Selektivni oblici turizma u Istarskoj županiji

Batel, Đina

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:419128

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Studij za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

ĐINA BATEL

SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA U ISTARSKOJ ŽUPANIJI

Završni rad

Pula, rujan, 2017. godine

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Studij za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

ĐINA BATEL

SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA U ISTARSKOJ ŽUPANIJI

Završni rad

JMBAG: 0145030484, izvanredni student
Studijski smjer: Kultura i turizam
Predmet: Selektivni oblici turizma
Mentor: doc. dr. sc. Aljoša Vitasović

Pula, rujan, 2017. godine

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Đina Batel, kandidat za prvostupnika Kulture i turizma ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mojega 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 Završnog 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, rujan 2017. godine

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Đina Batel dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom „Selektivni oblici 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, rujan 2017.

Potpis

_____

SADRŽAJ

1. POVIJESNI RAZVOJ TURIZMA 2
1.1. Prva etapa razvoja turizma 2
1.2. Druga etapa razvoja turizma 3
1.3. Treća etapa razvoja turizma 3
1.4. Novi razvoj turizma 4
2. ISTARSKA ŽUPANIJA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA 6
2.1. Atrakcije 6
2.2. Receptivni sadržaji 6
2.3. Pristup 7
2.4. Dostupni paket-aranžmani 8
2.5. Aktivnosti 8
2.6. Dodatne usluge 8
3. SWOT ANALIZA 10
4. SELEKTIVNI TURIZAM U ISTARSKOJ ŽUPANIJI 14
4.1. Zdravstveni turizam 15
4.2. Sportski turizam 16
4.3. Nautički turizam 17
4.4. Eko turizam 18
4.5. Lovni i ribolovni 18
4.6. Ruralni turizam 19
4.7. Kulturni turizam 20
4.8. Gastronomski turizam 21
4.9. Turizam događaja - event tourism 22
4.10. Vjerski turizam 22
4.11. Turizam na umjetno stvorenim atrakcijama 22
5. ANALIZA TURIZMA U ISTARSKOJ ŽUPANIJI 24
5.1. Trendovi u turizmu 24
5.2. Ponuda smještaja u Istri 24
5.3. Potražnja smještaja u Istri 25
5.4. Prednosti istarskog turizma 25
5.5. Slabosti istarskog turizma 26
5.6. Opasnosti za istarski turizam 27
5.7. Mogućnosti istarskog turizma 27
ZAKLJUČAK 28
SAŽETAK 29

SUMMARY 29
LITERATURA 30

UVOD

Turizam je društvena i ekonomska pojava i čini jednu od većih gospodarskih grana u gradovima i regijama cijelog svijeta. Turizam ima važnu ulogu u ekonomiji samim time što zapošljava veliki broj radnika, a ujedno je turizam jedan od vodećih grana u investicijama.

Za potrebe ovog završnog rada korištena je literatura naših poznatih autora koji su dali svoja mišljenja i istraživanja na polju turizma kao što su Vitasović, Dujmović, Gržinić, Vojnović, Ružić, Jadrešić i drugi. Njihove knjige prevedene su i na engleski jezik pa su tako dostupne i u stranim bibliotekama. Prikazuju se konkretni primjeri iz prakse koji se mogu koristiti i na drugim mediteranskim područjima koji tek razvijaju turizam ili već imaju svoje razvojne potencijale.

Cilj ovog završnog rada je istražiti trenutnu ponudu selektivnog turizma u Istarskoj županiji i njegove mogućnosti za daljnje širenje kako u Istarskoj županiji tako i na području cijele naše države.

Svrha rada je pobliže opisati vrste turizma koje su razvijene u Istarskoj županiji i koji su daljnji interesi.

Strukturu završnog rada čini pet sastavnih cjelina. U uvodu se objašnjava predmet, svrha i cilj istraživanja. Drugi dio se bazira na povijesnom razvoju turizma, kako se razvio na području Istre i koji su bili prvi turisti. Treći dio donosi prednosti i nedostatke hrvatskog turizma u usporedbi s turizmom europskih destinacija. Četvrti dio posvećen je Istarskoj županiji kao turističkoj destinaciji koja se sve više razvija, ulaže u turizam i ostale djelatnosti koje su usko povezane s turizmom Istre. Navedene su pojedine vrste i njihova zastupljenost u regiji kao i podaci o turističkoj posjećenosti pojedinih vrsta turizma. Peti dio donosi podatke budućnosti turizma u Istarskoj županiji, odnosno koje su prednosti, nedostaci, prijetnje i mogućnosti za daljnji razvoj turizma u Istri.

1. POVIJESNI RAZVOJ TURIZMA

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[1].

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. Naravno kad se spomene putovanje najprije pomislimo na ono pravo turističko radi odmora, razonode, zabave, kulturnih i sličnih potreba.

Razvoj turizma možemo podijeliti u nekoliko etapa koje će biti pobliže objašnjene u daljnjem tekstu.

1.1. 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 preduvjeti 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

[1] Vlatko Jadrešić, Janusovo lice turizma, Plejada, Zagreb, 2010, (str. 20-25)

uviđaju se njegove pozitivne strane pogotovo one ekonomske (Jadrešić, 2010.).

1.2. 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 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 (Jadrešić, 2010.).

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

1.4. 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. Na taj način možemo govoriti i o četvrtoj etapi razvoja u turizmu. Moramo se zapitati i istražiti koje bi nove vrste turizma 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 izbivanje 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.

Možemo govoriti o promjenama u suvremenom društvu koje 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 (Jadrešić, 2010.).

2. ISTARSKA ŽUPANIJA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA

Pod turističkom destinacijom podrazumijevamo mjesto, regiju ili zemlju koja je opremljena za prihvat i boravak turista zbog različitih koristi koje im pruža, ali isto tako mora biti dovoljno atraktivna da bi privukla turiste. Turistička destinacija je osnovni element razvoja turizma i mora sadržavati nekoliko bitnih elemenata da bi privukli i motivirali turiste za njihov dolazak (Križman-Pavlović, Ekonomska istraživanja, Vol. 21 (2008) No.2 (99-113).

2.1. Atrakcije

Atrakcije koje su bitne za turistički razvoj Istre su prirodne i atrakcije koje su registrirane kao kulturno-povijesni spomenici iz pretpovijesnog, antičkog, srednjovjekovnog i novovjekovnog razdoblja.

Prirodne atrakcije koje čine istarski poluotok su obalni reljef, more, klima i vegetacija. Gotovo cijeli obalni pojas istarskog poluotoka je pristupačan i ima mali nagib padina. Pogodan je za kupališni turizam s obzirom da je kupališna sezona u Istri od početka lipnja do kraja rujna s prosječnom temperaturom vode od 18 °C. Krajobraznu atraktivnost povećavaju eumediteranske i submediteranske kao i kultivirane vegetacije u priobalju i uskom zaleđu. Ovakve atrakcije pogodne su za razvoj ljetnog, odmorišnog turizma za turiste koji su vezani za odmor na moru i obalnu zonu. Prirodne atrakcije vezane su i za rubne dijelove s gradovima Poreču, Pule, Rovinja i Umaga (Vojnović, Vol. , No. 2, 2012.).

