

Razvoj turizma u Istarskoj županiji

Hrvatin, Tea

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:243539>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-22**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

TEA HRVATIN

RAZVOJ TURIZMA U ISTARSKOJ ŽUPANIJI

Diplomski rad

Pula, 2020.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

TEA HRVATIN

RAZVOJ TURIZMA U ISTARSKOJ ŽUPANIJI

Diplomski rad

JMBAG: 0242003477, izvanredni student

Studijski smjer: Poslovna ekonomija, Turizam i razvoj

Predmet: Selektivni turizam

Znanstveno područje: Društvena znanost

Znanstveno polje: Turizam

Znanstvena grana: Selektivni turizam

Mentor: doc.dr.sc. Aljoša Vitasović

Pula, srpanj 2020.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Tea Hrvatin, kandidat za magistra poslovne ekonomije ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, srpanj 2020. godine



IZJAVA
o korištenju autorskog djela

Ja, Tea Hrvatinić dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom „Razvoj turizma u Istarskoj županiji“ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, srpanj 2020. godine

Potpis

SADRŽAJ:

1. UVOD.....	1
2. RAZVOJ TURIZMA – DEFINICIJA, POVIJEST I OBILJEŽJA	2
2.1. DEFINICIJA TURIZMA	2
2.2. POVIJESNI RAZVOJ TURIZMA	4
2.2.1. <i>PRVA ETAPA RAZVOJA TURIZMA</i>	<i>5</i>
2.2.2. <i>DRUGA ETAPA RAZVOJA TURIZMA.....</i>	<i>5</i>
2.2.3. <i>TREĆA ETAPA RAZVOJA TURIZMA.....</i>	<i>6</i>
2.2.4. <i>NOVI RAZVOJ TURIZMA</i>	<i>7</i>
2.3. SUVREMENI TRENDOVI U TURIZMU	9
3. SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA.....	14
3.1. KULTURNI TURIZAM	15
3.2. ZDRAVSTVENI TURIZAM	17
3.3. SPORTSKO – REKREACIJSKI TURIZAM.....	19
3.4. RURALNI TURIZAM	21
3.5. EKO TURIZAM.....	22
3.6. LOVNI I RIBOLOVNI TURIZAM.....	24
4. ISTRA KAO VODEĆA TURISTIČKA DESTINACIJA.....	25
4.1. RAZVOJ TURIZMA U ISTARSKOJ ŽUPANIJI.....	25
4.2. DOŽIVLJAJ ISTRE	28
4.3. TURIZAM ISTARSKE ŽUPANIJE PREMA SWOT ANALIZI.....	36
4.4. RURALNI TURIZAM U ISTARSKOJ ŽUPANIJI – SJEVERNA ISTRA	38
4.4.1. <i>MOTOVUN.....</i>	<i>40</i>
4.4.2. <i>BUZET.....</i>	<i>43</i>
4.4.3. <i>GROŽNJAN</i>	<i>46</i>
4.4.4. <i>OPRTALJ.....</i>	<i>48</i>

5. ZDRAVSTVENI TURIZAM KAO POTENCIJAL RAZVOJA	50
ZAKLJUČAK.....	56
SAŽETAK.....	58
SUMMARY	59
LITERATURA.....	57
POPIS TABLICA.....	61
POPIS SLIKA.....	62
POPIS GRAFOVA.....	63
POPIS SHEMA.....	64

1. UVOD

Diplomski rad na temu „Razvoj turizma u Istarskoj Županiji“ sastoji se od pet poglavlja. U prvom poglavlju nalazi se uvod u kojem je opisano što sve diplomski rad sadrži.

U drugom poglavlju objašnjena je relevantna značajka razvoja turizma, njegov nastanak i razvoj, te očekivani pravci. Obuhvaća rekreaciju, putovanje i odmor. Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.

U trećem poglavlju objašnjeni su selektivni oblici turizma, a neki od njih su kulturni, zdravstveni, sportsko – rekreacijski, ruralni, eko turizam, lovni i ribolovni turizam. Navedeni su oblici turizma koji su zanimljivi ljudima svih životnih dobi, od mlađih skupina do najstarijih. Selektivni turizam je kvalitetan, uravnotežen, heterogen, samoodrživ, inventivan, autentičan i ambijentalan, ekološki i infrastrukturno održiv i podnošljiv, individualan, intenzivan, odgovoran, održiv i razuman, poseban, human, odgovoran za lokalno stanovništvo i drugim sudionicima, temeljen na aktivnoj zaštiti prirode i svega što ga okružuje.

U četvrtom poglavlju govori se o Istri kao turističkoj destinaciji, o razvoju turizma, te je prikazana SWOT analiza Istarske županije. Također se govori i o ruralnom turizmu u Istarskoj županiji s naglaskom na sjevernu Istru, gdje se obrađuju gradići kao Motovun, Buzet, Grožnjan i Oprtalj. Spominje se turistička ponuda tih gradića, nastanak, njihova povijest, priroda, te gastronomska ponuda i događanja koja su domaćim i stranim posjetiteljima privlačna, te turistička ponuda .

Peto poglavlje vezano je uz zdravstveni turizam kao potencijal razvoja, s naglaskom na Lječilište Istarske toplice, kroz prikaz SWOT analize, te na kraju zaključaj, popis korištene literature, tablice, sheme, grafovi, slike i sažetak na hrvatskom i engleskom jeziku.

Za izradu rada korištena je metoda analize i sinteze, povijesna metoda, matematička, deskriptivna te metoda komparacije.

2. RAZVOJ TURIZMA – DEFINICIJA, POVIJEST I OBILJEŽJA

Turizam je jedan od najbrže rastućih sektora na svijetu. Prema podacima UNWTO-a očekuje se da će broj dolazaka s međunarodnog tržišta rasti 3,3 % godišnje do 2030. te tako dostići razinu od 1,8 milrd. dolazaka. Na strani ponude razvija se mnoštvo novih destinacija koje se u odnosu na postojeće ističu inovacijama tradicionalnih proizvoda, te boljom „valute for money“. Suvremeni trendovi nalažu kraće odmore u jednoj destinaciji, te preferiraju više atraktivnih destinacija u odabranoj zemlji odmora, ali i organizirana kružna putovanja.

U slijedećem poglavlju biti će detaljno objašnjena definicija turizma, kretanje turizma kroz povijest, te obilježja klasičnog i suvremenog turizma.

2.1. DEFINICIJA TURIZMA

Turizam je za neke putovanje, a za neke doživljaj, privremeni boravak izvan mjesta stanovanja, neki odmah opisuju turizam vrlo važnom gospodarskom granom, treći ili četvrti počinju odgovorom s objašnjenjem pojma rekreacije, i drugo. Turizam je toliko sveobuhvatan, mnogoznačan i raznolik pojam. Vrlo je teško stvoriti jednostavnu sliku o turizmu. Naziv turizam počinje se upotrebljavati tek u 19. stoljeću, a s obzirom na upotrebu riječi turizam njegov razvitak se može podijeliti u tri razdoblja: putovanja radi rekreacije u kojima su turisti isključivo iz privilegirane klase, putovanja turista iz privilegiranih društvenih slojeva nazivaju se turistička i traju od polovice 19. stoljeća do Prvog svjetskog rata i putovanja kao masovna pojava turista iz svih društvenih slojeva koja počinju od završetka Prvog svjetskog rata.¹

¹ Ružić, P., :Ruralni turizam, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, 2009.str. 1-7

Pojam turizma izvodi se iz riječi *turist* (the tour, to tour- izgled, ekskurzija). U literaturi se često ističe da su jednu od najprihvatljivijih definicija turizma dali švicarski autori Hunziker i Krapf, koju je usvojilo i Međunarodno udruženje znanstvenih turističkih eksperata (AIEST) a koja glasi: „Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost“.² Obuhvaća rekreaciju, putovanje i odmor.

„Bormanova definicija izričito nabroja svrhe putovanja: Turizam čine sva ona putovanja, koja služe odmoru, zabavi, trgovačkom poslu ili službenoj ili bilo kojoj drugoj svrsi, u mnogim slučajevima radi posjeta raznih priredbi ili prilikom naročitih događaja. Kod svih tih putovanja je ostavljanje stalnog boravišta samo privremeno.“

„Dr. Tošo Todorović smatra da je turizam nova gospodarska djelatnost, koja koristi prirodne, povijesne, umjetničke i druge privlačnosti jedne zemlje, te zadovoljava učinkovite potrebe ljudi za promjenom mjesta i okoline, izvlačeći iz tog prometa mnogobrojne i raznovrsne gospodarske, političke, kulturne, zdravstvene, socijalne i druge koristi.“

Prvom službenom definicijom turizma u Hrvatskoj, možemo smatrati onu, koja je objavljena u Pravilniku za unapređenje turističkih interesa mjesta, krajeva i 32 toplica važnih za turizam na području Savske banovine g. 1933. Ona glasi: „Turizam u širem smislu je prvenstveno gospodarska radinost, kojoj je cilj da stvara povoljne uvjete za putovanje i boravak posjetilaca u mjestima i krajevima koji po svojim prirodnim osobinama, folkloru, narodnoj povijesti, vjerskom kultu, kulturnim objektima i zbirkama, odnosno kulturnom značaju ili gospodarskoj važnosti ili športskim priredbama pružaju naročit interes i privlačnost.“ Ova definicija naglašava gospodarski značaj turizma i navodi sve njegove važnije čimbenike i privlačnosti.“³

Turistička kretanja se dijele na vrste i specifične oblike turizma. Dok su vrste turizma definirane određenim kriterijem npr. prema trajanju boravka turista (boravišni, vikend i izletnički turizam), specifični oblici turizma obilježeni su specifičnim turističkim

² Blažević, B.: Turizam u gospodarskom sustavu, Fakultet za hotelski i turistički menadžment Opatija, Opatija, 2007. str. 72

³ Rukopis „Nacrt i građa za studiju: Teorije o definiciji turizma“, Zagreb 1988.

motivom koji posjetitelje privlači u točno određene destinacije, npr. lov - lovni turizam. Specifični oblici turizma orijentirani su na manje (definirane) segmente turističke potražnje, a nastali su kao suprotnost masovnom turizmu.

2.2. POVIJESNI RAZVOJ TURIZMA

Povijesno gledano, čovječanstvo je moralo doći u takvu fazu razvitka, kada se njegova jedinka - čovjek, počinje drugačije ponašati, tražeći mnogo više od života od svojih prethodnika. Zahvaljujući velikim promjenama životnih i radnih uvjeta, čovjek – putnik - turist slobodno donosi odluku o privremenom napuštanju svog domicila. Traže se izvori o nastanku turizma, o uzrocima, karakteristikama, vremenskim razdobljima, utjecajima i posljedicama. Poznata je teza, da je povijest turizma započela s prvim migracijama čovječanstva. Takav stav je teško prihvatljiv kada se zna da su ta prva putovanja, tj. promjene mjesta boravka, povezana s pitanjima egzistencije, kao što su potraga za boljim uvjetima za prehranjivanje, ili pak iz ratničkih pobuda, bez obzira na motive pohoda. Početke turizma neki povezuju uz prisutnost velikog broja posjetitelja različitim sportskim događanjima, npr. Antičkim Olimpijskim igrama, viteškim igrama itd., ili pak uz povremena putovanja na razna svetišta, iz religioznih pobuda.

Čovjek je prije svega društveno biće i s obzirom na to ima svoje potrebe pa se tako razvila i potreba za putovanjem i za upoznavanjem drugih kultura i drugih okruženja. Motivacija dolazi od njegovog biološkog, društvenog i duhovnog bića, a sve vezano za njegove potrebe i mogućnosti. Čovjek živi s ljudima i tako razvija određene odnose među njima, spoznaje potrebu za privremenom migracijom sa svrhom odmora, rekreacije i različite dokolice. Na taj način je početkom 19. stoljeća nastao turizam kao novi naziv za razne migracije ljudi. Razvojem turizma dolazi se do spoznaje da se radi o pojavi koja je potrebna i tijekom povijesti ona jača klasne, socijalne i kulturne razlike. Pojavom turizma dolazi i do sve većih diferencijacija na statusnoj, društvenoj, političkoj, religijskoj, psihološkoj i duhovnoj osnovi.⁴

⁴ Jadrešić, V.: Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada, Zagreb, 2010, str. 20-25

Svoje putovanje čovjek je započeo još u Antičko doba kada je putovao radi svoje egzistencije, kao nomad i tražio sebi povoljnije prilike za život, pa se smatra da nije svako putovanje bilo turističko kao ni danas. Danas putovanja mogu biti poslovnog karaktera, putovanje u miroljubive svrhe, putovanja vezana za razne edukacije i obrazovanja. Naravno kad se spomene putovanje najprije pomislimo na ono pravo turističko radi odmora, razonode, zabave, kulturnih i sličnih potreba. Unatoč zadiranju turizma u daleku prošlost, ipak svojom masovnošću on pripada XX. stoljeću, a nagla urbanizacija i industrijalizacija, razvoj komunikacija, rast životnog standarda i slobodnog vremena stvorili su preduvjete za njegov razvoj. I dok je ranije turizam bio privilegij i dostupan samo najvišim slojevima, danas postaje sve više svojina najširih slojeva u gospodarski razvijenim zonama svijeta. Razvoj turizma možemo podijeliti u nekoliko etapa koje će biti pobliže objašnjene u daljnjem tekstu.

2.2.1. PRVA ETAPA RAZVOJA TURIZMA

Prva etapa turizma nastala je od sredine 19. stoljeća i trajala je do Prvog svjetskog rata. Turizam nastaje s nastajanjem buržoazijske i dokoličarske klase i s tim i prvi oblici turističkog putovanja. Prvu putničku organizaciju osniva Thomas Cook i organizira prvo putovanje. To je razlog preobražaja i stvaranja novih smještajnih kapaciteta, pojava turističkih mjesta, spoznaja morskog turizma i utjecaja sporta na razvoj čovjeka. Tako su počeli prvi predujeti za razvoj turizma. Nastankom turizma počinju se razvijati i druge grane kao što je ugostiteljstvo, a ono se promatra kroz ekonomske prednosti, razvija se luksuz dobara jer je turizam vid jednog boljeg standarda onda i sada. Turizam se počinje i znanstveno promatrati i uviđaju se njegove pozitivne strane pogotovo one ekonomske.⁵

2.2.2. DRUGA ETAPA RAZVOJA TURIZMA

Druga etapa razvoja turizma nastala je između dva svjetska rata kada turizam postaje sve više potreba i navika ljudi. Osnivanjem ljetovališta na morskim obalama dolazi do uključivanja raznih slojeva i klasa, a to nastaje dobivanjem socijalnih prava

⁵ Jadrešić, V.: Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada 2010, str. 132

radnika odnosno uvođenjem prava na godišnji odmor. Turizam dobiva nove organizacijske okvire, bolje uvjete organiziranja putovanja, pojavljuju se nove vrste turizma. Pretežno se radi o masovnom turizmu jer se odnosi na šire radničke klase.⁶

2.2.3. TREĆA ETAPA RAZVOJA TURIZMA

Razdoblje nakon Drugog svjetskog rata bitna je prekretnica za razvoj turizma pod motom „turizam za sve“ jer se povećava slobodno vrijeme i više slobodnih financijskih sredstava. Počinju se razvijati nove vrste turizma osim boravišnog razvija se auto-moto turizam, zimsko-planinski, socijalni, kupališni turizam i mnoge druge vrste masovnog i selektivnog turizma. Razdoblje nakon Drugog svjetskog rata otvorilo je mnoge granice i omogućilo kretanje unutar i izvan granica pojedinih zemalja. Nastali su novi slojevi u društvu uz buržoazijski i radnički sloj nastaju aktivni sudionici turističkih kretanja, a to su članovi srednjeg sloja koji čine veliki broj ljudi. U području turizma nastaju nove potrebe pa se turizam počinje polako individualizirati i nastaje slojevita potražnja dok je ponuda kruta. Turističke agencije i paketi usluga postaju prepreke u odabiru pa sedamdesetih i osamdesetih nastupa razdoblje neuspješnog prijelaza kvantitete u kvalitetu. To razdoblje se odnosi na pojedine turističke ponude i tako nastaju novi programi, nove vrste turizma i tercijarne i kvartalne djelatnosti počinju određivati specifično mjesto turizma u gospodarstvu.

Počinje se bijeg od urbanog života i traži se najbolje rješenje za organizaciju slobodnog vremena i dokolice. Nastaje borba oko uloge masovnog turizma i uniformiranog i nastaju njegove nužne izmjene u kreacijama, segmentaciji i selektivnosti, a traži se sve više ekološki, kulturni i odgovorni turizam. Čovjek postaje svjestan da priroda, kultura i ekologija čine budućnost turizma, a objekti izgrađeni u te svrhe čine bazu njegove postojanosti i razvijenosti. Na takav način turizam se naglo razvija, postaje dostupan i osvaja sve kategorije stanovništva i nije više namijenjen kao luksuz bogatima. Gledajući danas na turizam već u trećoj fazi njegovog razvoja postaje najdinamičnija i najmasovnija društveno-ekonomska pojava suvremenog svijeta.

⁶ Jadrešić, V.: Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada 2010, str. 132

Razvojem turizma i njegovih potreba jača se potrošački mentalitet koji je izražen u komercijalizaciji vrijednosti koje daje turizam.

2.2.4. *NOVI RAZVOJ TURIZMA*

Turizam se danas razvija mnogo brže nego do sada. Nastaju nove potrebe i nove spoznaje razonode, odmora, rekreacije i druge potrebe za putovanjem. Razvojem društva i globalizacija doprinijeli su bržem razvoju i potrebama. Danas se sve brže živi pa tako onaj tko se odluči na putovanje, traži da bude posebno i sasvim personalizirano u skladu s njegovim željama i potrebama. Ljudi danas puno rade i žele da im odmor bude poseban odnosno da zadovolje svoje želje i potrebe te da se sa odmora vrate zadovoljni i ispunjeni lijepim osjećajima. U četvrtoj etapi razvoja u turizmu naglasak se stavlja na istraživanje novih vrsta turizma koje bi mogle zainteresirati određenu skupinu turista u turističkim destinacijama i koliko bi bilo efikasno njihovo uvođenje i organizacija. Svake godine putnički promet sve više raste, širi se infrastruktura u svim oblicima pogotovo informatizacija i prilagođava novim trendovima. Što je veća opremljenost i dostupnost to je veća mogućnost razvoja turizma i opstanak neke destinacije.

