

Dr. DESIMIR BOŠKOVIĆ

Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Hrvatska
Institut of Agriculture and Tourism Poreč, Croatia

UDK 338.486(497.5)
Primljeno: 20.12.1999.
Pregledni rad

TRŽIŠNE MOGUĆNOSTI RAZVOJA AGROTURIZMA U ISTRI

Temeljno pitanje daljnjeg razvoja našeg turizma je kako, na koji način, sa kojim sredstvima i u kojim rokovima restrukturirati masovnu turističku ponudu i učiniti je prilagodljivom tržišnim trendovima i zahtjevima. U razvijenim zemljama svijeta transformacija masovnog turizma u razne selektivne oblike i vrste turizma veoma se uspješno provodi. Razvojem agroturizma kao jednim od selektivnih oblika turističke ponude Istre, o kome se u ovom referatu govori, mogu se znatno ublažiti dosadašnje neusklađenosti turističke ponude i izmijeniti struktura ukupne ponude. Autor u radu na bazi provedenih istraživanja konstatira da osnovni preduvjeti za razvoj agroturizma u Istri postoje, te predlaže njegov koncept razvoja, potrebna financijska sredstva, načine financiranja, stimulativne i druge mjere, potrebnu zakonsku regulativu, organizaciju marketing aktivnosti, efekte razvoja i sl.

Ključne riječi: agroturizam, poljoprivreda, ekologija, razvoj, selektivni turizam, tržište, marketing.

1. UVOD

Uslijed naglog razvoja masovnog turizma mnoge turističke zemlje svijeta suočavaju se ili će se pak uskoro suočiti s posljedicama takvog razvoja. Ekološki sve svjesniji turisti širom svijeta kreiraju i nameću novu turističku potražnju kojoj se neminovno mora prilagoditi turistička ponuda. Već je odavno postalo jasno da je turistički proizvod "sunce i more", a uz to i masovni, iz dana u dan sve više zastarijeva i gubi na značaju. Zato se s pravom može reći da je našem turizmu osim pretvorbe vlasništva potrebna i tzv. pretvorba "masovnog" u selektivni tj. kvalitetni turizam.

Suvremena turistička potražnja sve je zahtjevnija, racionalnija, selektivnija i profinjenija, a sve izraženija ekološka svijest turista daje prednost onim turističkim destinacijama koje su prirodno očuvane. Zato se i sve više naglašava politika održivog razvoja turizma koja pridonosi gospodarskom napretku i boljitku same lokalne zajednice, ne ugrožava i ne šteti okolini, već je čuva za buduće generacije. Analiza razvoja naše turističke ponude pokazuje da dosadašnji dinamičan rast nije na adekvatan način pratio sve zahtjevnije potrebe i interese gostiju, pa je tako u posljednje vrijeme sve veći raskorak između ključnih karakteristika naše ponude i zahtjeva sve izbirljivijeg svjetskog tržišta. Dakle, prevladavajući odmorišni koncept razvoja najvećeg broja turističkih mjesta u Istri i šire na Jadranu nije bio odraz tržišnih kretanja i cjelovitog strateškog planiranja.

Masovni turizam kao odgovor na masovnu potražnju koga su prihvatile i brojne druge razvijene zemlje već dulje vrijeme se uspješno transformira u nove vrste i oblike selektivnog turizma.

Agroturizam je samo jedan od brojnih vrsta i oblika selektivne ponude koji zauzima sve značajnije mjesto u strukturi ukupne ponude turistički razvijenih zemalja. Na agroturizam se u mnogim razvijenim zemljama kao novi trend i moderan oblik odmora i rekreacije gleda kao jedan od značajnijih pokretača i poticaja gospodarstva i korištenja svih vrijednosti koje selo ima. Agroturizmom se za razliku od nekih drugih oblika turizma oplemenjuje i revitalizira priroda te unapređuje proizvodnja i poljoprivreda. Velika otuđenost ogromnog broja ljudi iz gradskih aglomeracija od prirode usmjerava ih u zadnje vrijeme sve više u prirodu na selo. Istra u cjelini a posebice mjesta bliža obali mora imaju veoma dobre uvjete za razvoj agroturizma. Boravak u istarskim selima uz aktivno sudjelovanje u brojnim radovima te kupanje na moru posebno su zanimljivi inozemnim turistima. Osnovni preduvjeti za to postoje, i to počev od velikog broja poljoprivrednih gospodarstava koji posjeduju višak stambenog prostora i koja se već bave nekim segmentom ruralnog turizma, pa do dobre prometne povezanosti, blizine mora, napuštenih šćucija i sela, blizine zapadnog tržišta, očuvane prirode, bogate kulturne baštine i dr.

Cilj ovog rada je istražiti koliko se od 18.000 poljoprivrednih domaćinstava u Istri može uz koje uvjete, sredstva, vrijeme, način, razne poticaje i sl. uključiti u bavljenje i razvoj agroturizma. U istraživanjima su se koristile metode anketiranja i snimanja stanja na terenu, komparacija i analiza iskustava drugih zemalja, neophodne zakonske i dr. pretpostavke za njegov ozbiljniji razvoj kod nas u Istri.

2. POVIJEST RAZVOJA AGROTURIZMA

2.1. Razvoj agroturizma u Hrvatskoj

Koncem pedesetih godina u našoj zemlji počinje značajnije pulsirati turizam. Najprije u unutrašnjosti zemlje bilježi se značajniji porast tijekom ljetnih mjeseci i to posjeta rijekama, jezerima i planinama do kojih su izgrađeni putevi i planinski domovi. U to vrijeme turistički interesi sa kontinenta počinju se seliti na jadranski dio Hrvatske. Tada je pojave razvoja agroturizma na seljačkim obiteljskim gospodarstvima bila veoma rijetka. Nešto kasnije, tijekom šezdesetih godina ugostiteljsko-turističke usluge počinju da se javljaju na seljačkim gospodarstvima jadranskog prostora i to najprije na otocima.

Turisti su se smještali u skromne postojeće stambene i gospodarske objekte. Veliki broj seljaka je u svojim konobama samo prodavao vino, nudio dobar sir i pršut, te svježu ribu. Sve je to trajalo do početka sedamdesetih godina kada se na ostalim domaćinstvima počinje javljati voće i povrće iz drugih poljoprivrednih krajeva zemlje, smrznuta japanska riba, umjetno vino i dr., a vlastita poljoprivredna proizvodnja počinje se po malo gasiti. Osim toga, u to vrijeme počinje masovna prodaja i pretvaranje poljoprivrednog zemljišta koje se nalazi u neposrednoj blizini mora za gradnju vikendica i sl.