Drugu skupinu atrakcija čine brojni kulturno-povijesni spomenici, kulturne ustanove i manifestacije. Kulturno povijesni spomenici nastali su u pretpovijesnom, antičkom, srednjevjekovnom i novovjekovnom razdoblju. Atrakcije su smještene u jezgrama već spomenutih gradova kojim možemo dodati i gradove Labin i Rašu koji imaju svoje atrakcije vezane za povijest rudarstva u tim gradovima. Spomenici su očuvani i svi su dostupni turistima od kojih je kompleks Eufrazijeve bazilike u Poreču uvršten na listu svjetske baštine UNESCO-a 1997. godine, kao i četiri pulska spomenika iz rimskog razdoblja (Vojnović, Vol., No. 2, 2012).

2.2. Receptivni sadržaji

Druga bitna obilježja za razvoj turizma su receptivni sadržaji koji su u porastu zadnjih

desetak godina na području istarske županije. Obnavljaju se postojeći hoteli, grade se novi turistički kompleksi s luksuznim apartmanskim naseljima, razvija se wellness turizam s smještajem, obnavljaju se mnoge kamene kuće u unutrašnjosti Istre, grade se apartmanska naselja na obalama i povećava se privatni smještaj u malim obiteljskim hotelima, hostelima i drugim smještajnim jedinicama kao što su kampovi i turistička naselja.

Istra osim navedenih smještajnih jedinica ima i svoje smještajne jedinice u ruralnom dijelu Istre. Smještaj za turiste u uređenim tipičnim stambenim objektima građenim od kamena i opeke tipično za Istarsko podneblje. Unutarnje uređenje pokazuje autohtoni život nekadašnjih poljoprivrednih obitelji, koja je ovisila o djelatnosti kojom se seljak bavio da li je to stočarstvo, poljoprivreda, obrtništvo ili neko drugo zanimanje[2].

2.3. Pristup

Prometna infrastruktura još je jedan od bitnih elementa razvoja turizma. Blizina europskih središta pogoduje ovoj destinaciji kao i raznovrsna mogućnost dolaska. Istra je dobro povezana s cestovnim putevima, za nautičare ima pristupačne luke dok je i prednost blizina zračne luke koja je povezana s mnogim direktnim linijama europskih gradova. I u ovom slučaju povijest je odigrala glavnu ulogu i činjenica da se prvi zrakoplov spustio u Pulu još davne 1911. godine kada su austrougarski inženjeri i piloti pokušali ostvariti san o letenju. Civilni letovi započeli su 1924. kada je austrijski industrijalac Paul Kupelwieser želio obogatiti turističku ponudu za posjetitelje Brijuna i kupio hidroavion. Pad prometa osjetio se tijekom godina Domovinskog rata, ali se kasnije polako počeo oporavljati (airport Pula, 2017.). Osim navedenog zračnog i pomorskog prometa razvijen je cestovni promet koji je dobro povezan sa susjednim zemljama kao i s Europom. Najbitnija prometnica za Istru je Istarski ipsilon koji povezuje Istru s kontinentalnim dijelom Hrvatske u svom istočnom dijelu od Matulja do Kanfanara, a zapadni dio proteže se sve do granice Republike Slovenije pa sve do Pule. Cesta ima dobru putokaznu signalizaciju što omogućuje sigurnu vožnju do odredišta[3].

[2] Ružić, P.: Ruralni turizam, Pula, 2005., str. 69-70
[3] http://bina-istra.com/Default.aspx?sid=579, pristupljeno 31.08.2017

2.4. Dostupni paket-aranžmani

Turističke agencije imaju glavnu djelatnost organiziranje putovanja i boravka, kao i pružanje drugih usluga putnicima i turistima tokom njihovog putovanja i njihovog boravka u odabranom mjestu. Posredničke funkcije omogućuju bolje iskorištavanje kapaciteta, dok turistima olakšava poslove oko rezervacija i organizacija putovanja. Receptivne agencije usmjerene su na prihvat turista i organizaciju prilikom boravka u turističkoj destinaciji kao i suradnja s emitivnim inozemnim agencijama[4]. Dobra koordinacija jednih i drugih omogućuje turistu siguran i jednostavan dolazak i boravak u odabranoj destinaciji. Istra ima vrlo dobru koordinaciju s Turističkim zajednicama gradova i općina koje pružaju sve potrebne informacije.

2.5. Aktivnosti

Suvremeni turisti prilikom putovanja pretežno se odlučuju za ciljani odmor. U taj odmor uključuju i neke aktivnosti obično one koje im nisu dostupne u domicilu. Ako se radi o turistima koji odlaze na odmor u ljetnim mjesecima razumljivo je da su njihove ambicije vezane za vanjske aktivnosti kao što je more, priroda, ili pak obilazak nekih kulturnih spomenika i manifestacija kojih u ljetnim mjesecima ne nedostaje u Istri. Istra pruža mnogo zanimljivih atraktivnih lokacija i atraktivnosti koje vrijedi pogledati i doživjeti, o čemu će biti govora u narednim poglavljima.

2.6. Dodatne usluge

Da bi ponuda bila zadovoljavajuća potrebno je voditi računa i o nekim dodatnim uslugama i sadržajima koji bi bili zanimljivi i potrebni jednoj kvalitetnoj i atraktivnoj destinaciji. Konkretno možemo govoriti o samim marketinškim, razvojnim i koordinacijskim aktivnostima koje bi dale potrebne informacije o destinaciji. Potrebno je sagledati i povratne informacije kako bi se dobilo što kvalitetnije i efikasnije rješenje i ideje za daljnji rast i razvoj destinacije i njenih kvaliteta. Dodatne usluge možemo okarakterizirati kao posebne zahtjeve

[4] Ružić, P.: Ruralni turizam, Pula, 2005., str. 94-96

turista koji im u određenoj destinaciji nisu dostupni ali im se to može omogućiti. Tu možemo navesti određene izlete izvan mjesta trenutnog smještaja ili određene manifestacije koje bi rado posjetili, a nisu na raspolaganju u trenutnom mjestu boravka. To može uključivati prijevoz, ulaznice pa čak i smještaj i ostale usluge.

3. SWOT ANALIZA

Primjena metodičkog postupka u socioekonomskom istraživanju pogotovo u turizmu, relativno je kratkog vijeka jer se najčešće upotrebljava za potrebe analize u primjerima studije slučaja. Swot analiza je metoda ili instrument komparativne interdisciplinarne analize i procjene s kojom se ocjenjuje stanje, položaj i mogućnosti određenog pravnog subjekta ili razmatranog područja sa stajališta prednosti i nedostataka te mogućnosti i nemogućnosti u zadanom vremenu i prostorno društvenoekonomskom kontekstu[5]. Ovakva analiza može koristit kod planiranja i utvrđivanja poslovne politike i strategije razvoja ciljnog pravnog subjekta ili određene geoekonomske cjeline. U znanosti se ne prakticira u svrhu pouzdanih i vjerodostojnih odgovora već samo kao pomoćna metoda jer nije pouzdana za donošenje konačnih ocjena.

Primjena takve analize u turizmu vrlo je kompleksna u njegovoj širini i dubini zbog utvrđivanja elemenata i ciljeva koji se žele analizirati.

