik Kamenjak, koji se nalazi na samome jugu istarskog poluotoka. Kulturne znamenitosti predvode Amfiteatar u Puli i Eufrazijeva bazilika u Poreču koji se nalaze na UNESCO popisu kulturne baštine. Ostale kulturne znamenitosti čine Crkva Sv. Eufemije u Rovinju, antički grad Nezakcij, Augustov hram u Puli i stare jezgre manjih gradića na brežuljcima središnje Istre (Turistička zajednica Istarske županije, 2015).

Prometni čimbenici se odnose na vrste prometa koje povezuju potražnju i ponudu. Istra je prometno povezana cestovnim, željezničkim, zračnim i morskim putem. Što se tiče cestovnog prometa, u Istarskoj županiji postoji relativno gusta mreža javnih cesta. Najznačajnija prometnica je Istarski ipsilon kojeg čine 2 dionice i to autocesta A8 od čvora Kanfanar do čvora Matulji i autocesta A9 od čvora Umag do čvora Pula. Značajan je problem održavanja županijskih i lokalnih cesta zbog nedostatka potrebnih sredstava u budžetima županije i lokalnih zajednica, a očituje se u dugoročno lošem stanju tih prometnica, što se posebice odnosi na lokalne ceste (Turistička zajednica Istarske županije, 2015). Željeznički promet Istre nažalost nije povezan s ostatkom željezničke mreže RH, već je povezan sa slovenskom željezničkom mrežom. Iako, trendovi na turističkom tržištu i dostupnost EU fondova omogućuju rast interesa lokalne zajednice za investicije u istarski željeznički sustav. Osnovicu pomorskog prometa Istre čini sedam luka županijskog značaja: Pula, Brijuni, Rovinj, Poreč, Novigrad, Umag i Plomin, kojima upravlja županijska lučka uprava. Istarska županija je stalnom trajektnom vezom povezana s otokom Cresom putem trajektnog pristaništa na relaciji Brestova-Porozina. Od ostalih putničkih veza pomorskim putem, u funkciji je veza iz Pule za Mali Lošinj i Zadar koja je sezonskog karaktera. Morski putnički promet između Istre i ostatka hrvatske obale gotovo da

i ne postoji. Trajektna linija od Pule do Zadra ukinuta je 2014 . godine i od tada je Istra pomorskim putem odcijepljena od ostatka pomorskog prometa RH, dok je s Italijom povezana isključivo tijekom ljetne sezone. Temeljnu infrastrukturu zračnog prometa čini Zračna luka Pula. Bliži međunarodni aerodromi su Trst, Venecija, Rijeka, Ljubljana i Zagreb.

Prihvatni ili receptivni čimbenici razvoja turizma namijenjeni su prihvatu turista u mjestu turističkoga boravka pod kojim se podrazumijevaju objekti za smještaj turista, ugostiteljski objekti, trgovine, zanati i zanatski servisi, pošte, komunalna infrastruktura, turistički uredi, te druge turističke djelatnosti i službe. Osnovni prihvatni čimbenici Istre su smještajni objekti. U shemi je prikazan omjer smještajnih objekata Istarske županije prema vrsti smještaja.

Shema 3. Omjer smještajnih objekata Istarske županije prema vrsti smještaja



Izvor: Hrvatska turistička zajednica (2022). Smještajni kapaciteti hrvatskog turizma s analizom popunjenosti i sezonalnosti prometa prema vrstama smještajnih kapaciteta, 2022. <https://www.htz.hr/hr-HR> (pristupljeno 05. lipnja 2023.)

Prema najnovijim podacima, u Istri se nalazi čak 140 kategoriziranih hotela, od kojih je njih 10 kategorizirano s 2 zvjezdice, 60 s 3 zvjezdice, 69 s 4 zvjezdice i 11 s 5 zvjezdica, iz čega se može zaključiti da se u Istri na svakom 20 km² nalazi kategorizirani hotel. Važno je istaknuti da Istra trenutno posjeduje 22 013 hotelskih smještajnih jedinica. U Istri djeluju renomirane hotelske kuće, kao što su Valamar, Maistra, Plava Laguna i Arena Hospitality Group koji svojim investicijama značajno utječu u poboljšanje turističke ponude i kvalitete turističkog proizvoda Istre (Ministarstvo turizma i sporta, 2023). Nužno je spomenuti manje nezavisne hotele koji se mjestimično nalaze diljem unutrašnjeg dijela Istre, poznatog po svojim gastronomskim delicijama i vinarstvu. Takav tip hotela nudi visoku razinu kvalitete usluge, privatnost i intimnost te predstavlja temelj ponude ruralnog turizma Istre u spoju s luksuzom.

Primjeri takvih hotela su zasigurno Meneghetti Wine Hotel & Winery s 5 zvjezdica i 43 smještajne jedinice, San Canzian Village & Hotel s 5 zvjezdica i 22 smještajne jedinice i Roxanich Winery and Design Hotel s 4 zvjezdice i 32 smještajne jedinice (Turistička zajednica Istarske županije, 2023). U ovim hotelima se može doživjeti individualizirana usluga, privatnost i iznimno visoka kvaliteta hrane u fuziji s lokalnim vinom te pitoreskni istarski zavičaj i mirnoća prirode, za razliku od masovnih hotela na obali Istre. Što se tiče kampova, trenutno je u funkciji 60 kampova rasprostranjenih diljem Istarske županije, od kojih 15 kampova kategorizirano s 2 zvjezdice, 16 kampova s 3 zvjezdice, 26 kampova s 4 zvjezdice i 3 kampa s 5 zvjezdica. Ukupan broj smještajnih jedinica kampova iznosi 39 500 smještajnih jedinica rasprostranjenih u 60 objekata. Važno je istaknuti da Istarska županija ima uvjerljivo najveći broj kampova i najveći broj smještajnih jedinica u Hrvatskoj u usporedbi s ostalim županijama i da kampovi predstavljaju okosnicu smještajne ponude Istre. Najpoznatiji kampovi Istre su svakako Istra Premium Camping Resort by Valamar s 5 zvjezdica i 869 smještajnih jedinica, Lanterna Premium Camping Resort by Valamar s 4 zvjezdice i čak 2 931 smještajnih jedinica i Aminess Sirena Camping Novigrad s 4 zvjezdice i oko 400 smještajnih jedinica. Spomenuti kampovi se također nalaze i na prestižnoj listi kampista ADAC Superplatz čime se potvrđuje izvrsna kvaliteta istarskih kampova. (Kamping udruženje Hrvatske, 2023). U Istri se također nalazi 9 marina, od kojih je 4 kategorizirano s 3 sidara, dok su 2 kategorizirane s 4 sidara, a jedna s prestižnih 5 sidara, luksuzna ACI marina Rovinj (Ministarstvo turizma i sporta, 2023).

2.2. Oblici ruralnog turizma Istre

Ruralni turizam zbog svoje složenosti i velikog broja dionika zaista sadrži veliki broj pojava oblika. Istra kao predvodnik razvoja ruralnog turizma na prostoru RH u svojoj ponudi obuhvaća izniman obujam atraktivnih ruralnih sadržaja kojima privlači goste i izvan turističke sezone. U nastavku će se istaknuti oblici ruralnog turizma Istre s najpoznatijim primjerima turističke ponude.

2.2.1. Agroturizam

Demonja (2014) razlikuje nekoliko oblika agroturizma u Hrvatskoj s obzirom na usluge i objekte:

- usluge prehrane;
- usluge smještaja i
- usluge i smještaja i prehrane.

Objekti agroturizma Istre koji nude isključivo uslugu prehrane su zapravo objekti restoranskog tipa, u kojima gosti kušaju i konzumiraju isključivo lokalne proizvode koji se temelje na istarskoj tradiciji koja uključuje elemente jednostavnosti, rustikalnosti i autentičnosti. Ponuda u takvim objektima je izrazito uska i bazirana na sezonskim namirnicama tipičnim za istarsko podneblje. Ideja istarske enogastronomske tradicije se temelji na ideji „cucina povera“ (hrv. *siromašna kuhinja*) kojom se ističe važnost tradicije, kvalitete sastojaka i poštivanje lokalnih vrijednosti. Tradicionalni istarski tip objekta u kojem se javljaju nabrojane karakteristike je konoba. Konobe su ugostiteljski objekt u kojem se pretežito uslužuju vino i rakija iz kraja u kojem je ugostiteljski objekt, te pripremaju i uslužuju karakteristična jela primorskog kraja, a mogu se usluživati i druga pića i pripremati i usluživati napici te pripada u skupinu „barovi“ (Ministarstvo mora, turizma, prometa i razvitka, 2007). U konobama je osim hrane i pića moguće doživjeti i zvuk tradicionalnih napjeva istarske skale, tradicionalnih nošnji i ostalih običaja karakterističnih za istarsko podneblje. Neke od najpoznatijih konobi su svakako Jadruhi, Morgan, Vela vrata i sl.

Usluga smještaja bez usluge hrane i pića je zaista rijetko doživjeti u Istri. No postoje objekti koji nude takvu uslugu, a to su primjerice:

- Ruralne kuće za odmor – uglavnom kamene istarske kuće u selu ili gradovima u unutrašnjosti Istre, kao što je npr. Casa Rodeli i
- Ruralne vile – veći posjedi koji uključuju renoviranu kuću s dodatnim gospodarskim zgradama i zemlju, a smješteni su izvan naseljenih mjesta, uz ponudu dodatnih sadržaja, kao što su bazen, sportski tereni i slično. Primjer je Villa Melegran in the Hills kraj Kostanjice, smještena u prirodi i udaljena od naseljenih mjesta.

S obzirom na objekte koji uključuju uslugu smještaja i hrane, u Istri postoje oblici agroturizama:

- Ruralni B&B – ponuda uključuje smještaj s uključenim doručkom koji omogućuje kušanje domaćih proizvoda. Najpoznatiji ruralni B&B u Istri su B&B Palazzo Angelica i B&B Artegnana 1798;
- Ruralni obiteljski hoteli – mali hoteli smješteni u manjim gradovima, kojih je u Istri samo nekoliko. Maksimalan broj smještajnih kapaciteta je trideset i pet. Naziv obiteljski znači da su vlasnici hotela ujedno i njegovi zaposlenici, a najbolji takav primjer je Hotel San Rocco u Brtonigli i Boutique Hotel Kaštel u Motovunu;
- Vinski hoteli – mali hoteli visoke razine kvalitete individualizirane usluge koji u sklopu objekta posjeduju svoju vinariju odnosno vinski podrum u kojemu se odvija proizvodnja vina. U Istri postoji više takvih objekata: Meneghetti Wine Hotel & Winery, Wine Residence Cattunar, Relais and Wine San Tommaso i Roxanich Winery & Design Hotel;
- Smještaj na vinskoj cesti – obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo specijalizirano u proizvodnji i prodaji vina, koje posjeduje smještajne kapacitete (npr. sobe, apartmani i sl.). Turisti imaju mogućnost kušati istarska vina te upoznati vinograde i podrume tog kraja, ali i maslinike iz antičkih vremena. Uz navedeno, na raspolaganju su i domaći proizvodi te usluga smještaja. Primjer je vinarija Benvenuti u Kaldiru, uz koju se nalazi istoimena Villa Benvenuti u kojoj se pruža usluga smještaja.

2.2.2. Aktivni turizam – sportski i avanturistički turizam

Istra je značajna lokacija za mnoge profesionalne sportaše i avanturiste, kao i za rekreativce željne boravka u prirodi i uživanja u prirodnim znamenitostima Istre. U nastavku slijede sportske atrakcije Istre koje čine ponudu aktivnog turizma:

- Biciklističke staze – oko 90-ak uređenih biciklističkih staza dugih preko 500 km kojima je povezan svaki manji gradić. Duljina i zahtjevnost staza je prilagođena svim uzrastima biciklista, od onih najmlađih do profesionalnih biciklista.

- Pješačenje i trails – prirodno i kulturno bogatstvo Istre potaknulo je gradnju mnogih pješačkih staza povijesnog i poučnog karaktera. Najinteresantnije staze su svakako Kotli, staza 7 slapova i poučna staza Plas – PP Učka.
- Adrenalinski parkovi – tematski organizirani tako da pružaju poučan i uzbudljiv doživljaj izlaska iz zone komfora. Najpoznatiji primjeri su Park Glavani, Zip-line Pazinska jama i Adrenalinski park Kringa.
- Speleoavantura – namijenjena profesionalnim speleolozima s određenom razinom psihofizičkog stanja i opremljenima modernom radnom opremom. Pazinska jama, Baredine i ostale jame su odlični lokaliteti za takvu vrstu avanture.
- Slobodno penjanje – stil koji zahtjeva izrazitu fizičku snagu i fokusiranost te je namijenjen isključivo najkompetentnijim penjačima. Najpoznatija atrakcija za slobodno penjanje je geomorfološki fenomen i udolina Vela Draga na istarskim obroncima Učke.
- Lov – jedan od temeljnih oblika istarske sportsko-turističke ponude koji se sastoji od lova na zečeve, jarebice, fazane i sl. životinje.

Od ostalih segmenata sportsko-avanturističke ponude Istre, tu su svakako ribolovni turizam (morski i slatkovodni), paragliding, golf, jahanje, windsurfing, kayaking i sl.

2.2.3. Turizam baštine

Turizam istarske baštine se sastoji od mnogo prirodnih i kulturnih znamenitosti koji čine Istru iznimno atraktivnom kao turističkom destinacijom. Najznačajnije znamenitosti Istre su:

- Geološko-paleontološki lokaliteti – uključuju prastare otiske dinosaura iz razdoblja mezozoika, ostaci kostiju dinosaura, geomorfološke stijene i sl. Glavni lokaliteti su NP Brijuni, jama Baredine i Datule;
- Prapovijesni arheološki lokaliteti – sastoje se od niza prapovijesnih gradina iz perioda Histra, prapovijesnog naroda Istre. Najpoznatiji lokaliteti su Nezakcij, Dvigrad i Gradina Brijuni;
- Rimska ostavština – izrazito bogat sadržaj očuvanih rimskih ostataka i predivne antičke arhitekture rimskog doba. Najpoznatije atrakcije se uglavnom nalaze u Puli, a to su Arena Pula, Neptunov hram, Slavoluk Sergijevaca i sl.;

- Važne prirodne znamenitosti – uključuju iznimne prirodne ljepote koje privlače veliki broj posjetitelja. Prije svega, riječ je o NP Brijuni, PP Učka i ostalim iznimnim ljepotama poput rta Kamenjak, Limskog kanala, Kotli i sl.;
- Glagoljaška cesta – Istra je poznata kao „kolijevka glagoljaštva“ te je tome u čast postavljen spomenik glagoljskoj kulturi i pismenosti - Aleja glagoljaša s jedanaest spomen-obilježja postavljenih uz cestu između gradića Roča i Huma i
- Ostale kulturne znamenitosti – uključuju široku paletu atraktivnih znamenitosti poput istarskih freski, ranokršćanske i venecijanske arhitekture, muzeja, zbirki i crkvi.