Jedan sasvim smišljeniji i drukčiji koncept razvoja i uključivanja seljačkih obiteljskih gospodarstava u turističku ponudu kod nas počinje se javljati tijekom osamdesetih godina u Konavlima. Osim ovog slučaja bilo je još pojedinačnih i sporadičnih primjera razvoja turizma na seljačkim gospodarstvima u Gorskom Kotaru, Istri i Zagorju, što je nedovoljno s obzirom na veličinu i atraktivnost hrvatskog ruralnog prostora.

Ima više razloga za takvo stanje i zaostajanje razvoja agroturizma kod nas. Najvažniji su ipak oni koji su prenaplaćavali i forsirali razvoj turizma u priobalnom dijelu Istre i ostalog dijela hrvatskog Jadrana, te u sistemski pretjeranoj usitnjenosti seljačkog posjeda.

Uvođenje tržišne ekonomije i društveno političke i demokratske promjene koje su nastale kod nas, potaknula su brojna druga promišljanja o razvoju zemlje i druge nove inicijative i akcije. Prvi poticaji i inicijative razvoja agroturizma došle su od Saveza seljaka Hrvatske, koji je svojim programom predvidio razvoj ovog segmenta turizma sa svim svojim prednostima i koristima seljacima, gospodarstvu i državi u cjelini.

Da bi Istra i Hrvatska iskoristile ogromne mogućnosti koje za razvoj agroturizma postoje i zaustavili uočenu predratnu stagnaciju postojećeg turističkog proizvoda i pad turističkog prometa, te tako ne samo povratili, već i poboljšali svoju tržišnu poziciju, mora se krenuti novim putem, predvođen novom strategijom koja se temelji na stvaranju diverzificiranog, kvalitetnog i tržištu prilagođenog turističkog proizvoda. Bez sumnje, taj novi turistički proizvod mora se temeljiti na principima poštivanja ekološke ravnoteže i očuvanja kulturnog naslijeđa.

Zaokret prema novom turističkom proizvodu gdje spada i turizam na seljačkim obiteljskim gospodarstvima i prema novoj kvaliteti neće biti moguć ukoliko se ne prihvati koncept strateškog marketinga kao jednog od temeljnog okvira unutar kojeg se promišlja i analizira daljnji turistički razvoj svake destinacije i zemlje u cjelini. Dakle, okvir strateškog marketinga koga treba organizirati od razine države, do županija i poduzeća, podrazumijeva preciziranje ciljnih tržišta i potrošačkih grupa i kontinuirano praćenje njihovih stavova i mišljenja radi prilagođavanja proizvoda potrošaču. Nakon definiranja proizvoda i usluga, te tržišta na kojim će se oni plasirati, može se krenuti dalje u organiziranu promotivnu kampanju. Nama iskustva drugih zemalja u razvoju ovog segmenta ponude te stalni trend potražnje na tržištu može puno pomoći u razvoju turizma na seljačkim gospodarstvima kod nas. Blizina mora, očuvana priroda i zdravi okoliš, dobra prometna povezanost unutrašnjeg dijela Istre sa priobaljem, bogatstvo kulturno-povijesnog naslijeđa i dr. čine poseban motiv i interes tržišta za ovaj segment ponude i njegov daljnji intenzivan razvoj.

2.2. Neka inozemna iskustva u razvoju agroturizma

Prema podacima do kojih se došlo (Kušen, 1995) najveći broj kreveta na seljačkim gospodarstvima ima Austrija. Ova zemlja raspolaže s preko 300.000 postelja na oko 29.000 seljačkih gospodarstava, ili prosječno nešto više od 10 postelja po

gospodarstvu, što je svrstava u sam vrh turistički razvijenih zemalja svijeta. Italija, također, raspolaže s preko 10.000 seljačkih obiteljskih gospodarstava koji mogu ugostiti u jednom danu preko 100.000 turista.

Od nama bližih zemalja navodimo primjer Slovenije koja je i u nekada zajedničkoj državi po uzoru na sebi susjednoj Austriji razvijala ovaj segment ponude. Prema najnovijim podacima Slovenija na svojim seljačkim gospodarstvima nudi blizu 5.000 postelja i preko 10.000 sjedećih mjesta za izletnike (Kušen, 1995). Trend povećanja kapaciteta je stalan, procjenjuje se da će se do 2000 god. kapaciteti smještaja duplo povećati. Računa se da će budući da neprestano raste interes stanovnika urbane Europe za odmor na selu i seoskom imanju doći do povećanja kapaciteta ponude i to kako u postojećim turistički razvijenim zemljama tako i u onim koje to namjeravaju postati.

U prilog tome govore razne poticajne mjere koje državne vlasti brojnih zemalja poduzimaju kako bi se dosadašnji neželjeni demografski, ekonomski i socio kulturni procesi koji su sa industrijalizacijom došli zaustavili. Na taj način se pokušavaju smanjiti i zaustaviti daljnja migracijska kretanja iz sela u grad i deagrarizacija zemlje. Ističemo pozitivna iskustva Austrije koja je raznim poticajnim mjerama za razvoj agroturizma (stručna pomoć, edukacija, beskamatna investicijska sredstva, porezne olakšice, smanjeno administriranje i sl.) spasila alpska seljačka gospodarstva od iseljavanja i propadanja.

Sličan koncept poticajnih mjera za razvoj agroturizma u županiji istarskoj i Hrvatskoj u cjelini mora se čim prije donijeti i primijeniti u praksi ako želimo zaustaviti negativne procese i sačuvati sela od daljnjeg propadanja i devastacije. Sadašnja slika mnogih sela u unutrašnjem dijelu istre pokazuje koliko je malo ljudi u njima ostalo, kako su brojne obiteljske kuće nestale, a poljoprivreda zapuštena. Istina, istarska sela su raseljena za vrijeme i poslije drugog svjetskog rata, ali i znatno kasnije razvojem turizma, migracijom u primorska, industrijska i turistička središta.

Iskustva zemalja sa razvijenim agroturizmom (Austrija, Italija, Slovenija) i tržišna kretanja pokazuju da je potražnja za ovim segmentom ponude u stalnom porastu. I u našim uvjetima tržištu je moguće ponuditi slijedeće sadržaje ponude, kao:

1. Smještaj turista na seoskim obiteljskim gospodarstvima sa programom boravka i raznovrsnim aktivnostima,
2. Smještaj turista na selu bez programa i uključivanja u razne aktivnosti,
3. Posluživanje jela i pića na imanju-stanciji uz razne manifestacije,
4. Prodaja vlastitih poljoprivrednih proizvoda,
5. Posjeta kulturno povijesnim znamenitostima i razna druga izletnička aktivnost.