Većina zainteresiranih za određenu destinaciju istražuje prije putovanja odabranu destinaciju, njene mogućnosti i ponude kao i očekivanja od odabrane destinacije. Globalizacija je pružila mogućnost istraživanja odabrane destinacije pa turisti koji dolaze imaju već unaprijed sliku o tome što ih tamo čeka i kako što kvalitetnije provesti svoje vrijeme na odabranom putovanju. Virtualne šetnje određenim destinacijama daju bolju sliku o destinaciji, više informacija o detaljima destinacije kao i mogućnosti koje može očekivati. Današnji trend su kraća putovanja u više navrata godišnje, bolji je efekt odmora i veća mogućnost upoznavanja raznih destinacija. Sve manje je ljudi koji si mogu priuštiti godišnji odmor u trajanju od pet tjedana, jer zbog prirode posla u nekim granama gospodarstva nemoguće je izbjavanje na duže vrijeme. Prema tome odabir kraćih odmora je puno efikasniji i pristupačniji pogotovo ako se radi o poslovnim ljudima koji nemaju mogućnosti dužeg odmora pa su kraća putovanja idealna. Kraća putovanja obično se odvijaju osobnim prijevozom i unutar regije, dok se

za dalje destinacije turisti odlučuju na avio prijevoz, što je za daleke destinacije idealno jer dolazi do uštede vremena i novca zbog povoljnih avio karata koje kompanije nude.

Promjene u suvremenom društvu utječu na turizam i njegovu realizaciju pa imamo društvene i gospodarske promjene odnosno okruženje, a to su informatičko-komunikacijsko društvo, novi izvori energije, humana tehnologija, globalni i internacionalni interesi, sloboda i otvorenost tržišta, potrošačka orijentacija, stanje na polju sigurnosti koje se sve više manifestira a to su teroristički napadi i druge elementarne nepogode koje gotovo svakodnevno pogađaju neke turističke destinacije. Nadalje socio-demografske promjene koje utječu na čovjeka su stres, slobodna organizacija rada, obrazovanje mladih, veći kućni budžet, promjene u ponašanju potrošača, individualizacija i zadovoljavanje osobnih potreba. Trendovi u suvremenom turizmu manifestiraju se u osnovnim obilježjima turizma, a to su diferencijacija i segmentacija turizma, fleksibilnost odnosno prilagodljivost za svakoga, veliki broj raznih vrsta putovanja, bogatiji i aktivniji odmor koji pruža doživljaj, uzbuđenje, zabavu, bijeg od svakodnevnice, obrazovanje i ekološki pristup.

Potrošač odnosno turist postaje dinamičan i aktivan, od odmora očekuje upravo ono što ga zanima i pruža zadovoljstvo i zadovoljavanje njegovih potreba koje očekuje na putovanju, suvremeni turist je obrazovan, iskusan, sofisticiran, kritičan i traži adekvatnu vrijednost za uložena sredstva, veća je osobnija potrošnja, traži posebno i novo, bježi od svakodnevnice, ekološki je osviješten i putuje češće i kraće. Što se tiče turističke infrastrukture suvremeni turist traži nešto različito, specijalno, ograničena nova izgradnja i ulaganje u postojeće objekte, briga i zaštita okoliša, umreženi sustavi i tehnološka podrška. Važnu ulogu imaju i turistička politika i marketing za promociju turističke destinacije i tržišne marke, fokusiran je na određene tržišne segmente, fleksibilne cijene zbog konkurencije, a najbitnije je dugoročno planiranje u turizmu.⁷

⁷ Jadrešić, V.:Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada 2010, str. 138

2.3. SUVREMENI TRENDOVI U TURIZMU

Turizam se vremenom mijenja i razvija. Dolazi do novih tehnologija, saznanja, te do novih navika ljudi koji sudjeluju u turističkim tokovima. „Turizam je usporedno s društvenim promjenama koje su nastupile prelaskom iz modernističke u postmodernističku kulturu prošao brojne transformacije u prostoru i vremenu. Moderna društva koja karakterizira masovna proizvodnja, masovni potrošači, veliki gradovi, materijalni i tehnički napredak, diferencijacija, urbanizacija, industrijalizacija, racionalizacija, standardizacija proizvodnje, centralizacija i birokratizacija propadaju, a fleksibilnost, raznolikost, dediferencijacija, mobilnost, komunikacija, decentralizacija i internacionalizacija su u usponu“.

Mjerilo više nije samo broj noćenja i prihod države, već se mnogo više očekuje od kvalitete, raznolikosti i specifičnosti turističke ponude. Povećana zasićenost tržišta, obrazovani i s savjesni potrošači, s višim prihodima i više slobodnog vremena, determiniraju profitabilnost onih koji nude usluge u turističkom sektoru. Nova vrsta turističke potražnje uvelike je promijenila i samu prirodu turističke ponude. Danas svjedočimo pojavi i poliferaciji novih turističkih destinacija i atrakcija koje ukazuju na činjenicu da su turistička mjesta pravi primjeri dediferenciranih turističkih prostora i da je potreba za promjenom okruženja znatno smanjena.⁸

Diversifikacija turističke potražnje izazvala je diversifikaciju turističkog proizvoda. S jedne strane zapaža se visoka individualizacija potražnje, želja za aktivnim i raznovrsnim odmorom, zabavom, bijegom od svakodnevice, obrazovanjem, doživljajem i očuvanjem prirode. Turistička ponuda pronalazi rješenja udovoljenja ovakvim zahtjevima putem diversifikacije turističkog proizvoda, multisegmentacije programa, te visoke specijalizacije i segmentacije usluga. Pojavljuju se novi proizvodi radi preuzimanja potrošača iz konkurencije za sebe. Time tradicionalna koncepcija odmora temeljena na suncu, plaži i pijesku gubi na važnosti te se pojačava trend putovanja izvan glavne sezone, rezervacija u posljednji trenutak, korištenje suvremenih tehnologija u pripremi putovanja i ostalo. Turizam iz scenarija masovnosti

⁸ J.Gržinić, V. Bevanda: Suvremeni trendovi u turizmu, Pula, 2014, str. 6

prelazi u kategorije bijega, doživljaja, edukacije, zabave, uzbuđenja, ekologije. Sintagma „vrijednost za novac“ prelazi u „vrijednost za vrijeme“.⁹

S pojavom moderne tehnologije, ta mogućnost recenzije je posebno došla do izražaja. Ljudi po iskorištenju usluge (ovdje turističke), dijele s drugima svoje dojmove, bili oni pozitivni ili negativni. U turizmu postoji specifična osjetljivost na to, jer primjerice ako netko ostavi negativan osvrt na dobivenu turističku uslugu, druga osoba (koja je razmatrala istovjetnu uslugu) može ponukana tuđim lošim dojmom odustati od te usluge.

Inovacije u turizmu pospješuju izravni kontakt s klijentima vezano uz postupak rezervacije, prijave, odjave i plaćanja. Vezuju se uz uredsko poslovanje, tj. srednji menadžment i ostvarivanje veza istih. Razvoj novih tehnologija (veća opremljenost i novi proizvodi, pozivni centri, sustavi za upravljanje odredištima i drugi) i rezervacije „u hodu“ nove generacije putnika (mobilna telefonija) potiču turističku ponudu na nove načine obraćanja krajnjem korisniku.¹⁰

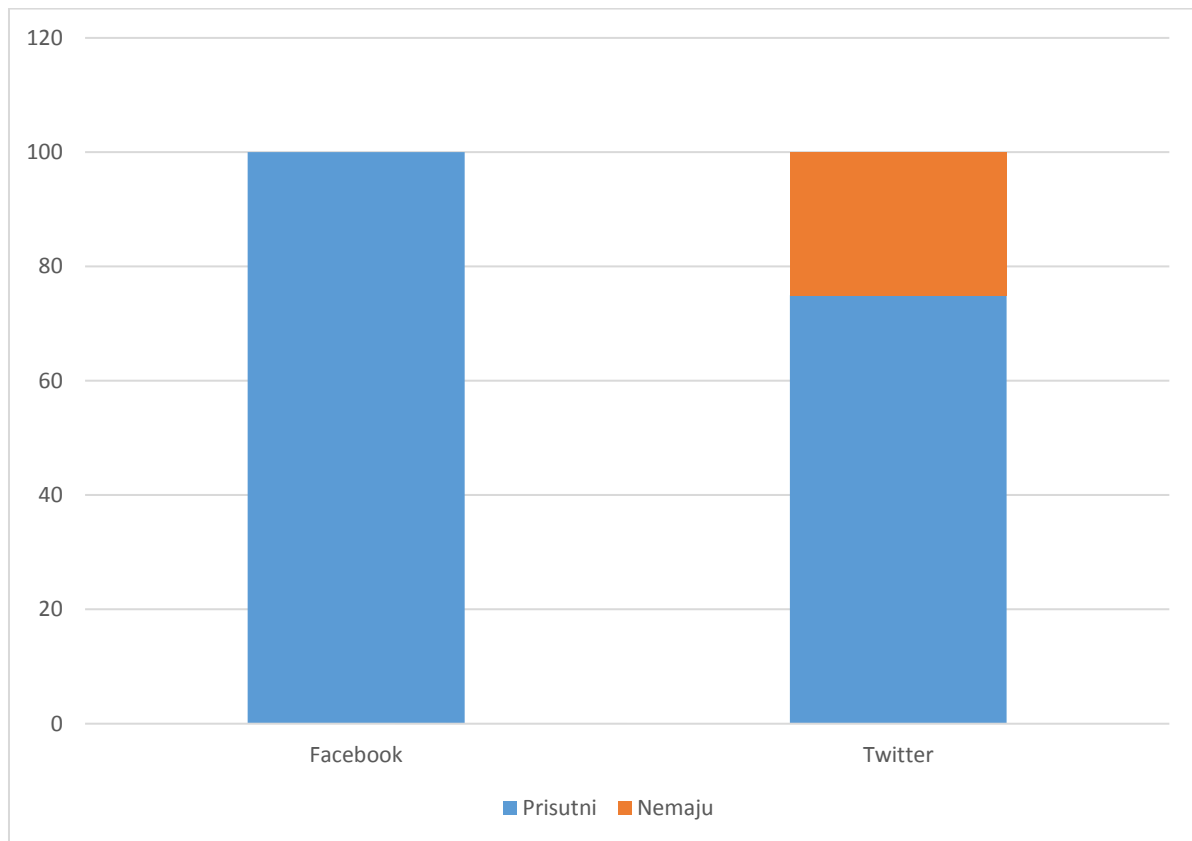
Razvojem, tehnologija postaje sve više cjenovno dostupna, tako da joj sve više ljudi ima pristup. Turizam novog doba predstavlja 10% svjetskog BDP-a, 6% svjetskog izvoza, te jedan od jedanaest svih svjetskih radnih mjesta. Suvremeni turisti traže raznovrsnu i bogatu ponudu. Ključ uspjeha je praćenje suvremenih trendova kao što su lokalne posebnosti (hrana, običaji, ljudi), gastronomija (kulinarske radionice ili vinske ture), emocionalni doživljaj („doživjeti i osjetiti“), te osjećaj nečeg novog, odnosno bijeg od svakodnevnog života.

Sve veću ulogu u promociji, u suvremenom dobu, imaju Internet i socijalne mreže (facebook, instagram, twitter, youtube,..). Prema anketama na globalnoj razini 100% od turističkih brandova imaju Facebook stranicu, njih 75% je na Twitteru, te na više o 70% njih se pokazalo da su društveni mediji imali pozitivan utjecaj na poslovanje.

⁹ J.Gržinić, V. Bevanda: Suvremeni trendovi u turizmu, Pula, 2014, str. 1

¹⁰ J.Gržinić, V. Bevanda: Suvremeni trendovi u turizmu, Pula, 2014, str. 2

Graf 1. Utjecaj društvenih mreža na turizam

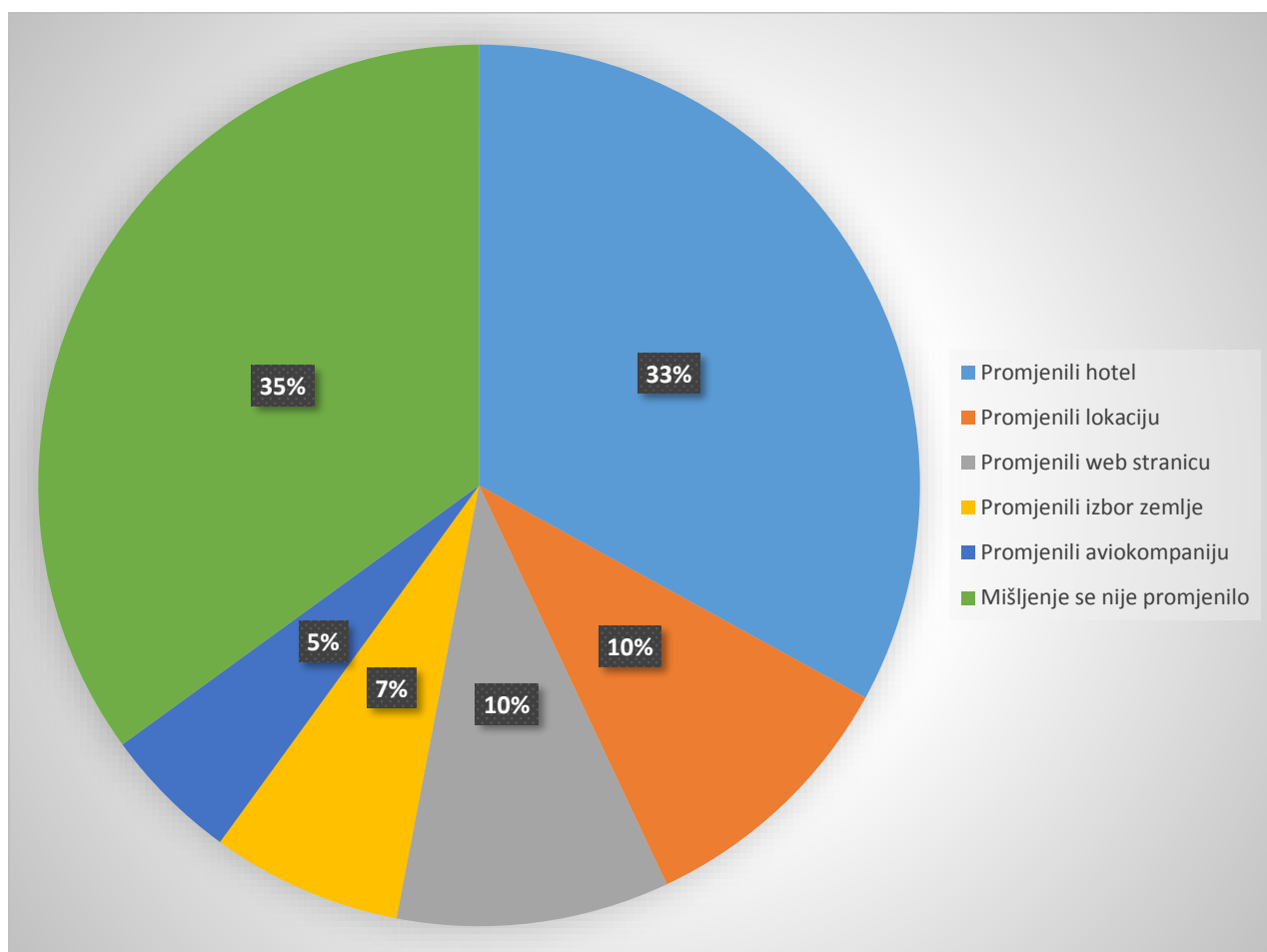


Izvor: Izrada autorice prema <https://digitalvisitor.com/>

Korištenje društvenih mreža uvelike je doprinijelo promociji turizma određene destinacije, a Internet i društvene mreže postale su neizostavni alat u utjecaju na turizam. Razvoj interneta je evaluirao u tolikoj mjeri da će ljudi radije ostati bez televizije, nego bez interneta. Kako na globalnoj razini tako i u Hrvatskoj vidi se znatan napredak u zadnjih desetak godina, kako po broju korisnika tako i po ostalim podacima vezanima za pretraživanje popularnih tema, događaja i subjekata.

Sljedeći graf prikazuje utjecaj društvenih medija na korisnike usluga. Najviše direktnog bookinga dokazano dolazi preko društvenih mreža što dovodi do očekivanog porasta u investicije vezane uz društvene medije.

Graf 2. Utjecaj društvenih medija na korisnike turističkih medija



Izvor: Izrada autorice prema <https://digitalvisitor.com/>

Turizam kao gospodarska, socijalna i kulturna djelatnost jedna je od najznačajnijih djelatnosti suvremenog društva i gospodarskog razvoja kako u Hrvatskoj tako i u svijetu. Novi potrošački trendovi, nova tehnologija, političke promjene, globalizacija i integracija društva doprinose složenosti upravljanja određenog subjekta u turizmu.

Promjenjivi gospodarski uvjeti, izmijenjeno ponašanje potrošača i nove tehnologije uzrokuju nastanak novih tržišta. Promijenit će se sastav turističke populacije. Povećat će se udio starijih osoba u turističkim kretanjima, veći naglasak stavljat će se na individualne godišnje odmori te na obrazovni odmor i aktivnu rekreaciju. Rastuća svijest o potrebi očuvanja okoliša utjecat će na politiku planiranja i turističku potražnju, a priroda, koja predstavlja glavni turistički resurs, sve će više

nestajati i biti sve osjetljivija. Zahtijevat će se ekološki, dugoročni pristup planiranja turizma.