2.2.4. Enogastronomski turizam

Istru kao renomiranu enogastronomsku destinaciju čini veliki broj faktora koji utječu na kvalitetu istarske enogastronomije. Nositelji kvalitete istarske enogastronomске ponude su faktori:

- Restorani i konobe – čine osnovnu gastronomsku ponudu u destinaciji i nude hranu i piće prema istarskoj recepturi i tradiciji. Najpoznatiji restorani i konobe su svakako Michelinovi zvjezdaši – Monte i Agli Amici te 3 restorana kategorije Bib Gourmand – Konoba Batelina, Alla Beccaccia i Konoba Malo Selo. Treba istaknuti i predstavnike JRE Hrvatska (fra. *jeunes Restaurateurs d'Europe*) – Restaurant San Rocco, Restaurant Monte i Restaurant Badi;
- Vinske ceste Istre – postoji 5 vinskih cesti na kojima se nalazi preko 160 vinarija i vinskih podruma koji su posebno atraktivni turistima. Najpoznatije vinske ceste prolaze Bujštinom i Motovunom.
- Ceste maslinovih ulja Istre – ceste na kojima se nalaze klasteri maslinara koji proizvode ekstra djevičansko maslinovo ulje vrhunske kvalitete. Najpoznatiji proizvođači maslinovog ulja su Chiavalon, Mate i Ipša. Uljara Mate iz Savudrije je dobitnik nagrade The Best za 2023. godinu koju dodjeljuje renomirani vodič Flos Olei.
- Motovunska šuma – lokalitet uglednog istarskog tartufa, predvodnika istarske gastronomije. U šumi u blizini gradića Motovuna su poznata nalazišta skupocjene namirnice. Najpoznatiji lovci na tartufe su obitelji Zigante i Karlić.

- Ceste sira – ceste na kojima se nalaze najznačajniji proizvođači istarskih ovčjih, kozjih i kravljih sireva. Moraju se spomenuti stancija Kumparička i sirana Latus kao predvodnici priče o istarskim sirevima.

2.3. Aktualno stanje i budućnost ruralnog turizma Istre

Istra je prepoznata kao integralni turistički proizvod koji se sastoji od velikog broja dionika, od turističkih zajednica, poduzetnika, hotelijera pa sve do lokalnog stanovništva. Istra se razvila kao brend zbog zajedničkog nastupa i promocije svih dionika koji djeluju na istarskom poluotoku s iznimno razvijenom enogastronomijom.

Ono što je važno u promociji vina i vinara iz Istre je da su prepoznata kao integralni proizvod Istre kao odredišta, pa se tako i promocija istarskih vinara i istarskih vina pretežito realizira uz ostale turističke proizvode kao što su vinske ceste, agroturizam i ruralni turizam (Brščić, 2010). Kako bi se kvalitetnije istražilo aktualno stanje i budućnost istarske enogastronomije, kreirana je SWOT analiza, koja je prikazana u tablici 4.

Tablica 2. SWOT analiza ruralnog turizma Istre

| Snage | Slabosti |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Visoka turistička potražnja za Istrom • prepoznatljivost vizualnog identiteta proizvoda • dugogodišnja tradicija proizvodnje • kontinuirano visoka razina kvalitete proizvoda • klasterizacija i izravna prodaja • Michelin restorani • solidna prometna povezanost | <ul style="list-style-type: none"> • visoke prodajne cijene proizvoda i usluga • nedostupnost proizvoda potencijalnim klijentima • nedovoljna informiranost o proizvodima • nedovoljno naglašena promocija • nedostatak radne snage |
| Prilike | Prijetnje |

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • ulazak Hrvatske u Schengen • dostupnost EU fondova • širenje na međunarodno tržište • svijest gostiju o važnosti održivog i ruralnog turizma • dodatni razvoj zračnog prometa • poticanje lokalnog stanovništva za ostanak na selu | <ul style="list-style-type: none"> • spori obrtaj sredstava (koeficijent obrtaja manji od 1) • pad kupovne moći kako domaćeg, tako i stranog tržišta • pandemije, ratovi i klimatske promjene • međunarodna konkurencija s boljom infrastrukturnom i institucionalnom podrškom |
|---|--|

Izvor: obrada autora

U SWOT analizi su istaknute snage (eng. *strengths*), slabosti (eng. *weaknesses*), prilike (eng. *opportunities*) i prijetnje (eng. *threats*). Snage i slabosti se odnose na internu okolinu Istre kao destinacije u sadašnjosti, dok su prilike i prijetnje pod utjecajem eksterne okoline te se mogu ostvariti u budućnosti.

Od **snaga** istarskog ruralnog turizma svakako treba istaknuti dugogodišnju visoku potražnju za dolaskom turista na područje Istre. Istra klasterizacijom i ulaganjem u marketinške aktivnosti brendira kao destinacija vrhunske gastronomije i održivosti. Dokaz kvalitete je primjer Michelinovih restorana. U Istri nalaze 2 restorana s 1 Michelinovom zvjezdicom – Monte i Agli Amici te 3 restorana kategorije Bib Gourmand – Konoba Batelina, Alla Beccaccia i Konoba Malo Selo. Istra je solidno prometno povezana putem cestovnog prometa kojime najveći postotak turista i posjećuje Istru. Ono što Istru krase je razina tradicije i zajedništva svih dionika destinacije koji zajedničkim ulaganjem profiliraju Istru kao najznačajniju turističku destinaciju Hrvatske.

Kao glavnu **slabost** treba istaknuti cijenu usluge i proizvoda ruralnog turizma. Naravno, visoka cijena se veže uz visoku razinu usluge, no rastom prodajne cijene vina može doći do izbjegavanja kupovine od strane lokalnog stanovništva. Važno je naznačiti i nedostupnost proizvoda određenim klijentima. Većina OPG-ova i vinarija primjerice još ne posjeduju e-trgovinu putem koje se mogu naručiti njihovi proizvodi, već se njihovi proizvodi isključivo mogu nabaviti u njihovoj trgovini u Istri. Na ovaj segment se nadovezuje nedovoljna informiranost gostiju kojima se ne pruže pravovremene i precizne informacije koje dovode do nesporazuma i nezadovoljstva uslugom uzrokovanom jezičnom barijerom, nejasnim uputama i sl. Trenutna situacija u vezi nedostatka radne snage je zabrinjavajuća i stvara velike poteškoće agroturizmima i vinarijama zbog migracija stanovnika iz sela u gradove, geografske dislociranosti i sl.

Glavna **prilika** ruralnog turizma je ulazak Hrvatske u Schengen, kojime dolazi do veće slobode na granicama, rasta interesa i atraktivnosti destinacije. Time rastu i mogućnosti za međunarodnim širenjem na strana tržišta i veća dostupnost EU fondovima kojima se subvencioniraju investicije u određenom postotku. Također, na tržištu je sve veća potražnja za bijegom od stvarnosti i ruralnom sredinom u kojoj mogu održivo uživati u prirodi. Veliki je izazov i želja zadržati lokalne stanovnike da žive na istarskom selu odnosno da ne migriraju. Druženjem lokalnih ljudi se potiče prijateljska i dobronamjerna atmosfera, kreiranje zajedničkih promocija i stabilnost tržišta. Sinergija između agroturizama i ostalih dionika ponude može utjecati na kreiranje zajedničkog nastupa na međunarodnom tržištu. Također je potrebno oplemeniti i oblikovati događaje koji privlače turiste, npr. natjecanja i izložbe vina, krštenja vina i sl.

Prijetnje agroturizama se odnose na konkurenciju s velikim proizvođačima vina koji imaju više kapitala i kvalitetniji marketinški pristup (npr. Iločki podrumi, Belje i sl.). Kao i u ostatku ugostiteljstva, javlja se problem sporog obrtaja kapitala. Velika prijetnja je i pad kupovne moći koja se očituje zbog pojave COVID-19, a potom i financijske krize te snažne inflacije. Velika opasnost je i od prirodnih nepogoda poput nastavka pandemije, ratova i posebice klimatskih promjena koje uzrokuju na promjenu kvalitete namirnica, pogoršavanjem atmosfere i demotivacije zaposlenika.

3. Gastronomska ponuda Istre

Treće poglavlje se odnosi na gastronomsku ponudu Istre, a sastoji se od tri potpoglavlja: autohtona gastronomska ponuda, istarska tradicionalna jela i obiteljska poljoprivredna gospodarstva kao osnova gastronomske ponude Istre. Istra je iznimno cijenjena i valorizirana kao destinacija vrhunske gastronomije zbog svoje jednostavnosti koja je istaknuta korištenjem lokalnih sezonskih namirnica.

3.1. Gastronomski proizvodi Istre

Često se navedena jela dijele na „jela plave Istre“ i „jela zelene Istre“ obzirom na to da morski specijaliteti češće konzumiraju u destinacijama duž istarske obale, a mesna jela u unutrašnjosti. Prema Žužić (2016) najcjenjeniji gastronomski proizvodi zelene Istre su tartuf, maslinovo ulje, istarski pršut, sir i meso boškarina.

Tartuf je gljiva, neobičnog i neuglednog oblika i vrlo intenzivnog mirisa. Na području Istre možemo naći četiri vrste tartufa i uglavnom na području takozvanog „tartufarskog trokuta“ koji se proteže na području doline rijeke Mirne i znamenite Motovunske šume. Žužić (2016) ističe da se Istra pozicionirala kao gastronomska destinacija upravo zahvaljujući tartufu i angažmanu lokalnih poduzetnika, poput obitelji Žigante koja je iznimno zaslužna za komercijaliziranje istarskog tartufa. Tartuf predstavlja neiskorišten potencijal u gastronomskoj ponudi jer sve do 2002. godine nije bio poznat turistima. U ugostiteljstvu se kao tradicijsko istarsko jelo nude i tartufi, koji nisu tradicijsko jelo regije, iako su se u Istri koristili od kraja 1920-tih. (Ružić & Dropulić, 2009). Kočković Zaborski (2017) ističe da su istarski tartufi i pršut dio svakodnevne turističke ponude jelovnika agroturizama, a prije se gotovo nisu konzumirali u istarskim seoskim domaćinstvima te da su postali regionalni specijaliteti uglavnom zbog promotivnih aktivnosti.

Istarski pršut, kojeg Istrijani često nazivaju i „vijulin“ budući da svojim oblikom podsjeća na violinu, fizički nije privlačan, budući da je izvana pljesniv i popapren, a smatra se pravom delicijom upravo zbog svoje slatkoće, mirisa i mekoće. Oznaka izvornosti (ZOI) dodijeljena Istarskom pršutu potvrđuje da se proizvodnja pršuta odvija na tradicionalan način i s posebnim karakteristikama koje proizlaze iz istarskog područja. To uključuje kvalitetu sirovine, specifičnosti u procesu sušenja, zaštićeno područje proizvodnje te znanje i vještine

lokalnih proizvođača. Oznaka izvornosti pruža jamstvo potrošačima da kupuju autentičan Istarski pršut visoke kvalitete (Cerjak, 2019).

Maslinovo ulje također je jedno od najpoznatijih proizvoda istarske gastronomske ponude. U Istri postoje mnogi proizvođači maslinovog ulja koji su za svoj rad nagrađivani brojnim nacionalnim, ali i međunarodnim nagradama, što Istru uvrštava među najpoznatije i najpriznatije regije svijeta u proizvodnji maslinovog ulja. Autohtone istarske sorte bjelica, buga, moražola, rošinjola, crnica i drobnica. Maslinovo ulje može se kušati u konobama i uljarama gdje posjetitelji osim degustacije samog proizvoda mogu saznati nešto više o proizvodnji maslinovog ulja i tako поближе upoznati način života istarskog stanovništva koji se bavi uzgojem maslina. Petričević et al. (2021) svojim istraživanjem ukazuju na znatno veći udio konzumiranja maslinovog ulja u istarskim nego u dalmatinskim restoranima i da je najzastupljenija sorta bjelica. Autori preporučuju znatniju konzumaciju maslinovog ulja zbog njegove iznimne nutritivne i gastronomske vrijednosti.

Sir danas zauzima sve važniju ulogu u istarskoj gastronomiji, a konzumira se kao predjelo, glavno jelo, desert, ali i kao međuobrok. Sir se u Istri značajno konzumira uz vino, pri čemu se stvara jedinstven enogastronomski doživljaj (Žužić, 2016). Na ovom prostoru možemo naći brojne kozje, ovčje i kravlje sireve za čiju je proizvodnju nužno nekoliko ključnih čimbenika, a to su dobar odabir područja za ispašu i kvalitetna hrana, kvaliteta mlijeka koje se koristi za izradu sira, dob i sezona obrade, oblik i veličina te ispravan način pripreme (Turistička zajednica istarske županije, 2023).

Meso boškarina predstavlja veliki potencijal istarske gastronomije. Boškarin je istarsko govedo čije meso dobiva na gastronomskom značaju i karakteristično je za istarsko područje. Napredak u brendiranju boškarina kao mesa iznimne kvalitete ostvaren je osnivanjem *Agencije za ruralni razvoj* (AZZRI), čime je pokrenut program održivog razvoja istarskog goveda. Od tada dolazi do naglog rasta uzgoja boškarina i očuvanja kvalitete mesa. Na tržištu se mogu pronaći dvije vrste kobasica od boškarina: (1) gajardi – polusuha kobasica i (2) bakin – suha kobasica koja se poslužuje sa sirom i vinom. Ostali proizvodi od boškarina se još razvijaju (Prekalj, 2008)

3.2. Istarska tradicionalna jela

Istarska tradicionalna jela su izrazito brojna i povezana s lokalnom tradicijom i prilikama koje su vladale u prošlosti. Istra ima izrazito bogatu povijest te je istarsko područje bilo pod utjecajem mnogih različitih naroda i kultura, poput romanskih, germanskih i slavenskih kultura (Orlić, 2005). Turistička zajednica Istre promovira gastronomsku ponudu korištenjem geografskog izvora jela, stoga se istarska tradicionalna jela mogu podijeliti na:

- jela plave Istre i
- jela zelene Istre.

Dok se jela **plave Istre** odnose na primorski dio istarskog poluotoka, jela **zelene Istre** se odnose na istarsko zaleđe odnosno unutrašnjost poluotoka. U tablici 2. će se prikazati i opisati najznačajnije gastronomske delicije poluotoka.