3. UVJETI I MOGUĆNOSTI RAZVOJA AGROTURIZMA U ISTRI

3.1. Zakonska regulativa i agroturizam

Pružanje ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu zakonodavstvo regulira u sklopu Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti (NN br. 48/95) i posebnim pravilnikom o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu (NN br. 22/96, 47/97), te zakona o turističkoj djelatnosti (NN br. 8/96). Valja reći da je spomenutim aktima po prvi put omogućeno obavljanje ove djelatnosti. Međutim, navedene akte trebalo je odmah doraditi i to kako u pojmovnom smislu tako isto i u sustavnom gdje bi reguliranje agroturizma bilo u okviru samostalnog i odvojenog zakona. Sam pojam pružanje ugostiteljskih usluga u seljačkim domaćinstvima, koji obilježava nama poznatu djelatnost "agroturizam" morao bi u okviru postojećeg zakona u narednim koracima među prvima doživjeti promjene. Ima nekoliko razloga za to. Prvi nalazimo u tome što mu je naziv "predugačak" i neprikladan u komuniciranju, a druge i ostale vidimo u neprepoznatljivosti.

Ne ulazeći šire u analizu Zakona i Pravilnika, držimo da su pojedine formulacije kao "građanin smije" i "građanin može" pružati usluge doručka i polupansiona neprimjerene i neadekvatne. Po našoj ocjeni primat se daje uslugama smještaja a ne uslugama pripremanja i usluživanja hrane i pića. Smatramo isto tako da ukoliko potencijalni davatelj usluga smještaja na selu nema mogućnosti pripremanja i usluživanja hrane i pića iz pretežito vlastite proizvodnje ne može izričito biti registriran kao davatelj usluga u agroturizmu.

Daljnji konkretan napredak zakonodavne regulative trebao bi nastati u okviru županija kao temeljne strateške jedinice i destinacije hrvatskog turizma, gdje bi se propisao čitav niz kriterija i normativa, pojašnjenje pojmova i dr. koji su u Zakonu veoma općeniti. Radi se o slijedećem:

- očuvanje objekata, prostora i prostorija u smislu očuvanja tradicijskih vrijednosti i naslijeđa arhitekture pojedinog područja županije, gdje će se vrlo detaljno propisati sam izgled, uređenje i sadržaj objekta,
- pripremanje i usluživanje hrane i pića u seljačkim domaćinstvima, kvalitetu, način posluživanja i definiranje pojma "pretežito vlastita proizvodnja" s ciljem da se zaštite tradicionalna jela i pića, te postavljanje visokih normi kvalitete.

Mislimo isto tako da ne bi trebalo Zakonom limitirati kapacitete smještaja i pružanja drugih usluga, već da se uvede fleksibilnije pravilo po kojem bi ograničenja ovisila o veličini i opremljenosti objekta. Također, smatramo da bi Pravilnikom trebalo predvidjeti i mogućnost kombiniranog korištenja smještajnih kapaciteta (apartmani, sobe i kamp) seljačkih domaćinstava ako za to imaju uvjete.

3.2. Oporezivanje i porezna politika

Zakon o porezu proizvoda i usluga (NN 95/94, 7/95, 19/96) s Pravilnikom o primjeni uopće ne “prepoznaje” pružanje usluga na seljačkom gospodarstvu, pa se ova djelatnost oporezuje kao i sve ostale ugostiteljske usluge. Kada je riječ o oporezivanju dohotka, djelatnost pružanje usluga u seljačkom domaćinstvu izjednačena je sa pružanjem usluga smještaja i prehrane u priobalnom razvijenom ugostiteljsko turističkom sektoru. Iz tih razloga neophodne su određene promjene u poreznom sustavu i to ponajprije prihvaćanjem i uvođenjem pojma agroturizam u terminologiju zakonodavstva o porezima (Zakon o porezu na dodanu vrijednost, Zakona o porezu na dohodak) što će omogućiti diferencirano djelovanje stimulativnim mjerama, naročito u odnosu na ostale slične i druge vrste usluga.

Primjenom Zakona o porezu na dodanu vrijednost, Člankom 19a regulira se plaćanje poreza na dohodak i PDV odnosno neplaćanje obaju poreza u slučaju poljoprivredne djelatnosti. Prema ovom Zakonu poreznim obveznikom postaje se automatski ukoliko oporezivi prihodi iznose više od 50.000 kuna, ili na osobni zahtjev ukoliko su prihodi niži od navedenog iznosa. Prema stavku 3. članka 19a osobe poljoprivredni proizvođači koji nisu porezni obveznici PDV-a nisu dužni plaćati ni porez na dohodak, ali time nemaju niti pravo na povrat, i nisu dužni voditi poslovne knjige. Ukoliko se agroturizam veže za poljoprivredu, što smatramo da bi zakonodavac tako i trebao postupiti, u tom slučaju se otvara mogućnost “ugradnje” agroturizma u članak 19 a, stavak 3. čime bi se davatelja usluga oslobodilo plaćanja poreza na dohodak. Budući je primjena PDV-a startala sa jedinstvenom i za svjetske razmjere visokom stopom od 22% za sve djelatnosti, bojimo se da će se to nepovoljno odraziti kako na ukupan razvoj turizma tako i na agroturizam kao novi segment turističke ponude. Naravno, ovakvom poreznom politikom pogođena je i poljoprivredna proizvodnja povećanjem troškova proizvodnje, a time i prodajnih cijena. Zato mislimo da će se veoma brzo morati Zakon o PDV-u korigirati po principu diferenciranih poreznih stopa; gdje bi turizam, a i poljoprivreda bio porezno opterećen onako kako je to u brojnim zemljama svijeta.