Stručnjaci predviđaju deset makro trendova koji će imati znatan utjecaj na potrošača:

1. globalizacija
2. tehnološko ubrzanje
3. mirnodopski rat
4. propast zbog duga
5. promijenjeno ponašanje
6. poticanje rasta
7. "centurizam" i očekivanja
8. sindrom blizine doma
9. usredotočenost na sebe
10. istraživanje.¹¹

¹¹ I. Vuković: Međunarodna ekonomija i turizam, Zagreb, 2000. str. 192

3. SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA

Pojam „selektivni turizam“ pojavio se početkom sedamdesetih godina 20. stoljeća kao sinonim za održivi ili odgovorni turizam, što je značenje koje mu neki autori i danas pripisuju. Ovaj termin je bio prihvaćen od strane akademske zajednice u bivšoj SFRJ, a još uvijek se koristi u literaturi na srpskom i hrvatskom jeziku. Selektivni turizam obilježava novu kvalitetu i obilježja suvremenog i budućeg turizma, vodi računa o odgovornom ponašanju sudionika, odnosno vodi računa o kvaliteti usluge, o identitetu i humanosti turističke usluge kao i o ekološki osviještenim turistima, socijalno odgovornim i uravnoteženim brojem turista koji ne ugrožavaju lokalno stanovništvo na određenom području.¹²

Selektivni turizam je kvalitetan, uravnotežen, heterogen, samoodrživ, inventivan, autentičan i ambijentalan, ekološki i infrastrukturno održiv i podnošljiv, individualan, intenzivan, odgovoran, održiv i razuman, poseban, human, odgovoran za lokalno stanovništvo i drugim sudionicima, temeljen na aktivnoj zaštiti prirode i svega što ga okružuje.¹³

Selektivni i održivi turizam pokazuje se kao pozitivno rješenje jer postaje kvalitetan i daje velike mogućnosti izbora. Takve turističke vrste javljaju se kao dio sustavnog makro strateškog razvoja i zaokreta u turizmu i nastao je kao protuteža masovnom turizmu. Najvažnije za selektivni oblik turizma je to što se personalizira, odnosno oblikuje prema potrebama turista i turist je u fokusu istraživanja i oblikovanja ponude i turističkih proizvoda.¹⁴

Među prvim odlascima čovjeka izvan domicila (stalnog mjesta boravka) bili su povezani s robnom razmjenom proizvoda i usluga u vrijeme najranije povijesti. Kao začetci razvoja turizma u nekom obliku možemo govoriti o kretanju i putovanju iz vjerskih i hodočasničkih razloga izvan stalnog mjesta boravka. Razvojem civilizacije, a prije svega tehnološkim napretkom (prijevoznih sredstva), stvaranjem viška sredstava koje je pojedinac ili obitelj trošila na osobno zadovoljstvo, pojam turizma primjeren je

¹² Jadrešić, V.:Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada 2010, str.176

¹³ Jadrešić, V.:Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada 2010, str.177

¹⁴ Luković, T.:Sveučilište u Dubrovniku, za časopis „Acta turistica“ Zagreb, preuzeto 21.07.2020.

današnjem vremenu. Nakon ekspanzije masovnog turizma krajem prošlog stoljeća došlo je do usmjeravanja razvoja turizma prema pojedincu, sudioniku turističkog putovanja. Kao posljedica toga pojavili su se više posebnih oblika turizma koji odražavaju zahtjeve turističkih potrošača, njihovih preferencija, sa specifičnim uslugama i potrebama koje žele zadovoljiti na nekom putovanju. Potrošačima se nastoji prilagoditi turistička ponuda i turistički proizvod, tvoreći tako različite oblike turizma kako bi se uspješno konkuriralo na turističkom tržištu.

Bazirajući politiku i strategiju razvoja proizvoda u turizmu, na resursi destinacije, selektivne turističke vrste poticati će održivi razvoj na receptivnom tržištu. U domeni koncepcije održivog razvoja, selektivne turističke vrste potiču razvoj standarda neophodnih za zaštitu prirodnih resursa i povećanja sigurnosti turista u destinaciji. Sigurnost turista postaje sve važniji činitelj u ocjeni kvalitete destinacije i turističke ponude, i važan činitelj u procesu odlučivanja o turističkoj destinaciji. Održivi razvoj postaje strateška odrednica selektivnih turističkih vrsta i ključni činitelj njihovog razvoja.

3.1. KULTURNI TURIZAM

Pojam kulturnog turizma sjedinjuje u sebi pojmove kulture i turizma. Ako se ta dva pojma pokušaju zamisliti u nekom kontekstu, na prvi se pogled čini da su vrlo blisko vezani i da se vrlo dobro upotpunjuju. Naime, jasno je da kultura i kulturna baština pridonose atraktivnosti određene turističke destinacije pa su prema tome često i preduvjet turističkog odabira. Kultura izravno utječe na turizam, a sve više utječe na kulturu koja postaje važan motiv turističkih putovanja. Aktivnostima u dokolici i kulturnoj potrošnji u suvremenom društvu pridaje se izuzetno veliki značaj. Kulturni turizam vrlo je teško definirati kao vrstu turizma zbog toga što ga svatko gleda na svoj način. Obilazak kulturno povijesnih spomenika ne mora značiti za sve turiste isto. Ako uzmemo u obzir njihovo obrazovanje neki ga vide kao nešto sveto i posebno dok se drugi dive njihovom arhitektonskom oblikovanju. Neki će ga vidjeti kao umjetničko djelo koje prkosi zubu vremena dok će ga mlađe populacije vidjeti sasvim drugačije.

Za kulturni turizam možemo najjednostavnije reći da se kultura u turizmu može definirati kao cjelokupna turistička infrastruktura i duhovna vrijednost koju neka zajednica osjeća na svoj način. Kulturni turizam nije samo promatranje i obilazak povijesnih lokacija, muzeja, i drugo nego i aktivnog sudjelovanja u kulturnim aktivnostima kao što su fotografiranje, plesanje i drugo.¹⁵

Slučajnom motivacijom nazivamo situaciju u kojoj turist načelno nema namjeru za upoznavanjem kulture destinacije, ali za vrijeme svog boravka dolazi u kontakt s lokalnim stanovništvom, upoznaje njihov način života, odnosno kulturu. Važno je naglasiti kako se pojam kulturnog turizma odmiče od asocijacije na usku kulturnu elitu i postaje globalni fenomen. Kako tržište kulturnog turizma raste, njegov se fokus munjevito mijenja od preokupacije sa spomenicima i lokalitetima ka mnogo širem fenomenu, pokrivajući sve aspekte visoke i popularne kulture. Potrošnja kulturnog turizma tako nije više ograničena na ozbiljne svrhovite posjete uglednim kulturnim lokalitetima, već je postala dio atmosfere destinacije, koju stvaraju zajedno i turisti i lokalno stanovništvo.¹⁶

Većina posjetitelja o kulturno turističkoj ponudi informira se više od godinu dana unaprijed, iako su im važne i informacije tijekom boravka u destinaciji. O kulturnim atrakcijama ili događanjima najčešće doznaju neformalnim putem tj. putem usmene preporuke prijatelja ili rođaka ili od lokalnih žitelja. Tijekom boravka u destinaciji više se posjećuju kulturno-povijesne znamenitosti te muzeji i galerije dok je nešto manji interes za festivale, tematske rute, puteve i glazbeno-scenska događanja. Pored kulturne baštine, u skladu sa svjetskim pokazateljima, gosti se sve više zanimaju za tzv. kreativni turizam, odnosno doživljaje koji nastaju njihovim sudjelovanjem u kreativnim ili proizvodnim procesima kroz različite radionice i tečajeve.¹⁷

Kultura je oduvijek zapravo bila jedan od glavnih turističkih proizvoda, turizam je oduvijek privlačio posjetitelje jedinstvenom atmosferom, kulturno-povijesnim spomenicima, vibrantnim scenama života na ulicama, festivalima, i karnevalima, a turisti su uvijek bili zainteresirani za stjecanje uvida u materijalne i nematerijalne oblike kulture.

¹⁵ Dujmović, M., Kultura turizma, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2014, str.109

¹⁶ <https://www.culturenet.hr/default.aspx?id=23209&> (22.07.2020.)

¹⁷ https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/001_160128-AP_kulturni.pdf (22.07.2020.)

Slika 1.: Kulturni turizam – Arena - Amfiteatar Pula



Izvor: <https://www.pulainfo.hr/wp/wp-content/uploads/2017/09/pula-slika3.jpg> (22.07.2020)

3.2. ZDRAVSTVENI TURIZAM

Zdravstveni i wellness turizam spada u najstarije oblike turizma. Terapije koje se danas koriste u lječilištima i toplicama koristile su se u drevnim civilizacijama još prije 5000- 1000 godina prije Krista. Prva lječilišta javljaju se u SAD-u početkom 19. stoljeća, nakon čega slijedi intenzivan razvoj lječilišnih hotela kao nadogradnja već postojećih kapaciteta u drugom dijelu 20.stoljeća.¹⁸

Prirodni resursi imaju veliku važnost za razvoj wellness i zdravstvenog turizma, pogotovo za destinacije koje imaju morsku obalu i nude uslugu talasoterapije ili tretmana morskom vodom, kao što je Mrtvo more koje je glavni prirodni lječilišni resurs na Srednjem istoku, planinska predjela- Europske Alpe, džungle i nacionalni parkovi kao idealne lokacije za pustolovna i ekološka lječilišta, pustinje za prakticiranje joge i meditacije, termalne i mineralne vode, ljekovita blata i pećine. U zadnjih nekoliko

¹⁸ Dujmović, M., Kultura turizma, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2014, str.130

godina zabilježen je razvoj wellness i zdravstvenog turizma kao posljedica i promjena u razmišljanju i stavu prema ljudskom fizičkom i psihičkom zdravlju - medikalizacija društva.

Wellness turizam (odvija se pretežito u hotelima i lječilištima) – podrazumijeva postizanje tjelesne i duhovne ravnoteže, pri čemu valja razlikovati medicinski od holističkog wellnessa. Medicinski wellness organizirano je provođenje zdravstveno-preventivnih i kurativnih programa u svrhu prevencije bolesti te očuvanja i unapređenja zdravlja uz multidisciplinarni tim koji nužno uključuje liječnika, ali i drugo stručno osoblje (npr. fizioterapeut, kineziolog, nutricionist). Metode i postupci medicinskog wellnessa uključuju metode konvencionalne, komplementarne i tradicionalne medicine. Holistički wellness obuhvaća ostalu, vrlo šaroliku ne-medicinsku wellness ponudu.

Lječilišni turizam (odvija se u lječilištima i specijalnim bolnicama) – podrazumijeva stručno i kontrolirano korištenje prirodnih ljekovitih činitelja i postupaka fizikalne terapije radi očuvanja i unapređenja zdravlja te poboljšanja vrsnoće života. Naglasak je na revitalizaciji psiho-fizičkih sposobnosti u klimatskim, morskim i topličkim destinacijama - lječilištima kroz kure, posebne programe oporavka, uravnoteženu prehranu i slično.

Medicinski turizam (odvija se u medicinskim ordinacijama, klinikama/poliklinikama i specijalnim bolnicama) - podrazumijeva putovanja u druga odredišta radi ostvarivanja zdravstvene zaštite, a što uključuje, primjerice, parcijalne kirurške zahvate, ali i stomatološke, kozmetičke, psihijatrijske i alternativne tretmane/zahvate, sve uz pripadajuće usluge njege i oporavka. Primarna motivacija putovanja na medicinske tretmane je vrhunska zdravstvena usluga, često uz niže troškove i u kraćem roku, ali i nemogućnost da se pojedini zahvati/tretmani realiziraju u vlastitoj zemlji.

Slika 2.: Zdravstveni turizam – Istarske toplice



Izvor: <https://www.istarske-toplice.hr/> (22.07.2020.)

3.3. SPORTSKO – REKREACIJSKI TURIZAM

Sportski turizam ili putovanje radi učešće u sportu i putovanje radi gledanja sporta. Sportski turizam je privremeno putovanje ljudi napolje iz njihovih domova i radnih mjesta, koje uključuje doživljaje koje nisu u njihovim svakodnevnom životu. Sportski turizam sve je popularniji među turistima zahvaljujući sve većoj osviještenosti ljudi o važnosti sporta i tjelesne aktivnosti za zdravlje i dobru tjelesnu kondiciju.¹⁹

Sportski turizam je oblik turizma kod kojeg turisti putuju izvan svog mjesta stalnog boravka zbog aktivnog ili pasivnog sudjelovanja u sportskim aktivnostima i događajima. Lokacije koje u najvećoj mjeri privlače aktivne turiste, posebno one kojima je sport glavni razlog putovanja su, vodene površine gdje se mogu baviti plivanjem,

¹⁹ <https://www.istra.hr/hr/atrakcije-i-aktivnosti/sport> (22.07.2020.)

ronjenjem, sportskim ribolovom, jedrenjem, skijanjem na vodi, surfanjem, veslanjem itd. zatim planine zbog skijanja, planinarenja, alpinizma, biciklizma i sl. i sportski kampovi specijalizirani za jednu ili više sportskih aktivnosti.²⁰

Postoje aktivni i pasivni turisti a za razliku od aktivnih, pasivni turisti koji putuju radi gledanja određenih sportskih događaja (Svjetsko nogometno prvenstvo, Liga prvaka, World Downhill cup, utrke Formule 1 itd.) Velike sportske manifestacije mogu imati pozitivan utjecaj na ekonomski razvoj revitalizaciju neke destinacije, kao i popularizaciju sporta u toj destinaciji.

Slika 3.: Sportsko – rekreacijski turizam – Biciklizam



Izvor: <https://outdoor-mania.eu/> (22.07.2020.)

²⁰ Dujmović, M., Kultura turizma, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2014, str.124

3.4. RURALNI TURIZAM

Ruralni turizam uključuje one oblike turističkih aktivnosti koje se odvijaju u ruralnim područjima i u te aktivnosti spadaju lokalna kultura, tradicija i lokalna industrija kao i aktivnosti na otvorenom. Ruralni turizam postao je popularan diljem Europe krajem 18. Stoljeća zahvaljujući romantizmu, koji je popularizirao izlete i boravke u ruralnim krajevima. Ovaj je oblik turizma zaživio u svom punom obliku u kasnom 20. stoljeću.²¹

Ruralna područja pružaju velike mogućnosti razvoja turizma, smještaj u obnovljenim kamenim kućama, mnoge aktivnosti na otvorenom, netaknuta priroda, mir i tišina daleko od gradske gužve i užurbanog života. Ruralni turizam spaja dva sektora turizam i poljoprivredu koji zajedno oblikuju posebnu turističku ponudu, pa se zato nalazi u okviru seljačkog gospodarstva ili u seoskoj sredini, ali izvan gradova i urbanih sredina.²²

Ruralni turizam možemo podijeliti na nekoliko oblika ruralnog turizma, jedan od njih je poznati agroturizam s mogućnošću korištenja usluga smještaj, prehrane, pića, zabave rekreacije, sudjelovanje u svim poslovima: briga o životinjama i biljkama, sadnja, berba i žetva hrane koja je specifična za određeno područje, a sve u obiteljskim zgradama ili drugim smještajnim jedinicama u okviru seljačkog gospodarstva. Ovakav oblik turizma još se naziva i seljački ili agroturizam. Osnovna djelatnost u seljačkom gospodarstvu je poljoprivreda dok ostale usluge su dodatna djelatnost.

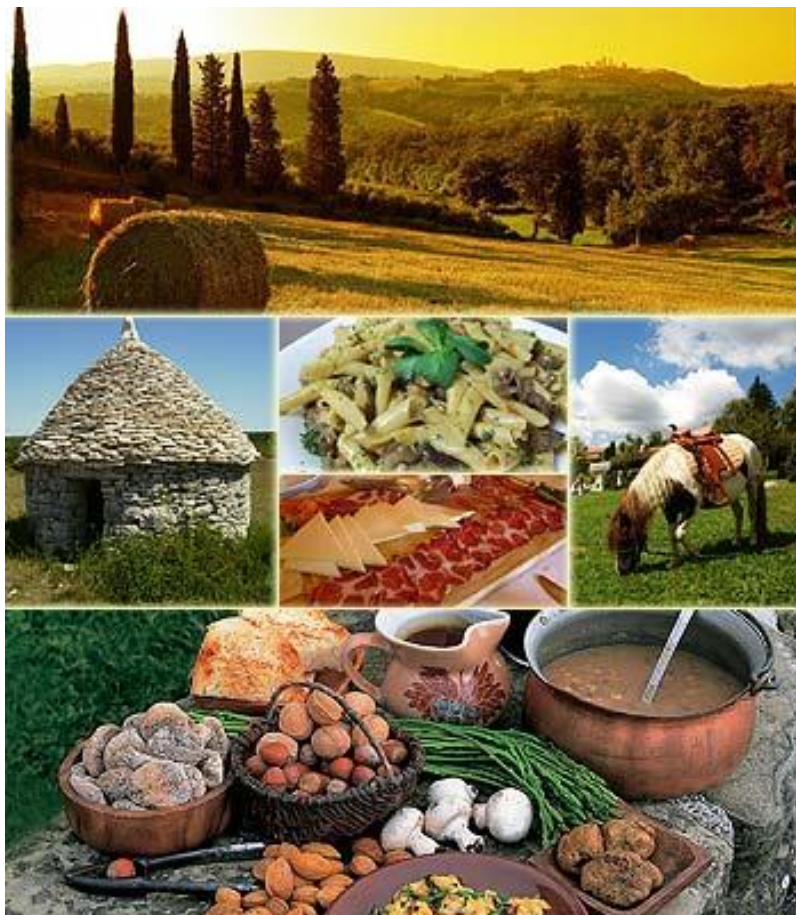
Agroturizam je segmentirani turistički oblik, a popularnost i potražnja za ovakvom vrstom odmora su uvjetovali nagli razvojem agroturizma kako bi se zadovoljilo potražnju tržišta. Osnovna sastavnica seoskog turizma je komponenta održivog razvoja, koja je važna alternativa masovnom turizmu i nastaje kao reakcija na sustavno narušavanje okoliša kojeg on uzrokuje. Agroturizam nije samo važan za razvoj turizma, već je jednako važan za razvoj poljoprivrede. Gradsko stanovništvo, privučeno prekrasnim krajolicima, ali i umorno od gradske buke i zagađenog zraka,

²¹ Dujmović, M., Kultura turizma, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2014, str.126

²² Ružić, P., Ruralni turizam, Pula, 2005. str. 15

željno je odmora u čistoj prirodi prepunoj prirodnih ljepota, te sve više pokazuje interese boravka u seoskim sredinama i prirodi.

Slika 4.: Agroturizam



Izvor: <https://aktivniturizam.hr/destinacija/agroturizam-u-istri> (22.07.2020.)

3.5. EKO TURIZAM

Ekološki turizam je oblik selektivnog turizma u kojem osviješteni putnici podupiru zaštitu prirode i okoliša na destinaciji koju su odabrali, kao i lokalnu zajednicu i njezinu kulturnu baštinu.