Teorijski gledano obuhvaća tri razine istraživanja :

a) swot analiza u užem smislu
b) lokalna, regionalna i nacionalna razina istraživanja
c) različiti aspekti istraživanja na razini: prostornoekološke komponente, socijalne, političke, demografske, kulturne, radnointelektualne, ekonomske, planske, psihološke, infrastrukturne, povijesne, suprastrukturne i širi globalizacijski aspekt.

S obzirom na široke ciljeve, zadatke i postupke najbolje je uzeti metodu selekcije i prioritete koji se mogu najbolje koristiti u svrhe za potrebe turizma.

Na sljedećim tablicama navedeni su prednosti i nedostaci turističkog razvoja Republike Hrvatske. Neki od navedenih nedostataka su protekom vremena smanjeni i poboljšani pa su sada u manjem razmjeru. Kao na primjer obnova i uređenje postojećih hotela i apartmanskih naselja sa većom zvjezdicom, povećanje turističkih usluga, bolja zdravstvena usluga, bolja povezanost turističkih zajednica i drugih neprofitabilnih organizacija u pojedinim gradovima kao što su Pula, Poreč, i drugi gradovi na obali Istre, gradnja golf igrališta, reducirana PDV stopa za turizam, više wellnes centara u sklopu hotela i apartmanskih naselja, dostupne turističke informacije, uvođenje selektivnog zbrinjavanja otpada, poboljšanja u ugostiteljskim kadrovima, uvođenje novih turističkih proizvoda u svrhu produljenja turističke sezone, izmjene u turističkim zakonskim okvirima. Ovo su samo neke

[5] Jadrešić, V.:Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada 2010, str.158-159

promjene koje su se desile u zadnjih nekoliko godina. U svrhu poboljšanja turizma svaka regija pokušava što više učiniti na tom polju pogotovo ako je to djelatnost koja je bitna za gospodarstvo određenog grada, općine ili šireg područja i koje ima za cilj privući što više turista i zaposliti što više ljudi tokom sezone i produljiti što više van sezone pa čak i tokom cijele godine.

Tablica 6. SWOT analiza – primjeri

Primjer 1: Prednosti i nedostaci turističkog razvoja Republike Hrvatske

PLUSEVI (PREDNOSTI)		
– prirodnoekološka osnova – antropogena osnova – turistička tradicija – postojeći kapaciteti – ljudski potencijali – demokracija i tržno gospodarstvo – organiziran turistički sektor – povijesni gradovi – atraktivna obala – veliki broj otoka – atraktivnost plave i zelene Hrvatske – veliki broj kvalitetne, objektivne i subjektivne kulture – riznica gradova i ruralnih naselja – u granicama razvijen masovni turizam – sve razvijenije vrste i oblici selektivnog turizma – grad Dubrovnik i sve više Zagreb – gostoljubivost	– sportskorekreativna infrastruktura – toplički i drugi centri – kriminalitet ipak pod kontrolom (posebice turistički) – ljetovališno kupal. turizam, nautički turizam – sve razvijenije destinacije – sve veća ulaganja u turizam različitosti, izbora, i kakvoće – vikend odredišta, kongresni centri – proaktivna politika i mjere vlade – rast potražnje i razvoj ponude – različita i bogata kulturna i vjerska baština – nove autoceste – čisto more – sigurnost – mjere zaustavljanja divlje gradnje	– uvođenje reda u nautički turizam – mali obiteljski hoteli – sve bolja kulturna i zabavna ponuda – gastronomija – orijentacija na hotele sa 4 i 5 zvjezdica – veće uključivanja primarnog i sekundarnog sektora – sve više hrvatskih brendova – razvoj prometnih i trgovačkih kapaciteta – blizina emitivnih tržišta – očuvane tradicije i identiteti – orijent. na održivo – selektivne programe – poticaji u turizmu – menadžment i inovacijska znanja – dobra klima za razvoj turizma – destinacija kao brand (marka), itd.
MINUSI (NEDOSTACI)		
– ni masovni, a još više ni selektivno-održivi turizam – visoke cijene izvanpansionske ponude – zastarjeli betonski i mastodontski hoteli – slab razvoj selektivnih vrsta turizma – premalo hotela više i najviše kategorije – siva ekonomija – počesta saturacija i turistifikacija, betonizacija obale, apartmanizacija – prodaja zemljišta i nekretnina – raskoraci u razvoju područja – prebukiranost i turistička pustoš – crne točke u prometu – problemi parkiranja – nepovoljna struktura, smještaja i drugih kapaciteta i usluga – neobučenost kadrova i slaba komunikacija i odnos s turistima	– nerazvijena turistička kultura – manjak turističkih usluga – slabe zdravstvene usluge – skupe taksi usluge – sporo donošenje odluka i mala kapitalna ulaganja – raskoraci ponude i cijena – slab rad u turističkim zajednicama i drugim neprofitnim organizacijama – kratka turistička sezona – slab izbor usluga, programa, događanja i doživljaja – nedostatak golf igrališta itd. – problemi s koncesijama,... – problemi s turističkim zemljištem – nedefinirano turističko zakonodavstvo – nepostojanje diferencirane stope PDV-a – negativan imidž balkanske zemlje	– raskorak između planova i realizac. (policentr. plan) – velike društvene turbulencije – malo wellnes centara i sl. – slaba povezanost tur. organizacija (prof. neprof. organ. i logistike) – nedostatak paket aranžmana – slabe turističke informacije – noćni sadržaji – sezonalnost i cijene – sve više masovnih destinacija – regionalna nestabilnost – preustroj sustava – ilegalni strani iznajmljivači – manjak turist. proizvoda – nepovoljna struk. i raspored gostiju, kakvoća usluge – pomanjkanje atmosfere, buka – nečistoća, segregacija gostiju – nehigijena, slab šarm, itd. – nekontroliran razvoj – nedostatak stručnih kadrova

Tablica[6] 1. SWOT analiza – primjeri, Prednosti i nedostaci turističkog razvoja Republike Hrvatske

[6] Jadrešić, V.:Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada 2010, str. 159

Primjer 2: SWOT analiza turizma Europske unije

Jake strane (prednosti)	1. krajolik, razvijena folklorna tradicija, gastronomija i kultura 2. integriran imidž destinacije 3. jaka turistička osnova i povećana potražnja za europskim proizvodom 4. sigurnost 5. trendovi usmjereni na kvalitetu proizvoda i usluge, a ne na njihovu kvantitetu 6. postojanje velikih međunarodnih korporativnih lanaca koji su okrenuti kvalitetnom razvoju 7. predanost pitanjima kvalitete 8. turističke organizacije razvijenim "know-how"
Slabe strane (nedostaci)	1. nepostojanje europskih pravilnika o politici kvalitete 2. nedovoljan broj organizacijskih okosnica za kontroliranje poboljšanja 3. nezadovoljavajući javni prijevoz i preopterećen promet 4. loša signalizacija i informacijski sustavi za turiste 5. neodgovarajući urbani razvoj 6. veliki broj institucija na svim razinama 7. nedostatak percepcije turističkog sektora 8. negativan imidž zaposlenja u turizmu 9. visoki troškovi rada 10. sezonalnost 11. zastarjele i nepouzdane klasifikacije turističkog sustava 12. percepcija skupe destinacije
Mogućnosti	1. konsolidacija pozicije poslovnog turizma 2. turistička tehnologija bazirana na važnosti i snazi turističke industrije 3. izvoz turističkog "know-how" i tehnologije 4. promocija sustava kvalitete na dobrovoljnim osnovama 5. razvoj i ekspanzija sustava potpunog upravljanja kvalitetom za destinacije 6. motiviranje dioničara za razmjenu najuspješnije poslovne prakse i iniciranje suradnje 7. povećanje "potrošačke snage" 8. kreiranje radnih mjesta zasnovanih na stalnoj, profesionalnoj i stručnoj kvaliteti pruženih usluga 9. privlačenje stabilne i diferencirane turističke potražnje 10. ekonomski razvoj nezbrinutih područja
Ograničenja	1. rastući broj efektivnih "igrača" u svjetskom turizmu 2. ubrzano poboljšanje kvalitete u konkurentskim destinacijama 3. prevelika koncentracija na reduciranom broju tržišta i touroperatora 4. veliki broj malih posjednika neće se biti spremno učlaniti u pravne asocijacije i certificirane organizacije 5. neodrživi socijalni razvoj i razvoj okoliša 6. manjak prikladnih zaposlenika 7. cjenovna konkurencija umjesto kvalitete