3.3. Prostorna, demografska i gospodarska konfiguracija Istre

Agroturizam na istarskom području posjeduje izuzetne uvjete. Prirodni ambijent, klima, flora i fauna, posebno zemljište i to obradivo pružaju uvjete za razvoj agroturizma. Od ukupno 282.000 ha poljoprivrednih površina 60% je obradivo, a proizvode se gotovo sve vrste poljoprivrednih proizvoda: žitarice, vinova loza, masline, voće i povrće, vino ulje i stočne preradevine. U zadnjih nekoliko godina neke tradicionalne poljoprivredne kulture doživjele su svoj katastrofalan pad, kao:

- maslinarstvo, broj od 496.000 stabala u 1937. godine smanjen je na oko 51.000 stabala,
- vinova loza uzgajala se 1937. godine na 15.310 ha, a 1990. godine na svega 2.000 ha,

- stočni fond je 1937. godine u Istri iznosio: 41.500 goveda, 119.000 ovaca i 21.140 svinja, 1992. godine stanje je slijedeće: 11.945 goveda, 8.150 ovaca i 7.260 svinja.

U posljednjih nekoliko godina dolazi do obnove maslinarstva i povećanja broja novih nasada i to u svim oblicima vlasništva.

Demografsku osnovu Istre sačinjava više od 200.000 stanovnika u gradovima i, te preko 18.000 domaćinstvima u 600 sela. Najveći broj seoskog stanovništva zaposlen je u industriji, turizmu, poljoprivredi i drugim djelatnostima. Seljačka gospodarstva su dobro opremljena (Jurcan, 1989) za proizvodnju, spremanje uroda i stanovanje.

3.4. Uvjeti za razvoj agroturizma u Istri

Čimbenici koji pogoduju za razvoj turizma općenito pa tako i agroturizma su slijedeći:

- privlačni ili atraktivni,
- prometni ili komunikativni,
- prihvatni ili receptivni.

Da bi jedno seljačko gospodarstvo moglo postati turističko seljačko gospodarstvo mora biti locirano u turistički atraktivnom kraju, ili u njegovoj neposrednoj blizini. Sa tog stanovišta seljačka obiteljska gospodarstva u unutrašnjem dijelu Istre u potpunosti ispunjavaju uvjete za razvoj agroturizma. Tome treba dodati i brojne ostale prednosti koje vidimo u blizini mora i raznovrsnim sadržajima turističke ponude u priobalnom dijelu. Neki autori (Kušen, 1995) navode dvije liste pitanja za provjeru atraktivnosti kraja i samog seljačkog gospodarstva.

Provjera turističke atraktivnosti kraja:

- zdrava klima,
- nezagađeni zrak i voda,
- odsutnost potencijalnih opasnosti (eksplozija, poplava, požar, radijacija),
- očuvana priroda,
- očuvano graditeljsko naslijeđe,
- očuvane socio-kulturne značajke,
- slikovit krajobraz,
- mogućnost slobodnog kretanja turista po okolici,
- uvjeti za razonodu, rekreaciju i posjete znamenitostima,
- ugostiteljski objekti, osobito s regionalnim jelima i pićima,
- dobra cestovna povezanost sela,
- telefonska povezanost sela,
- udaljenost gospodarstva od prve ambulante i pošte manja od 75 km.,
- udaljenost gospodarstva do prve trgovine i gostionice manja od 5 km.

Provjera turističke podobnosti seljačkog gospodarstva:

- da ima odgovarajuće poljoprivredno zemljište,
- da ima odgovarajuću poljoprivrednu proizvodnju,
- da osim stambenog objekta ima i gospodarske zgrade,
- da ima stoku i druge domaće životinje,
- da može gostima, posebno djeci pružiti mogućnost uvida u način poljoprivredne proizvodnje,
- da je lokacija kuće na atraktivnom mjestu,
- da je do kuće osiguran pristup automobilom,
- da je u kući osigurana električna struja i tekuća voda,
- da se u kući nalazi telefon ili da udaljenost od javne govornice nije veća od 500 m,
- da se seljačko gospodarstvo (kuća, gospodarske zgrade, dvorište i sl.) u okviru ekonomski prihvatljive investicije može preurediti u turističko seljačko gospodarstvo,
- da broj, dob i osobna sklonost članova domaćinstva na gospodarstvu odgovaraju potrebama pružanja ugostiteljskih usluga.

U ruralnom dijelu Istre sa stanovišta privlačnih ili atraktivnih, prometnih i komunikativnih čimbenika osim prihvatnih ili receptivnih, uvjeti za razvoj agroturizma su dobri. Unutrašnji dio Istre obiluje prirodnim ljepotama, bogatom kulturnom i povijesnom baštinom i dobrom prometnom povezanošću. Područje Istre odlikuje umjerena klima, bez ljetnih žega, blage zime, tople jeseni i proljeća. Ugodna klima pogoduje razvoju bogatom biljnom pokrivaču te brojnim i različitim životinjskim vrstama. Za razvoj turizma nije beznačajan i hidrografski elementi. Za agroturizam i ostale ruralne oblike turizma u Istri posebnu važnost imaju rijeke Mirna, Raša i Dragonja te umjetno jezero Botonega. Istra je u reljefnom pogledu blago brdovita, a posebne znamenitosti reljefnog obilježja su: planinski masiv Učka sa najvišim vrhom 1396 m, obelisk (Istarske toplice) vertikalna kamena hrid visoka 85 m, Raspor (Ćićarija) najdublja jama 360 m, Morfanska jama Žminj, najdublja jama 2045 m, Pazinska jama u kojoj rijeka Pazinčica uranja u podzemlje, jama Baredine Nova vas, jedna od najljepših jama u kojoj obitava čovječja ribica.

Društveni čimbenici također imaju veliku važnost za razvoj agroturizma Istre. Razvrstavamo ih u sljedeće skupine:

- kulturno povijesne spomenike,
- kulturne ustanove i manifestacije,
- zabavne, sportske, gospodarske i druge manifestacije.

Najvažniji društveni čimbenici za razvoj turizma, a time i agroturizma unutrašnjosti Istre su :

- povijesni gradići Motovun, Grožnjan i najmanji grad na svijetu HUM,
- istarska veselica, pučko ili crkveno slavlje sa starinskim plesom "balun",
- "Trka na prstenac" u Barbanu koja sa tristogodišnjom tradicijom predstavlja nadmetanje konja i jahača u trku i pogađanje kopljem u sridu,

- sajmovi u Istri (Pazin, Žminj, Vodnjan, Buzet, Višnjan i Svetvincent) gdje se nude razni ručno izrađeni alati, zdrava hrana i dr. predmeti,

Istra je u prometnom pogledu dobro povezana sa Europom i ostalim dijelovima Hrvatske. Značajan promet turista odvija se preko zračne luke Pula, željeznicom preko Pazina i morskim putem. Istra je u zadnjih nekoliko godina gotovo u potpunosti riješila jedan od najvećih problema prethodnog razdoblja, telefonsko komuniciranje sa svijetom.