Ekoturizam kao vrstu selektivnog i održivog turističkog razvoja čine turisti koji su zainteresirani za upoznavanje prirodne i kulturne baštine, za specifična i izvorna prirodna područja, pri čemu su i sami orijentirani na zaštitu okoliša. Nadalje, bitno je naglasiti kako ekoturizam nije svaki turizam koji se odvija u prirodi. On donosi koristi u

smislu očuvanja resursa, te ne izaziva negativne utjecaje, a može služiti kao podloga za održavanje i financiranje čistih područja. Također, donosi gospodarske, kulturološke i društvene koristi lokalnom stanovništvu, što je vrlo važno promatrajući turistički slabije razvijene destinacije koje su još uvijek očuvane i čiste.²³

Ekoturizam jedan je od najčešće spominjanih i medijski zastupljenih vrsta turizma u svijetu, iako nije vrsta turizma koja nosi najviše ekonomske dobiti. Eko turizam je jedna vrsta promjena u turizmu, pa je i njegova promocija puno veća od drugih vrsta turizma. Takvi trendovi zahvatili su i Hrvatsku koja u europskim okvirima raspolaže s vrlo bogatim resursima za razvoj ekoturizma. Glavna obilježja eko turizma su zaštita i očuvanje prirodnih i kulturnih resursa. U tržišnim nišama ekoturizam se vezuje za avanturistički turizam kao što je planinsko-alpinistički, kajakaštvo, rafting, ekstremni sportovi ili turizam u prirodi kao što je promatranje ptica, posjećivanja nacionalnih parkova ili pak ruralni turizam.²⁴

Slika 5.: Kotli



Izvor: <https://www.svejetu.hr/images/megabon/96189/eko-selo-kotli-odmor-netaknutoj-popusti.jpg> (22.07.2020.)

²³ Vlahović, S. (2006.) New trends in tourist destination management, 18th Biennial International Congress Tourism & Hospitality Industry, Opatija, str. 413.

²⁴ Hrvatski turizam, plavo bijelo zeleno, znanstvena edicija instituta za turizam knjiga br. 3, Zagreb, 2006, str. 149-153

3.6. LOVNI I RIBOLOVNI TURIZAM

Lovni turizam je oblik sportsko-rekreativne turističke ponude, ali ima i obilježja pustolovnog i ekoturizma. Takav oblik turizma potiče razvoj kontinentalnog i cjelogodišnjeg turizma. Lovni turizam ne može biti masovni turizam, on ima svoju ekskluzivnost te lov je isključivo organiziran oblik turističkih aktivnosti na individualnoj ili grupnoj osnovi. Turisti koji najčešće dolaze u Hrvatsku zbog lovnog turizma dolaze iz Italije i zadovoljni su bogatim lovištima od kojih je aktivnih 46 na području Hrvatske.

Sportski i rekreacijski ribolov također je popularan među stranim turistima pa im je omogućena kupnja dozvola za ribolov u trajanju od 1 do 30 dana kao strani državljani. Sportska ribolovna društva organiziraju i razna natjecanja na kojima mogu sudjelovati i strani državljani pa je to još jedna dodatna aktivnost i razonoda za brojne turiste ljubitelje mora i aktivnosti uz more.²⁵

Slika 6.: Lovački turizam



Izvor: <https://lovackiportal.com.hr/broj-lovaca-turista-u-rh/> (22.07.2020.)

²⁵ <https://www.hssrm.hr/distribucija-dozvola/dozvole-za-sportski-ribolov.html> (24.07.2020.)

4. ISTRA KAO VODEĆA TURISTIČKA DESTINACIJA

U slijedećem poglavlju biti će detaljno razrađeno o Istri, njezinom položaju, te razvoju turizma u Istarskoj županiji s naglaskom na destinacije u unutrašnjosti sjevernog poluotoka Istre, mjesta Motovun i Buzet. Također slijedi jedan od primjera koji ima veliki potencijal razvoja u zdravstvenom turizmu.

4.1. RAZVOJ TURIZMA U ISTARSKOJ ŽUPANIJI

Istra kao regija vrlo se dobro razvila posljednjih desetak godina. Prednost je u tome što ima veliki dio obalnih područja na kojima su smješteni gradovi i područja u unutrašnjosti koja se pomalo razvijaju. Sva ta područja nude razne vrste turizma. Istra je vrlo rano razvila svoje turističke karakteristike. Poznata je još u XIX st. kad je pokrenut izletnički turizam i to izlet parobrodom iz Trsta u Pulu. Istarski turizam bio je u nekoliko navrata prekinut i to u doba talijanske uprave od 1919. do 1941., onda od 1991. do 1995. u vrijeme Domovinskog rata da bi nakon toga nastupilo razdoblje novog razvitka istarskog turizma.²⁶

Turizam u Istri je nastao zbog same geografske lokacije poluotoka, blizine srednje i sjeverne Europe, a sami začeci sežu u Rimsko carstvo. Vrhunac po broju turista u određenom vremenu se dogodio krajem osamdesetih (1988. - 1989.) prošlog stoljeća i sada se opet vraća „starim“ brojkama ali uz nove standarde koji se prate u Istri. Rimsko carstvo je Istri ostavilo brojne građevine i objekte. Izgrađena i ostavljena zdanja kao što je Vespazijanov amfiteatar Arena u Puli iz 1. stoljeća. n.e. koji je služio za zabavu građanima i turistima, a mogao je primiti čak oko 20.000 gledatelja. Osim toga drevni Rimljani, poznatim po uživanju u čarima i blagodatima života, za svoju razonodu i odmor sagradili su mnogobrojne ville rustiche na priobalju, te na Brijunima, današnjem nacionalnom parku.

²⁶ <https://www.istrapedia.hr/hrv/1143/turizam-i-ugostiteljstvo/istra-a-z/> (24.07.2020.)

Zemljopisni položaj Istre u blizini glavnih kopnenih i pomorskih putova središnje Europe te ugodna sredozemna klima, blizina toplog mora i bogatstvo pitomih prirodnih ljepota, definitivno su najveći razlog kako početka, tako i nastavka razvoja turizma na ovim područjima. Mala i veća ribarska naselja pretvarala su se u turističke destinacije. Početke suvremenog turizma nalazimo u ranim godinama 19. stoljeća. U vremenu Austro Ugarske monarhije sve više bujaju turistički sadržaji: hoteli, pansioni, ugostiteljski lokali, morska i termalna kupališta, niču duž cijele obale. Gradovi Koper, Portorož, Umag, Poreč, Rovinj, Pula s Brijunskim otočjem na zapadnoj obali pa do Rapca, Lovrana te kraljice ljepotice Opatije na istočnoj obali, razvijaju se u prave turističke gradove. Poduzetnici iz tog vremena sve više su ulagali u istarski turizam. Preskočimo li razdoblja svih ratova koji srećom Istri nisu donijeli veća razaranja, ali svakako stagnaciju da, trend razvoja i sadržajnog obogaćivanja istarskog turizma je aktivan i dinamičan.

Današnja turistička Istra obiluje mnoštvom najraznovrsnijih turističkih kapaciteta i sadržaja od onih na njenom obalnom, primorskom dijelu, do onih sve aktualnijih i traženijih u unutrašnjim ruralnim područjima. Osim već poznatog stacionarnog turizma u mnogobrojnim hotelima, apartmanskim naseljima, kampovima, privatnom smještaju, danas je u Istri sve više razvijen nautički turizam, zdravstveni, kongresni, izletnički, lovni i ribolovni, agroturizam, kulturni, eno-gastronomski, sportsko-rekreacijski, ronilački, konjički te ekološki turizam.

Istra je uz Dubrovnik, regija koja ima najduži hrvatski godišnji turizam. Sezoni i snažnu posezonu a veliki broj istarskih turističkih djelatnika, stručnjaka upravo radi na tzv. „srpanjskoj rupi“ koja se opasno proširila i na lipanj. Svjetska tržišta, posebno srednji i daleki istok će sigurno u budućnosti prvo u Istri popunjavati sve termine koje europska tržišta ne mogu. Istra ima veliki broj profesionalnih turističkih stručnih osoba koje prate sve aktualne trendove i trenutne tehnologije.

Slika 7.: Turizam u Istri - od davnina do danas



Izvor: <https://www.glasistre.hr/istra/kako-su-u-istri-izgledali-poceci-turizma-u-dva-desetljeća-istra-je-dosla-s-8-na-28-posto-smjestajnih-jedinica-u-hrvatskoj-i-postala-najznacajnija-turisticka-regija-609325>
(24.07.2020.)

Selektivni turizam nastaje krajem XX. stoljeća kada masovni turizam dolazi do zasićenja, te se pokazuje kao pozitivno rješenje budući da nudi velike mogućnosti izbora. Selektivni turizam je uravnotežen, heterogen, kvalitetan, inventivan, human, ekološki održiv, individualan, intenzivan, odgovoran za lokalno stanovništvo i temeljen na zaštiti prirode i svega što ga okružuje.²⁷

²⁷ Jadrešić, V.: Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada 2010, str.177

4.2. DOŽIVLJAJ ISTRE

Poluotok Istra je zelena mediteranska oaza srolikog oblika smještena u najzapadnijem dijelu Hrvatske. Prirodne ljepote i blaga klima zaslužni su što je ovo odredište od davnina omiljeno ljetovalište na Jadranu. Obalni gradići kao što su Poreč, Rovinj ili Pula sa svojim živahnim povijesnim uličicama, trgovima i znamenitostima dočaraju vedri duh Sredozemlja. Istra pruža jedinstveni doživljaj, brežuljci u unutrašnjosti s bajkovitim srednjovjekovnim gradićima, okruženi vinogradima i maslinicima sa svojim ljepotama i čudesnom energijom, te isto tako more, zanimljiva povijest i kultura i autentični okusi istarske zemlje.

U Istarskoj županiji turizam svake se godine sve više razvija. Donesen je Master plan turizma za Istarsku županiju od 2015. do 2025. godine s detaljnim podacima o prethodnom razdoblju, trendovima u turizmu, ponudi, potražnji kao i strateškom razvoju turizma za navedeno razdoblje. Turizam u Istri ima dugu povijest, a njen geografski položaj samo je velika prednost kako bi se turizam u Istri još više razvio i privukao što veći broj turista. Zbog velikog porasta broja turista morala su se sagledati i neka druga područja kao što su smještajni kapaciteti, prometna infrastruktura, komunalna infrastruktura, spremnost na veću potrošnju vode i ostalih energenata, zbrinjavanje većih količina otpada i očuvanje prirodnog okoliša i prirodnih resursa.

Selektivni turizam obilježava novu kvalitetu i obilježja suvremenog i budućeg turizma, vodi računa o odgovornom ponašanju sudionika, odnosno vodi računa o kvaliteti usluge, o identitetu i humanosti turističke usluge kao i o ekološki osviještenim turistima, socijalno odgovornim i uravnoteženim brojem turista koji ne ugrožavaju lokalno stanovništvo na određenom području.²⁸

Turisti imaju sve veća očekivanja, a želje su potpomognute medijima, naprednim telekomunikacijama, većom obrazovanošću te iskustvom i znanjem. Inovativne ponude u turizmu pored osnovnih standarda omogućuju i neobična iskustva, iznenađenja i poticaje. Turisti time dobivaju posebnu atmosferu odnosno emotivnu dodatnu korist kao što je drugačiji ambijent, doživljaj, zabava, avantura, druženja s domaćinima i slično. Sve su izraženije promjene u potrebama potencijalnih

²⁸ Jadrešić, V.: Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada 2010, str.176

turista rastom životnog standarda pri čemu turisti raspolažu sa sve više novca uz racioniranje slobodnog vremena, a novac i vrijeme kojima turist raspolaže su dva osnovna preduvjeta za razvoj turizma. Tržište se sve više raščlanjuje na podskupine koje su definirane životnim stilom, osobnim sklonostima, potrebama i životnim prilikama. To logično prati i sektor turističke ponude kroz brojne inovacije kako smještajnih kapaciteta tako i sadržajnih elemenata široke lepeze turističkog proizvoda. (Geić, 2011., str. 113).

Turisti današnjice tragaju za što kvalitetnijim odmorom, rekreacijom, zabavom i zdravljem, sve više sami istražuju i osmišljavaju putovanja te su u potrazi za nezagađenom atraktivnom prirodom koja nudi relaksaciju, zadovoljstvo, rekreaciju, zdravstvenu rehabilitaciju, umjetnost i tradiciju.

Selektivni oblici turizma su pogodni za ovaj poluotok budući da ima potencijala za razvoj mnogih vrsta turizma. Zbog povoljne klime, veći je dio godine moguće boraviti na otvorenome i uživati u prirodi. Istra nudi većinu, u nastavku navedenih, oblika turizma tijekom sezone, a neke i tijekom cijele godine. Razlikujemo turizam prirodnih resursa i društvenih resursa:

- zdravstveni turizam
- sportski turizam
- nautički turizam
- eko turizam
- lov i ribolov
- ruralni turizam
- kulturni turizam
- gastronomski turizam
- turizam događaja
- vjerski turizam
- turizam na umjetno stvorenim atrakcijama.

Glede Istarske županije, atrakcije se odnose na prirodne atrakcije te kulturno-povijesne spomenike. Što se tiče prirodnih atrakcija, tu spada reljef istarskog poluotoka, more, klima i vegetacija. Vrlo je razvijen kupališni turizam, budući sezona kupanja traje od lipnja do kraja rujna sa prosječnom temperaturom mora 20°C. Podzemni svijet ruralne Istre oduševljava turiste i posjetitelje podzemnim dvoranama,

jezerima, potocima, pukotinama, jamama i špiljama. Tu se, osim prirodnih ljepota, nalazi se i raznovrsni životinjski i biljni svijet, a najzanimljivija je čovječja ribica, endemska vrsta koja živi samo u ovim predjelima. U Istri pored Nacionalnog parka Brijuni postoji četiri parkova šuma, devet zaštićenih dijelova krajolika, pet botaničkih spomenika prirode, jedan zoološki spomenik prirode, tri geomorfološka i jedan geološki spomenik prirode.

Planinski masiv Učka, ujedno i najviša točka Istre, proglašen je parkom prirode, jer je na tom području pronađeno više zaštićenih biljnih i životinjskih vrsta. Učka ima puno pješačkih staza, idealna je za planinarenje, berbu ljekovitog i šumskog bilja, a u podnožju su biciklističke staze, planinarske kolibe i domovi. Neke od najvećih atrakcija su Nacionalni Park Brijuni, Špilja Feštinsko Kraljevstvo, Jama Baredine, Park Prirode Učka, Park Histria Aromatica i slično.

Slika 8.: Nacionalni park Brijuni



Izvor: <https://www.np-brijuni.hr/> (10.08.2020.)

Nadalje, tu je niz prelijepih plaža na rubnim dijelovima većih gradova poput Rovinja, Pule, Poreča, Umaga te niz takozvanih „divljih plaža“ u okolici gradova i manjim selima

gdje turisti mogu naći svoj spokoj. Kulturno-povijesni spomenici smješteni su u jezgri već spomenutih gradova, a možemo još nadodati grad Labin, Hum kao najmanji grad na svijetu, Svetvinčenat, Novigrad, Grožnjan, Motovun, Oprtalj i slično. Neki od najpoznatijih spomenika su svakako Eufrazijeva Bazilika u Poreču, Amfiteatar u Puli, srednjovjekovni grad Dvigrad u blizini Rovinja, Barokna palača Battiala-Lazzarini u Labinu i niz drugih spomenika.

Receptivni sadržaji su drugo važno obilježje za razvoj turizma. Radi se o obnavljanju postojećih hotela, gradnja novih turističkih kompleksa, luksuzna turistička naselja, kampovi i hosteli. Već su neko vrijeme atraktivne obnovljene stare istarske kamene kuće čim se povećava privatni smještaj u ruralnom djelu Istre. Osim smještaja u ponudi je i autohtoni način života gdje turisti mogu vidjeti kako su nekad živjele obitelji na selu i čime su se sve bavili, počevši od poljoprivrede, stočarstva i slično.

Pristup turističkoj destinaciji, odnosno prometna infrastruktura, utječe na promet tako da potiče modernizaciju i izgradnju prometnica, uvođenje novih oblika prometa kao i na porast prometa putnika. S druge strane promet utječe na turizam jer osigurava dostupnost turističke destinacije, kvalitetno putovanje te osigurava mobilnost turista u samoj turističkoj destinaciji. (Mrnjavac, 2006.) Istarski ipsilon omogućuje turistima brzo kretanje diljem cijelog poluotoka te je poveznica sa ostatkom Republike Hrvatske. Zatim je tu Zračna luka u gradu Puli koja ima poveznice sa svim većim gradovima Europe i šire.

Glavna djelatnost turističkih agencija je organiziranje putovanja i boravka te uz to pružanje dodatnih usluga turistima tijekom trajanja njihovog putovanja u određenom mjestu. Posredničke agencije pružaju sigurnost i turistu i iznajmljivaču te olakšavaju sam proces rezervacije smještaja i organizacije putovanje. Istra ima dobru međusobnu koordinaciju, kao i odnos sa turističkim zajednicama pojedinih gradova i općina koje pružaju sve informacije nužne za ugodan i aktivan boravak turista. Upravo su navedeni paketi, odnosno aranžmani gdje turist na jednom mjestu može ostvariti sve što mu je potrebno, ono što je važno za nesmetani razvoj turizma.

Turistička destinacija mora turistima ponuditi niz aktivnosti tijekom njihovog boravka i to na način da se zadovolje sve želje. Istra je destinacija koja zbog klime i mora najviše privlači turiste ljeti, stoga je naglasak na vanjske aktivnosti. Pruža se niz aktivnosti na atraktivnim lokacijama kao što su Aquapark Istralandia u Novoj Vasi, Dino Park u Poreču, Adria Summer Festival u Medulinu, Rise Up Poreč, Pula Film Festival, Motovun film festival, brojne Gastro manifestacije, Ribarske fešte i slično. Sukladno navedenom ima za svakoga ponešto, za djecu, roditelje, mlade, ljubitelje glazbe, umjetnosti ali i gurmane. Istra je poznata po svojim delicijama i tradicionalnoj istarskoj hrani. Možemo izdvojiti Labinjanske krafe (slatka tjestenina), tartufe, šparoge, istarski pršut i sir, zatim od slatkog Pazinske cukerančiče, od pića vino i to posebice Teran, Malvazija i Muškat te u konačnici neizostavne masline i maslinovo ulje.