Tablica[7] 2. SWOT analiza turizma Europske unije

Kad gledamo nedostatke koji se odnose na Europski turizam, posljednjih godina dešavaju se velike političke promjene koje negativno utječu na razvoj turizma i sigurnost turista. Teroristički napadi sve se češće događaju koji nisu nimalo povoljni za razvoj turizma.

[7] Jadrešić, V.:Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada 2010, str.160

Veliki gradovi kao što je Pariz, Rim, Berlin koji privlače mnogo turista više nisu toliko sigurni, a i sigurnost prometa je dovedena u pitanje. Nadalje iz tablice je vidljivo da Europa ima neke druge probleme u organizacijama turizma, a to su među bitnima broj organizacija za kontroliranje poboljšanja, nezadovoljavajući javni i preopterećeni promet, loša signalizacija i informacijski sustavi za turiste, nezadovoljavajući urbani razvoj. Sve su to nedostaci koji se spominju u tablici gore, međutim neki od tih nedostataka su otklonjeni ali kao što je već navedeno puno bitniji problem je sigurnost turista, a to je nedostatak kojeg je vrlo teško kontrolirati.

4. SELEKTIVNI TURIZAM U ISTARSKOJ ŽUPANIJI

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[8].

Dakle 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[9]. Selektivni turizam nastaje sedamdesetih XX. st. kad masovni turizam dolazi do krize. 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 ta što se personalizira odnosno oblikuje prema potrebama turista i turist je u fokusu istraživanja i oblikovanja ponude i turističkih proizvoda[10].

Selektivni turizam selekcioniran je po najboljim kriterijima i ima velike mogućnosti razvoja u budućnosti, tržišno je konkurentan i ekonomski profitabilan[11].

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 koji 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[12].

Bogatom prirodnom raznolikošću Istra ima potencijala razvoja mnogih vrsta turizma pa su selektivni oblici turizma vrlo pogodni za istarski poluotok. Turistička sezona se

[8] Jadrešić, V.:Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada 2010, str.176
[9] Jadrešić, V.:Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada 2010, str.177
[10] Luković, T.:Sveučilište u Dubrovniku, za časopis „Acta turistica“ Zagreb, preuzeto 17.08.2017.
[11] Jadrešić, V.:Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada 2010, str.185
[12] http://www.istrapedia.hr/hrv/1143/turizam-i-ugostiteljstvo/istra-a-z/, preuzeto 24.08.2017

produžuje upravo zbog povoljne klime koja omogućuje veći dio godine boravka na otvorenom, novim specifičnim oblicima turizma koji su vezani za prirodu i aktivnosti na otvorenom. Prema sadržaju ponude možemo navesti turizam vezan za prirodne resurse i turizam društvenih resursa.

Turizam prirodnih resursa je:

- Zdravstveni turizam (spa)
- Sportski turizam
- Nautički turizam
- Eko turizam
- Lovni i ribolovni
- Ruralni turizam

Turizam društvenih resursa:

- Kulturni turizam
- Gastronomski turizam
- Turizam događaja (event tourism)
- Vjerski turizam
- Turizam na umjetno stvorenim atrakcijama

Upravo Istarska županija nudi mnoge vrste navedenih oblika turizma, neki su sezonskog karaktera dok su neki dostupni tijekom cijele godine. Od gore navedenih oblika turizma gotovo svi su zastupljeni u regiji Istarske županije. Kao što je već navedeno turizam vezan za prirodu i njene resurse vrlo je raširen, a svakim danom se javlja još poneki oblik turizma na području Istre i njenih obala. Selektivni turizam još možemo reći i da je turizam specijalnih interesa. Nadalje navodimo vrste turizam za koje postoji naviše zainteresiranih turista koji dolaze i borave u Istarskoj županiji.

4.1. Zdravstveni turizam

Ubrzani način života dovodi nas da odlaskom na neko putovanje kvalitetno iskoristimo, odnosno na kvalitetan odmor a time da mislimo i na svoje zdravlje. Tako se razvio zdravstveni turizam, a u Istri imamo nekoliko kvalitetnih klinika kao što su dentalne klinike i poliklinike koje u svom sastavu ne nude samo medicinske usluge već i usluge smještaja za svoje goste u moderno opremljenim sobama. Osim navedenih, postoje i klinika

za fizikalnu medicinu i rehabilitaciju kao i cjelokupni spa paket usluga[13]. Kad govorimo o zdravstvenom turizmu u Istri, jedne od poznatih destinacija su i Istarske toplice koje djeluju kao odjel za fizikalnu terapiju i medicinsku rehabilitaciju. Poznate su na europskom tržištu zbog kvalitete usluge terapija i smještaja pa se tako često nađu turisti iz Italije, Austrije, Njemačke pa čak i Švicarske koji se često i vraćaju u Istarske toplice. Uz terapije od ljekovitog blata i vode nude se i druge mogućnosti odmora i rekreacije. Sportsko rekreacijska ponuda također je raznovrsna: mini golf, stolni tenis, rukomet, veliki i mali nogomet, boćanje, vožnje biciklom ili šetnje netaknutom prirodom, postoji mogućnost i ugovaranja seminara i to u kapacitetu dvorana do 50 do 150 osoba. Istarske toplice imaju i tu pogodnost što se nalaze blizu vrlo poznatih gastronomskih destinacije koje obiluju konobama i drugim ugostiteljskim objektima koji nude na daleko poznate Istarske tartufe[14].

4.2. Sportski turizam[15]

Blaga klima i prekrasna priroda još jedanput ide u korist raznim sportovima. Istra obiluje lijepim prirodnim vrednotama koje se mogu iskoristiti i provesti vrlo kvalitetan odmor. Tako obiluje sportskim aktivnostima za rekreativce, za iskusne i one koji žele aktivnosti sa više adrenalina. Istra ima obilježene biciklističke staze za koje su izrađene posebne karte. Neke staze nalaze se po gradovima i urbanim sredinama dok su druge po brdskim područjima i šumama. Osim biciklizma sve popularniji su trekking odnosno orijentacijsko terensko trčanje i planinsko trčanje na označenim stazama. Sport koji je prerastao u cjelogodišnji sport je penjanje po stijenama, pa tako Istra svake godine proširuje svoje ponude koje su sve interesantnije za rekreativce i one s više iskustva pa čak i za cijelu obitelj. Istra trenutno ima 25 sportskih penjališta.