Receptivni dio turističke ponude unutrašnjeg dijela istre koji služi za zadovoljavanje potreba smještaja, prehrane, zabave i rekreacije turista nije u svim segmentima podjednako razvijen. Osim objekata ponude prehrane i pića koji zadovoljavaju potrebe razvoja turizma, svi drugi sadržaji nedostaju i predstavljaju limitirajući faktor daljnjeg značajnijeg i intenzivnijeg razvoja agroturizma. Određeni kapaciteti na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima postoje, ali ih neophodno preurediti i pripremiti za tržište. Dio kapaciteta nalazimo u brojnim napuštenim obiteljskim gospodarstvima, štancijama ili čitavim naseljima, koja se mogu preurediti u veoma atraktivnu ponudu smještaja. Uređenjem takvih kuća, naselja i štancija stvorila bi se vrlo kvalitetna ponuda smještaja namijenjena ruralnom turizmu u obliku vila, turističkih naselja na selu, ekoloških sela, pansiona i sl. (Ružić, 1997).

3.5. Motivi razvoja agroturizma u Istri

Ako podemo od definicije agroturizma koji podrazumijeva provođenje odmora na seljačkim poljoprivrednom gospodarstvu (Bellencin-Valussi, 1991) dolazimo do toga kako ovaj oblik turističke ponude omogućava neposredno uključivanje seoskog gospodarstva kao cjeline (stambeni fond, živi rad, poljoprivredni proizvodi, suveniri, seoska okolina i sl.) u turističku ponudu. Time se obiteljskim poljoprivrednim domaćinstvima omogućuje da pored dohotka od poljoprivrede, šume, ribarstva i druge proizvodnje, ostvaruje dodatno dohodak od turizma, koji će u značajnoj mjeri utjecati na poboljšanje ekonomskog položaja seljačkog gospodarstva. Dodatni dohodak od turizma pridonijeti će stvaranju boljih uvjeta za rješavanje ekonomske i socijalne problematike sela, osobito u manje razvijenim dijelovima unutrašnje Istre.

Gospodarstvima na selu agroturizam, ali i ostali ruralni oblici turizma kao seoski turizam, koji se može definirati kao oblik ruralnog turizma s boravkom turista u seoskim sredinama i ambijentu, pružanje ugostiteljskih usluga, prodaja poljoprivrednih proizvoda i sl., daje mogućnost predviđanja i planiranja proizvodnje hrane za poznatog kupca.

Agroturizam osigurava potrošnju značajnog broja artikala svih vrsta poljoprivrednih proizvoda, povećava interes za uzgoj stoke i peradi, te zadržava mlađe naraštaje na selu. Gostima je uz seljačku postelju zagarantirana ponuda svježe prirodne i zdrave hrane, čista priroda i uključenje u razne poljoprivredne poslove koji mu odmor čine aktivnim.

Seoski ambijent u pokretu raznih ruralnih oblika turizma nudi dakle visoko vrijedne elemente za organizaciju raznovrsnih aktivnosti nametnutih potrebom aktivnog i kvalitetnog odmora.

Među motivima koji ubrzavaju razvoj agroturizma i turizma općenito ne smijemo zaboraviti da uključivanje seljačkih gospodarstava u ukupnu turističku ponudu mjesta, regije i zemlje u cjelini, može ne samo povećati, nego ukupnu ponudu učiniti i raznovrsnijom i bogatijom te time povećati konkurentsku sposobnost našeg turizma. Troškovi za nove turističke ležaje na seljačkom gospodarstvu su znatno manji od gradnje klasičnih ugostiteljsko turističkih kapaciteta. Razvojem turizma u ruralnim sredinama pozitivno utječemo na očuvanje i zaštitu prostora, zaštitu od propadanja seoskih naselja i obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava. Značajna korist koju agroturizam ostvaruje je mogućnost povrata mladih ljudi na selo što se smatra i najvećim bogatstvom sela. Agroturizam omogućuje razvoj pored tradicionalnih obrta i nove obrte s modernim tehničkim sredstvima i tehnologijom, što bi u mnogome pomoglo u razvoju tržišta suvenira koji karakteriziraju seoski turizam.

3.6. Stanje agroturizma u Istri

U odnosu na neograničene mogućnosti koje u Istri za razvoj agroturizma postoje, dosadašnji postignuti rezultati su veoma skromni. Davanjem prednosti razvoju priobalnog turizma potpuno je zanemaren razvoj ostalih djelatnosti pa tako i turizma u ruralnim prostorima istarskog poluotoka. Ozbiljnije inicijative o razvoju ruralnih oblika turizma u Istri počinju se javljati u razdoblju stagnacije turizma u Hrvatskoj od 1990. do 1996. godine kada je donešena Zakonska regulativa i kada je Odjel za turizam i trgovinu županije istarske izradio i promovirao brošuru agroturizma u općinama u unutrašnjosti Istre. Akcija koja je sprovedena imala je slijedeći moto "kvalitete i stila življenja, dopunski prihodi, jačanje seoske kulturne tradicije, podrška poljoprivredi, izravna prodaja proizvoda, oplemenjivanje glavne djelatnosti, dobrobit za vlastito gospodarstvo, dodatni prostor za poduzetničku sposobnost, zaštita okoliša, vrijednosti proizvoda seoskih gospodarstava, zdrava prehrana, potpunija angažiranost područja i okolice, očuvanje i obnova izvornog ambijenta i arhitekture i sl." Sama akcija je izazvala interes brojnih seljačkih gospodarstava, naročito u unutrašnjem dijelu Istre. Od ruralnih oblika turizma u Istri najviše je zastupljena ponuda domaćih specijaliteta hrane i pića, igre i plesovi u narodnoj nošnji, i to najčešće u okviru organizirane posjete poljoprivrednog gospodarstva koje završava sa ručkom ili večerom. U čitavoj Istri ima takvih četiri centra (Krculi, Kanfanar, Rakovci i Geno park "Štancija Boškarin" u Višnjaju kraj Poreča) koja su i u programu turističkih agencija koje prodaju i organizirano dovode turiste. Jedan od oblika turističke ponude ruralnog turizma u Istri je vinska cesta koja je organizirana na području općine Buje posjetom 14 vinskih podruma. Cesta prolazi kroz brojna istarska naselja u kojima se u podrumima obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava nudi široki asortiman visokokvalitetnih vina. Od ostalih oblika turističke ponude ruralnog turizma istaknuto mjesto zauzima pješačka staza "Sv. Šimuna" u Gračišću, koja prolazi kroz netaknutu prirodu, nekoliko sela, sa posjetom brojnim crkvama. Pješačenje traje ukupno 2 sata. Tu su još i brojne biciklističke staze (ima ih ukupno 7), te konjičke ture u 7 konjičkih centara, u nekima od njih se nudi i