Turistima je važno ponuditi i dodatne usluge, odnosno omogućiti im nešto što u tom trenutku nije dostupno u njihovoj destinaciji. To može biti neki izlet izvan smještaja, omogućiti im odlazak na određene manifestacije koje su udaljenije, kupnja ulaznica i osiguravanje dodatnog smještaja. Nadalje, dobro dođu i određene sportske aktivnosti na koje se turisti mogu uputiti. Možemo izdvojiti pješaćenje kroz Sedam Slapova, Istra Bike Parenzana, penjanje, vožnja kajakom, quadovima ili pak Hors riding. To su zapravo dodatni zahtjevi od strane turista koje mi možemo i ne moramo ispuniti ali će oni svakako biti sretni i zadovoljni ukoliko im pružimo pomoć i omogućimo još ugodniji boravak. Sve je više aktualan wellness i zdravstveni turizam. Za zdravstveni turizam možemo istaknuti Istarske toplice kao jedini izvor termalne vode u Istri, čiji će potencijal razvoja biti naveden u sljedećem tekstu. Osim opuštanja u prirodi u ponudi je niz wellness i spa centara gdje turisti mogu uživati i opustiti se masažama, u bazenima i saunama.²⁹

Ono što je isto jako važno za Istru kao turističku destinaciju je sigurnost. U Europi se posljednje vrijeme dogodilo dosta političkih promjena koje negativno utječu na razvoj turizma i na samu sigurnost turista. Dogodilo se već nekoliko terorističkih napada u velikim gradovima diljem Europe što definitivno nije privlačno turistima. S druge strane Istra, odnosno Republika Hrvatska još uvijek nose titulu kao jedna od najsigurnijih zemalja, bez većih incidenata što dodatno privlači turiste.

²⁹ <https://www.istra.hr> (27.07.2020.)

Postoje i niz nedostataka kod turizma u Istri, odnosno u RH, a to su visoku troškovi rada, loš urbani razvoj, manjak turističkih usluga, kratka turistička sezona, loše zdravstveno, visoka stopa PDV-a, nedostatak stručnih kadrova, još uvijek nedovoljno smještajnog kapaciteta, siva ekonomija i niz drugih čimbenika.³⁰

Današnja turistička Istra obiluje mnoštvom najraznovrsnijih turističkih kapaciteta i sadržaja od onih na njenom obalnom, primorskom dijelu, do onih sve aktualnijih i traženijih u unutrašnjim ruralnim područjima.

Osim već poznatog stacioniranog turizma u mnogobrojnim hotelima, apartmanskim naseljima, kampovima, privatnom smještaju, danas se u Istri sve više razvija nautički turizam, kongresni, izletnički, lovni i ribolovnim, agroturizam, kulturni, eno gastronomski, sportsko – rekreacijski, ronilački, konjički te ekološki turizam.³¹

Prema zadnjim službenim podacima Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske od 18. veljače 2020., u zadnjih šest godina bilježimo konstantan rast dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista. Najviše dolazaka i noćenja stranih turista u prethodnim godinama ostvarili su turisti iz Njemačke (8,6 milijuna, što je 43% od ukupno ostvarenih noćenja njemačkih turista u Hrvatskoj u 2019.), a slijede ih turisti iz Slovenije, Austrije, Poljske, Italije, Češke, te Ujedinjenog Kraljevstva.

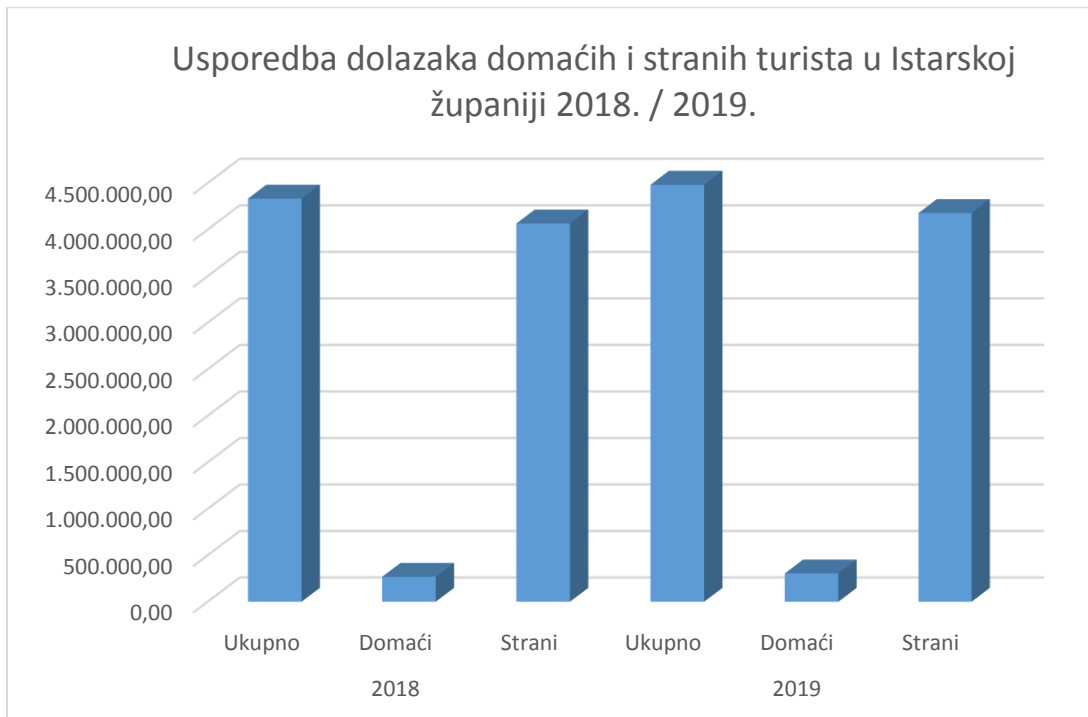
Istarska županija ostvarila je najviše dolazaka i noćenja turista u 2019., i to 4,5 milijuna dolazaka i 26,4 milijuna noćenja, što je 22,9% od ukupno ostvarenih dolazaka i 28,9% od ukupno ostvarenih noćenja. U odnosu na 2018., u Istarskoj županiji ostvareno je 3,4% više dolazaka i 0,8% više noćenja. Najviše noćenja stranih turista ostvarili su turisti iz Njemačke (33,7%), Austrije (13,5%), Slovenije (9,8%) te Italije (8,6%).³²

³⁰ Jadrešić, V.: Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada, Zagreb, 2010., str.159

³¹ https://hr.wikipedia.org/wiki/Turizam_u_Istri (15.07.2020.)

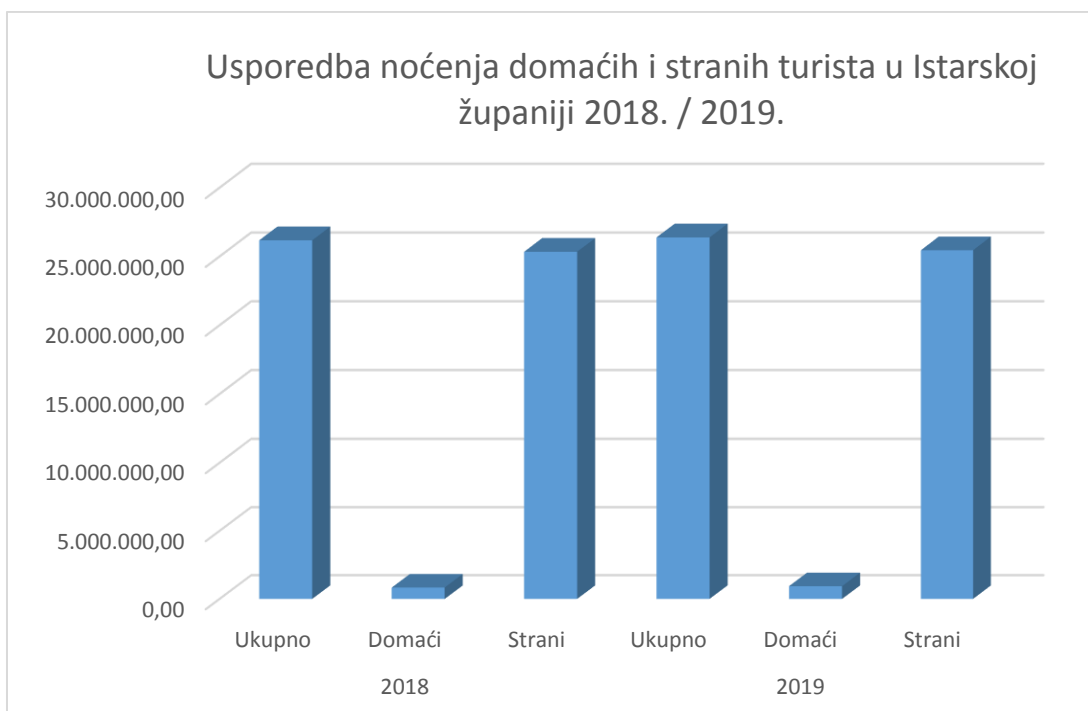
³² https://mint.gov.hr/UserDocImages/AAA_2020_ABC/c_dokumenti/200228_DZS_turizam2019.pdf (03.08.2020.)

Graf 3.: Usporedba dolazaka domaćih i stranih turista u Istarskoj županiji 2018. / 2019.



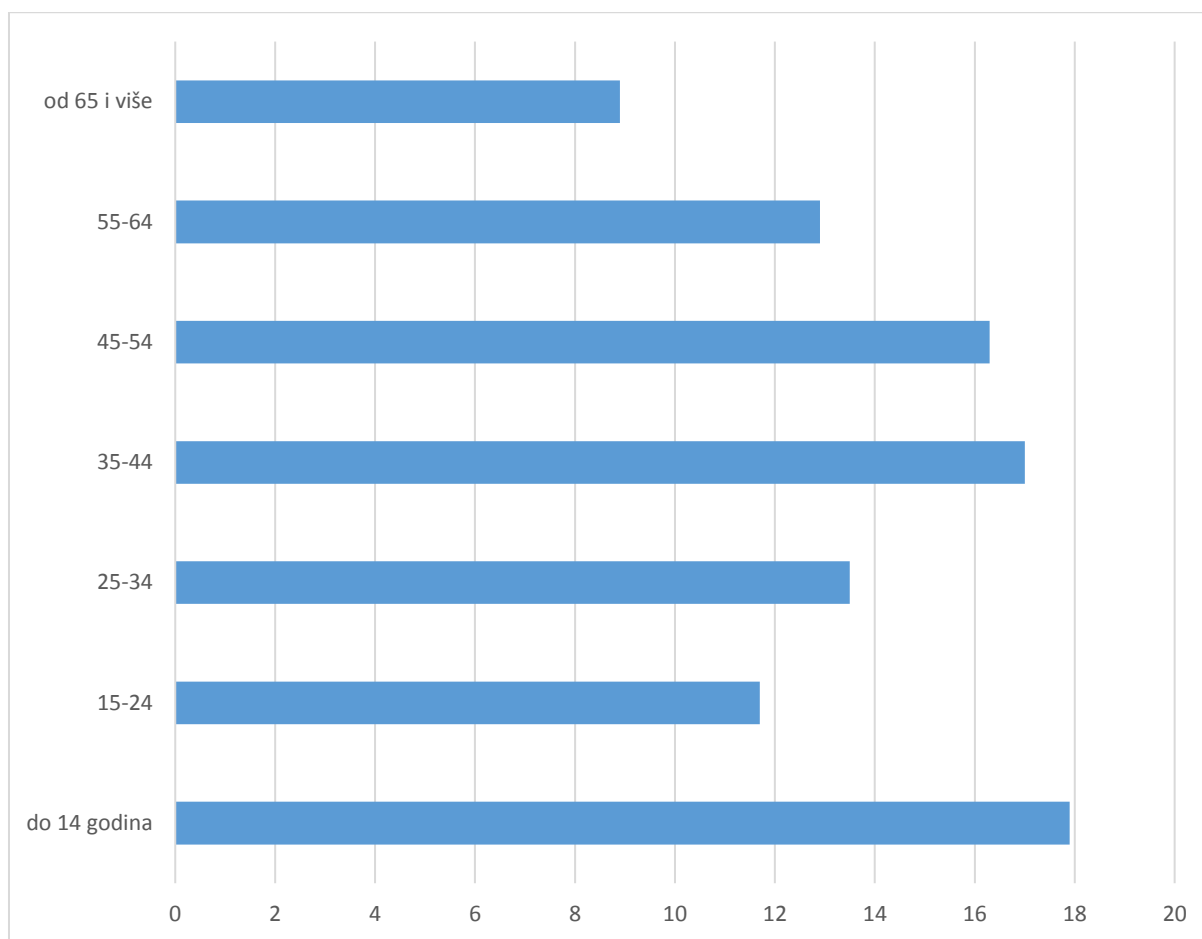
Izvor: Izrada studentice prema <https://www.dzs.hr> (02.08.2020.)

Graf 4.: Usporedba noćenja domaćih i stranih turista u Istarskoj županiji 2018. / 2019.



Izvor: Izrada studentice prema <https://www.dzs.hr> (02.08.2020.)

Graf 5.: Struktura noćenja turista prema dobnim skupinama 2019.g.



Izvor: Izrada studentice prema <https://www.dzs.hr> (02.08.2020.)

Iz danog grafičkog prikaza zaključujemo da je najveći udio prema dobnim skupinama u noćenjima turista najviši kod osoba mlađih do 14 godina, dok je najmanji kod starije dobne skupine i to osobe starije od 65 godina. Kao što je za očekivati pri vrhu su također dobne skupine između 35 – 44 godina, te između 45 – 54 godina.

U 2020. godini bilo je za očekivati najbolju turističku sezonu u zadnjih deset godina po dolascima i noćenjima domaćih i stranih turista. Mnogi iznajmljivači za prihvat turista uložili su znatna novčana sredstva u poboljšanje postojećeg stanja hotela, kampova, privatnog smještaja i ostalih smještajnih objekata kako bi doveli do povećanja kvalitete usluge, ostvarili bolje financijske rezultate, te ono najvažnije gostu pružili viši standard što direktno utječe na zadovoljstvo gostiju i njihove pozitivne povratne ocjene. Očekivao se još veći broj dolazaka i noćenja turista s brzo rastućih tržišta kao što su Kina, Japan i Sjeverna Koreja, no uslijed neočekivane pandemije

COVID-19 koja je zahvatila Svijet na globalnoj razini, već u rano proljeće 2020. dalo se zaključiti da se očekivanja o najboljoj turističkoj sezoni neće ostvariti.

4.3. TURIZAM ISTARSKJE ŽUPANIJE PREMA SWOT ANALIZI

Swot analiza je kvalitativna analitička metoda koja se sastoji od četiri čimbenika i nastoji prikazati prilike, prijetnje, slabosti i snage određene pojave ili situacije. Snage i slabosti se odnose na analizu unutarnje okoline, a prilike i prijetnje na vanjsku okolinu.³³

Kako bi se izvršio točan izbor strategije potrebno je izvršiti analizu situacije. To znači da subjekt treba promotriti i istražiti unutarnje i vanjske čimbenike kako bi se donijelo pravilne odluke i spoznalo najbolji način dolaska do cilja.

Na sljedećoj tablici navedene su prednosti, slabosti, mogućnosti i prijetnje Istri kao turističke destinacije. Prednosti koje Istarska županija ima u odnosu na druge regije, prikazuju nam i turistički dolasci koji svake godine nižu rekorde. Netaknuta priroda, bogata kulturna baština, povoljne cijene, mediteranski štih i čisto more savršen je spoj za kvalitetan i dobro proveden godišnji odmor. Istarska županija svoju povijest turizma seže već dugi niz godina te njena budućnost krije se u razvoju selektivnih oblika turizma. Slabosti u regiji kriju se u nedostatku destinacijskog identiteta te pozicioniranje i mogućnosti Istre nisu u skladu s ponudom. Mogućnosti Istre za razvoj drugačijih oblika turizma od trenutno postojećih na tržištu u Hrvatskoj, može Istarsku regiju pozicionirati na listu najtraženijih destinacija u svijetu. Turizam pored svojih pozitivnih strana ima i svoju negativnu, uništavanjem destinacije, kulture i tradicije sve je to pojava masovnih dolazaka u visoko posjećene destinacije.

³³ Buble, M.: Strateški menadžment, Sinergija, Zagreb, 2005., str. 19

Tablica 1: SWOT analiza turizma Istarske Županije

PREDNOSTI (Strengths)	NEDOSTACI (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Geografski položaj ▪ Bogata povijesna i kulturna baština ▪ Povoljna klima ▪ Ekološki zdrava priroda i more ▪ Autentična gastronomska ponuda ▪ Sačuvan autohtoni način života ▪ Pitka voda ▪ Netaknuta priroda ▪ Autentičan Mediteran ▪ Blizina ciljnih tržišta ▪ Kulturni afinitet s ciljnim tržištem uz malo 'neotkrivene aure' ▪ Povoljne cijene 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zaostajanje u turističkom razvoju ▪ Nedovoljan broj specijaliziranih stručnjaka ▪ Porezna davanja u turizmu veća nego u drugim konkurentskim zemljama ▪ Sporost pravnog sustava ▪ Nedostatak pružatelja usluga u sektoru ekoturizma ▪ Pozicioniranje nije u skladu s ponudom ▪ Pogrešna percepcija destinacije od strane ciljnih tržišta ▪ Nedostatak destinacijskog identiteta, kao brenda ▪ Nedostatak dosljednosti u promociji, svaki klaster i hotelsko poduzeće imaju vlastitu promociju ▪ Infrastruktura
MOGUĆNOSTI (opportunities)	PRIJETNJE (threats)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pобољшanje propagandne i marketinške djelatnosti ▪ Razvoj turizma u ruralnim područjima ▪ Povećanje broja manifestacija posvećenih prirodi i boravku u prirodi ▪ Proširenje turističke sezone ▪ Pобољшanje ponude kroz organiziran i zajednički trud Istarske županije i RH ▪ Ponuda turistima različitih sadržaja na relativno malom području ▪ Rad na povećanju interesa za posebnim vrstama turizma ▪ Visoka kupovna moć na ciljanim tržištima ▪ Diverzifikacija potražnje u ciljanim tržištima ▪ Produženje sezone ▪ Evolucija ponašanje kupca na ciljnom tržištu: više putovanja, ali kraće ▪ Želja putnika za otkrivanjem i doživljajem novih iskustava ▪ Moderno društvo vraća se potrazi za autentičnošću, tradicijom i prirodnim stvarima ▪ Gastronomija i 'okus', kao lifestyle iskustvo 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Okolna zagađenja ▪ Nerazumijevanje važnosti zajedničke ponude i sinergije ▪ Prenapučenost ▪ Devastiranje prirodnih dobara povećanjem prometa turista ▪ Jaka konkurencija u ostalim okolnim državama (npr. Slovenija) ▪ Gubitak konkurentnosti ▪ Skraćenost trajanja ljetnog odmora ▪ Slaba lojalnost ciljanih kupaca odredištu, idu gdje su najpovoljnije cijene: Turska, Bugarska ▪ Virus COVID-19 ▪ Zatvaranje granica, te stavljanje Hrvatske na „crvenu“ listu

Izvor: Izrada autorice prema <https://www.istra.hr> (25.07.2020.)