Tablica 3. Tradicionalna jela plave Istre

| Jelo | Opis |
|-----------------|--|
| Brodet | Narodno jelo, svojevrsni pikantni umak od više vrsta riba i rakova |
| Buzara | Posebna vrsta umaka pripravljena na temeljcu od bijelog luka, peršina, maslinova ulja i vina, najčešće od školjaka ili rakova |
| Jakobova kapica | Kraljevska školjka živi na pjeskovitim područjima, mišić školjke odličan je pečen, gratiniran ili sirov |
| Kamenica | Školjka koju nazivaju i afrodisijakom, prava delikatesa kada se jede sirova, uz kap limuna i maslinova ulja |
| Rakovica | Rumena rakovica s morskog dna, posjeduje vrlo malu količinu mesa pa je cijenjena kao vrhunska delikatesa |
| Srdela | Poznata zdrava plava riba Jadrana, pripravlja se svježa u ulju ili na žaru, usoljena, marinirana, konzervirana u ulju |
| Škampi | Rakovi iz obitelji hlapova, spremaju se na mnogo načina: buzara, roštilj, pohani repovi, s rižom i tjesteninom, pa čak i u sirovoj varijanti |

Izvor: obrada autora prema TZ Istra, dostupno na: <https://www.istra.hr/hr/gourmet/istarska-kuhinja>

Iz tablice se može zaključiti da su jela plave Istre bazirana na morskim plodovima, ribi i školjkašima koji su posebno cijenjeni u primorskom dijelu Istre, kao i cijele Hrvatske. Ružić & Dropulić (2009) ističu da su svježa riba i morski plodovi uz jela od mesa najznačajniji

gastronomski aduti Istre. Primorska Istra je bila dugo godina pod snažnim romanskim utjecajem (stari Rimljani, Mletačka Republika i Italija) te se u tom dijelu Istre nude tipična mediteranska jela bazirana na laganim i manje kaloričnim namirnicama. U nastavku će se u tablici 3. istaknuti renomirana jela zelene Istre koja čine temelj gastronomske ponude istarskog zaleđa.

Tablica 4. Tradicionalna jela zelene Istre

| Jelo | Opis |
|------------------|---|
| Maneštra | Gusta juha od krumpira, graha, suhog mesa i sezonskog povrća |
| Fuži | Cjevasto smotani tanki komadi tjestenine, veličine 3 - 5 cm |
| Pljukanci | Vretenasta tjestenina duguljastog oblika |
| Posutice | Tijesto rezano u kvadratiće |
| Ravioli | Tijesto punjeno raznim nadjevima, npr. od sira, mesa, oraha... |
| Istarska fritaja | Omlet od domaćih jaja obogaćen sezonskim namirnicama poput šparoga, tartufa, pršuta, kobasica, gljiva |
| Žgvacet | Istarski gulaš od komadića mesa (kokoši, goveda, divljači) u gustom umaku |
| Ombolo | Dio svinjskog kotleta odvojen od kosti, začinjjen solju, mrvljenim paprom i listićima lovora te sušen na vjetru |
| Panceta | Svinjska potrbušina natrljana mješavinom soli, papra i mljevenog lovora te sušena u obliku ploča ili rola |
| Kroštule | Hrskavi slatki kolači istarske kuhinje |
| Fritule | tradicionalni slatki specijalitet u Istri koji se priprema u vrijeme poklada, blagdana ili kao znak gostoprimstva |

Izvor: obrada autora prema TZ Istra, dostupno na: <https://www.istra.hr/hr/gourmet/istarska-kuhinja>

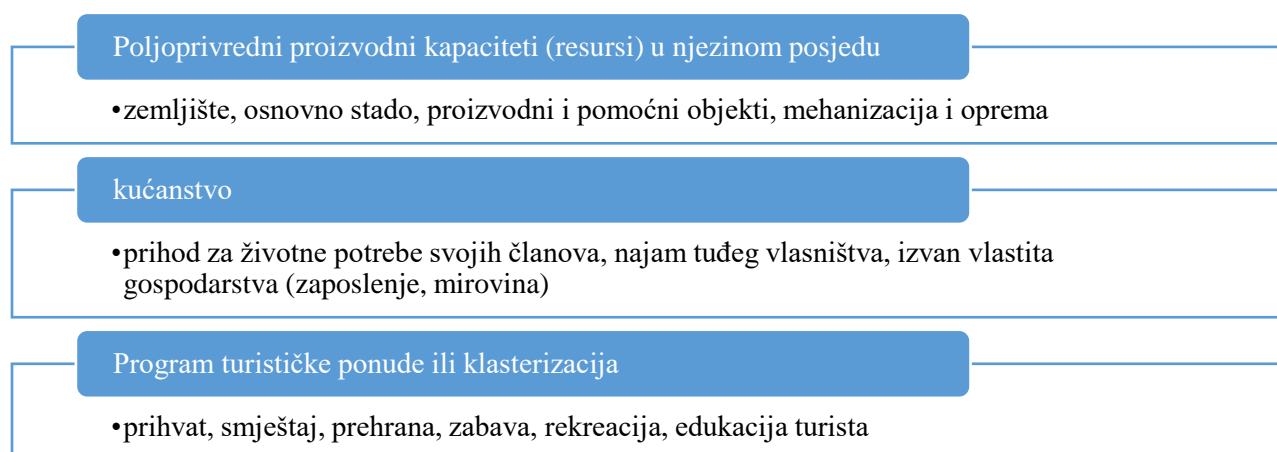
U tablici je vidljivo da su jela zelene Istre bazirana na mesu, tjestenini i povrću. Unutrašnjost Istre se znatno razlikuje od primorskog dijela. Temperature su niže, veća je vlažnost i kontinentalnost, niža je osunčanost. Istarsko zaleđe je u povijesti bilo pod velikim germanskim utjecajem (Habsburška Monarhija). Navedeni preduvjeti su utjecali na gastronomiju te je ona u unutrašnjosti vrlo konkretnija, teška i znatno više kalorična od gastronomije primorskog dijela. Desert (kroštule i fritule) su iznimno jednostavni i tipični za mediteransko podneblje u kojemu deserti nisu značajni dio obroka (Turistička zajednica Istarske županije, 2023.)

Iz svega se može zaključiti da je gastronomska ponuda Istre iznimno bogata i raznolika. Ne treba zaboraviti da je riječ o području veličine oko 2 800 km² na kojemu se nalaze dva potpuno različita gastronomska svijeta. Jedan je fokusiran na more, drugi na polje i njegove plodove. Na primorskom dijelu vlada masovni turizam iznimne sezonalnosti i rekordnih posjećenosti. U unutrašnjosti Istre je došlo do snažnog razvitka agroturizama koji nude tradicionalnu hranu uzgojenu na tipičnom istarskom selu i temelj su turističke ponude. Može se reći da je najveća prilika Istre kao turističke destinacije mogućnost disperzije turista prema unutrašnjosti odnosno povezivanje gastronomske pa i turističke priče zelene i plave Istre.

3.3. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva

Obiteljska poljoprivredna gospodarstva (OPG) predstavljaju temelj ruralne enogastronomske ponude Istre. S obzirom na socijalne, ekonomske i demografske promjene u društvu, može se reći da je ovaj segment ponude doživio velike promjene. Prema Oplanić et al. (1997), poljoprivrednim obiteljskim gospodarstvom smatra proizvodna jedinica u poljoprivredi sastavljena od dvaju elemenata: obitelji i gospodarstva (proizvodnih potencijala).

Shema 4. Oblici proizvodne jedinice obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva



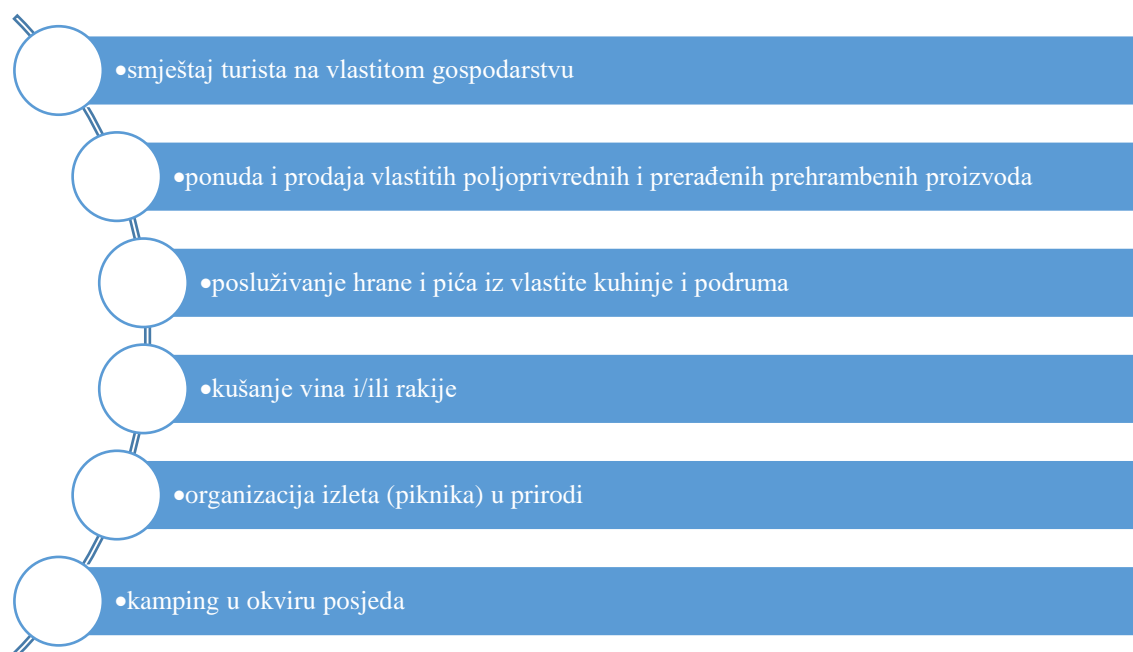
Izvor: obrada autora prema: Oplanić, M., Milotić, A., & Ružić, P. (1997). Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo-čimbenik razvoja ruralnih oblika turizma u Istri. *Tourism and hospitality management*, 3(2), 427-440.

U shemi su prikazana 3 oblika proizvodne jedinice obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva koji se javljaju u Istri. Najpoznatiji oblik je svakako OPG s programom turističke ponude ili klasterizacija OPG-ova na geografskom području Istre. Važno je naglasiti razliku između koncepta ruralnog turizma i agroturizma. Razlika između pojmova „ruralni turizam“ i „agroturizam“ je u kriteriju prema kojemu ga definiramo. Na primjer, „ruralni turizam“ obuhvaća bilo koju turističku aktivnost u ruralnim prostorima, prema tome, kriterij je prostor. Pojam „agroturizam“ uključuje kriterij djelatnosti, odnosno povezivanja poljoprivrednih i turističkih aktivnosti na gospodarstvu.

Franić (2002) ističe da je Seljački turizam i agroturizam su oba oblika ruralnog turizma koji uključuju posjetitelje u poljoprivredne aktivnosti i omogućavaju im da dožive ruralni način života. Međutim, postoji razlika u naglasku i konceptu tih pojmova. Seljački turizam naglašava ulogu seljaka ili poljoprivrednika kao nositelja poljoprivrednih aktivnosti i vlasnika obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva. U ovom obliku turizma, turističke usluge predstavljaju dodatnu djelatnost osnovnoj poljoprivrednoj proizvodnji i služe kao dodatni izvor dohotka za seljake. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo koje se bavi seljačkim turizmom organizirano je i opremljeno za pružanje ugostiteljskih i turističkih usluga, a članovi obitelji koji su uključeni u posao moraju imati odgovarajuće obrazovanje. Ovaj oblik turizma često je usko povezan s ruralnim područjima i tradicionalnim načinom života, te pruža autentično iskustvo seoskog okruženja. S druge strane, agroturizam je širi pojam koji obuhvaća sve oblike turizma povezane s ruralnim područjima i poljoprivredom. Osim posjeta obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, agroturizam uključuje i posjete farmama, vinogradima, maslinicima, stočarskim farmama i drugim poljoprivrednim objektima. Naglasak u agroturizmu nije samo na seljacima, već na cjelokupnom iskustvu povezanom s ruralnim područjima i poljoprivredom. Ova vrsta turizma može uključivati razne aktivnosti poput degustacija hrane i pića, sudjelovanja u berbi ili sjetvi, vožnje traktora, jahanja konja i drugih aktivnosti vezanih uz poljoprivredu.

Prema Franić (2002), svako dobro organizirano turističko obiteljsko (poljoprivredno) gospodarstvo može razviti specifične oblike turističkih usluga, koje su istaknute u shemi.

Shema 5. Specifični oblici turističkih usluga u turističkom poljoprivrednom gospodarstvu



Izvor: Franić, R., & Grgić, Z. (2002). Agroturizam na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u Hrvatskoj– Pretpostavke i izgledi razvitka-Studij slučaja. *Agriculturae conspectus scientificus*, 67(3), 131-141.

Iz nabrojanih specifičnih oblika se može zaključiti da svaka aktivnost na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu može biti obogaćena na različite načine, ovisno o samom gospodarstvu, atraktivnim elementima okoliša i kreativnosti domaćina i gostiju. Agroturizam pruža mogućnost da turisti plaćaju uslugu smještaja, ali i uživaju u svim ostalim uslugama i iskustvima koja proizlaze iz prijateljskog i obiteljskog okruženja (Franić, 2002).

Može se zaključiti da je Istra iznimno bogata agroturističkom ponudom, dok je potražnja turista uglavnom fokusirana na primorski dio Istre koji nije uključen u ruralni dio unutrašnje Istre. Stoga je nužno fokusirati se na održivi razvoj Istre kao destinacije i planirati da i buduće generacije mogu uživati u blagodatima koje Istra nudi.

Zanimljivo je istraživanje autora Bokan & Menardi, (2022), koji su dokazali otpornost hrvatskih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava na tržišne poremećaje izazvane krizom. Autori su ispitali ponašanje i poslovno upravljanje obiteljskih poljoprivrednih gospodarstva u krizi izazvanoj pandemijom COVID-19. Naime, autori ističu da su se mnogi OPG-ovi prilagodili novonastaloj situaciji na tržištu i prilagodili svoje poslovanje i poslovne procese. Strategije koje su OPG-ovi primijenili su sklapanje novih suradnji unutar i izvan Hrvatske,

uvođenje dostave i prelazak na internetsko naručivanje, promidžbu i komunikaciju s kupcima te uvođenje novih kultura, usluga i aktivnosti na OPG-u. Može se reći da su okolnosti novonastale krizne situacije uzrokovane pandemijom djelovale pozitivno na razvoj OPG-ova i multifunkcionalnost poljoprivrednog sektora koji je dokazao otpornost i vitalnost u lokalnoj ekonomiji.