Pješačenje je još jedan od atraktivnih sportova koji privlači turiste zbog svojih pješačkih staza koje prolaze kroz vinograde, maslinike, obalu, arheološka nalazišta i mnoštvo staza koje su na prekrasnim padinama i ravnicama istarskog poluotoka. Svaka od njih ima svoju priču po kojoj je specifična, a ujedno moguće je pješačiti u sva godišnja doba.

Jahanje je još jedan od sportova koji su zastupljen u Istri i sve više ima interesa za taj sport. Istra ima šest jahačkih centara koji se sastoje od nekoliko zasebnih ergela. Ergele imaju

[13] http://www.istra.hr/hr/atrakcije-i-aktivnosti/wellness/zdravstveni-turizam/942-ch-0?&l_over=1
[14] https://www.istarske-toplice.hr/o-nama/, pristupljeno, 29.08.2017.
[15] http://www.istra.hr/hr/atrakcije-i-aktivnosti/sport, pristupljeno, 28.08.2017.

konje na raspolaganju za jahanje, školu jahanja, izlete po prirodi i konje koji se koriste u terapijske svrhe, pa jahanje možemo svrstati i pod zdravstveni turizam.

Od atraktivnih sportova možemo spomenuti i golf koji je isto tako vrlo atraktivan za strane i domaće turiste, kao i njihova natjecanja koja se odvijaju na golf terenima Istre, a jedno od najatraktivnijih je ono na terenima koja se nalaze na otočju Brijuni.

Istra je također poznata i po tenis terenima, a Umag po svom svjetski poznatom ATP Tour – Croatia Open, koji se ističe po vrhunskom tenisu i brojnim stranim i domaćim popularnim igračima tenisa. U Umagu se nalazi i najveći teniski centar, brojni tereni i velika ponuda smještaja u neposrednoj blizini.

Istra je poznata i po paraglidingu i zmajarenju koji su atraktivni za područja Buzeta i obronaka Učke. Također možemo reći da je to sport kojim se može baviti tijekom cijele godine ako su zadovoljeni vremenski uvjeti.

4.3. Nautički turizam

Nautički turizam privlači turiste više platežne moći, obrazovane, istaknute poslovne ljude i naravno rekreativce. Da bi se regija mogla baviti nautičkim turizmom potrebna su dodatna ulaganja od strane države i županije te lokalnih zajednica jer je to u interesu od šireg značaja i ekonomske koristi. Nautički turizam zahtijeva ulaganja u infrastrukturu kako bi određene luke mogle prihvatiti planirani broj plovnih vozila, njihove članove, i zadovoljiti njihove potrebe i usluge koje se traže za vrijeme boravka u određenoj luci ili marini. Kad govorimo o infrastrukturi mislimo na dodatne sadržaje koje jedna marina mora zadovoljavati kako bi se nesmetano mogli usidriti plovni objekti kojima je dozvoljeno sidrenje. Istra ima nekoliko vrlo dobro opremljenih marina i bilježi vrlo veliki broj plovnih objekata. U Istarskoj županiji imamo poznate marine ACI Umag, ACI Rovinj, ACI Pula, ACI Pomer, Marina Veruda, Marina Červar Porat, Marina Vrsar, Marina Nautica Novigrad i Poreč gradska luka. Marina u Puli ima kapacitet od 194 veza u moru, a može prihvatiti mega jahte do 40 m dužine. U sklopu marine nalazi se i restoran kao i dodatni sadržaji potrebni nautičarima a ujedno se nalazi u samom centru grada. Marina u Rovinju trenutno se renovira i osposobljava za 192 veza za brodove prosječne duljine 18 metara i ostale sadržaje. Marina u Umagu je trenutno najveća u Istri i ima kapacitet od 475 vezova u moru s priključcima za vodu i struju, 40 mjesta za smještaj plovila na kopnu i mogućnost prihvata jahti do 40m dužine. Kao i druge

marine opremljena je i ostalim sadržajima potrebnim za nautičare[16].

4.4. Eko turizam

Eko turizam 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[17]. Među tim resursima našla se i Istarska županija koja raspolaže s mnogim prirodnim ljepotama na vrlo malom prostoru. Eko turizam se pojavio 1980-ih kao oblik specijalnih interesa i očuvanja prirodnog okoliša. Temeljni principi koji su karakteristični za ekoturizam su konzervacija prirodnog okruženja, ekološka održivost, edukacija o zaštiti prirodnog okoliša, uključenost i doprinos boljitka lokalnih zajednica, zadovoljstvo posjetitelja koje proizlazi iz ekoturističkog iskustva[18]. Eko turizam ne zahtijeva velika ulaganja u infrastrukturu jer ni turisti koji vole ovaj vid turizma nisu zahtjevni i ne traže puno. Eko turizam možemo pronaći u svakoj vrsti turizama koji se odvija u prirodi, zapravo svi oblici turizma na neki način čuvaju prirodne resurse, vode računa o ekologiji i održivom turizmu jer je to jedini ispravni način kako bi se očuvala priroda i ekologija.

4.5. Lovni i ribolovni

Lovni turizam u Istri dio je turističke ponude već dugi niz godina. Za potrebe lovnog turizma na više od 240 tisuća hektara lovišta uzgajaju se srne, jeleni i jeleni lopatari. Osim njih uzgajaju se i divlje svinje, zečevi, fazani, poljske jarebice i jarebice kamenjarke. U svrhu turizma aktivno je 46 lovišta i osnovano je 38 lovačkih društava a njihovi članovi vode računa

[16] http://www.aci-marinas.com/aci_marina/aci-marina-umag/, pristupljeno 30.08.2017
[17] Hrvatski turizam, plavo bijelo zeleno, znanstvena edicija instituta za turizam knjiga br. 3, Zagreb,2006, str. 149-153
[18] Dujmović, M., Kultura turizma, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2014, str. 200-201

o lovištima i lovačkim domovima. Lovni turizam aktivan je najviše tokom zimskih mjeseci.[19]

Turisti koji najčešće dolaze zbog lovnog turizma dolaze iz Italije i zadovoljni su bogatim lovištima. Lovni turizam toliko je atraktivan među Talijanskim lovcima da im ni visoka cijena nije upitna. Na graničnim prijelazima moraju prijaviti oružje i pritom platiti dodatnih 105 kuna, a lovački pas mora imati i ispravu koja je svojevrsna putovnica. Lovci obično dolaze u skupinama od 3-4 osobe i zadržavaju se u pravilu oko dva do tri dana odnosno najčešće za vikend. Za potrebe ovakvih gostiju potrebno je organizirati smještaj i za pse u istoj smještajnoj jedinici uz lovca.[20]

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[21].

4.6. Ruralni turizam

Ruralni turizam je turizam koji se odvija na ruralnom području, to područje može uključivati boravak na gospodarstvu, gdje je moguće baviti se nekim sportom jahanjem, penjanjem, odmor u prirodi, ekoturizam, lov, ribolov i drugo. Ruralni turizam može biti lociran na ruralnim područjima, izgrađen u tipičnom ruralnom stilu, tradicionalnih obilježja. U Istri se ruralni turizam počeo intenzivnije razvijati 1990-ih i u stalnom je porastu[22]. 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[23].