poslužuje hrana i piće, te različiti zabavni sadržaji. Veliki značaj u turističkoj ponudi u ruralnom ambijentu Istre ima međunarodna slikarska škola u Brtonigli, okupljalište umjetnika u Grožnjanu i trka na prstenac u Barbanu. Bogata i raznovrsna gastronomska ponuda može se naći u brojnim različitim ugostiteljskim objektima gotovo u svakom selu. Moglo bi se još puno govoriti o poznatim istarskim jelima i specijalitetima, na daleko poznatoj podzemnoj gljivi tartuf, visoko kvalitetnim i raznovrsnim vinima, te brojnim sajmovima, brdovitom masivu Učki, prirodnom fenomenu kraške Pazinske jame, jame Baredine i brojne druge zanimljivosti koje turista može naći u ruralnom ambijentu unutrašnje Istre i u njima obilno uživati. Nažalost, ponuda agroturizma na obiteljskim seljačkim gospodarstvima, sa smještajem, hranom i piće, sudjelovanjem u raznim poljoprivrednim radovima je za sada simbolična. Više se može govoriti o seoskom turizmu u priobalnom dijelu, gdje turisti borave u seoskoj urbanoj sredini i ambijentu na udaljenosti najviše do 10 km. od mora. Pravi agroturizam u ruralnom ambijentu unutrašnje Istre za čiji razvoj postoje sve pretpostavke (privlačnost-atraktivnost, blizina mora, prometna povezanost, prihvatni kapaciteti koji se mogu brzo i jeftino osposobiti i dr.) šansa je koju valja iskoristiti. Posebna pogodnost je u tome što su sva naselja u unutrašnjosti Istre udaljena od mora od 30-35 km do kojih se stiže za 20-30 minuta.

4. PROJEKCIJA RAZVOJA AGROTURIZMA U ISTRI

Ruralni prostor Istre sa svim svojim prirodnim pogodnostima, povijesno kulturnim, prometnim i drugim čimbenicima i potencijalima predstavlja perspektivu za razvoj agroturizma kao i svih drugih oblika ruralnog turizma. Osnova razvoja agroturizma u unutrašnjosti Istre postoji. Ona je sadržana u ukupno 18.325 obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava koji posjeduju poljoprivredne površine, a većina od njih i smještajne kapacitete. Od tog broja 5.631 je obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava čija je veličina posjeda od 5-10 ha, koji se u dogledno vrijeme i uz neznatna financijska sredstva mogu smatrati potencijalnim nosiocima razvoja agroturizma i svih ostalih oblika ruralnog turizma. Smještajni resursi, iako nisu registrirani, postoje u okviru viška stambenog prostora u navedenim obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, napuštenim selima, napuštenim kućama i napuštenim "štancijama". Veliki broj napuštenih sela, kuća i "štancija" mogu se brzo i povoljno urediti u veoma privlačne kapacitete ruralnog turizma, kao što su to vile, seoska turistička naselja, apartmani, ekološka naselja i sl.

Anketom koju je proveo Institut za poljoprivredu i turizam Poreč na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima u Istri utvrđeno je da od ukupnog broja obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava 4.167 gospodarstava raspolaže viškom stambenog prostora od cca 75 m² u koji se može smjestiti od 4-6 kreveta, što znači da bi ta gospodarstva mogla uz minimalna ulaganja, adaptacije i preuređenja dati na raspolaganje preko 20.000 kreveta turistima. Anketa je pokazala isto tako da navedeni broj obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava uz sadašnju dosta ekstenzivnu proizvodnju ima višak poljoprivrednih proizvoda kojima se mogu podmiriti potrebe za preko 30.000 turista uz boravak od blizu 100 dana.

Osim zemljišnog i stambenog potencijala za razvoj agroturizma i ostalih oblika ruralnog turizma u unutrašnjosti Istre bitan je i ljudski faktor, koji osim bavljenja poljoprivredom mora biti educiran i posjedovati određeno znanje i za pružanje ugostiteljsko turističkih usluga. Nosioci razvoja niti poljoprivrede a niti agroturizma ne mogu biti populacija starije dobi, koja je inače i najviše zastupljena na selu. Prema anketi Instituta za poljoprivredu i turizam na 5.631 obiteljskih poljoprivrednih gospodarstva koji raspolažu u prosjeku 5 ha poljoprivrednog zemljišta, po gospodarstvu imaju 4.3 člana domaćinstva, od kojih su 3 u dobi od 15-60 godina starosti koji bi mogli osim radova na gospodarstvu i raditi sa turistima. Stimulacijom i podrškom razvoja agroturizma u unutrašnjem dijelu Istre jedna od najvećih koristi bila bi i ta što bi se na selo počeli vraćati mladi ljudi, kao što su nekada odlazili, što bi bilo i najveće bogatstvo sela.

Uz povoljna kreditna sredstva i druge mjere stimulacije moguće je u veoma kratkom razdoblju od 5 do najviše 10 godina razviti sljedeće smještajne i ostale kapacitete ruralnog turizma:

Tablica 1. Projekcija razvoja smještajnih kapaciteta i obujma noćenja ruralnih turista u Istri do 2010 godine

Vrsta objekata za smještaj	Kapaciteti u posteljama	Prosječno korištenje kapaciteta	Ukupna noćenja godišnje	Potrebna financijska sredstva za razvoj u DEM	Uvjeti financiranja	Mjere stimulacije
1. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva	20.000	55	1.100.000	60.250.000	8%	2 godine odgoda vraćanja
2. Napuštena obiteljska poljoprivredna gospodarstva	2.500	90	225.000	25.000.000	8%	2 godine odgoda vraćanja
3. Napuštene "štancije" preuređenje u vile	1.000	200	200.000	10.000.000	8%	2 godine odgoda vraćanja
4. Napuštena sela-preuređenje u turistička naselja	1.000	200	200.000	10.000.000	8%	2 godine odgoda vraćanja
UKUPNO	24.500	95	1.725.000	105.250.000	8%	2 godine odgoda vraćanja

Izvor: Vlastita procjena autora

Podaci u tablici pokazuju da je u okviru obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava najkasnije do 2010 godine moguće za turističke svrhe osposobiti 20.000 kreveta uz pojedinačnu financijsku pomoć od oko 15.000 DEM. Drugi potencijalni

oblik smještaja na koga se u unutrašnjosti Istre može ozbiljno računati je osposobljavanje oko 4.500 kreveta u prostorima napuštenih poljoprivrednih gospodarstava, preuređenjem "štancija" u turističke vile i napuštenih sela u turistička naselja ili ekološka sela. Ovdje su potrebna i najveća investicijska ulaganja budući se radi o objektima koji su već desetljećima, takoreći za vrijeme i odmah nakon drugog svjetskog rata napušteni, na kojima je zub vremena učinio svoje.