4. Enološka ponuda Istre

Istra je u svijetu renomirana kao destinacija vinskog turizma. Povijest uzgoja vina u Istri seže u antičku prošlost te je Istra u današnje vrijeme postala jedna od najrazvijenijih vinskih regija u Hrvatskoj. U nastavku slijede najvažnija obilježja vina i kako je nastao uzgoj vina.

4.1. Autohtone vinske sorte

Promatrajući reljef istarskog poluotoka, nužno je istaknuti ispunjenost brežuljcima i umjerenom klimom koju modulira morski povjetarac te barem četiri tipa tla (crveno, bijelo, crno i sivo tlo), Istra je idealna za uzgoj vina. Raznovrsna tla dodatno su obogaćena naslagama vapnenca u dubini, otvarajući mogućnosti za uzgoj i proizvodnju brojnih stilova - crvenih, bijelih i rosé vina, od autohtonih i globalno rasprostranjenih sorti, do manje količine pjenušavih i slatkih vina (Vinistra, 2023). Najznačajnije istarske autohtone sorte vina su:

- malvazija istarska,
- teran i
- muškat momjanski.

Malvazija istarska je mlado, svježe i najpoznatije autohtono istarsko vino koja obuhvaća gotovo 70 % proizvodnje. Malvazija istarska ima puno tijelo te raskošne voćne note. Na nosu se osjeća med, korica limuna, kruška, uz orašasti, blago gorki završetak. Malvaziju proizvode sve istarske vinarije i većina njih je dio zaštićenog geografskog podrijetla (Vinistra, 2023).

Teran je crno autohtono vino poznato i obožavano zbog svoje divljine biljnih aroma i pitkosti. Teran je zahtjevan za uzgoj zbog izraženih tanina i visokog udjela kiselina, koje kad ga pripitome vješte ruke vinara postaje privlačno vino srednjeg do jačeg tijela, bogato aromama crvenog voća, kao što su višnje, trešnje, kupine te srednjih i ugodnih tanina. Proizvodi ga oko 65% istarskih vinarija te ih je oko 13% dio zaštićenog geografskog podrijetla (Vinistra, 2023.).

Muškat momjanski, proizveden od posebnog biotipa sorte muškat bijeli koja se stoljećima uzgaja na području Momjana, Europska unija je u kolovozu 2021. godine proglasila 18. zaštićenom oznakom izvornosti za vino u Hrvatskoj. Ime ovog vina potječe od gradića Momjana u sjeverozapadnom dijelu Istre, u kojem se ova sorta uzgaja od davnina (Vinistra,

2023.). Muškati momjanski proizvodi oko 35% istarskih vinarija koje imaju striktno geografsko podrijetlo u okolici Momjana i Buja. Treba naznačiti da osim bijelog postoji i muškati bijeli, žuti i ruža koji pripadaju međunarodnim vinskih sortama.

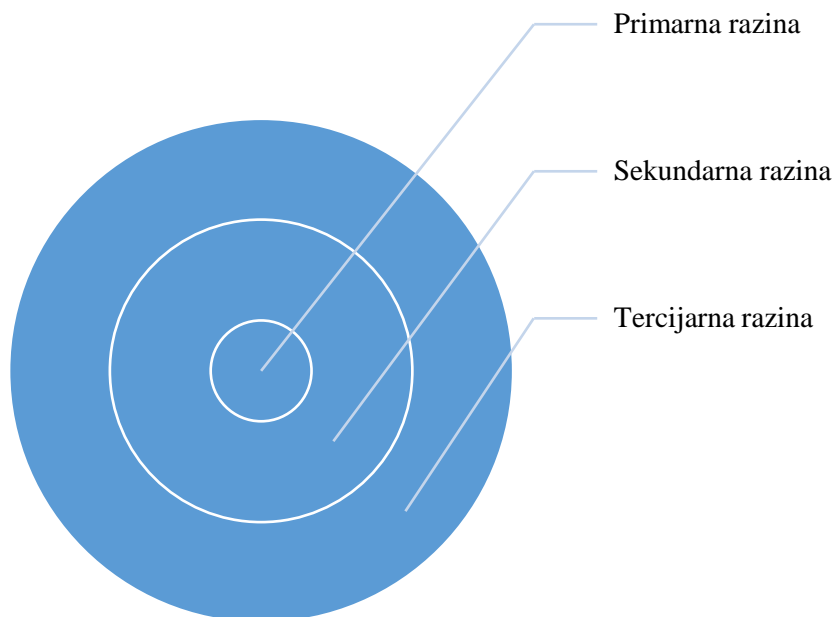
Važno je spomenuti i refošk, crno autohtono istarsko vino, po svojim karakteristikama i genetikom veoma slično teranu. U hrvatskoj Istri se refošk proizvodi u 2.9% vinarija, dok se u slovenskoj Istri proizvodi u 100% vinarija. Postoji puno dilema u vezi ovog vina, no činjenica je da je to autohtono istarsko crno vino. Nužno je naglasiti da se u Istri proizvode i vina međunarodnih vinskih sorti. Plodno tlo, razvijena infrastruktura te solidno vinarsko i vinogradarsko znanje polučilo je razvojem uzgoja mnogih međunarodnih sorti u Istri. Najpoznatije sorte su svakako merlot, chardonnay, sauvignon i cabernet sauvignon. Prema Jurinčić et al. (2015), nakon malvazije, terana i muškata koji su autohtone sorte, vinarije najviše proizvode cabernet sauvignon kojeg proizvodi 67.6 % istarskih vinarija, chardonnay (52.9 %), merlot (52.6 %) i sauvignon (17,7 %).

4.2. Proizvodi vinskog turizma

Istra ima dugu tradiciju u proizvodnji grožđa i vina, a u posljednjih dvadesetak godina vidljiv je značajan napredak u podizanju kvalitete vina. Ovaj napredak može se pripisati većem fokusu na autohtone sorte vinove loze i strateškom pristupu proizvođača u unapređenju procesa proizvodnje. Vinari u Istri sve više prepoznaju vrijednost i značaj autohtonih sorti vinove loze. Odlučuju saditi i negovati te sorte koje su tradicionalno prisutne na ovom području već stoljećima. Odabir autohtonih sorti omogućava vinogradarima da iskažu specifičnosti istarskog teroara i postignu vina s izraženim regionalnim identitetom (Peršurić, 2015). Središnja Istra je već prepoznata kao destinacija vinskog turizma.

Vinski turizam je određen kao višedimenzionalni hedonistički doživljaj baziran na osjetilima te uključuje kušanje i kupovinu vina u vinskom okruženju (Vasco Santos et al. 2021) Brochado et al. (2020) smatraju da se vinski turizam sastoji od 3 razine, koje su prikazane u shemi.

Shema 6. Razine vinskog turizma



Izvor: obrada autora prema Brochado, A., Troilo, M., Rodrigues, H., & Oliveira-Brochado, F. (2020). Dimensions of wine hotel experiences shared online. *International Journal of Wine Business Research*, 32(1), 59–77. <https://doi.org/10.1108/IJWBR-12-2018-0072>

Primarna razina vinskog turizma se sastoji od upravljanja vinogradom i obrade grožđa. **Sekundarnu razinu** čini dugotrajan proces proizvodnje i odležavanja vina. **Tercijarna razina** se odnosi na usluge poput prodaje vina, smještaja i restorana. Vinarije su identificirane kao glavni pokretači ponude vinskog turizma. Uz vinarije, postoje i ostali proizvodi vinskog turizma poput lokalnih vinskih ruta, vinskih festivala, OPG-ova, restorana i drugih segmenata ponude vinskog turizma (Mitchell & Hall, 2008). Kako bi se bolje razumio koncept vinskog turizma, nužno je razumjeti ključne pojmove koji se javljaju u tom konceptu. U nastavku će se obraditi i istaknuti proizvodi vinskog turizma.

4.2.1. Vinarije

Vinarije su glavni segment odnosno kulminacija proizvoda vinskog turizma. Vinarije su unikatno mjesto potrošnje koje je karakteristično isključivo za vinski turizam (Bruwer & Lesschaeve, 2012). Kao i svaki turistički proizvod, vinarije tijekom poslovanja prolaze životni

ciklus razvoja vinarije. Životni ciklus razvoja vinarije se sastoji od 5 faza. Prva faza se odnosi na **osnutak vinarije**. Fazu obilježava naglasak na proizvodnju i kvalitetu vina, kao i povezivanje s poduzetnicima i potencijalnim gostima. Nakon osnutka slijedi **faza afirmacije** u kojoj dolazi do značajnijeg priznavanja vinarije. U ovoj se fazi prodaja vina uglavnom vrši isključivo u vinariji. Treću fazu obilježava **regionalna prepoznatljivost** vinarije koja uključuje značajni rasta broja domaćih, ali i stranih gostiju. Uz vinariju se počinju razvijati ostali elementi ponude, poput smještajnih kapaciteta, restorana, vinskih cesta i slično. Menadžment vinarije u ovoj fazi ulaže marketinške napore u mogućnost prodaje vina putem webshopa i prodaju suvenira. Četvrta faza uključuje **zrelost** vinarije u kojoj vinarija doživljava vrhunac razvoja kao turističkog proizvoda. Ova faza uključuje izrazitu lojalnost gostiju, konstantan rast ulaganja, uvođenje raznih vinskih festivala, pa čak i negativne strane, poput zagađenja prirode, rasta cijena i prometnih gužvi. Broj posjeta je i dalje u porastu, ali nešto blažem nego u prethodnoj fazi te je potrebno provesti redizajniranje brenda i rasterećivanje prihvatnog kapaciteta. Ako se nije provelo redizajniranje brenda, dolazi do **propadanja** vinarije. Ovu fazu obilježava značajno smanjenje broja posjeta što utječe na smanjenje investicija i zastarjelost brenda. Određenim strategijama pomlađivanja je moguće izbjeći fazu propadanja, ako se prijetnja od propadanja prepozna u ranijim stadijima. Model životnog ciklusa razvoja vinarija nije primjenjiv u određenim vinarijama. Iznimku čine manje obiteljske vinarije, koje zbog strategije njihovih vlasnika vjerojatno nikada neće proći neke faze.

Primjer veće vinarije u fazi zrelosti je svakako vinarija Kozlović. Vinarija se nalazi u dolini Vale nedaleko Momjana te je osnovana daleke 1904. godine, a trenutni vlasnici su pripadnici 4. generacije Kozlovića. Vinarija i kušaonica su izrazito moderno, ali minimalistički uređene kako se ne bi degradirala predivna okolina. Ukupna veličina vinograda iznosi 30 Ha. Osim kušanja hrane i vina, nudi se i prodaja ostalih proizvoda poput maslinovog ulja, rakija Kozlović i ostalih proizvoda. Vina Kozlović su iznimno cijenjena u enološkom svijetu, što dokazuju i nagrade platinum medalja na Decanter World Wine Awards 2020 i srebrna medalja na International Wine Challenge 2020 i sl. (Vinarija „Kozlović“, 2023.).

Primjer manje obiteljske vinarije je definitivno vinarija Clai. Vinarija Clai smještena je u unutrašnjosti Istre, nedaleko od Krasice, u selu Brajki. Blizina grada Buja kao i granica sa Slovenijom čine je lako dostupnom destinacijom za sve prigode. Vinogradi se prostiru na 6,5 ha, dok su se maslinici smjestili na dodatnih 5 ha zemlje. Clai vina su cjenovno znatno skuplja dok je vinograd relativno mali te je fokus na izrazito visokoj razini kvalitete grozda, a time i kvaliteti vina (Vinarija „Clai“, 2023.).

4.2.2. Vinske rute

Vinske rute predstavljaju turistički proizvod čiji cilj je promocija i prodaja poljoprivrednih proizvoda pojedinog vinogradarsko-vinarskog područja, na kojem proizvođači udruženi pod etiketom vinske ceste, nude svoje specijalitete, posebice vino. Pored neposredne promocije vina i vinara vinske ceste imaju značajnu ulogu i u predstavljanju i upoznavanju posjetitelja s ruralnim prostorom Istre. Uz turističku i ugostiteljsku ponudu, osnovni dio vinske ceste čine atraktivnost okoliša, povijesne i kulturne znamenitosti (Brščić, 2010).

Projekt Vinske ceste Istre je pokrenula TZ Istre kako bi se popularizirao potencijal vinskih ruta na istarskom poluotoku, posebice naglašen za bicikliste. U projekt Vinskih cesta Istre uključeno je ukupno 93 vinara koji goste primaju u starim, adaptiranim objektima ili novim vinarskim podrumima (Turistička zajednica Istarske županije, 2023)

4.2.3. Vinski festivali

Vinski festivali su definirani kao specijalni događaji ograničenog trajanja na temu vina i regionalne gastronomije (Bruwer, 2003; Yuan et al., 2005). Glavna uloga regionalnog vinskog festivala je promocija skupine vinarija i vinogradarskih regija i jačanje imidža turističke destinacije. U Istri postoji mnogo vinskih festivala te će se izdvojiti samo nekoliko primjera.

Vinistra je najveći vinski događaj Istre koji traje nekoliko dana te ju ne čini samo izložba domaćih proizvoda, vina prije svega, već i vođene degustacije, prezentacije, tematski susreti. Izložba se bazira na ocjenjivanju kakvoće vina, a brojni dodatni sadržaji pak čine Vinistru zanimljivijom. Ova vrhunska manifestacija koja na nekoliko dana na jednome mjestu uspijeva okupiti rekordan broj izlagača vina, nezaobilazno je mjesto edukacije i svijesti o vinima i kulturi stola te je postala najveća izložba svoje vrste u Hrvatskoj. Broj izlagača iz cijele Hrvatske i inozemstva potvrđuje njezin status koji neprekidno raste (Turistička zajednica Istarske županije, 2023)

4.2.4. Ostale vinske atrakcije

Ostale vinske atrakcije čine sve segmente koji nisu zastupljeni u prethodnim kategorijama. Kao primjer je nužno istaknuti Udrugu vinogradara i vinara Istre „Vinistra“ djeluje od 1994. godine s osnovnim ciljem unapređenja i razvoja vinogradarstva i vinarstva u Istri. Danas se sastoji od više od 120 članova s područja Istre i Kvarnera budući da je u kolovozu 2020. godine skupština Udruge usvojila izmjene i dopune statuta, te se područje djelovanja Udruge proširilo na Primorsko-goransku županiju. Članovi Udruge bave se proizvodnjom grožđa, vina i proizvoda od grožđa, sadnog materijala, selekcijom, istraživanjem i drugim vidovima vinogradarstva i vinarstva, pri čemu je njihovo stalno mjesto boravka odnosno sjedišta na području Istarske županije i Primorsko-goranske županije. Vinistra kao Udruga promovira Istru kao destinaciju vina, specifičnu u odnosu na druge regije, i promocijom istarske malvazije kao autohtonog vina stvara brend. Iz stavova posjetilaca koji su se deklarirali kao vinoljupci te iz perspektive marketinga usmenom predajom, Vinistra se pozitivno promovira te ima perspektivu povećanja i broja posjetilaca i porast interesa za Istru kao destinaciju vinskog turizma (Peršurić, 2009).