Kad govorimo o ruralnom turizmu možemo navesti nekoliko oblika ruralnog turizma, jedan od njih je poznati agroturizam s mogućnošću korištenja usluga smještaj, prehrane, pića, zabave rekreacije i drugo, a sve u obiteljskim zgradama ili drugim smještajnim jedinicama u

[19] http://www.istra.hr/hr/atrakcije-i-aktivnosti/sport/lov, pristupljeno 24.08.2017.
[20] https://www.vecernji.hr/vijesti/talijanski-lovci-ne-pitaju-za-cijenu-lova-u-omiljenoj-istri-853581, pristupljeno 24.08.2017.
[21] http://www.hssrm.hr/distribucija-dozvola/dozvole-za-sportski-ribolov.html, pristupljeno 29.08.2017.
[22] http://www.istrapedia.hr/hrv/862/ruralni-turizam/istra-a-z/, pristupljeno 29.08.2017.
[23] Ružić, P., Ruralni turizam, Pula, 2005. str. 15

okviru seljačkog gospodarstva. Ovakav oblik turizama još se naziva i seljački ili agroturizam. Osnovna djelatnost u seljačkom gospodarstvu je poljoprivreda dok ostale usluge su dodatna djelatnost. Da bi se takav oblik turizma mogao odvijati za to mora postojati određeni uvjeti kao što je adekvatno opremljeno i organizirano gospodarstvo i educirano osoblje za pružanje usluga. Kvaliteta ponude ovisi o činiteljima koji se odnose na njegovu okolišnu, klimatsku, rekreacijsku, vizualnu i komunalnu opremljenost. Osim toga na kvalitetu takvog turističkog gospodarstva utječu i ostali sadržaji koji se nude kao što su domaće životinje, uređeno dvorište, suvremeno opremljene smještajne jedinice, aktivno sudjelovanje u određenim poslovima na gospodarstvu i druge zanimljive aktivnosti koje bi mogle zanimati turiste prilikom boravka na takvom mjestu[24].

4.7. Kulturni turizam

Kulturni turizam je 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. 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 dr nego i aktivnog sudjelovanja u kulturnim aktivnostima kao što su fotografiranje, plesanje i dr. [25].

Istra svojom prošlošću obiluje mnoštvom kulturnih spomenika i znamenitosti, kao i bogatstvo mnogih kulturnih zbivanja i običaja. Gotovo svaki grad, mjesto, obala ima neki vrijedan spomenik ili ostatak antičkog, rimskog ili nekog drugog doba.

Od najpoznatijih možemo navesti Amfiteatar u Puli koji godišnje posjeti oko 300 000 posjetitelja[26], zatim možemo navesti otočje i nacionalni park Brijuni koji isto tako imaju veliki broj posjeta. Poreč je poznat po Eufrazijevoj bazilici koju je UNESCO proglasio Svjetskom kulturnom baštinom, Parenzana poznata uskotračna željeznička pruga koja je povezivala Poreč i Trst. Unutrašnjost Istre krase srednjovjekovni dvorci od kojih je naveliko

[24] Ružić, P., Ruralni turizam, Pula, 2005. str. 17
[25] Dujmović, M., Kultura turizma, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2014, str.109
[26] https://hr.wikipedia.org/wiki/Amfiteatar_u_Puli, pristupljeno 25.08.2017.

poznat dvorac u Svetvinčentu Morosini – Grimani i mnogobrojne crkvice[27]. Mnoge manifestacije koje privlače turiste i domaće posjetitelje su pučke fešte, a odvijaju se u gotovo svakom gradu ili selu pa čak i pojedinačno po naseljima. Od poznatijih manifestacija je i trodnevno obilježavanje „Trke na prstenac“ u Barbanu, poznata pučka fešta koja se održava u Žminju po imenom „Bartulja“, tradicionalna Rovinjska noć i mnoge druge po kojima je Istra poznata. U gradovima na obalama mora također se održavaju pučke fešte kao što su poznate ribarske fešte u Fažani, Vrsaru, Funtani i drugim mjestima.

4.8. Gastronomski turizam

Gastro turizam naveliko je poznat u Istri, najviše po svojim autohtonim jelima i veliki broj agroturizama koji spremaju tradicionalna jela.

Poznata gastronomska manifestacija se održava u Livadama pod nazivom Dani tartufa u Livadama. Osim toga mnogi restorani nude popularna jela od istarske tjestenine s tartufima. Unutrašnjost Istre ima razvijen agroturizam u sklopu kojeg se nalaze ugostiteljski objekti koji nude autohtona jela, dok su namirnice iz vlastitog uzgoja.

Istra ima poznate i vinske staze i vinske podrume u sklopu kojih su male kušaonice koje su jako atraktivne za domaće i strane goste. Isto tako Istra je poznata i po kvalitetnim maslinovim uljima, ima dugogodišnje nasade, izgradile su se nove uljare za preradu finog kvalitetnog maslinovog ulja koje je uvršteno u svjetske brošure i koja su nagrađivana na svjetskim natjecanjima s najvišim ocjenama. Istra je u svijetu poznata kao Regija maslinovog ulja. Što se gastronomije tiče Istra ne zaostaje ni za proizvodnjom meda, sira, mesa pogotovo onog od istarskog goveda i raznih prerađevina od voća i povrća koji se mogu kupiti na raznim sajmovima koji se organiziraju nekoliko puta godišnje u nekoliko mjesta u Istri. Kao regija na moru poznata je po vrhunskim restoranima koji nude riblje specijalitete pa tako su i nastale razne manifestacije u čast pojedinih vrsta školjaka, mekušaca i riba kao pučke fešte na kojima se nude specijaliteti u sezoni pojedinih vrsta riba. Od ostalih specijaliteta koji se nude na istarskim stolovima poznata su i jelo od samoniklog bilja odnosno šparoga i raznih gljiva koje rastu na proplancima i obroncima kao i u šumama Istre.

[27] http://www.istrapedia.hr/hrv/876/svetvincenat-savicenta/istra-a-z/, 25.08.2017

4.9. Turizam događaja - event tourism

Takav turizam podrazumijeva kretanje relativno velikih skupina turista na određene manifestacije. Te manifestacije mogu biti sportskog, kulturnog, zabavnog i nekog drugog karaktera[28]. Najpopularnije su muzičke manifestacije na koje dolaze veliki broj mladih turista koje se održavaju u ljetnim mjesecima. Jedan od takvih velikih događaja je i Festival elektronske undergroun glazbe Dimensions i Outlook festival elektronske underground glazbe koji se održava u Štinjanu nedaleko od Pule i na koji dolazi veliki broj turista ljubitelja takve glazbe. Na pozornicama ovog spektakularnog festivala sudjeluje i do nekoliko stotina izvođača dnevnih i noćnih pozornica i zabavama na brodovima i u kampu uz plažu[29]. Osim muzičkih festivala poznate su i Croatia bike week koji se održava već dugi niz godina za ljubitelje moto sporta. Ovo su neka od većih događanja koja se održavaju u Istri.

Vrlo popularna je i manifestacija u organizaciji Auto klub Pula-Rovinj koja još od osnivanja davne 1965. pa sve do danas uspješno organizira susrete ljubitelja old timer vozila i vespi. Ona privlači mnoge strane turiste koji vrlo rado dolaze na druženja i natjecanja koja se održavaju. Vrlo je popularna među talijanskim i francuskim turistima[30].