4.4. RURALNI TURIZAM U ISTARSKOJ ŽUPANIJI – SJEVERNA ISTRA

Ruralni turizam je vrsta turizma koji se odvija u ruralnim prostorima. Međutim, ova definicija je u mnogim slučajevima nepotpuna i općenito je teško odrediti konkretniju definiciju koja bi se mogla odnositi na sva ruralna područja. Ruralni turizam uključuje boravak na gospodarstvu te posebne oblike aktivnosti kao što su odmor u prirodi, ekoturizam, pustolovni, sport. i zdravstveni i kult. turizam, hodanje, penjanje, jahanje, lov, ribolov, edukacija i drugo.³⁴

Krajolik Istre neodoljivo podsjeća na najljepše predjele Toskane ili Provanse. Ruralna Istra je atraktivna regija s kvalitetnom agro turističkom ponudom i netaknutom prirodom. Seoski turizam u Istri, baziran na smještaju u agroturizmu i ruralnim kućama za odmor, ovdje je prilično razvijen. Pitomi brežuljci prekriveni maslinicima i vinogradima, na kojima se ponosno uzdižu slikovita srednjevjekovna mjestašca, inspiracija su mnogim umjetnicima, te su savršena destinacija za seoski turizam. Svaki istarski gradić priča svoju priču, Buzet - poznat i kao „grad tartufa“, Grožnjan – umjetničko utočište, Motovun – gradić s legendom te u novije vrijeme međunarodno poznatim filmskim festivalom, Hum – najmanji grad na svijetu.

Turizam na seljačkim gospodarstvima najrazvijeniji je na području Istarske županije. To su uzrokovali povoljni prirodni preduvjeti (zdrava klima, odsustvo buke, relativno očuvana priroda), očuvanost građevinskog i socio-kulturnog naslijeđa. Vrlo je važna i blizina stranih emitivnih područja (Italija, Austrija, Njemačka). Ponuda rekreacijskih sadržaja je također više nego zadovoljavajuća – od 7 biciklističkih staza, pješačke staze, 7 konjičkih centara i drugo.

Gastronomsku ponudu, također značajan faktor u ruralnoj turističkoj ponudi čini razvijena mreža restorana s autohtonom kuhinjom (gotovo u svakom mjestu) i 4 vinske ceste – Bujštine, Buzeštine, Poreštine i Vodnjanštine. Većina sela su dobro prometno povezana, s razvijenom mobilnom i fiksnom telefonijom a trgovine, pošte i ambulante su u blizini.

³⁴ <https://www.istrapedia.hr/hr/natuknice/939/ruralni-turizam> (27.07.2020.)

Stvarna inicijativa razvoja javlja se u posljednjem desetljeću prošlog stoljeća. Prvenstvena svrha je rasterećenje obalnih regija i urbanih središta zbog jačanja seoske ekonomije i davanja novih sadržaja kulturnoj i povijesnoj baštini. U sklopu odjela za turizam i trgovinu Istarske županije 1997. promovirana je publikacija „Agroturizam“.³⁵

Istra ima dvije vrste zemlje, intenzivno crvenu u priobalju i sivu, glinastu u središnjem dijelu. Najpoznatija podzemna istarska gljiva - tartufi raste u sivoj zemlji, u vlažnoj, hrastovoj Motovunskoj šumi kojom protječe rijeka Mirna. Tartufarska zona proteže se dalje ka sjeveru do Lanišća, potom rječicom Rašom ka jugoistoku na Labinštini, te na jugu do Pazina. Istarski bijeli tartuf jedan je od najcjenjenijih na svijetu, zri u jesen i najbolje je kušati tu rijetku blagodat odmah, tek ubranog u izvornom okruženju malih gostionica i renomiranih restorana. U njegovoj neposrednoj blizini, na uzvisinama uz rijeku Mirnu sve češće se nalazi i crni tartuf, kao i druge podvrste bijelog tartufa koje se konzumiraju zimi i ljeti.

Nakon tartufa, u Istri, ceste maslinova ulja atraktivne su kao turistički proizvod. Osnovni zadatak svakog maslinarskog itinerera jest promocija maslina, maslinova ulja i proizvoda od maslina te njegova turistička prezentacija koja se sastoji u revalorizaciji, razvoju i njezi maslinarstva u Istri. Neizostavne su i Istarske vinske ceste, koje danas možemo smatrati kao jedan prepoznatljiv i uobličen turistički proizvod koji se iz godine u godinu upotpunjuje i usavršava. Zadatak svakog vinskog itinerera jest promocija vina i njegova turistička prezentacija koja se sastoji u revalorizaciji, razvoju i njezi vinogradarstva i vinarstva u Istri.

Tipična i najznačajnija sorta je istarska malvazija. Radi se o bijeloj sorti koja zauzima gotovo dvije trećine svih nasada loze na ovim područjima. Budući je nema drugdje, raste samo u Istri, ona u pravilu predstavlja sinonim za istarsko bijelo vino. Uz malvaziju, najvažnije bijele sorte Istre, tipična je crna sorta teran. Teran daje vino izrazite rubin crvene boje ljubičastog odsjaja, živih neobuzdanih mirisa najčešće šumskog voća, s jakim karakterom, naglašenih kiselina, u pravilu manje izraženog tijela u odnosu na uobičajene standarde za crna vina. Njegova posebnost i na prvi

³⁵ <https://www.geografija.hr/hrvatska/ruralni-turizam-u-istri-dokaz-da-hrvatski-turizam-moze-i-na-drugi-nacin/> (27.07.2020.)

pogled neharmoničnost, nikoga ne ostavlja ravnodušnim, dok trend sve većeg interesa za neobične tipične proizvode otvara nove mogućnosti ovoj atraktivnoj sorti. S mladim teranom priprema se supa, oblik tradicionalnog jela s pečenim kruhom u bukaleti crnog vina.³⁶

Parenzana je u danas najpoznatija i najposjećenija kao biciklističko-pješačka staza u Istri, a nekada je bila uskotračna željeznička pruga koja je povezivala Trst preko niza kolodvora s Porečom kao krajnjim kolodvorom. Tada je nastao naziv Parenzana odnosno Porečanka. Bila je u funkciji od 1902. do 1935. godine., te je prolazila kroz tri države: Italiju, Sloveniju i Hrvatsku. Hrvatski dio staze zajednički održavaju Istarska županija i gradovi i općine uz Parenzanu. Istarska županija kontinuirano uređuje, oprema i promovira hrvatski dio Parenzane. Uz trasu se nalazi 20-ak Bike&Bed objekata, 7 specijaliziranih servisera za bicikle te 15-ak agencija koje nude najam bicikala (od kojih neke nude i usluge prijevoza).

4.4.1. *MOTOVUN*

U sjevernom dijelu Istre, iznad doline rijeke Mirne, smješten je najpoznatiji i najatraktivniji istarski srednjovjekovni gradić Motovun-Montona čija je veduta jedan od poznatih simbola istarske unutrašnjosti. Motovunom dominira romaničko gotički zvonik nazubljenog kruništa iz 13. stoljeća smješten do Župne crkve Sv. Stjepana iz 17. stoljeća. Na središnjem se gradskom trgu nalazi i romanička komunalna palača, najveća profana zgrada u Istri iz tog razdoblja, a naokolo su i brojne druge povijesne građevine. Motovun-Montona je odavno vrlo atraktivna i popularna turistička destinacija pa u mjestu postoji i hotel Kaštel smješten u nekadašnjoj palači obitelji Polesini.³⁷

Motovun je najbolje sačuvana srednjovjekovna utvrda na istarskom poluotoku - najrazvijenijoj turističkoj regiji u Hrvatskoj. Naselje u obliku akropole, razvilo se na vrhu strmog brežuljka, U prapovijesnim vremenima, Ilirska i Keltska plemena gradila su

³⁶ <https://www.istriasun.com/istra/gastronomija> (10.08.2020.)

³⁷ <https://www.istra.hr/hr/destinacije/motovun> (28.07.2020.)

svoje utvrde na mjestu gdje je danas smješten Motovun. Ime mu je također keltskog porijekla, a nastalo je od riječi Montona, što znači grad u gori.

Slika 9.: Motovun



Izvor: <https://www.istra.hr/hr/destinacije/motovun> (28.07.2020.)

U svojoj prošlosti Motovun je dijelio sudbinu svih istarskih naselja. Ostaci materijalne kulture iz sredine brončanog doba, oko 1500 godina p.K., pronađeni su na zaravni motovunskog brda i svjedoče o približno 3500 godina kontinuiranog života na ovome brdu. Za vrijeme rimske vladavine u Istri, koja je uslijedila nakon 177. godine p.K., Motovun je privremeno izgubio svoju prvotnu važnost jer u tim relativno mirnim vremenima nije bilo potrebe za sigurnim utverdama, već za mjestima pogodnim za trgovinu i promet. Vladavine nad Motovunom neprekidno su se izmjenjivale kroz dugi niz stoljeća, sve dok se u drugoj polovici 13. stoljeća nije Venecija izborila za vlast. U narednih 5 stoljeća vladavine „Kraljice svih mora“ nastali su najvažniji kulturalni i povijesni spomenici, te je Motovun kao važno strateško mjesto za Veneciju počeo poprimati današnji oblik grada. Nakon pada Venecije 1797. godine, Austrija i Italija izmjenjivale su svoju vlast nad Motovunom, sve dok nije završetkom drugog svjetskog

rata, 1945. godine pripao Jugoslaviji, te nakon 1991. godine, kao i većina istarskog poluotoka, Republici Hrvatskoj.

Ime Motovuna, kao jednog od najvećih dvoraca u Istri, u povijesnom se dokumentu prvi put spominje u listini Rižanska skupština iz 804. godine, koja je jedna od najvažnijih dokumenata srednjovjekovne povijesti Istre. Među inim, iz listine se vidi koliko su Bizantu plaćali gradovi poreza i kakav je značaj tada imao Motovun kao grad. Tako saznajemo da su Motovun i Labin godišnjim iznosom poreza od 30 zlatnika dijelili četvrto i peto mjesto, nakon Poreča, Pule i Rovinja, a na osnovu toga i svoju značajnost kao jedne od pet najvažnijih utvrda u Istri.³⁸

Među istaknutim ličnostima koje su često boravile ili čiji korjeni potječu iz Motovuna možemo izdvojiti hrvatskog umjetnika Miroslava Šuteja te Gianpaola Polesinija koji se već tijekom prvog saziva istarskog sabora 1861. godine zalagao za izgradnju tunela kroz Učku. Andrea Antico, renesansni je kompozitor i izdavač koji je među prvima počeo koristiti crtovlje i suvremeni način zapisivanja glazbenih nota. Poznati izumitelj broskog vijka Josef Ressel, čija je propela postala zaštitni znak međunarodnog filmskog festivala, tu je živio od 1835. do 1843. godine. U svijetu se proslavio prvim uspješnim eksperimentom pokretanja parobroda broskim vijkom održanim u Trstu 1829. godine. U Motovunu je rođen i Mario Andretti (1940.), slavni automobilistički as, svjetski prvak Formule 1 (1978.) i pobjednik utrke '500 milja Indianopolisa' (1969.). U Motovun je boravio i pisac Vladimir Nazor po kojem je nastala priča o Legendi Veli Jože.

Legende, mirisi, okusi i prošlost sve se to sljubilo u specifičnu atmosferu kojom odiše Motovun Film Festival koji se održava u Motovunu svake godine krajem mjeseca srpnja. U mnoštvu tisuća festivala svijeta, koji se svakog dana otvaraju i zatvaraju, rađaju i umiru, nije lako izboriti se za specifičnost zahvaljujući svom mjestu održavanja, Motovun Film Festival je, ako ništa drugo, festival s najljepšim pogledom na svijetu.

Tokom listopada u Motovunu posjetitelji mogu prisustvovati Festivalu terana i tartufa koji se održava već desetu godinu za redom, na kojemu vinari s područja Općine Motovun prezentiraju svoja vina iz svojih vinograda podno Motovuna i

³⁸ <https://www.motovun.hr/> (29.07.2020.)

brežuljaka koji se nalaze oko Motovuna. Uz kapljice vina odišu se i mirisi tartufa iz Motovunske šume.

Slika 10.: 10. Festival terana i tartufa u Motovunu



Izvor: <https://www.tz-motovun.hr> (03.08.2020.)

4.4.2. BUZET

Buzet se nalazi u samom srcu sjevernog dijela hrvatske Istre. Na površini od 165 km² živi oko 6 000 stanovnika. Stari grad Buzet se nalazi na 150 m visokom brdu iznad plodne doline kojom protječe rijeka Mirna, dok se noviji dio grada tzv. Fontana, razvija u podnožju brda. Buzet se još naziva i Gradom tartufa jer je smješten u zoni u kojoj raste ta najskupocjenija podzemna gljiva.

Buzeština je kraj naseljen od davnina. Tome u prilog govore prapovijesni ostaci kamenih predmeta nađenih u Golupskoj jami, Podrebarskoj špilji i još nekim drugim špiljama. Iliri su se ovamo doselili u brončano doba prapovijesti kada su na vrhovima brežuljaka počeli graditi naselja ograđena zidovima.

Ovim su područjem od 177. g. do 476. g. vladali Rimljani. Za vrijeme haranja epidemije kuge, bolest je mimoišla Buzet, pa su Buzećani 192. g. p. Kr. podigli ploču božici Augusti koja je zaštitila grad Pinquentum (Buzet) od bolesti.

Buzet se spominje prije više od 1800 godina. Zatim je uslijedila vlast Bizantinaca, pa su nakon seobe naroda doselili Hrvati i Slovenci. Potkraj VIII. st., Istrom su zagospodarili Franci koji su u naš kraj uveli feudalni sustav. Radi zaštite franačkih posjeda, podigli su se gradovi – utvrde čiji su gospodari postale njemačke obitelji. Otada su ostale poznate ruševine Crnoga Grada, Bijeloga Grada iznad Ročkoga Polja, te Kaštela Petrapilosa u dolini rijeke Bračane. Do 1421. g. Buzet je priznavao vlast akvilejskog patrijarha, a od te godine do 1797. g. pripadao je Mletačkoj Republici.

Sredinom XVI. st. grad Buzet živio je punim plućima, u razdoblju relativnog mira. Razvijao se obrt, vodila se briga o obrani grada od neprijateljskih nasrtaja, briga o naoružanju, utvrđivanju gradskih zidina.

U to vrijeme obnovljena je Mala šterna, izgrađena su Velika vrata i Mala vrata. Padom Mletačke Republike Istra je došla pod vlast Austrije koja je ostala na ovim prostorima sve do 1918. godine. Buzetska naušnica pronađena je na groblju u Mejici (18 primjeraka) i Sovinjskom brdu (2 primjerka). Vjeruje se kako je ovaj tip naušnice pripadao nošnji ranosrednjovjekovnoga autohtonog i romaniziranog ilirokeitskog stanovništva na području između jadranskih obala i alpskoga pojasa.

U Buzetu, u Starom gradu, nedaleko župne crkve Blažene Djevice Marije, rođen je Stjepan Konzul Istranin, prvi prevoditelj Novog zavjeta na hrvatski jezik. Buzet je dobro znan i po proizvodnji piva „Favorit“ u Buzetskoj pivovari (BUP).

Na južnoj strani Buzeta, nalazi se izvor Sv. Ivan: s njegovih prečistih voda krenula je 1930. g. izgradnja Istarskog vodovoda, a time i distribucija vode za gotovo cijelu Istru.

Slika 11.: Buzet



Izvor: <https://www.istra.hr/hr/destinacije/buzet> (03.08.2020.)

Kaštel Petrapilosa nalazi se 6 km zapadno od Buzeta, nedaleko ceste koja vodi uz rijeku Mirnu prema Livadama i Motovunu. Srednjovjekovni dvorac smjestio se na visokoj hrudi koja dominira širim područjem uz rječicu Bračanu. Povijest „Kosmatoga grada“ puna je legendi i usmenih predaja. Kaštel je služio za nadziranje cijele doline rijeke Mirne i središnje Istre akvilejskim patrijarsima u srednjem vijeku i Mlečanima u XV. st. . Stoljećima je predstavljao odličan vojno - obrambeni položaj s kojeg se kontroliralo svako kretanje poljem ili cestom širom doline. Crkva Sv. Marije Magdalene koja se nalazi u sklopu kaštela Petrapilose ostala je u funkciji sve do 1793. g., iako se život u utvrdi ranije ugasio. U crkvi su nakon početka obnavljanja 1999. g., pronađeni brojni ostatci srednjovjekovnih fresaka koji se danas čuvaju u Zavičajnom muzeju u Buzetu.³⁹

Najmanji grad na svijetu nastao je prema legendi, kada su divovi gradili gradove u dolini Mirne, a od preostalog kamena izgradili su Hum. Prvi se put spominje 1102. godine. Gradske zidine su čuvale mjesto od čestih prodora Mlečana i Turaka. Na zapadnim gradskim vratima dva su glagoljaška zapisa. Vrata se svake godine svečano otvaraju na Dan grada Huma kada se bira novoga župana „na leto dan“. Osim što je

³⁹ <https://www.tz-buzet.hr/hr/> (02.08.2020.)

poznat kao najmanji grad na svijetu, odnedavno ponosno nosi i naziv Grada biske, a biska je rakija sa imelom, čija receptura potječe iz Huma. Svake godine krajem listopada u ovom najmanjem gradiću održava se Smotra rakija gdje se poznati proizvođači rakija iz cijele Istre natječu za najbolju rakiju. U Humu završava i poznati spomen - kompleks glagoljici, Aleja glagoljaša koja se proteže na 7 km dugom putu od Roča do Huma.⁴⁰

Grad Buzet poznat je po mnogobrojnim manifestacijama koje iz godine u godinu privlače sve veći broj kako domaćih tako i stranih posjetitelja, koji stvaraju osobne doživljaje na temelju viđenih atrakcija, od kojih treba istaknuti Dan grada „Subotina“, i „Subotina po starinski“ kada se grad vraća u povijest. Također neki od poznatijih manifestacija jesu Međunarodna brdska auto-utrka na poznatoj stazi Most – Peničići, koja okuplja posjetitelje iz cijele Europe. Za kraj godine slijedi Vikend tartufa na kojem lokalni tartufari i vinari prezentiraju svoje proizvode, nudeći nešto novo i inovativno.