5. Rezultati empirijskog istraživanja

U ovom poglavlju je provedeno empirijsko istraživanje diplomskog rada. Empirijsko istraživanje se sastoji od definiranja ciljeva, određivanja izvora podataka i vrste istraživanja, konstruiranja metodologije prikupljanja podataka i provođenja deskriptivne statističke analize rezultata.

5.1. Ciljevi empirijskog istraživanja

U nastavku će se definirati **osnovni cilj** i **posebni ciljevi** empirijskog istraživanja. **Osnovni cilj** empirijskog istraživanja ispitati motivaciju i preferencije gosta o enogastronomskom turizmu Istre. Drugim riječima, empirijskim istraživanjem se želi istražiti koji uzroci privlače turista u Istru iz aspekta ruralnog turista.

Iz osnovnog cilja proizlaze i **posebni ciljevi**, a to su:

- (1) odrediti faktore motivacije koji gosta privlače u Istru,
- (2) odrediti ponašanje gosta pri boravku u Istri,
- (3) ispitati navike gosta o ugostiteljskoj ponudi Istre i
- (4) izmjeriti preferencije gosta o ruralnom smještaju Istre.

5.2. Određivanje izvora podataka i vrste istraživanja

Pri izradi empirijskog istraživanja su korišteni **primarni podaci** pomoću metode anketiranja. Upitnik je putem interneta distribuiran turističkim posjetiteljima Istarske županije. Upitnik je bio dostupan isključivo osobama hrvatskog govornog područja koje su bar jednom u posjetili jedan od istarskih ugostiteljskih objekata. Nužno je napomenuti da se ovo istraživanje može nazvati **deskriptivnim istraživanjem** jer su u njemu neobrađeni podaci analizirani primjenom metoda deskriptivne statističke analize.

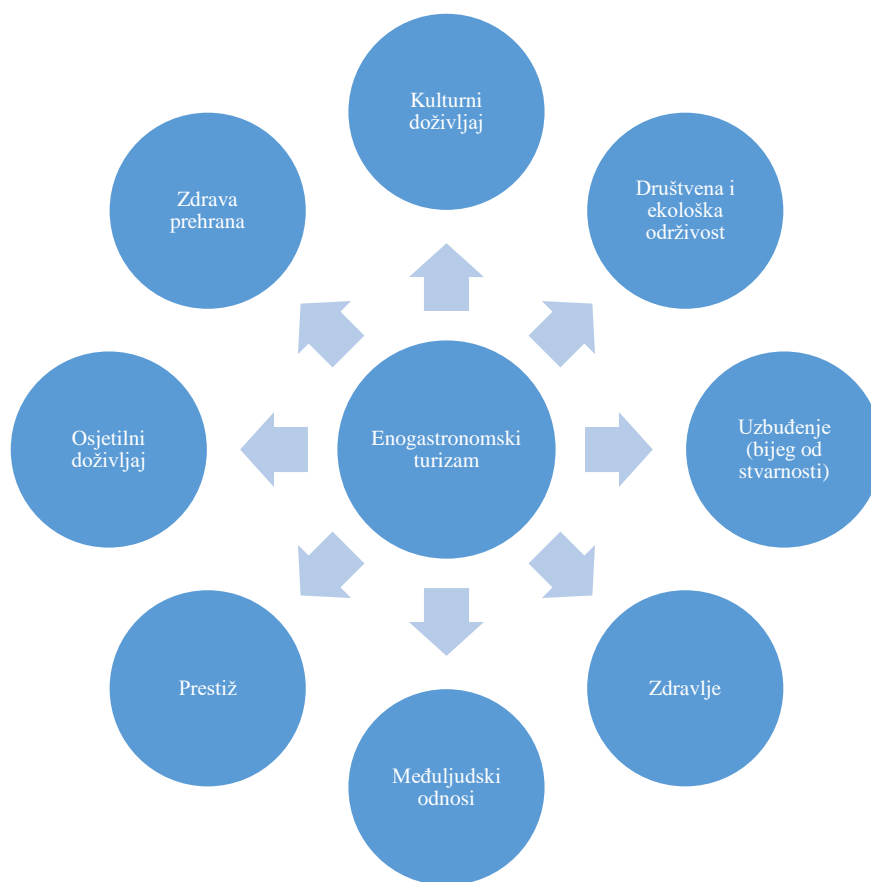
5.3. Metodologija prikupljanja podataka

Podaci za empirijsko istraživanje su prikupljeni putem provedene **online ankete**. Pri kreiranju ankete od izrazite je važnosti bilo pronaći adekvatni model koji ispituje motivaciju i preferencije ruralnog turista s naglaskom na enogastronomiju.

Temeljem opsežne analize suvremene znanstvene literature, pronađen je model autora Kim & Eves (2012) kojim se uspješno mjeri motivacija i preferencije za konzumiranje koncepta enogastronomskog turizma. Model ispitivanja motivacije turista u enogastronomskom turizmu se sastoji od 6 dimenzija enogastronomskog turizma: (1) kulturni doživljaj (eng. cultural experience), (2) zdravlje (eng. health concern), (3) uzbuđenje i bijeg od stvarnosti (eng. escape from routine), (4) osjetilni doživljaj (eng. sensory experience), (5) međuljudski odnosi (eng. interpersonal relations) i (6) prestiž (eng. prestige).

Uz 6 osnovnih dimenzija, dodane su dvije dimenzije koje se javljaju u prilagođenom modelu od strane Testa et al. (2019). Spomenuti autori su dodali 2 dimenzije, a to su: (1) zdrava prehrana (eng. healthy eating) i (2) društvena i ekološka održivost (eng. social and environmental sustainability). Ovaj model je često korišten i dokazan kao izrazito pouzdan zbog jasno determiniranog konstrukta turističke potrošnje lokalne hrane u turističkoj destinaciji, čime se integriraju motivacija turista i istraživanje izbora hrane, što je prepoznato kao nedovoljno istraženo područje u znanstvenom svijetu (Kim & Eves, 2012). U nastavku je na shemi prikazan prilagođeni model autora Kim & Eves (2012) koji se koristio kao bazni model za empirijsko istraživanje.

Shema 7. Model mjerenja motivacije turista u enogastronomskom turizmu



Izvor: Kim, Y. G., & Eves, A. (2012). Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food. *Tourism Management*, 33(6), 1458–1467. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.01.015>

U shemi je prikazan bazni model kojeg čini 8 dimenzija motivacije enogastronomskog turista koje objedinjuju pojam enogastronomskog turista. Upitnik je kreiran i distribuiran na hrvatskom jeziku, dok je online anketiranje provedeno u periodu od 22. lipnja do 26. lipnja 2023. godine.

Upitnik je strukturiran u pet cjelina. **Prva cjelina** se odnosi na općenita pitanja kojima se ispituju navike turističkih aktivnosti ispitanika u Istri te se sastoji od 6 pitanja. Namjera ove cjeline je da se determinira opće kretanje i ponašanje turista pri posjeti Istri. U prvoj cjelini je na početku postavljeno eliminacijsko pitanje „*Jeste li ikada posjetili jedan od ugostiteljskih objekata u Istri?*“ kao uvjet za odgovaranje na iduća pitanja i pravilno popunjavanje upitnika. Također se ispituju preferencije ispitanika o odabiru vrste ugostiteljskog objekta i naziva ugostiteljskog objekta u kojem su konzumirali hranu i piće. Na kraju prve cjeline su se ispitivale navike gosta vezane uz korištenje usluge smještaja tijekom boravka u Istri, kao i dodatnim

ruralnim aktivnostima u kojima su turisti participirali u Istri (npr. Zip-line, degustiranje vina, izleti u prirodu i sl.). U **drugoj cjelini** se pomoću 28 pitanja istražuje motivacija turista u enogastronomskom turizmu sukladno 8 temeljnih dimenzija modela enogastronomskog turizma kojeg su odredili Kim & Eves (2012). U ovoj cjelini upitnika je korištena Likertova ljestvica slaganja od pet stupnjeva, gdje od 1 označava „u potpunosti se ne slažem“, a 5 u „u potpunosti se slažem“. Provedena je i usporedna analiza rezultata baznog modela kojeg su postavili Kim & Eves (2012). a nadogradili Testa et al., (2019) i dobivenih rezultata iz empirijskog istraživanja. Pomoću postavljenog modela se na lakši način došlo do određenih saznanja i praktičnih zaključaka za poboljšanje. **Treća odnosno četvrta cjelina** obuhvaćaju prilagođeni i prošireni model koji uz 7 temeljnih dimenzija dodaje još 2 dimenzije koje su dodali Testa et al. (2019): (1) zdrava prehrana (eng. healthy eating) i (2) društvena i ekološka održivost (eng. social and environmental sustainability) u cjelini zdrave prehrane. Na kraju je proveden sociodemografski profil kao **peta cjelina** u kojoj se ispituje: spol, starosna dob, obrazovanje, bračno stanje i ekonomski status. Obradom podataka iz sociodemografskog profila se može zaista puno informacija o profilu i karakteristikama osobe koja posjećuje Istru. Time se i osigurava optimalna ravnoteža u smislu pravilno raspoređenog uzorka prema sociodemografskim podacima.

5.4. Rezultati deskriptivne statističke analize

Cilj ovog potpoglavlja je analizirati prikupljene podatke o motivaciji turista u enogastronomskom turizmu i interpretirati dobivene rezultate istraživanja. Anketiranjem je prikupljen uzorak od 183 ispitanika. Na prvom, eliminacijskom pitanju su 2 ispitanika označila odgovor da nisu nikada posjetili ugostiteljski objekt u Istri. Stoga su odgovori od 2 ispitanika eliminirani i konačni uzorak čini **181 pravilno prikupljenih upitnika**. U ovome radu je korišten namjerni prigodni uzorak koji je prikupljen u online obliku distribuiranjem upitnika putem društvenih mreža i osobnim poznanstvom anketara. U nastavku će se prikazati konkretni rezultati provedenog empirijskog istraživanja.

Tablica 5. Sociodemografski profil ispitanika

| Varijable | Frekvencije | |
|--|--------------------|---------------|
| | Apsolutne | Relativne (%) |
| Spol | | |
| Muški | 33 | 18,23 |
| Ženski | 148 | 81,77 |
| Starosna dob | | |
| 18 - 25 | 43 | 23,76 |
| 26 - 35 | 28 | 15,47 |
| 36 - 45 | 42 | 23,20 |
| 46 - 55 | 38 | 21,00 |
| 56 - 65 | 21 | 11,60 |
| Više od 66 | 9 | 4,97 |
| Obrazovanje | | |
| Srednja škola | 68 | 37,58 |
| Fakultet | 103 | 56,90 |
| Poslijediplomski studij | 10 | 5,52 |
| Bračno stanje | | |
| Neoženjen / neudata | 73 | 40,33 |
| Oženjen / udata | 73 | 40,33 |
| Udovac / udovica | 8 | 4,42 |
| Razveden / razvedena | 27 | 14,92 |
| Ekonomski status | | |
| Zaposlen ili samozaposlen | 130 | 71,82 |
| Nezaposlen | 3 | 1,66 |
| Učenik, student | 28 | 15,47 |
| Ostalo (npr. osobe u mirovini, kućanice) | 20 | 11,05 |

Izvor: obrada autora

U tablici su istaknute sociodemografske kategorije odnosno varijable kojima se doznaju detaljniji podaci o ispitanicima koji su pravilno ispunili upitnik. Cjelina sociodemografskog profila se u istraživanju sastoji od 5 pitanja.

Prvo pitanje se odnosi na **spol ispitanika**. Iz tablice se može zaključiti da je većina ispitanika empirijskog istraživanja ženskog spola, njih čak 82 %. Muški spol je znatno manje zastupljen s 18%.

Starosna dob je ravnomjerno raspoređena, a među ispitanicima su najviše zastupljeni ispitanici koji imaju 18 do 25 godina (23,76 %) i 36 - 45 godina (23,20 %). S druge strane, najmanje su zastupljeni ispitanici starije životne dobi i to: dobna skupina 56 – 65 godina (11,60 %) i najstarija dobna skupina „više od 66 godina“ sa zastupljenošću od oko 5 %. S obzirom na značajnu uravnoteženost ostalih dobnih skupina, može se reći da je uzorak ravnomjerno prikupljen s obzirom na dobne skupine.

Što se tiče **obrazovanja**, može se naglasiti da su svi ispitanici završili najmanje srednju školu. Čak 56,90 % ispitanika završilo studij na fakultetu te još oko 5,52 % ispitanika je završilo doktorski studij kao najveću razinu sveučilišnog obrazovanja u Hrvatskoj. Srednjoškolsko obrazovanje je završilo 37,58 % ispitanika.

Rezultati profila ispitanika s obzirom na **bračno stanje** pokazuju identičan udio ispitanika (40,33 %) za kategoriju neoženjene / neudate i kategoriju oženjene / udate (40,33 %). Kategoriju udovac / udovica čini 4,42 % dok kategoriji razveden / razvedena pripada visokih 14,92 % ispitanika.

Posljednje pitanje iz ove cjeline se odnosi na **ekonomski status** ispitanika. Većina ispitanika je zaposlena ili samozaposlena (71,82 %). Znatni broj ispitanika pripada kategoriji učenika ili studenta (15,47 %). Zatim slijedi kategorija ostalo (npr. osobe u mirovini, kućanice i sl.) koja je zastupljena s 11 % ispitanika. Na začelju je kategorija nezaposleni koju čini 1,66 % ispitanika.