Računice pokazuju da je moguće, uz pretpostavku ostvarenja planiranih 1.725.000 noćenja godišnje i prosječnu potrošnju od 40 DEM po noćenju ostvariti ukupan prihod od agroturizma u iznosu od 69.000.000 DEM godišnje. Tome treba dodati i vanpansionsku potrošnju: kupnja roba, suvenira, goriva, hrane i pića i dr. usluge, a to je realno moguće u početku ostvariti u iznosu od 10 DEM dnevno po noćenju, a kasnije i 15, što ukupno iznosi od 17- 25.000.000 DEM, što mogući prihod od ruralnih oblika turizma približava iznosu od 90.000.000 DEM godišnje.

Agroturizam ima zadaću pokrenuti, revitalizirati poljoprivredu, za potrebe 24.000 gostiju na koje se računa, proizvodnja hrane povećala bi se prema normativima dnevne potrošnje za:

- 200 tona mesa,
- preko 1200 tona povrća,
- 200 tona kruha,
- 250 tona voća,
- 250.000 hl vina.

5. FINANCIRANJE IZGRADNJE I UREĐENJA SMJEŠTAJNIH I OSTALIH SADRŽAJA AGROTURIZMA

Da se ne ponovi dosadašnja praksa koja je završavala na brojnim planovima i deklarativnim podrškama razvoja agroturizma valja se pobrinuti od najviših razina državne vlasti pa, preko županije, do najnižih organa lokalne uprave i samouprave. Budući se ovdje radi o djelatnosti koja se prvenstveno bazira na poljoprivrednoj proizvodnji i to u pretežitom dijelu godine, a turizmom kao dopunskom odnosno dodatnom djelatnošću, neophodno je iz niza razloga raznim poticajnim mjerama omogućiti razvoj ruralnih oblika turizma i to svuda gdje za to postoje potrebni uvjeti. Veoma je važno da se ruralni turizam uvrsti kao razvojna perspektiva u nacionalnoj strategiji razvoja turizma Hrvatske. U strategiji razvoja hrvatskog turizma ruralni prostor mora dobiti isto tako važno mjesto kao i primorsko-jadranski, planinski, gradski i sl. Prethodne računice pokazuju da se sa malim financijskim sredstvima može brzo i u kratkom roku samo na području istarske županije doći do kvalitetnih smještajnih sadržaja ponude, koji su i po nekoliko puta jeftiniji od izgradnje hotelskih i dr. oblika smještaja u priobalnom dijelu ili urbanoj sredini. Valja računati osim na konkretne financijske koristi koje donosi agroturizam i svi ostali ruralni oblici i na brojne druge multiplikativne efekte od razvoja agroturizma. Tu bi na prvo mjesto svrstali očuvanje ruralnih sredina od daljnje devastacije i propadanja, razvoj poljoprivredne proizvodnje, zadržavanje mladih na seljačkim poljodjelskim gospodarstvima i povratak svih onih koji dodatnim bavljenjem agroturizmom vide šansu za lakši i bolji život, život koji će biti ljepši i humanije od sadašnjeg. Za razvoj

agroturizma dva su ministarstva odgovorna i dužna da svojim utjecajem potpomažu i daju potporu agroturizmu i poljoprivredi, to su ministarstvo poljoprivrede i šumarstva i ministarstvo turizma. Od jednog i drugog ministarstava se očekuje da u kreiranju mjera ekonomske, razvojne, kreditno monetarne i fiskalne politike izbere čim povoljnije uvjete za razvoj i poslovanje ovih djelatnosti. Posebno je važno osigurati pogodne kreditne uvjete od domaćih banaka i sve potrebne garancije za inozemne kredite. I sve druge razine moraju se aktivno boriti za razvoj agroturizma. Konkretno akcije u tom pogledu se već poduzimaju u istarskoj županiji. Formirani su razni odbori, vijeća i komisije koji pokušavaju animirati i stručno rukovoditi te davati pomoć zainteresiranima. Županijsko poglavarstvo istarske županije prihvatilo je potpisivanje Ugovora o poslovnoj suradnji između Reiffeisenbank Austria d.d. Zagreb, istarske županije te Turističke zajednice istarske županije. Ugovoreni su kreditni aranžmani uz kamatu od 9,5%, bez učešća i hipotekom objekta u koji se ulažu sredstva. Sa ciljem stimuliranja agroturističke djelatnosti istarska županija će zajedno s turističkom zajednicom preuzeti financiranje dijela kamate ugovorene kreditnim aranžmanom i to ukupno 1,5% (0,75% istarska županija i 0,75% turistička zajednica istarske županije. Na taj način je za korisnike kredita ukupna kamata smanjena na 8%. Odobrava se kredit od 20-100.000 DEM, na rok od 10 godina i uz odgodu vraćanja od 12 mjeseci. Kredit je namijenjen isključivo za rekonstrukciju, izgradnju, dovršenje objekata namijenjenih pružanju agroturističkih usluga, a pravo na njegovo korištenje imaju građani Republike Hrvatske, koji su pribavili suglasnost jedinica lokalne samouprave i Odjela za turizam istarske županije. Za brojne napuštene "štancije, naselja i kuće čiji se vlasnici ne znaju ili do kojih se ne može doći, valja lokalna samouprava odlučiti tko će o njima voditi brigu, ulagati sredstva i gospodariti. Smatramo da uz navedene i još povoljnije kreditne aranžmane, porezne i druge olakšice možemo razviti visokokvalitetan i prepoznatljiv agroturizam, ponajprije kao jednu novu i atraktivnu komponentu turističkog proizvoda Istre, koja će dalje generirati sve naprijed navedene učinke i time svrstati Istru na poziciju koju ona i zaslužuje.