4.4.3. GROŽNJAN

Grožnjan-Grisignana, mali istarski gradić smješten je na romantičnom brežuljku, a poznat je po umjetnosti i kulturi, jedinstvenim galerijama i ateljeima te zanimljivim glazbenim događanjima, velikog kulturnog značaja, ne samo na hrvatskoj nego i na međunarodnoj razini, živi vrlo intenzivno svoje ljetne mjesece. Grožnjan je bio naseljen još u doba Rimskog carstva, tada kao utvrda, o čemu svjedoče i arheološki nalazi, fragmenti mozaika, pronađen novac, ali i toponimi kao što je Vrh Roman, za koji je bio naseljen i u neolitikumu kada je bio gradina. Još i danas u tom se krajoliku prepoznaju utvrde plemena starih Histra.

Svake godine početkom svibnja, grožnjanske uličice i trgovi doživljavaju metamorfozu i pretvaraju se u pravu umjetničku košnicu: otvaraju se ljetne muzičke akademije za mlade, likovne, plesne i dramske radionice, radionice mirovnog aktivizma

⁴⁰ <https://www.istra.hr/hr/destinacije/buzet/dozivate/830> (10.08.2020.)

pod vodstvom poznatih stručnjaka i pedagoga te zvučnih imena s područja glazbe, likovne i dramske umjetnosti.⁴¹

Grožnjan je postao općinsko središte 1993. godine, čime se Grožnjanštini pružila jedinstvena prilika da iskoristi i oplemeni svoje resurse i to naročito u poljoprivredi i seoskom turizmu, te ostalim oblicima suvremenog turističkog trenda- ekološki, kulturni i izletnički turizam. U ovom ekološko čistom području veliki rezultati su postignuti u poljoprivredi i to u uzgoju tradicionalnih mediteranskih kultura: vinove loze i maslina. Ovo područje postalo je poznato po uzgoju stoke, proizvodnji sira, meda, uzgoju cvijeća, gljiva, voća i povrća te kvalitetnih vina, prvenstveno refoška, malvazije i pinota.

Otvaranjem agroturističkih objekata svim posjetiteljima pružila se prilika da mogu uživati u ukusnim gastronomskim specijalitetima ovog kraja: domaći sir, pršut, fuži, njoki, pečenje ispod peke, tartufi, šparoge, gljive. Zadnjih godina privučen je znatan dio privatnog kapitala koji je uloženi u obnovu i restauraciju ruševnih zgrada, tako da Grožnjanština sve više dobiva izgled obnovljenog, obrađenog i njegovanog područja. Velike investicije izvršene su na području krupne komunalne infrastrukture (izgrađeni su vodovodi, asfaltirane ceste, pojačana električna mreža za mnoga naselja, postavljena javna rasvjeta i drugo). Određeni broj građana, uglavnom mlađih posvetilo se raznim obrtima i malom poduzetništvu.⁴² Poljoprivreda, seoski turizam i malo poduzetništvo oživjeli širu okolinu Grožnjana.

Grožnjan je još jedan šarmantni gradić poznat kao „grad umjetnika“. U ljetnim mjesecima gradom odjekuju razne melodije, od jazza do klasične glazbe, te se održava festival „Jazz iz Back!“ kojeg je svojedobno tvrtka Guinness proglasila najboljim malim europskim jazz festivalom. Osim što je umjetnički, Grožnjan je odličan i za aktivnosti na otvorenom.

⁴¹ <https://www.istra.hr/hr/destinacije/grozgnjan> (10.08.2020.)

⁴² <https://www.grozgnjan-grisignana.hr/index.php/hr/mjesta-opcine/grozgnjan> (10.08.2020.)

Slika 12.: Ulicama Grožnjana



Izvor: <https://www.istra.hr/hr/destinacije/groznjan> (10.08.2020.)

4.4.4. OPRTALJ

Oprtalj - Portole, smješten na brežuljku do kojeg se uskom visoravni s južne strane dolazi iz pravca Motovuna, prema mišljenju mnogih, jedan je od najpitoresknijih gradića sjeverne Istre. Oprtalj - Portole ili Portole, kako glasi talijanska inačica njegovog imena, svojevremeno je bio utvrda opasana zidinama na kojima su izgrađene kuće među kojima jedva izviru nekadašnja gradska vrata. Ispred vrata nalazi se velika venecijanska lođa s lapidarijem, a pokraj nje na visokim bedemima smješten plato s kojeg pogled seže sve do mora. Župna crkva Sv. Jurja koju krase jedinstveni zvonik čiji vrh nema oblik piramide karakteristične za istarske zvonike, već je ostao u izvornom obliku kao kula, izgrađena je 1526. godine. U Oprtlju se mogu razgledati i dvije crkvice oslikane freskama – crkvice Blažene Djevice Marije i Sv Roka.⁴³

Ovo područje obiluje prekrasnim krajolicima, starenim kamenim kućama, šumama, turističkim putokazima biciklističkih staza koje su namijenjene biciklistima i ljubiteljima hrane i vina. Oprtalj veličaju još tri mjesta čuvena po svojim

⁴³ <https://www.putovnica.net/odredista/hrvatska/oprtalj> (10.08.2020.)

znamenitostima. Podno Oprtija, uz rijeku Mirnu, nalaze se Livade, svjetsko središte tartufa. U neposrednoj blizini Livada smjestio se Zrenj ili Stridone, gradić nekad vještih i bogatih zanatlija, primjerice kovača, tkalaca i kamenoklesara, te rodno mjesto Sv. Jeronima. Podno 85 metara visoke stijene, na izvoru ljekovite vode Sv. Stjepana, nalazi se Lječilište Istarske toplice poznate po liječenju reumatskih, dišnih i dermatoloških bolesti. Područje Oprtija.

Od 2009. godine u jesen održava se manifestacija Oprtalska kastenjada, gdje posjetitelji bilo domaći ili strani mogu kušati razne proizvode napravljene od finog voća, kao što je med, rakije i kolači te druga brojna jela, s naglaskom na kestene.

Slika 13.: Oprtalj



Izvor: <https://www.istriasun.com/istra/oprtalj> (10.08.2020.)

5. ZDRAVSTVENI TURIZAM KAO POTENCIJAL RAZVOJA

Zdravstveni turizam je složeni turistički proizvod koji obuhvaća velik broj specijaliziranih sadržaja i usluga na putovanjima motiviranim potrebom za unapređenjem zdravlja i poboljšanjem kvalitete života. Ponuda lječilišnog turizma obuhvaća medicinsku rehabilitaciju baziranu na korištenju prirodnih ljekovitih činitelja te počiva na sadržajima i uslugama specijalnih bolnica i manjeg broja lječilišta. Ovaj oblik liječenja, oporavka i prevencije ima dugu tradiciju u Hrvatskoj datirajući iz doba antike, a intenzivnije se razvijajući od druge polovice 19. stoljeća.⁴⁴

Prema istraživanjima European Travel Monitor-a, na putovanja koja su dominantno motivirana zdravljem otpada danas oko 15% ukupnog europskog međunarodnog turističkog prometa.⁴⁵

Težnja ljudi prema zdravlju i blagostanju, te da što duže ostaju lijepi i mladi svrstava zdravstveni turizam u jednu od najbrže rastućih grana. Zdravstveni turizam smatra se vrstom aktivnosti u kojoj bitno mjesto zauzima stručno i kontrolirano korištenje prirodnih ljekovitih činitelja i procedura fizikalne medicine, a sve u svrhu održanja i unapređenja fizičkog, psihičkog i duhovnog zdravlja turista, a u cilju poboljšanja kvalitete njihovog života.

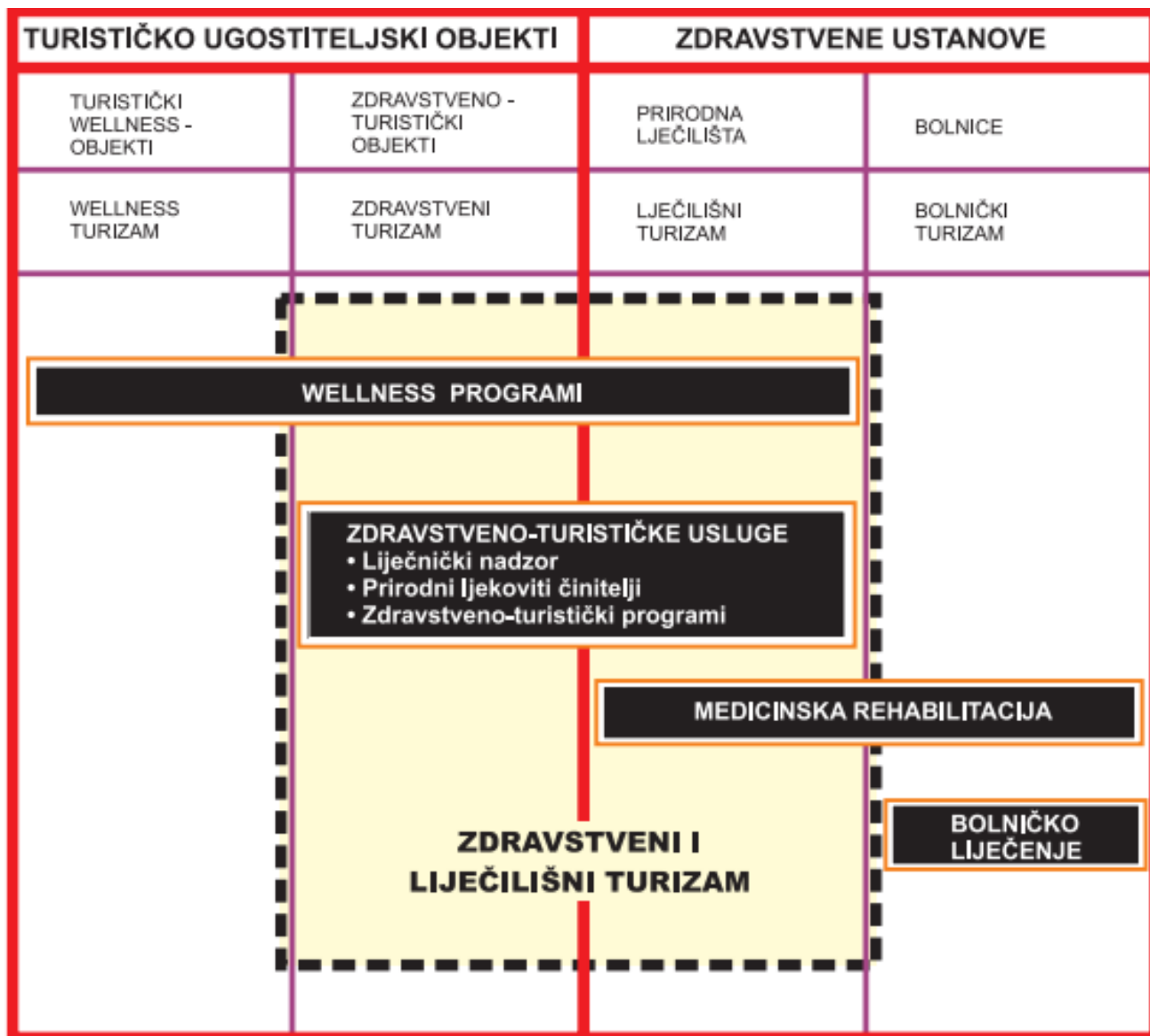
Za daljnji rast i razvoj zdravstvenog turizma potrebno je provesti učinkovito istraživanje tržišta kako bi se definirale mogućnosti koje pružaju razni aspekt iz zdravstvenog turizma. Potrebno je razviti proizvode, usluge i paket aranžmane na način da se uz smještaj kombiniraju prijevoz i zdravstvene usluge. Potrebe turista, koji putuju u svrhu unapređenja zdravlja, su različite stoga oni zahtijevaju različite proizvode i različitu razinu usluge. Poželjno bi bilo uspostaviti suradnju s klasterima na lokalnom području koji okupljaju iste ili slične sektore kako bi se stvorio prepoznatljiv i konkurentan zdravstveno – turistički proizvod na lokalnoj i međunarodnoj razini. Takva organizacija treba slijediti svjetske trendove, tradiciju, prirodne resurse i specifične

⁴⁴ <https://www.htz.hr> , Članak: Percepcija Hrvatske kao destinacije Zdravstvenog turizma, Zagreb, travanj 2018.g. (08.08.2020.)

⁴⁵ IPK (2006) European Travel Monitor – ETC Pool Report.

destinacije. Na taj način, određena se destinacija može pozicionirati među vodeće destinacije zdravlja.

Shema 1.: Prikaz značajki ponude zdravstvenog turizma



Izvor: Kušen, E.: Zdravstveni turizam, Zagreb, 2002.: str. 177-190.

Istarske Toplice smještene su u Republici Hrvatskoj, u sjeverozapadnom dijelu poluotoka Istre. Udaljene su 35 km od Poreča, 10 km od Buzeta, 40 km od granice s Italijom i 10 km od granice sa Slovenijom. Nalaze se u netaknutoj prirodi izvan gradskog naselja gdje zelenilo, mir i tišina stvaraju poseban ugođaj za potpuni odmor.

Iznad samih Toplica uzdiže se 85 metara visoka, stijena Gorostas, ispod koje se nalazi izvor ljekovite vode Sv. Stjepan. Poznat je po visoko sumpornoj optimalno radioaktivnoj i toploj vodi punoj minerala (14 vrsta) za koju je znanstveno i u praksi dokazano da pospješuje liječenje kroničnih reumatskih bolesti, dermatoloških bolesti, bolesti gornjih dišnih puteva, ginekoloških bolesti i postoperativnu rehabilitaciju. Prirodna ljekovitost vode izdvaja Istarske Toplice od ostalih europskih termalnih izvora i svrstava ih među prva tri mjesta u Europi po kvaliteti i ljekovitosti vode. Izvor se koristio još u antičko doba. U njegovoj blizini pronađeni su natpisi u kamenu, stari rimski novac i nakit.⁴⁶

Shema 2.: Prikaz smještajnog kompleksa „Lječilište Istarske toplice“



Izvor: Izrada studentice prema <https://www.istarske-toplice.hr>

⁴⁶ <https://www.istarske-toplice.hr> (11.08.2020.)

Prema djelatnosti koju obavlja Lječilište Istarske toplice spada u zdravstveni turizam. Zbog toga što ponuda obuhvaća liječenje raznih bolesti, uz to i na kvalitetan odmor. Strategija Lječilišta Istarske toplice je postati vodeći sportsko – rehabilitacijski centar za provođenje fizikalne medicine i rehabilitacije na tom području nudeći kvalitetne i pristupačne usluge.

Ekonomski čimbenici utječu na gospodarski aspekt lječilišta. Proizvodi i usluge trebali bi biti kvalitetni, a kako bi se postigla kvaliteta potrebni su resursi. Za pribavljanje dodatnih resursa potrebno je uložiti sredstva, a da bi se povratila utrošena sredstva potrebno je postići određenu visinu zarade. Zarada se najčešće može proizvesti iz dobrih i atraktivnih ponuda, te ulaganjem u promociju i marketing.

Razvoj turizma koji se temelji na ljekovitim svojstvima prirodnih resursa (voda i ljekovito blato), te mogućnosti apliciranja navedenih resursa u preventivnim i kurativnim tretmanima može doprinijeti značajnom povećanju prepoznatljivosti brenda.

Tablica 2.: SWOT analiza Lječilište Istarske toplice

PREDNOSTI (Strengths)	NEDOSTACI (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> • Dobar financijski plan (povezan s novom strategijom - izgradnja i obnova apartmana i dr.), • Ljudski potencijali (osoblje) • Geografski položaj (u netaknutoj prirodi), • Kvaliteta i povoljnost (pristupačne cijene, bogata ponuda), • Jedino lječilište u Istarskoj županiji, • Obnovljene sobe, recepcija i zajednički prostori, • Novo otvorena konoba „Mirna“. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manjak fizijatara na tržištu rada, • Loša povezanost javnog prijevoza sa mjestima u blizini, • Pad potražnje u određenom vremenu ljetnih mjeseci.
MOGUĆNOSTI (opportunities)	PRIJETNJE (threats)

<ul style="list-style-type: none"> • Suradnja s organizatorima festivala i događaja, • Suradnja s vodenim parkom „Istralandia“, • Suradnja s lokalnim zajednicama • Širenje ponude na inozemno tržište 	<ul style="list-style-type: none"> • Pad ekonomskog standarda, • Izmjene Zakona i pravilnika, • Konkurencija koja prati trendove, • Ponuda konkurencije, • Potražnja za uslugama koje ovo lječilište ne nudi, a konkurencija nudi.
--	---

Izvor: Izrada studentice prema <https://www.istarske-toplice.hr> (10.08.2020.)

U osnovi potencijal za razvoj turizma ovisi o postojanju prirodnih ljekovitih činitelja. U lječilištu Istarske toplice to su termo mineralna voda (sumporna, blago radioaktivna s jakim balneološkim svojstvima), te ljekovito blato (fango) iz Motovunske šume. Glavni geotermalni izvor nalazi se u sklopu kompleksa Lječilišta Istarske toplice. Osim prirodnih činitelja za daljnji razvoj potrebna je i prikladna infrastruktura, te bogata ponuda sadržaja. Dinamika razvoja zdravstvenog turizma ovisi o trenutnom stupnju i dinamici razvoja zdravstvene turističke ponude.

Potrebno je uložiti u dodatni sadržaj koji bi upotpunio boravak gostima na izoliranoj lokaciji kao što su Lječilište Istarske toplice kroz razne dodatne aktivnosti, sportsko – rekreacijski sadržaj (označene pješačke i biciklističke staze), te vodeni park na otvorenom i otvoreni olimpijski bazen. Za značajni iskorak ovog lječilišta potrebno je unaprijediti kvalitetu smještajnih kapaciteta, infrastrukturu, moderne aparate za dijagnostiku i rehabilitaciju, međunarodno certificiranje te obuku medicinskog osoblja prema suvremenim tehnikama koje se koriste u liječenju. Veliku ulogu u svemu imaju nadležna Ministarstva Republike Hrvatske koja bi trebala više pratiti nacionalne politike potpora i poticaja za nove investicije i ulaganja u zdravstveni turizam. Ministarstvo turizma kao resorno ministarstvo zaduženo za turistički razvoj Republike Hrvatske, ima zadaću stvaranja kvalitetnog i razvojno poticajnog okvira koji vodi računa o interesima poduzetničkog sektora. Ključnu ulogu u svemu ima akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma kojim se za određeno razdoblje definiraju aktivnosti koje je potrebo realizirati u cilju razvoja ponude i uspješne realizacije novih projekata.