Tablica 6. Preferencije i navike enogastronomskih turista Istre

| Varijable | Frekvencije | |
|---|-------------|---------------|
| | Apsolutne | Relativne (%) |
| Koliko često posjećujete ugostiteljski objekt u Istri? | | |
| Svaki tjedan | 6 | 3,31 |
| Jednom mjesečno | 14 | 7,74 |
| Nekoliko puta mjesečno | 8 | 4,42 |

| Varijable | Frekvencije | |
|---------------------|-------------|---------------|
| | Apsolutne | Relativne (%) |
| 2 - 3 puta godišnje | 89 | 49,17 |
| Jednom godišnje | 64 | 35,36 |

Koju ste vrstu ugostiteljskog objekta posjetili tijekom boravka u Istri (odaberite objekt koji je na Vas ostvario najsnažniji enogastronomski dojam)?

| | | |
|---------------------------------|----|-------|
| Konoba (OPG, agroturizam i sl.) | 94 | 51,92 |
| Restoran | 56 | 30,94 |
| Objekt brze prehrane | 4 | 2,21 |
| Gostionica | 11 | 6,08 |
| Pizzeria | 10 | 5,53 |
| Vinarija | 6 | 3,32 |

Koju vrstu ruralnog smještajnog objekta ste koristili uslugu smještaja tijekom Vašeg boravka u Istri?

| | | |
|---------------------------------|-----|-------|
| Ruralni B&B hotel | 9 | 4,97 |
| Obiteljski hotel | 23 | 12,71 |
| Vinski hotel | 6 | 3,32 |
| Ruralne kuće za odmor / ville | 23 | 12,71 |
| Nisam koristio uslugu smještaja | 120 | 66,29 |

Koju ste aktivnost ruralnog turizma (osim usluge smještaja i konzumiranja lokalne hrane) prakticirali tijekom Vašeg boravka u Istri? (moguće je više odgovora)

| | | |
|--|----|-------|
| Izleti u prirodu (npr. lov na tartufe) | 48 | 16,67 |
| Biciklizam | 17 | 5,91 |
| Degustiranje vina | 75 | 26,04 |
| Planinarenje | 24 | 8,33 |

| Varijable | Frekvencije | |
|--|-------------|---------------|
| | Apsolutne | Relativne (%) |
| Kulturno-povijesna baština | 65 | 22,57 |
| Ekstremni sportovi (npr. Zip-line) | 16 | 5,55 |
| Nisam prakticao nijednu aktivnost ruralnog turizma | 43 | 14,93 |

Izvor: obrada autora

U tablici je prikazana druga cjelina upitnika koja se sastoji od 5 pitanja, a odnosi se na dobivanje uvida u preferencije i navike turista koji posjećuju enogastronomsku ponudu na području Istre. Treba napomenuti da se prvo pitanje ne nalazi u tablici jer je eliminacijskog tipa, a glasi: „*Jeste li ikada posjetili jedan od ugostiteljskih objekata u Istri?*“. Ukupno su 2 ispitanika odgovorila negativno te su ti upitnici eliminirani iz uzorka.

Sljedeće pitanje glasi: „*Koliko često posjećujete ugostiteljski objekt u Istri?*“. Većina ispitanika (49,17 %) tvrdi da ih posjećuje 2-3 puta godišnje. Veliki broj ispitanika posjećuje ugostiteljske objekte Istre jednom godišnje (35,36 %). Najmanji postotak učestalosti posjete (3,31 %) se odnosi na one ispitanike koji posjećuju ugostiteljske objekte Istre jednom tjedno.

Odgovori na pitanje: „*Koju ste vrstu ugostiteljskog objekta posjetili tijekom boravka u Istri (odaberite objekt koji je na Vas ostvario najsnažniji enogastronomski dojam)?*“ su posebno interesantni. Naime, čak 51,92 % ispitanika tvrdi da je najsnažniji enogastronomski dojam na njih ostvarila konoba. Zatim slijedi restoran koji je najsnažniji dojam ostvario kod 31 % ispitanika. Najmanji broj ispitanika posjećuje vinarije (3,32 %) i objekte brze prehrane (2,21 %).

Sljedeće pitanje: „*Koju vrstu ruralnog smještajnog objekta ste koristili uslugu smještaja tijekom Vašeg boravka u Istri?*“ je koncipirano prema vrstama ruralnog smještaja koji postoje u ruralnom dijelu Istre (tzv. *zelena Istra*). Istraživanje pokazuje da znatna većina ispitanika nije nikada koristila uslugu smještaja tijekom boravka u Istri (66,29 %). Od ruralnog smještaja, najpopularnije je korištenje ruralnih kuća za odmor / villa (12,71 %) i obiteljskih hotela (12,71 %). Može se zaključiti da turisti uglavnom posjećuju Istru u trajanju od maksimalno jednog dana te izbjegavaju noćenje u Istri.

Posljednje pitanje ove cjeline je: „*Koju ste aktivnost ruralnog turizma (osim usluge smještaja i konzumiranja lokalne hrane) prakticirali tijekom Vašeg boravka u Istri? (moguće je više odgovora)*“. Rezultati pokazuju da je glavna aktivnost ruralnog turizma Istre degustiranje vina, što potvrđuje 26 % odgovora. Nakon aktivnosti degustiranja vina, sljedeći aduti ruralnog turizma Istre kulturno-povijesna baština i izleti u prirodu. Ispitanici najmanje prakticiraju ekstremne sportove i biciklizam. Otprilike 14% ispitanika nije prakticiralo nijednu aktivnost ruralnog turizma, osim konzumiranja lokalne hrane i pića.

Tablica 7. Rezultati deskriptivne statističke analize

| Dimenzije / varijable | Aritmetička sredina | Standardna devijacija |
|--|----------------------------|------------------------------|
| Kulturni doživljaj | 4,01 | 1,0390 |
| Kad kušam domaću hranu, očekujem da je uzbuđljiva | 3.75 | 1.0848 |
| Iskustvo lokalne hrane na njenom izvornom mjestu čini me uzbuđenim | 3.85 | 1.1047 |
| Doživljaj lokalne hrane pomaže mi da vidim kako drugi ljudi žive | 3.98 | 1.0671 |
| Doživljaj lokalne hrane omogućuje mi da otkrijem nešto novo | 4.27 | 0.9524 |
| Važno mi je kušati domaću hranu u njezinoj izvornoj regiji | 4.18 | 0.9860 |
| Uzbuđenje | 3.74 | 1,1878 |
| Kušanje lokalne hrane na odmoru pomaže mi u opuštanju | 3.95 | 1.0608 |
| Kušanje domaće hrane na odmoru me udaljava od gužve i buke | 3.67 | 1.2519 |
| Kušanje lokalne hrane na odmoru tjera me da ne brinem o rutini | 3.60 | 1.2507 |
| Zdravlje | 3.90 | 1,7775 |
| Lokalna hrana sadrži mnogo svježih namirnica proizvedenih u lokalnom području | 4.10 | 0.9551 |
| Kušanje lokalne hrane održava me zdravom osobom | 3.63 | 1,2161 |
| Lokalna hrana je hranjiva | 3.96 | 1.0613 |
| Međuljudski odnosi | 3.81 | 1.224 |
| Kušanje lokalne hrane omogućuje mi upoznavanje novih ljudi sličnih interesa | 3.71 | 1.1763 |
| Kušanje lokalne hrane omogućuje mi ugodan provod s prijateljima i/ili obitelji | 4.20 | 0.9816 |
| Lokalna hrana povećava prijateljstvo ili srodstvo | 3.51 | 1,2093 |
| Prestiz | 3.68 | 1,2054 |

| Dimenzije / varijable | Aritmetička sredina | Standardna devijacija |
|--|----------------------------|------------------------------|
| Volim sa svima razgovarati o svojim doživljajima s lokalnom hranom | 3.73 | 1.1815 |
| Volim slikati lokalnu hranu i pokazivati ju prijateljima | 3.48 | 1.3316 |
| Želim dati savjete o doživljajima lokalne hrane ljudima koji žele putovati | 3.82 | 1.1030 |
| Osjetilni doživljaj | 4.18 | 0.9533 |
| Važno mi je da domaća hrana koju jedem na odmoru lijepo miriše | 4.11 | 0.9712 |
| Važno mi je da domaća hrana koju jedem na odmoru lijepo izgleda | 4.20 | 0.9587 |
| Važno mi je da je domaća hrana koju jedem na odmoru ugodne teksture | 4.32 | 0.8864 |
| Važno mi je da je domaća hrana koju jedem na odmoru dobrog okusa | 4.08 | 0.9970 |
| Društvena i ekološka održivost | 3.73 | 1.1248 |
| Konzumiranje lokalne hrane omogućuje mi da doprinesem razvoju ruralnog područja | 3.88 | 1.1248 |
| Konzumiranjem domaće hrane doprinosim očuvanju okoliša i njegovih prirodnih bogatstava | 3.81 | 1.0937 |
| Lokalna hrana je ekološki prihvatljivija | 3.92 | 1.1011 |
| Važno mi je da lokalna hrana koju jedem ima organski certifikat | 3.30 | 1.0213 |
| Zdrava prehrana | 4.07 | 0.270 |
| Poznavanje proizvođača za mene je garancija ispravnosti domaće hrane | 4.29 | 1.022 |
| Vjerujem da je domaća hrana bez sintetičkih kemikalija štetnih za zdravlje | 4.12 | 1.119 |
| Radije konzumiram domaću hranu jer je dobra za zdravlje | 4.21 | 1.062 |

Izvor: obrada autora

U tablici su prikazani rezultati deskriptivne statističke analize dimenzija i varijabli. Ukupno se u istraživanju nalazi 8 dimenzija: (1) kulturni doživljaj, (2) uzbuđenje, (3) zdravlje, (4) međuljudski odnosi, (5) prestiž, (6) osjetilni doživljaj, (7) društvena i ekološka održivost i (8) zdrava prehrana. Unutar spomenutih 8 dimenzija se nalazi 28 varijabli kako bi se preciznije ispitala dimenzije. U ovoj cjelini je korištena Likertova ljestvica slaganja od pet stupnjeva, gdje od 1 označava „u potpunosti se ne slažem“, a 5 u „u potpunosti se slažem“. Deskriptivna

statistička analiza je provedena u Microsoft Excelu u kojoj je proveden izračun aritmetičke sredine i standardne devijacije dimenzija i varijabli.

Dimenzija **kulturni doživljaj** se sastoji od 5 pitanja, od kojih je najveći stupanj slaganja ispitanika prisutan u varijabli „*doživljaj lokalne hrane omogućuje mi da otkrijem nešto novo*“ (A.S.=4.27). Visoki stupanj slaganja ostvaruje varijabla „*važno mi je kušati domaću hranu u njezinoj izvornoj regiji*“ (A.S.=4.18). S druge strane, najslabiji stupanj slaganja je prisutan u varijabli: „*kad kušam domaću hranu, očekujem da je uzbudljiva*“ (A.S.=3.75). Istraživanje provedeno od strane Kim & Eves (2012) je dovelo do različitih rezultata. u njihovom istraživanju najveći stupanj slaganja je prisutan u varijabli „*doživljaj lokalne hrane pomaže mi da vidim kako drugi ljudi žive*“ što se ne može povezati s rezultatima ovog empirijskog istraživanja.

Dimenzija **uzbuđenje** se sastoji od ukupno 3 pitanja. Promatrajući odgovore, može se zaključiti da je najveći stupanj slaganja ispitanika prisutan u varijabli: „*kušanje lokalne hrane na odmoru pomaže mi u opuštanju*“ (A.S.=3.95). Ostale varijable: „*kušanje domaće hrane na odmoru me udaljava od gužve i buke*“ (A.S.=3.67) i „*kušanje lokalne hrane na odmoru tjera me da ne brinem o rutini*“ (A.S.=3.60) ostvaruju znatno slabiji stupanj slaganja. Ovi rezultati su veoma slični provedenom istraživanju autora Kim & Eves (2012) u kojemu varijabla „*kušanje lokalne hrane na odmoru pomaže mi u opuštanju*“ ostvaruje izrazito visoki stupanj slaganja, dok varijable „*kušanje domaće hrane na odmoru me udaljava od gužve i buke*“ i „*kušanje lokalne hrane na odmoru tjera me da ne brinem o rutini*“ ostvaruju niži stupanj slaganja ispitanika.

Promatrajući dimenziju **zdravlje** koju čine 3 pitanja, najveći stupanj slaganja ostvaruje varijabla „*lokalna hrana sadrži mnogo svježih namirnica proizvedenih u lokalnom području*“ najznačajnija varijabla unutar ove dimenzije (A.S.= 4.10). Varijabla „*lokalna hrana je hranjiva*“ ostvaruje nešto niži stupanj slaganja (A.S.= 3.96) dok varijabla „*kušanje lokalne hrane održava me zdravom osobom*“ ostvaruje najniži stupanj slaganja (A.S.= 3.63). Analizirajući istraživanje autora Kim & Eves (2012), može se zaključiti da su rezultati potpuno suprotni. U istraživanju autora najveći stupanj slaganja ispitanika prisutan je u varijabli „*kušanje lokalne hrane održava me zdravom osobom*“, dok varijable „*lokalna hrana sadrži mnogo svježih namirnica proizvedenih u lokalnom području*“ i „*lokalna hrana je hranjiva*“ ostvaruju značajno niži stupanj slaganja ispitanika.

Dimenzija **međuljudski odnosi** se sastoji od 3 pitanja, a rezultati aritmetičke sredine variraju između 3.51 i 4.20. Najviši stupanj slaganja prisutan je uz varijablu „*kušanje lokalne hrane omogućuje mi ugodan provod s prijateljima i/ili obitelji*“ (A.S.= 4.20) dok je najniži stupanj slaganja prisutan u varijabli „*lokalna hrana povećava prijateljstvo ili srodstvo*“ (A.S.= 3.51). Rezultati provedenog istraživanja se razlikuju od rezultata istraživanja Kim & Eves (2012) u kojemu je najniži stupanj slaganja prisutan u varijabli „*kušanje lokalne hrane omogućuje mi ugodan provod s prijateljima i/ili obitelji*“, dok varijabla „*lokalna hrana povećava prijateljstvo ili srodstvo*“ ostvaruje visoki stupanj slaganja.

Dimenzija **prestíž** se sastoji od 3 pitanja od kojih se ispitanici najviše slažu da je varijabla „*želim dati savjete o doživljajima lokalne hrane ljudima koji žele putovati*“ najznačajnija (A.S.= 3.82). Nešto slabije je ocijenjena varijabla „*volim sa svima razgovarati o svojim doživljajima s lokalnom hranom*“ (A.S.= 3.73) dok varijabla „*volim slikati lokalnu hranu i pokazivati ju prijateljima*“ ostvaruje najniži stupanj slaganja ispitanika (A.S.= 3.48). Dobiveni rezultati se znatno razlikuju od rezultata dobivenih od strane autora nadograđenog modela kojeg su prilagodili Testa et al. (2019). Analizirajući njihove podatke, vidljivo je da varijabla „*želim dati savjete o doživljajima lokalne hrane ljudima koji žele putovati*“ ostvaruje najniži stupanj slaganja ispitanika, što je suprotno od dobivenih rezultata empirijskog istraživanja.