6. ORGANIZACIJA MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI AGROTURIZMA

Promidžba, prodaja, istraživanje i dr. marketinške aktivnosti od ogromnog su značenja za razvoj agroturizma. Njihova organizacija je specifična u odnosu na ugostiteljska i turistička trgovačka društva koja imaju kadrovske, materijalne i druge mogućnosti za to. Troškovi promidžbe i marketinga su veliki i zahtijevaju velika sredstva ako ih obavlja svako seljačko gospodarstvo pojedinačno. Na to se u početku razvoja praktično niti ne može ozbiljnije računati. Eventualno rješenje u kasnijoj fazi vidimo u povezivanju nekoliko turističkih seljačkih gospodarstava i njihovo zajedničko nastupanje na turističkom tržištu. Povećanjem broja združenih vlasnika seljačkih poljoprivrednih gospodarstava moguće je osnovati združenu turističku agenciju, u koju mogu ući i drugi subjekti koji nalaze svoj interes u razvoju agroturizma. Pokretanjem zadrugarstva kod nas i njihovim osnivanjem otvara se mogućnost organiziranja i marketinških aktivnosti u tom sklopu, kao i obavljanje drugih savjetodavnih poslova iz poljoprivredne struke.

U promidžbi i prodaji kapaciteta agroturizma mogu se uključiti i brojne druge lokalne turističke agencije. Najveća aktivnost u svemu tome se očekuje od novonastalih turističkih zajednica koje su Zakonom dužne obavljati određene poslove u koje se mogu ubrojiti istraživanje i strateško planiranje, formiranje turističkog proizvoda, informiranje i promocija.

U samom početku razvoja agroturizma, županijska Turistička zajednica mora pružiti veliku pomoć zainteresiranima, i to počev od savjeta, animacije, edukacije, pomoći oko dozvola i registracije, pa do osiguranja kredita i promocije kapaciteta ruralnog turizma. Budući su pojedinačni troškovi promocije visoki, racionalni su samo zajednički katalozi turističkih seljačkih gospodarstava. U gotovo svim europskim turističkim zemljama elementi promidžbe sadrže iste elemente i poredak (Kušen, 1995):

- fotografija objekta,
- naziv turističkog seljačkog gospodarstva,
- ime vlasnika,
- adresa/telefon,
- veličina posjeda,
- vrsta poljodjelske proizvodnje,
- broj i kategorija kreveta i soba,
- vrste domaćih životinja,
- mogućnosti igre,
- mogućnosti športa,
- turističke atrakcije u okolini,
- udaljenost do ambulante,
- udaljenost od autobusne ili željezničke stanice,
- udaljenost od mikroregionalnog sjedišta,
- zanimljivosti.

7. ZAKLJUČAK

Danas se na turističkom tržištu traže i dobro prodaju one turističke destinacije koje nude aktivan odmor, puno športa, zabave i rekreacije, različite selektivne oblike turizma, očuvanu prirodu i dr. uz standardnu razinu kvalitete. Naš turistički proizvod je zastario, niske kvalitete, a uz to i masovan. Od početka rata do danas struktura naše turističke ponude nije se iz poznatih razloga mogla izmijeniti, već naprotiv, samo pogoršala. Ukoliko želimo opstati na tržištu i održati korak s konkurencijom moramo izvršiti temeljitu restrukturaciju i prilagodbu naše ponude tržišnim zahtjevima. Osim transformacije postojeće ponude jedan od mogućih načina promjene strukture naše ponude je i razvoj novih selektivnih oblika turizma. Istra i brojne druge destinacije u Hrvatskoj uz kvalitetne resurse i geoprometni položaj, ima i znatno nižu razinu saturacije turističkog prostora u odnosu na konkurenciju gdje se mogu razvijati novi i kvalitetniji sadržaji selektivne ponude, gdje agroturizmu pripada posebno mjesto.

Autor referata je na bazi provedenih istraživanja utvrdio da se u veoma kratkom roku i sa minimalnim sredstvima samo u Istri može veoma brzo tržištu ponuditi preko 20.000 postelja, od koga će koristiti imati osim obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava i cjelokupno nacionalno gospodarstvo.

LITERATURA

1. Bellencin, Meneghel G. i Valussi, G.: Agroturismo in Italia, Patren editore, Bologna, 1991., str. 19.
2. Bošković, D. i sur.: Pretvorbom i privatizacijom do tržišno efikasnijih poduzeća turističkog gospodarstva Istre, Tourism and Hospitality Management, Zbornik radova, Hotelijerski fakultet Opatija, 1997.
3. Bošković, D. i sur.: Restrukturiranje i prilagodba turističke ponude Istre novim trendovima na europskom tržištu, Zbornik radova, Hotelijerski fakultet Opatija, 1997.
4. Bošković, D.: Mogućnosti razvoja selektivnih oblika turizma u Istri, rukopis referata za "Hotelska kuća 98", 1998.
5. Dragičević, M.: Osnove razvojne strategije turističkog sektora Hrvatske, Turizam, br. 5-6 1992.
6. Jurcan, V.: Mogućnosti razvoja agroturizma - seoskog turizma, Gosopdarstvo Istre br. 2, FET "Dr. Mijo Mirković" Pula, 1989.
7. Kušen, E.: Turizam na seljačkim gospodarstvima, Turizam 7-8/1995., str. 127-130.
8. Kušen, E.: isto
9. Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkim gospodarstvima, NN br. 47/96.
10. Ružić, P.: Mogućnosti, stanje i razvoj ruralnih oblika turizma u Istri, rukopis pripremljen za "Hotelska kuća 98"
11. Stavovi i potrošnja inozemnih turista TOMAS 87, Institut za turizam Zagreb, 1987.
12. Zakon o turističkoj djelatnosti, NN br. 48/95 i 19/96.

Summary

MARKET POSSIBILITIES FOR THE DEVELOPMENT OF AGROTOURISM IN ISTRIA

The basic question for further development of our tourism is a how, what with and when to restructure the mass tourist supply and make it flexible to market trends and demands. In the developed countries, the transformation of mass tourism to various selective forms and kinds of tourism is under way and very successful. The development of agritourism, which this paper is about, could significantly alleviate the past discrepancies in tourist supply and change the structure of the whole supply. On basis of the research done, the authors claim that some basic conditions for the development of agritourism in Istria have been fulfilled. So they suggest its concept of development, financial funds needed, ways of financing, stimulative and other measures, legal regulations needed, organization of marketing activities, effects of the development etc.

Key words: agritourism, agriculture, ecology, development, selective tourist supply, market, marketing.