Iako na ovom području postoje osnovni resursi za rast i razvoj zdravstvenog turizma, Istarska županija još je uvijek u početnoj fazi razvoja te grane turizma. Pozitivna iskustva sa slovenske strane granice gdje su u proteklih deset godina izgrađene brojne toplice s ciljem pokretanja gospodarskog razvoja, ukazuje na činjenicu da bi razvoj turizma temeljen na prirodnim resursima mogao biti jedan od značajnijih pokretača budućeg razvoja gospodarstva obiju zemalja.

ZAKLJUČAK

Turizam je jedan od najbrže rastućih sektora na svijetu. Turizam je nova gospodarska djelatnost, koja koristi prirodne, povijesne, umjetničke i druge privlačnosti jedne zemlje, te zadovoljava učinkovite potrebe ljudi za promjenom mjesta i okoline, izvlačeći iz tog prometa mnogobrojne i raznovrsne gospodarske, političke, kulturne, zdravstvene, socijalne i druge koristi.

Čovjek je svoje putovanje započeo još u Antičko doba kada je putovao radi svoje egzistencije, kao nomad i tražio sebi povoljnije prilike za život, pa se smatra da nije svako putovanje bilo turističko kao ni danas. Danas putovanja mogu biti poslovnog karaktera, putovanje u miroljubive svrhe, putovanja vezana za razne edukacije i obrazovanja.

Turizam se danas razvija mnogo brže nego do sada. Nastaju nove potrebe i nove spoznaje razonode, odmora, rekreacije i druge potrebe za putovanjem. Razvojem društva i globalizacija doprinijeli su bržem razvoju i potrebama. Većina zainteresiranih za određenu destinaciju istražuje prije putovanja odabranu destinaciju, njene mogućnosti i ponude kao i očekivanja od odabrane destinacije.

Potrošač odnosno turist postaje dinamičan i aktivan, od odmora očekuje upravo ono što ga zanima i pruža zadovoljstvo i zadovoljavanje njegovih potreba koje očekuje na putovanju, suvremeni turist je obrazovan, iskusan, sofisticiran, kritičan i traži adekvatnu vrijednost za uložena sredstva, veća je osobnija potrošnja, traži posebno i novo, bježi od svakodnevnice, ekološki je osviješten i putuje češće i kraće.

Sve veću ulogu u promociji, u suvremenom dobu, imaju Internet i socijalne mreže (facebook, instagram, twitter, youtube,...). Prema anketama na globalnoj razini 100% od turističkih brandova imaju Facebook stranicu, njih 75% je na Twitteru, te na više o 70% njih se pokazalo da su društveni mediji imali pozitivan utjecaj na poslovanje.

Selektivni turizam pojavio se početkom 70. godine 20. vijeka kao sinonim za održivi ili odgovorni turizam, odnosno selektivni turizam je kvalitetan, uravnotežen, heterogen, samoodrživ, inventivan, autentičan i ambijentalan, ekološki i infrastrukturno održiv i podnošljiv, individualan, intenzivan, odgovoran, održiv i razuman, poseban,

human, odgovoran za lokalno stanovništvo i drugim sudionicima, temeljen na aktivnoj zaštiti prirode i svega što ga okružuje.

Razlikujemo turizam prirodnih resursa i društvenih resursa: zdravstveni turizam, sportski turizam, nautički turizam, eko turizam, lov i ribolov, ruralni turizam, kulturni turizam, gastronomski turizam, turizam događaja, vjerski turizam, turizam na umjetno stvorenim atrakcijama.

Istra kao regija vrlo se dobro razvila posljednjih desetak godina. Prednost je u tome što ima veliki dio obalnih područja na kojima su smješteni gradovi i područja u unutrašnjosti koja se pomalo razvijaju. Sva ta područja nude razne vrste turizma. Istra je vrlo rano razvila svoje turističke karakteristike. Poznata je još u XIX st. kad je pokrenut izletnički turizam i to izlet parobrodom iz Trsta u Pulu.

Današnja turistička Istra obiluje mnoštvom najraznovrsnijih turističkih kapaciteta i sadržaja od onih na njenom obalnom, primorskom dijelu, do onih sve aktualnijih i traženijih u unutrašnjim ruralnim područjima.

Turisti današnjice tragaju za što kvalitetnijim odmorom, rekreacijom, zabavom i zdravljem, sve više sami istražuju i osmišljavaju putovanja te su u potrazi za nezagađenom atraktivnom prirodom koja nudi relaksaciju, zadovoljstvo, rekreaciju, zdravstvenu rehabilitaciju, umjetnost i tradiciju.

Turizam na seljačkim gospodarstvima najrazvijeniji je na području Istarske županije. To su uzrokovali povoljni prirodni preduvjeti (zdrava klima, odsustvo buke, relativno očuvana priroda), očuvanost građevinskog i socio-kulturnog naslijeđa.

Zdravstveni turizam je složeni turistički proizvod koji obuhvaća velik broj specijaliziranih sadržaja i usluga na putovanjima motiviranim potrebom za unapređenjem zdravlja i poboljšanjem kvalitete života. Za daljnji rast i razvoj zdravstvenog turizma potrebno je provesti učinkovito istraživanje tržišta kako bi se definirale mogućnosti koje pružaju razni aspekt iz zdravstvenog turizma. Potrebno je razviti inovativne proizvode i usluge te uložiti u dodatni sadržaj.

SAŽETAK

Turizam je jedan od najbrže rastućih sektora na svijetu. Suvremeni trendovi nalažu kraće odmore u jednoj destinaciji, te preferiraju više atraktivnih destinacija u odabranoj zemlji odmora, ali i organizirana kružna putovanja.

Razlikujemo turizam prirodnih resursa i društvenih resursa: zdravstveni turizam, sportski turizam, nautički turizam, eko turizam, lov i ribolov, ruralni turizam, kulturni turizam, gastronomski turizam, turizam događaja, vjerski turizam, turizam na umjetno stvorenim atrakcijama.

Turisti današnjice tragaju za što kvalitetnijim odmorom, rekreacijom, zabavom i zdravljem, sve više sami istražuju i osmišljavaju putovanja te su u potrazi za nezagađenom atraktivnom prirodom koja nudi relaksaciju, zadovoljstvo, rekreaciju, zdravstvenu rehabilitaciju, umjetnost i tradiciju.

Poluotok Istra je zelena mediteranska oaza srolikog oblika smještena u najzapadnijem dijelu Hrvatske. Prirodne ljepote i blaga klima zaslužni su što je ovo odredište od davnina omiljeno ljetovalište na Jadranu. Istra kao regija vrlo se dobro razvila posljednjih desetak godina.

Zdravstveni turizam smatra se vrstom aktivnosti u kojoj bitno mjesto zauzima stručno i kontrolirano korištenje prirodnih ljekovitih činitelja i procedura fizikalne medicine, a sve u svrhu održanja i unapređenja fizičkog, psihičkog i duhovnog zdravlja turista, a u cilju poboljšanja kvalitete njihovog života.

Na zdravstveni turizam danas otpada oko 15% ukupnog europskog međunarodnog turističkog prometa.

Ključne riječi: turizam, turist, turistička ponuda, Istra, zdravstveni i ruralni turizam

SUMMARY

Tourism is one of the fastest growing sectors in the world. Modern tourist looking for shorter vacations in one destination, and prefer more attractive destinations in the vacation country, but also organized cruises.

We differentiate two type of tourism: natural resources and social resources: health tourism, sports tourism, nautical tourism, eco tourism, hunting and fishing tourism, rural tourism, cultural tourism, gastronomic tourism, event tourism, religious tourism, tourism on artificially created attractions.

Today, tourists are looking for the best possible vacation, recreation, entertainment and health, exploring and designing trips by themselves and looking for unpolluted attractive nature that offers relaxation, pleasure, recreation, health rehabilitation, art and tradition.

The Istrian peninsula is a green mediterranean oasis located in the west part of Croatia. The natural beauty and mild climate are responsible for the fact that this destination has long been a favorite summer resort on the Adriatic Sea. Istria as a region has developed very well in the last ten years.

Health tourism is based on natural remedies and procedures of physical and rehabilitation medicine that are used to preserve and improve health and quality of life.

Health tourism is a complex tourism product with an annual growth of 15 on the Europe level.

Key words: tourism, tourist, tourist offer, Istria, health and rural tourism

LITERATURA

Knjige:

1. Ružić, P., :Ruralni turizam, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Poreč, 2009.
2. Blažević, B.,: Turizam u gospodarskom sustavu, Fakultet za hotelski i turistički menadžment Opatija, Opatija, 2007.
3. Gržinić, J., Bevanda, V., *Suvremeni trendovi u turizmu*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014.
4. Križman – Pavlović, D., *Marketing turističke destinacije*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel ekonomije i turizma „dr. Mijo Mirković“, Pula, Mikrorad d.o.o., Zagreb, 2008.
5. M. Dujmović, *Kultura turizma*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2014.
6. Radišić, B., *Marketing turističkog proizvoda destinacije*, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2009.
7. Jelinčić, D., A., *Abeceda kulturnog turizma*, Meandarmedia, Zagreb, 2008.
8. Dujmović, M., *Kultura turizma*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2014.
9. Vuković I.: *Međunarodna ekonomija i turizam*, Zagreb, 2000
10. Jadrešić, V.: *Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma*, Plejada, Zagreb, 2010
11. Obadić, A., Tica, J., *Gospodarstvo Hrvatske*, Ekonomski fakultet sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 2016.
12. Previšić, J., Ozretić - Došen, Đ., *Marketing*, Adverta, Zagreb, 2004.
13. Pejić, T., Kuric, V., Klarić, D., (ur.), *Neodoljiva Hrvatska*, Lux, Zagreb, 2014.
14. Radošević, B., *Selektivni oblici turizma*, Visoka turistička škola strukovnih studija u Beogradu, Beograd, 2013.
15. Kušen, E.: *Zdravstveni turizam*, Institut za turizam, Zagreb, 2002.

E – knjiga:

1. Gržinić, J., 2019., *Uvod u turizam: povijest, razvoj, perspektive*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, dostupno na:

<https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A3111/datastream/FILE0/view> (27.07.2020.)

2. Popesku, J., *Marketing u turizmu i hotelijerstvu*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2013., dostupno na:
https://www.researchgate.net/publication/285925518_Marketing_u_turizmu_i_hotelijerstvu (28.07.2020.)

Internetski izvori:

1. Rukopis „Nacrt i građa za studiju: Teorije o definiciji turizma“. dostupno na:
https://bib.irb.hr/datoteka/823695.MARKETING_ASPEKTI_TURISTIKOG_GO_SPODARSTVA.pdf (27.07.2020.)
2. Selektivni turizam, hir ili znanstveno istraživačka („Acta turistica“) dostupno na:
<https://repozitorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A1112/datastream/PDF/view> (27.07.2020.)
3. Selektivni turizam, hir ili znanstveno-istraživačka potreba, dostupno na:
<https://hrcak.srce.hr/37744> (28.07.2020.)
4. Vlahović, S. (2006.) *New trends in tourist destination management*, 18th Biennial International Congress Tourism & Hospitality Industry, Opatija, dostupno na:
<https://www.bib.irb.hr/246896?rad=246896> (20.08.2020.)
5. Hrvatski turizam, plavo bijelo zeleno, znanstvena edicija instituta za turizam, dostupno na: <https://www.bib.irb.hr/320164> (20.08.2020.)
6. Turizam: definicija, nastanak, razvoj i podjela, dostupno na:
https://croatialink.com/wiki/turizam:_definicija,_nastanak,_razvoj_i_podjela (28.07.2020.)
7. Strateški menadžment u turizmu, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/130248> (21.08.2020.)
8. Kulturni turizam, <https://www.culturenet.hr/default.aspx?id=23209&> (28.07.2020.)
9. Akcijski plan kulturnog turizma, dostupno na:
https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/001_160128-AP_kulturni.pdf (28.07.2020.)

10. Atrakcije i sportski turizam u Istarskoj županiji, dostupno na:
<https://www.istra.hr/hr/atrakcije-i-aktivnosti/sport>,
<https://www.hssrm.hr/distribucija-dozvola/dozvole-za-sportski-ribolov.html>
(24.07.2020.)
11. Turizam i ugostiteljstvo u Istri, dostupno na :
<https://www.istrapedia.hr/hrv/1143/turizam-i-ugostiteljstvo/istra-a-z/>
(24.07.2020.)
12. Turizam u Istri, <https://www.istra.hr> (27.08.2020.)
13. Dolasci i noćenja u 2019.g.,
https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA_2020_ABC/c_dokumenti/200228_D_ZS_turizam2019.pdf (23.08.2020.)
14. Ruralni turizam, <https://www.istrapedia.hr/hr/natuknice/939/ruralni-turizam>
(24.08.2020.)
15. Ruralni turizam u Istri, <https://www.geografija.hr/hrvatska/ruralni-turizam-u-istri-dokaz-da-hrvatski-turizam-moze-i-na-drugi-nacin/> (24.08.2020.)
16. Istarska kuhinja i gastronomija, <https://www.istriasun.com/istra/gastronomija>
(25.08.2020.)
17. Istražite Motovun, <https://www.istra.hr/hr/destinacije/motovun> (25.08.2020.)
18. Općina Motovun - Montona, <https://www.motovun.hr/> (25.08.2020.)
19. Grad Buzet – znamenitosti, povijest, zanimljivosti, dostupno na: <https://www.tz-buzet.hr/hr/> (26.08.2020.)
20. Doživi Buzet, dostupno na:
<https://www.istra.hr/hr/destinacije/buzet/dozivite/830> (26.08.2020.)
21. Istražite Grožnjan, dostupno na: <https://www.istra.hr/hr/destinacije/groznjan>
(27.08.2020.)
22. Općina Grožnjan – Grisignana, dostupno: <https://www.groznjan-grisignana.hr/index.php/hr/mjesta-opcine/groznjan> (27.08.2020.)
23. Slikoviti gradić u središnjoj Istri – Oportalj, dostupno na:
<https://www.putovnica.net/odredista/hrvatska/oprtalj> (27.08.2020.)
24. Lječilište Istarske toplice, dostupno na: <https://www.istarske-toplice.hr>
(20.08.2020.)
25. Pula – Amfiteatar: dostupno na: <https://www.pulainfo.hr/> (20.08.2020.)

26. Kulturni turizam – Arena - Amfiteatar Pula, dostupno na: <https://www.pulainfo.hr/wp/wp-content/uploads/2017/09/pula-slika3.jpg> (22.07.2020)
27. Zdravstveni turizam – Istarske toplice, dostupno na: <https://www.istarske-toplice.hr/> (22.07.2020.)
28. Sportsko – rekreacijski turizam – Biciklizam, dostupno na: <https://outdoor-mania.eu/> (22.07.2020.)
29. Agroturizam, dostupno na: <https://aktivniturizam.hr/destinacija/agroturizam-u-istri> (22.07.2020.)
30. Kotli, dostupno na: <https://www.svejetu.hr/images/megabon/96189/eko-selo-kotli-odmor-netaknutoj-popusti.jpg> (22.07.2020.)
31. Lovački turizam, dostupno na: <https://lovackiportal.com.hr/broj-lovaca-turista-u-rh/> (22.07.2020.)
32. Turizam u Istri - od davnina do danas, dostupno na: <https://www.glasistre.hr/istra/kako-su-u-istri-izgledali-poceci-turizma-u-dva-desetljeća-istra-je-dosla-s-8-na-28-posto-smjestajnih-jedinica-u-hrvatskoj-i-postala-najznacajnija-turisticka-regija-609325> (24.07.2020.)
33. Nacionalni park Brijuni, dostupno na: <https://www.np-brijuni.hr/> (10.08.2020.)
34. Motovun, dostupno na: <https://www.istra.hr/hr/destinacije/motovun> (28.07.2020.)
35. 10. Festival terana i tartufa u Motovunu, dostupno na: www.tz-motovun.hr (03.08.2020.)
36. Buzet, dostupno na: <https://www.istra.hr/hr/destinacije/buzet> (03.08.2020.)
37. Ulicama Grožnjana, dostupno na: <https://www.istra.hr/hr/destinacije/groznjan> (10.08.2020.)
38. Oprtalj, dostupno na: <https://www.istriasun.com/istra/oprtalj> (10.08.2020.)

Članci:

1. Percepcija Hrvatske kao destinacije Zdravstvenog turizma, Zagreb, 2018.g. dostupno na: <https://www.htz.hr> (30.07.2020.)
2. European Travel Monitor – ETC Pool Report, IPK (2006), dostupno na: <https://www.ipkinternational.com/> (30.07.2020.)

POPIS TABLICA

Tablica 1.: SWOT analiza turizma Istarske Županije..... 37

Tablica 2.: SWOT analiza Lječilišta Istarske Toplice.....53-54

POPIS SLIKA

Slika 1.: Kulturni turizam – Arena - Amfiteatar Pula.....	17
Slika 2.: Zdravstveni turizam – Istarske toplice.....	19
Slika 3.: Sportsko – rekreacijski turizam – Biciklizam.....	20
Slika 4.: Agroturizam.....	22
Slika 5.: Kotli.....	23
Slika 6.: Lovački turizam.....	24
Slika 7.: Turizam u Istri - od davnina do danas.....	27
Slika 8.: Nacionalni park Brijuni.....	30
Slika 9.: Motovun.....	41
Slika 10.: 10. Festival terana i tartufa u Motovunu.....	43
Slika 11.: Buzet.....	45
Slika 12.: Ulicama Grožnjana.....	48
Slika 13.: Oprtalj.....	49

POPIS GRAFOVA

Graf 1. Utjecaj društvenih mreža na turizam.....	11
Graf 2. Utjecaj društvenih medija na korisnike turističkih medija.....	12
Graf 3.: Usporedba dolazaka domaćih i stranih turista u Istarskoj županiji 2018 /2019.....	34
Graf 4.: Usporedba noćenja domaćih i stranih turista u Istarskoj županiji 2018./2019.....	34
Graf 5.: Struktura noćenja turista prema dobnim skupinama 2019.g.....	35

POPIS SHEMA

Shema 1.: Prikaz značajki ponude zdravstvenog turizma.....51

Shema 2.: Prikaz smještajnog kompleksa „Lječilište Istarske toplice“.....52