Dimenziju **osjetilni doživljaj** čine ukupno 4 pitanja. Najveći broj ispitanika se slaže da je varijabla vezana uz osjetilo dodira: „*važno mi je da je domaća hrana koju jedem na odmoru ugodne teksture*“ najznačajnija (A.S.=4.32). Po stupnju slaganja ju slijedi varijabla vezana uz osjetilo vida: „*važno mi je da domaća hrana koju jedem na odmoru lijepo izgleda*“ (A.S.= 4.20). Zanimljivo je da je najniži stupanj slaganja ispitanika ostvarila varijabla „*važno mi je da je domaća hrana koju jedem na odmoru dobrog okusa*“ koja je vezana uz osjetilo okusa. U istraživanju autora Kim & Eves (2012) je najveći stupanj slaganja prisutan u varijabli vezanoj uz osjetilo vida: „*važno mi je da domaća hrana koju jedem na odmoru lijepo izgleda*“, dok je najmanji slučaj slaganja prisutan u varijabli vezanoj uz osjetilo mirisa: „*važno mi je da domaća hrana koju jedem na odmoru lijepo miriše*“. Može se zaključiti da su za ovu dimenziju rezultati empirijskog istraživanja vrlo slični baznom modelu.

Dimenzija **društvena i ekološka održivost** se sastoji od 4 dimenzije u rasponu aritmetičke sredine vrijednosti od 3.30 do 3.92. Najbolje je rangirana varijabla „*lokalna hrana je ekološki prihvatljivija*“ koja ostvaruje najveći stupanj slaganja ispitanika (A.S.=3.92). Zaista je zanimljivo da najniži stupanj slaganja ispitanika ostvaruje varijabla „*važno mi je da lokalna hrana koju jedem ima organski certifikat*“ (A.S.= 3.30) čime se iskazuje određena razina

nepovjerenja prema standardima proizvodnje lokalne hrane. Kada se usporede prosječne vrijednosti između provedenog empirijskog istraživanja i istraživanja Testa et al. (2019) može se primijetiti da su rezultati potpuno različiti. Autori ističu da je najveći stupanj slaganja ispitanika prisutan u varijabli „*važno mi je da lokalna hrana koju jedem ima organski certifikat*“ dok varijabla „*lokalna hrana je ekološki prihvatljivija*“ ostvaruje znatno niži stupanj slaganja ispitanika.

Posljednja dimenzija je **zdrava prehrana**, a čine ju 3 pitanja. Naj snažniji stupanj slaganja ostvaruje varijabla „*poznavanje proizvođača za mene je garancija ispravnosti domaće hrane*“ (A.S.= 4.29), dok je najniži stupanj slaganja prisutan u varijabli „*vjerujem da je domaća hrana bez sintetičkih kemikalija štetnih za zdravlje*“ što potvrđuje svijest ispitanika o određenoj dozi opreza tijekom konzumacije hrane lokalnog podrijetla. Rezultate dimenzije nije moguće usporediti s rezultatima istraživanja baznog i nadograđenog modela (Kim & Eves, 2012; Testa et al., 2019) jer autori nisu uključili ovu dimenziju u faktorsku analizu rezultata.

Tablica 8. Analiza motivacijskih dimenzija u enogastronomskom turizmu Istre

| Dimenzije | Aritmetička sredina | Standardna devijacija |
|---------------------------------------|----------------------------|------------------------------|
| Kulturni doživljaj | 4,01 | 1,0390 |
| Uzbuđenje | 3,74 | 1,1878 |
| Zdravlje | 3,90 | 1,0775 |
| Međuljudski odnosi | 3,81 | 1,1224 |
| Prestíž | 3,68 | 1,2054 |
| Osjetilni doživljaj | 4,18 | 0,9533 |
| Društvena i ekološka održivost | 3,73 | 1,1248 |
| Zdrava prehrana | 3,76 | 1,0579 |

Izvor: obrada autora

U tablici je prikazana analiza motivacijskih dimenzija u enogastronomskom turizmu Istre koje utječu na atraktivnost Istre kao destinacije enogastronomskog turizma. Rezultati pokazuju da je najznačajnija dimenzija osjetilni doživljaj (A.S.= 4.18). Nešto nižu značajnost ostvaruje dimenzija kulturni doživljaj (A.S.= 4.01). Najnižu značajnost motivacije ispitanika u namjeri da posjete enogastronomski objekt u Istri ostvaruju dimenzije prestiž (A.S.= 3.68) te društvena i ekološka održivost (A.S.= 3.73). Kada se usporede rezultati s baznim i nadograđenim modelom (Kim & Eves, 2012; Testa et al., 2019) može se zaključiti da je

dimenzija međuljudski odnosi najznačajnija dimenzija motivacije ispitanika, dok je dimenzija zdravlje najmanje značajna u motiviranju ispitanika da konzumiraju lokalnu hranu. Nužno je naglasiti da autori nisu istraživali motivaciju za konzumiranje lokalne hrane u Istri, za razliku od ovog provedenog empirijskog istraživanja.

Zaključak

Enogastronomski turizam u Istri, kao oblik ruralnog turizma, u zadnjih desetak godina doživio je turistički procvat. Sve više turista želi i nastoji odlaskom na putovanje doživjeti destinaciju na autentičan način. Ulaskom u Europsku uniju, olakšanim pristupom i dostupnošću ruralnim fondovima, marketinškim kampanjama te klasterizacijom Istra je postala jedna od najrazvijenijih turističkih destinacija Mediterana. Istarski enogastronomski turizam najčešće obuhvaća posjet vinogradima, agroturizmima, vinarijama te različitim događanjima posvećenim vinu. Može se reći da je Istarska enogastronomska ponuda prepoznata kao autentična i tradicionalna destinacija u kojoj se poštuju tradicionalne recepture, koristeći moderni pristup u pružanju usluge. Istra je iznimno kvalitetna destinacija koja s mnoštvom hotela, restorana, vinarija i kampova koji nastupaju zajedno na turističkom tržištu.

Provedeno empirijsko istraživanje pokazuje da ispitanici najčešće posjećuju istarske agroturizme 2-3 puta godišnje iz čega se može iščitati da postoji visoka razina potražnje za istarskom enogastronomijom. Ne iznenađuje činjenica da najveći broj turista najčešće posjećuje konobe, OPG-ove i agroturizme prije nego restorane, objekte brze prehrane i ostale objekte. Zanimljivo je da je izrazito mali broj ispitanika istaknulo vinariju kao mjesto u kojem su doživjeli najsnažniji enogastronomski dojam. Zanimljiv je podatak da većina turista koji posjećuju Istru kao enogastronomsku destinaciju najčešće ne koristi uslugu smještaja, iz čega se može zaključiti da većina enogastronomskih turista iz Hrvatske dolazi u Istru na jednodnevni izlet. Nadalje, većina hrvatskih turista pri posjeti Istre (osim usluge smještaja i konzumiranja lokalne hrane) prakticira i neku od dodatnih ruralnih aktivnosti. Najveći broj hrvatskih turista prakticira degustiranje vina, što u potpunosti ne podudara iznenađujuće malom broju vinarija u prethodnom pitanju. Osim degustiranja vina, turisti prakticiraju izlete, razglede kulturno-povijesnih znamenitosti, planinarenja, biciklizam i adrenalinske sportove.

Temeljem provedenog istraživanja motivacije enogastronomskih turista, može se zaključiti da je osjetilni doživljaj dimenzija koja najsnažnije privlači turiste koji su u potrazi za konzumiranjem lokalne hrane. Turisti žele autentični doživljaj prepun osjetilnih impresija koje ne žele zaboraviti. Turistima je također važan i kulturni doživljaj u enogastronomiji Istre, odnosno da tijekom boravka u Istri nauče nešto novo, čuju zanimljive činjenice, sudjeluju u aktivnostima ruralnog turizma, npr. lov na tartufe s profesionalnim psima tragačima, proizvodnja maslinovog ulja antičkom metodom i sl. Interesantno je da je hrvatskim turistima najmanje važna društvena i ekološka održivost Istre, što je zabrinjavajući podatak te je nužno

u budućim istraživanjima dodatno analizirati važnost održivosti destinacije iz percepcije turista na primjeru Istre. Ovaj segment je prilično važan za ruralni razvoj Istre. Važno je naglasiti da je potrebno odgovorno upravljanje u skladu sa zakonitostima održivog razvoja i poštivanjem prirode kao neprocjenjivog i nezamjenjivog resursa.

Ovo istraživanje sadrži mnogo ograničenja koje je potrebno napomenuti. Istraživanje je provedeno na hrvatskom jeziku te su ga mogli ispuniti isključivo turisti hrvatskog govornog područja, što je zasigurno utjecalo na rezultate provedenog istraživanja. Istraživanje je bazirano na prisjećanju što definitivno utječe na konačne rezultate. Također, istraživanje je bazirano na Istri kao destinaciji ruralnog turizma, te se rezultati ne mogu generalizirati na ostale destinacije. Trenutno postoji iznimno malo istraživanja na ovu temu, te ovo istraživanje služi kao podloga za buduća detaljnija istraživanja na ovu temu.

Jedan od prijedloga za buduća istraživanja je ispitati na koji način postojeći model utječe na zavisne konstrukte, npr. zadovoljstvo, lojalnost, memoriju i sl. Manjak znanstvene literature i interesa znanstvenika može služiti samo kao potpora prema novim istraživanjima usmjerenih prema enogastronomiji i ruralnom turizmu. Postoji mogućnost usporedbe regija i proučavanje motivacije enogastronomskog turizma Istre s npr. motivacijom enogastronomskog turizma Međimurja. Prijedlog za buduće istraživanje je kreiranje kompletnijeg modela koji će kvalitetnije obuhvatiti motivaciju enogastronomskog turista odnosno njegov interes za konzumiranje lokalne hrane. Na kraju, potrebno provesti istraživanje usmjereno na eksperte, odnosno poduzetnike i zaposlenike u ugostiteljskim objektima Istre kako bi se dobio uvid u nove informacije.

Bibliografija

ZNANSTVENI ČLANCI:

An, W., & Alarcón, S. (2020). How can rural tourism be sustainable? A systematic review. In *Sustainability* (Switzerland) (Vol. 12, Issue 18). <https://doi.org/10.3390/SU12187758>

Bokan, N., & Menardi, M. (2022). Otpornost u vrijeme pandemije: primjer obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava. *Socijalna ekologija: časopis za ekološku misao i sociološka istraživanja okoline*, 31(2), 147-169.

Brochado, A., Troilo, M., Rodrigues, H., & Oliveira-Brochado, F. (2020). Dimensions of wine hotel experiences shared online. *International Journal of Wine Business Research*, 32(1), 59–77. <https://doi.org/10.1108/IJWBR-12-2018-0072>

Brščić, K., & Huguesa, K. (2006). The Impact of Agrotourism on Agricultural Production. *Journal of Central European Agriculture*, 7(3).

Brščić, K., Oplanić, M., & Miladinović, N. (2010). Promocija u funkciji razvoja vinarskog sektora u Istri. *Agronomski glasnik: Glasilo hrvatskog agronomskog društva*, 72(4-5), 277-288.

Bruwer, J. (2003). South African wine routes: Some perspectives on the wine tourism industry's structural dimensions and wine tourism product. *Tourism Management*, 24(4). [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00105-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00105-X)

Bruwer, J., & Lesschaeve, I. (2012). Wine Tourists' Destination Region Brand Image Perception and Antecedents: Conceptualization of a Winescape Framework. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 29(7). <https://doi.org/10.1080/10548408.2012.719819>

Cawley, M., & Gillmor, D. A. (2008). Integrated rural tourism: Concepts and Practice. *Annals of Tourism Research*, 35(2). <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.07.011>

Cerjak, M., & Sinčić Pulić, B. (2019). Percipirana kvaliteta istarskog pršuta. *Proceedings, zbornik radova*, 54, 102-106.

Demonja, D. (2014). The Overview and Analysis of the State of Rural Tourism in Croatia. *Sociologija i Prostor*. <https://doi.org/10.5673/sip.52.1.4>

- du Rand, G. E., & Heath, E. (2006). Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3). <https://doi.org/10.2167/cit/226.0>
- Franić, R., & Grgić, Z. (2002). Agroturizam na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u Hrvatskoj–Pretpostavke i izgledi razvitka-Studij slučaja. *Agriculturae conspectus scientificus*, 67(3), 131-141.
- Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Peixeira Marques, C., & Lima, J. (2012). Understanding and managing the rural tourism experience - The case of a historical village in Portugal. *Tourism Management Perspectives*, 4. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.08.009>
- Kim, Y. G., & Eves, A. (2012). Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food. *Tourism Management*, 33(6). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.01.015>
- Kizos, T., & Iosifides, T. (2007). The contradictions of agrotourism development in Greece: Evidence from three case studies. *South European Society and Politics*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/13608740601155443>
- Kockovic Zaborski, T. (2017). Turizam pamćenja i tradicijska prehrana. Okusi i vještine pripremanja jela u Istarskim agroturizmima. In *Etnološka Tribina* (Vol. 47, Issue 40). <https://doi.org/10.15378/1848-9540.2017.40.04>
- Lane, B. (1994). What is rural tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1–2). <https://doi.org/10.1080/09669589409510680>
- Lane, B., & Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: the evolution of practice and research approaches – towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8–9). <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1083997>
- Mitchell, R., & Hall, C. M. (2008). Wine Tourism Research: The State of Play. *Tourism Review International*, 9(4). <https://doi.org/10.3727/154427206776330535>
- Oplanić, M., Milotić, A., & Ružić, P. (1997). Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo-čimbenik razvoja ruralnih oblika turizma u Istri. *Tourism and hospitality management*, 3(2), 427-440.
- Orlić, I. (2005). Traditional food and tourist offer of Istria: characteristics of Istrian regional identity. *Etnološka istraživanja*, (10), 63-76.

- Peršurić, A. S. I., & Červar, A. Stavovi posjetilaca o izložbi vina “Vinistra”. In *Proceedings. 47th Croatian and 7th International Symposium on Agriculture. Opatija. Croatia (Vol. 175, p. 178)*.
- Peršurić, A. S. I., Damijanić, A. T., Saftić, D., Radeka, S., & Jurinčić, I. (2015). Analiza ponude vina u Istri i značaj Malvazije istarske. In *Proceedings. 50th Croatian and 10th International Symposium on Agriculture. Opatija. Croatia (Vol. 153, p. 158)*.
- Petričević, D., Velimirović, D., Mucić, A., & Sedlar, I. T. (2021). Virgin Olive Oil and Its Use in Gastronomic Offer of Dalmatia and Istria. *European Journal of Nutrition & Food Safety*. <https://doi.org/10.9734/ejnfs/2021/v13i930444>
- Prekalj, G., Caput, P., Jedrejčić, A., Ivanković, A., & Konjačić, M. (2008). Permanent protection of Istrian cattle through commercial exploitation. *Stočarstvo: Časopis za unapređenje stočarstva*, 62(1), 59-67.
- Ružić, P., & Dropulic, M. (2009). Uloga tradicijske prehrane u gastronomskoj ponudi ruralne istre. *Sociologija i Prostor*, 47(1).
- Santos, V., Dias, A., Ramos, P., Madeira, A., & Sousa, B. (2021). Mapping the wine visit experience for tourist excitement and cultural experience. *Annals of Leisure Research*. <https://doi.org/10.1080/11745398.2021.2010225>
- Sasu, K. A., & Epuran, G. (2016). An overview of the new trends in rural tourism. Bulletin of the Transilvania University of Brasov. *Economic Sciences*. Series V, 9 (58)(2).
- Saxena, G., Clark, G., Oliver, T., & Ilbery, B. (2007). Conceptualizing integrated rural tourism. *Tourism Geographies*, 9(4). <https://doi.org/10.1080/14616680701647527>
- Testa, R., Galati, A., Schifani, G., Di Trapani, A. M., & Migliore, G. (2019). Culinary tourism experiences in agri-tourism destinations and sustainable consumption-Understanding Italian tourists' motivations. *Sustainability (Switzerland)*, 11(17). <https://doi.org/10.3390/su11174588>
- Wilson, S., Fesenmaier, D. R., Fesenmaier, J., & Van Es, J. C. (2001). Factors for success in rural tourism development. *Journal of Travel Research*, 40(2). <https://doi.org/10.1177/004728750104000203>
- Yuan, J. J., Cai, L. A., Morrison, A. M., & Linton, S. (2005). An analysis of wine festival attendees' motivations: A synergy of wine, travel and special events? *Journal of Vacation Marketing*, 11(1). <https://doi.org/10.1177/1356766705050842>

Žužić, K. (2016). Selected Forms of Special Interest Tourism in Istria. Quaestus, 8.