4.10. Vjerski turizam

Vjerski turizam možemo karakterizirati kao manifestaciju, sudjelovanje u vjerskim obredima, a može biti povezana s lokalnim, regionalnim, nacionalnim i međunarodnim vjerskim svetištima. Istra takve manifestacije povezuje lokalno kao organizacija ili drugih vjerskih manifestacija, prezentacija pokretnih ili nepokretnih sakralnih spomenika ili neko od svjedočenja nacionalne ili lokalne povijesti kraja[31].

4.11. Turizam na umjetno stvorenim atrakcijama

Umjetne atrakcije dobra su dodatna razonoda za velike i male. Istra ima nekoliko takvih atrakcija, odnosno adrenalinskih parkova. Većina ih je smještena u prirodnim

[28] http://e-ucenje.oet.unipu.hr./course/view.php?id=56, pristupljeno 26.08.2017.
[29] http://www.istra.hr/hr/atrakcije-i-aktivnosti/kalendar-dogadanja/16790-ch-0?&l_over=1, pristupljeno 03.09.2017.
[30] http://akpularovinj.hr/, pristupljeno 29.08.2017.
[31] Ružić, P., Ruralni turizam, Pula, 2005. str. 23-25

okruženjima, borovim šumama, blizina morskih obala.

U blizini Poreča nalazi se Adrenalinski park Sky Fox broji čak 35 različitih vježbi, bike poligon, Big Foot poligon, Motodrom s karting stazom, a u ponudi ima i bike poligon te ogromni BigFoot, Cross&Buggy off-road staza, Airsoft laser game i paintball. U ponudi je još i 5 zip lines ukupne dužine 250 metara te velika ljuljačka. Adrenalinski park u Umagu smješten je na stablima i sastoji se od visećih staza smještenih u šumi. Adrenalinski park Medulin sastoji se od visinskog poligona na stablima, zip-line (150m) postavljen uzduž gotovo cijelog parka, spust unutar velike zorbing lopte, zorbing nogomet, nadmetanje u paintballu ili streličarstvu te vožnja quad i buggy vozilima. Adventure park Pula nalazi se u šumi na samom kraju šetnice Lungomare, nudi 30 uzbudljivih i zabavnih elementa na poligonu za djecu i odrasle te 80-metarski zip-line. „Glavani park“ nedaleko od Vodnjana nudi već spomenute zip-line na visini od 10 metara u završnoj fazi dužine od 113 metara, uz dodatne prepreke koje treba savladati uz još malo adrenalina. U sklopu parka nalazi se i mala farma životinja koja je interesantna za djecu. Adventure park Jangalooz nalazi se u borovoj šumi u sklopu AC Bi village, nadomak Fažane, sa svojih 5 staza na visinama od 1,5 do 10 m, 53 prepreka, preko 370 m Janga zipa, 10 m visokom stijenom za penjanje Janga wall i Janga jumpom sustavom s kojim možete skočiti s visine od 12 m. Osim navedenih adrenallinskih parkova ima i nekoliko lokacija s paint ball, karting staze i veliki aquapark Istralandia u Poreču.[32]

[32]http://www.istra.hr/hr/atrakcije-i-aktivnosti/sport/sportske-aktivnosti/adrenalinski-parkovi, pristupljeno 24.08.2017.

5. ANALIZA TURIZMA U ISTARSKOJ ŽUPANIJI

Razvoj turizma u Istarskoj županiji svake godine sve više se 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. Istra ima dugu povijest turizma, a njen geografski položaj samo je velika prednost kako bi se turizam u Istri još više razvio i privukao što veći broj turista. Porastom važnosti za turizam 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.

5.1. Trendovi u turizmu

Turizam je jedan od najbrže rastućih gospodarskih grana na svijetu. Globalni trendovi koji se očekuju u turizmu prema podacima UNWTO-a do 2030. godine je da broj međunarodnih dolazaka može dostići razinu od 1,8 milijardi što čini 3,3% dolazaka, a većina takvih dolazaka odvija se unutar jedne regije odnosno u blizini emitivnih zemalja. Što se tiče potražnje, nije problem jer se otvaraju nova tržišta koja moraju biti agilna i fleksibilna kako javni tako i privatni sektor da bi mogao na brzinu odgovarati na nove potrebe. Brz i profesionalna razvoj proizvoda mora biti prilagođen ciljanim strukturama turista i njihovom životnom stilu, opravdanu vrijednost za novac, te jak marketing kao faktor koji će imati prikladnu prodajnu potporu kojima Istra želi konkurirati i tako diktirati trendove turističkog marketinga[33].

5.2. Ponuda smještaja u Istri

Kada gledamo ponudu smještajnih kapaciteta u Istri od 2002. do 2014. porasla je za 75%, pa je za 2014. iznosila skoro 260.000 kreveta. Privatni objekti za smještaj u 2014. iznose 14.939, pa tako imamo 102.879 kreveta. Ostale smještajne jedinice su hoteli kojih ima

[33] Master plan Turizma Istarske županije, 2015-2025, str. 38

58 i raspolažu sa 27.840 kreveta. U Istri ima i 36 turističkih naselja koja imaju smještajne kapacitete od 21.717 kreveta, dok u 35 kampova raspolaže s 102.879 kreveta. Najveći rast je u privatnom smještaju i kampovima koji iznose 98% ukupnog rasta. Oko 54% posto hotela je restaurirano i kvalitativno poboljšano i dominira visoka hotelska ponuda, pa u razdoblju od 2002. do 2014. većina tih hotela dobiva 4 i 5 zvjezdica, ali su turistička naselja ostala na razini od 3 i 4 zvjezdice.

5.3. Potražnja smještaja u Istri

Istra je u 2014. godini ostvarila 3,27 milijuna dolazaka i 22,27 milijuna noćenja, a 95% ukupnog turističkog prometa ostvarili su strani turisti. U posljednjih 12 godina bilježi se rast za 6.101.522 noćenja od čega je 49% porast u privatnom smještaju i 35% u kampovima. Još uvijek se u srpnju i kolovozu ostvaruje preko 60% ukupnog turističkog prometa, ali se sve više vidi rast u travnju i lipnju (Uskrs i Tijelovo). Većinu od oko 66% ukupnog prometa ostvaruju turisti iz Njemačke, Italije, Austrije i Slovenije koji pretežno borave u hotelima i zajedno čine 58% ukupnog broja noćenja gostiju u hotelskom smještaju.

Što se tiče privatnog smještaja on je u kontinuiranom porastu pa se tako 71% ukupnog broja noćenja ostvaruje u srpnju i kolovozu, a 95% se ostvaruje od lipnja do rujna. Kao i u hotelskom smještaju dominantni su turisti iz Njemačke, Slovenije, Italije i Austrije koji ostvaruju 68% ukupnog broja noćenja, dok su u privatnim smještajnim jedinicama česti gosti i iz Poljske i Češke.

Osim navedenih smještajnih jedinica veliku ulogu ima smještaj u kućama za odmor i ruralnim vilama koje bilježe porast u posljednjih 12 godina te iznosi u prosjeku oko 37% godišnje u unutrašnjosti Istre gdje gotovo nije bilo smještajnih jedinica[34].