IZVJEŠTAJI

Brščić, K., Šugar, T., Lovrečić, K. & Živolić, J. (2020) Održivi turizam u Istarskoj županiji - analiza stanja i percepcija dionika. Institut za poljoprivredu i turizam Poreč. https://www.istra-istria.hr/media/filer_public/65/12/65120133-f2c5-411c-9d75-53d3d590700f/406-09-13_studija_odrzivi_turizam.pdf (pristupljeno 08. lipnja 2023.)

Turistička zajednica Istarske županije. 2015. Master plan turizma Istarske županije. Zagreb: Horwath. <https://www.istra.hr/hr/business-information/tzi/master-plan-turizma-istre> (pristupljeno 04. lipnja 2023.)

INTERNET IZVORI:

Kamping udruženje Hrvatske. 2023. Službena internet stranica. <https://www.camping.hr/hr> (pristupljeno 02. lipnja 2023.)

Turistička zajednica Istarske županije. 2023. Službena internet stranica. <https://www.istra.hr/hr> (pristupljeno 17. lipnja 2023.)

Udruga vinara i vinogradara Istre „Vinistra“. 2023. Službena internet stranica. <https://vinistra.hr/hr> (pristupljeno 10. lipnja 2023.)

Vinarija „Clai“. 2023. Službena internet stranica. <https://www.clai.hr/> (pristupljeno 12. lipnja 2023.)

Vinarija „Kozlović“. 2023. Službena internet stranica. <https://www.kozlovic.hr/> (pristupljeno 10. lipnja 2023.)

ONLINE ZAKONSKI PROPISI:

Ministarstvo mora, turizma, prometa i razvitka. 2007. Pravilnik o razvrstavanju i minimalnim uvjetima ugostiteljskih objekata iz skupina "Restorani", "Barovi", "Catering objekti" i "Objekti jednostavnih usluga". Zagreb: Narodne novine. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_08_82_2599.html (pristupljeno 16. lipnja 2023.)

Ministarstvo turizma i sporta. 2023. Popis kategoriziranih turističkih objekata u 2023.
<https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/kategorizacija-11512/arhiva-11516/11516>
(pristupljeno 13. lipnja 2023.)

Popis ilustracija

POPIS SHEMA:

| | |
|--|----|
| Shema 1. Osnovni oblici ruralnog turizma..... | 5 |
| Shema 2. Čimbenici razvoja ruralnog turizma Istre..... | 7 |
| Shema 3. Omjer smještajnih objekata Istarske županije prema vrsti smještaja..... | 9 |
| Shema 4. Oblici proizvodne jedinice obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva | 22 |
| Shema 5. Specifični oblici turističkih usluga u turističkom poljoprivrednom gospodarstvu | 24 |
| Shema 6. Razine vinskog turizma | 28 |
| Shema 7. Model mjerenja motivacije turista u enogastronomskom turizmu | 34 |

POPIS TABLICA:

| | |
|--|----|
| Tablica 1. Usporedba karakteristika urbanog i ruralnog turizma | 4 |
| Tablica 2. SWOT analiza ruralnog turizma Istre..... | 15 |
| Tablica 3. Tradicionalna jela plave Istre | 20 |
| Tablica 4. Tradicionalna jela zelene Istre..... | 21 |
| Tablica 5. Sociodemografski profil ispitanika | 36 |
| Tablica 6. Preferencije i navike enogastronomskih turista Istre..... | 37 |
| Tablica 7. Rezultati deskriptivne statističke analize..... | 40 |
| Tablica 8. Analiza motivacijskih dimenzija u enogastronomskom turizmu Istre..... | 44 |

Prilozi

ENOGASTRONOMIJA ISTRE U FUNKCIJI RAZVOJA RURALNOG TURIZMA

Svrha ovog istraživanja je ispitivanje motivacije i stavova turista o enogastronomskom turizmu i razvoju ruralnog turizma Istre. Izrazito poštujem što ste odvojili Vaše vrijeme kako biste ispunili ovaj upitnik i time pomogli pri provedbi istraživanja u sklopu diplomskog rada pod nazivom „Enogastronomija Istre u funkciji razvoja ruralnog turizma“ kojeg izrađujem pod mentorstvom prof. dr. sc. Romine Alkier. O sudjelovanju u ovom istraživanju odlučujete potpuno slobodno, a dobiveni odgovori ostaju anonimni te će se koristiti u akademske svrhe.

Hvala na sudjelovanju!

| | |
|---|---|
| Jeste li ikada posjetili jedan od ugostiteljskih objekata u Istri? | <input type="checkbox"/> DA <input type="checkbox"/> NE |
| Koliko često posjećujete ugostiteljski objekt u Istri? | <input type="checkbox"/> Svaki tjedan <input type="checkbox"/> Jednom mjesečno <input type="checkbox"/> Nekoliko puta mjesečno <input type="checkbox"/> 2-3 puta godišnje <input type="checkbox"/> Jednom godišnje |
| Koju ste vrstu ugostiteljskog objekta posjetili tijekom boravka u Istri (odaberite objekt koji je na Vas ostvario najsnažniji enogastronomski dojam)? | <input type="checkbox"/> Konoba (OPG, agroturizam i sl.) <input type="checkbox"/> Restoran <input type="checkbox"/> Objekt brze prehrane <input type="checkbox"/> Gostionica <input type="checkbox"/> Pizzeria <input type="checkbox"/> Vinarija |
| Navedite koje ste sve ugostiteljske objekte u Istri do sada posjetili. | _____ |

| | |
|---|--|
| <p>Koju vrstu ruralnog smještajnog objekta ste koristili uslugu smještaja tijekom Vašeg boravka u Istri?</p> | <input type="checkbox"/> Ruralni B&B hotel <input type="checkbox"/> Obiteljski hotel <input type="checkbox"/> Vinski hotel <input type="checkbox"/> Ruralne kuće za odmor / ville <input type="checkbox"/> Nisam koristio uslugu smještaja |
| <p>Koju ste aktivnost ruralnog turizma (osim usluge smještaja i konzumiranja lokalne hrane) prakticirali tijekom posjete Istri? (moguće je više odgovora)</p> | <input type="checkbox"/> Izleti u prirodu (npr. lov na tartufe) <input type="checkbox"/> Biciklizam <input type="checkbox"/> Degustiranje vina <input type="checkbox"/> Planinarenje <input type="checkbox"/> Kulturno-povijesna baština <input type="checkbox"/> Ekstremni sportovi (npr. Zip-line) <input type="checkbox"/> Nisam prakticirao nijednu aktivnost ruralnog turizma <input type="checkbox"/> Ostalo (navedite) _____ |

Sljedeće tvrdnje odnose se na MOTIVACIJU TURISTA pri Vašem posjetu ugostiteljskom objektu u Istri, temeljem 9 motivacijskih faktora enogastronomskog turizma. Molimo Vas da označite isključivo jedan odgovor za svaku tvrdnju. Na skali od 1 do 5 naznačite u kojoj mjeri se slažete da su sljedeći motivacijski faktori bili značajni pri posjeti ugostiteljskom objektu: **1 - u potpunosti se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – niti se slažem, niti se ne slažem, 4 – slažem se i 5 – u potpunosti se slažem.**

| Br. | Označite stupanj slaganja sa navedenim tvrdnjama. | U | | | | |
|-----|--|-------------------------|-------------------------|---|---|---|
| | | potpuno se slažem | potpuno ne slažem | | | |
| 1. | Kad kušam domaću hranu, očekujem da je uzbudljiva | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2. | Iskustvo lokalne hrane na njenom izvornom mjestu čini me uzbuđenim | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

| Br. | Označite stupanj slaganja sa navedenim tvrdnjama. | U U | | | | |
|-----|--|----------------------------|-------------------------------|---|---|---|
| | | potpunosti se slažem | potpunosti ne se slažem | | | |
| 3. | Doživljaj lokalne hrane pomaže mi da vidim kako drugi ljudi žive | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4. | Doživljaj lokalne hrane omogućuje mi da otkrijem nešto novo | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5. | Važno mi je kušati domaću hranu u njezinoj izvornoj regiji | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 6. | Kušanje lokalne hrane na odmoru pomaže mi u opuštanju | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 7. | Kušanje domaće hrane na odmoru me udaljava od gužve i buke | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 8. | Kušanje lokalne hrane na odmoru tjera me da ne brinem o rutini | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 9. | Lokalna hrana sadrži mnogo svježih namirnica proizvedenih u lokalnom području | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 10. | Kušanje lokalne hrane održava me zdravom osobom | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 11. | Lokalna hrana je hranjiva | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 12. | Kušanje lokalne hrane omogućuje mi upoznavanje novih ljudi sličnih interesa | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 13. | Kušanje lokalne hrane omogućuje mi ugodan provod s prijateljima i/ili obitelji | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 14. | Lokalna hrana povećava prijateljstvo ili srodstvo | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 15. | Volim sa svima razgovarati o svojim doživljajima s lokalnom hranom | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 16. | Volim slikati lokalnu hranu i pokazivati ju prijateljima | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 17. | Želim dati savjete o doživljajima lokalne hrane ljudima koji žele putovati | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 18. | Važno mi je da domaća hrana koju jedem na odmoru lijepo miriše | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

| Br. | Označite stupanj slaganja sa navedenim tvrdnjama. | U U | | | | |
|-----|---|----------------------------|--------------------|----------------------------|--------------------|----------------------------|
| | | potpunosti se slažem | ne se slažem | potpunosti se slažem | ne se slažem | potpunosti se slažem |
| 19. | Važno mi je da domaća hrana koju jedem na odmoru lijepo izgleda | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 20. | Važno mi je da je domaća hrana koju jedem na odmoru ugodne teksture | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 21. | Važno mi je da je domaća hrana koju jedem na odmoru dobrog okusa | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

Temeljem Vašeg posjeta Istri, procijenite svoje dojam koji se odnosi na motivaciju turista s obzirom na DRUŠTVENU I EKOLOŠKU ODRŽIVOST enogastronomskog turizma Istre. Ponuđeno je pet mogućih odgovora. Na skali od 1 do 5 naznačite u kojoj mjeri se slažete da su sljedeći motivacijski faktori bili značajni pri posjeti ugostiteljskom objektu: *1 - u potpunosti se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – niti se slažem, niti se ne slažem, 4 – slažem se i 5 – u potpunosti se slažem.*

| Br. | Označite stupanj slaganja s navedenim tvrdnjama. | U U | | | | |
|-----|--|-------------------------------|----------------------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| | | potpunosti se ne slažem | potpunosti se slažem | potpunosti se ne slažem | potpunosti se slažem | potpunosti se ne slažem |
| 1. | Konsumiranje lokalne hrane omogućuje mi da doprinesem razvoju ruralnog područja | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2. | Konsumiranjem domaće hrane doprinosim očuvanju okoliša i njegovih prirodnih bogatstava | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3. | Lokalna hrana je ekološki prihvatljivija | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4. | Važno mi je da lokalna hrana koju jedem ima organski certifikat | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

Sljedeće tvrdnje odnose se na KONZUMIRANJE ZDRAVE PREHRANE enogastronomskog turizma Istre. Ponuđeno je pet mogućih odgovora. Na skali od 1 do 5 naznačite u kojoj mjeri se slažete da su sljedeći motivacijski faktori bili značajni pri posjeti ugostiteljskom objektu: *1 - u potpunosti se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – niti se slažem, niti se ne slažem, 4 – slažem se i 5 – u potpunosti se slažem.*

| Br. | Označite stupanj slaganja sa navedenim tvrdnjama. | U U | | | | |
|-----|--|----------------------------|----|----------------------------|---|---|
| | | potpunosti se slažem | ne | potpunosti se slažem | | |
| 1. | Poznavanje proizvođača za mene je garancija ispravnosti domaće hrane | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2. | Vjerujem da je domaća hrana bez sintetičkih kemikalija štetnih za zdravlje | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3. | Radije konzumiram domaću hranu jer je dobra za zdravlje | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

Slijedi nekoliko pitanja o Vama. Navedite svoje demografske značajke i odgovorite na pitanja.

| SOCIODEMOGRAFSKI PODACI | |
|-----------------------------|---|
| Spol (zaokružite): | <input type="checkbox"/> Muški <input type="checkbox"/> Ženski |
| Starosna dob (zaokružite): | <input type="checkbox"/> 18 – 25 godina <input type="checkbox"/> 26 – 35 godina <input type="checkbox"/> 36 – 45 godina <input type="checkbox"/> 46 – 55 godina <input type="checkbox"/> 56 – 65 godina <input type="checkbox"/> više od 66 godina |
| Obrazovanje (zaokružite): | <input type="checkbox"/> Osnovna škola ili niže <input type="checkbox"/> Srednja škola <input type="checkbox"/> Fakultet <input type="checkbox"/> Poslijediplomski studij |
| Bračno stanje (zaokružite): | <input type="checkbox"/> Neoženjen / neudata <input type="checkbox"/> Oženjen / udata <input type="checkbox"/> Udovac / udovica <input type="checkbox"/> Razveden / razvedena |

| | |
|-----------------------------------|--|
| Ekonomski status (zaokružite): | <input type="checkbox"/> Zaposlen ili samozaposlen <input type="checkbox"/> Nezaposlen <input type="checkbox"/> Učenik, student <input type="checkbox"/> Ostalo (npr. osobe u mirovini, kućanice i dr.) |
|-----------------------------------|--|