5.4. Prednosti istarskog turizma

Istra kao što je već navedeno obiluje raznim prirodnim bogatstvima, koji su dobro poznati zapadnom profilu potrošača koji imaju turističkog iskustva i kulturom. Dizanje kvalitete smještaja svih vrsta objekata, ulaganje u dodatne sadržaje, bogata eno i gastro

[34] Master plan Turizma Istarske županije, str. 38-47

ponuda, razvoj ruralnog, sportskog, nautičkog, lovnog i drugih vrsta turizma koji privlače turiste više srdnje i više kategorije platežne moći. Dodatnu vrijednost imaju kulturne i prirodne atrakcije pažljivo uređenje prostora kao kulturne kategorije te zaštita obalnih i kontinentalnih vrijednosti. Mnoge manifestacije pogotovo u ljetnim mjesecima, ali i sve veći broj događanja u predsezoni i posezoni u cilju produljenja turističke sezone. Emitivna tržišta u relativnoj blizini i mogućnost putovanja osobnim vozilom radi komoditeta što turisti iz Njemačke, Italije, Austrije rado dolaze. Prednost je podizanje kvalitete turističkih djelatnika kao i dobra koordinacija između sadašnjih i novih dionika u istarskom turizmu. Posebnu prednost ima Istarsko gostoprimstvo koje pokazuje otvorenost i druželjubivost domaćeg stanovništva. Profesionalni odnos koji ostvaruje kroz turističku ponudu ostvaruje još veću prednost, a posebno cijenjeno gostoprimstvo domaćina na obiteljskim gospodarstvima. Istra, turistički gledano je more, unutrašnjost, kulturne i zabavne atrakcije, tradicijski obrti i obiteljska poduzeća, kvaliteta smještajnih objekata a nadasve zemlja koja pruža mnoge mogućnosti odmora i razonode i mogućnost mnogih istraživanja. Istra pruža osobnu sigurnost koja je u današnje vrijeme jedan od glavnih čimbenika razvoja turizma. Istra kao destinacija ulaže mnogo u prirodne resurse i ekologiju. Bitno je očuvanje prirode i prirodnih bogatstava jer su oni osnova za dobar proizvod u turizmu. Istra obiluje mnogim prirodnim atrakcijama, zaštićenim područjima, netaknutom prirodom i drugim prirodnim atrakcijama koje su sačuvane.

5.5. Slabosti istarskog turizma

Uvidom u dosadašnje istraživanje i prikupljanje informacija dolazimo do saznanja da je slabost istarskog turizma u tome što nije u potpunosti izvršena privatizacija hotela pa stoga nije većina njih obnovljena i podignuta kvaliteta usluge smještaja. Nedostatak je i taj što još uvijek nije pronađeno idealno rješenje u produženju sezone. Naime, većina hotelskog i privatnog smještaja je sezonskog karaktera što znači da objekti nisu u potpunosti opremljeni za prihvat gostiju u zimskim mjesecima. Osim toga promet nije toliko intenzivan u zimskim mjesecima pa nema razloga da bude na raspolaganju privatni smještaj tokom cijele godine. Malo je objekata opremljeno za smještaj u zimskim mjesecima odnosno oni koji imaju već sigurne goste koji borave i zimi, a to su smještajne jedinice koje ugošćuju lovce odnosno turiste koji dolaze u lovnoj sezoni i to zimi.

5.6. Opasnosti za istarski turizam

Opasnosti koje su moguće mogu biti političkog, klimatskog, ekološkog ili nekog drugog karaktera. Naime najveća opasnost današnjice su ekološke katastrofe koje su moguće gotovo svuda. Istra ne raspolaže s opasnim industrijskim postrojenjima koja bi mogla dovesti do većeg zagađenja i time dovesti u opasnost ekologiju i tako narušiti floru i faunu Istre. Što se tiče zagađenja mora isto tako nismo u velikoj opasnosti jer u istarske luke ne uplovljavaju veliki prekooceanski brodovi i tankeri koji su najveća opasnost za more i morski svijet. Marine vode računa o čistoći i preventivi mora i obala kako bi spriječile bilo kakav vid onečišćenja istih. Jedna od opasnosti u svijetu su teroristički napadi koji uvelike ugrožavaju turizam i sigurnost turista. Još uvijek nismo rizična zemlja po tom pitanju kao što je slučaj sa susjednim zemljama, jer sigurnost je jako bitan čimbenik razvoja turizma.

5.7. Mogućnosti istarskog turizma

Istarski turizam ima još mogućnosti za razvoj i napredak. Ulaganja u hotele moguće je uvođenjem privatizacije ili koncesija kako bi se povećala kvaliteta i usluga hotelskih smještajnih jedinica. Ulaganjem u hotele moguće je i produženje sezone a ujedno je i mogućnost zapošljavanja turističkih djelatnika tokom cijele godine što pridonosi boljem standardu i smanjuje nezaposlenost u zimskim mjesecima. Hoteli koji se nalaze u gradovima pogotovo bi morali biti otvoreni tokom cijele godine kako bi gradovi oživjeli i u zimskim mjesecima. Zima je uvijek vezana za snijeg ali i zima na moru može biti zanimljiva i pružati odmor i relaksaciju. Istra ima mogućnost razvoja vikend turizma s obzirom da se vikendom često dešavaju mnoge gastro manifestacije koje su dobro prihvaćene u emitivnim zemljama kao što je Italija, Slovenija i Austrija. Relativno kratak put za dobar provod. U svrhu toga trebalo bi poraditi na marketingu i osmišljavanju paket aranžmana koji bi privukli zainteresirane goste pogotovo u one krajeve u blizini granica sa navedenim zemljama.

ZAKLJUČAK

Turizam je jedna od glavnih grana gospodarstva i uključuje mnoge dionike koji ostvaruju direktno ili indirektno ekonomske koristi.

Turizam se od početka njegovog nastajanja mijenjao i dalje se mijenja ovisno o zadovoljavanju potreba i ostvarenju zadovoljstva. Turisti danas sve više traže mirne destinacije orijentirani su na prirodu, obrazovani su, traže zadovoljstvo, istražuju nove destinacije i traže gostoljubivost, a to sve Istra pruža. Tendencija razvoja turizma u Istri je povećati i poboljšati kvalitetu smještaja, kvalitetu atrakcija, obogatiti i usavršiti infrastrukturu, oplemeniti okoliš, obnoviti i privatizirati hotele, apartmanska naselja i poboljšati usluge u kampovima. Istra je destinacije koja je interesantna za sve dobne skupine turista od najmlađih do najstarijih. More i sunce još uvijek je prioritet za mnoge zbog toga što se vodi računa o čistom okolišu, čistoći vode, uređenje plaža, dok se mnoge plaže nalaze u zaštićenim područjima koja daju posebni doživljaj. Mnogo se ulaže u priobalne gradove i obnovu starih jezgri kako bi se sačuvali kulturno - povijesni spomenici. Mnoge manifestacije koje se održavaju i oživljavaju nekadašnji stil života, rada i zabave na području Istre govore o bogatom nasljeđu kulturnog nasljeđa Istre i njenih stanovnika.

SAŽETAK

Istarska županija u cjelokupnom turističkom prometu Republike Hrvatske ima važnu ulogu. Ona ima razvijen turizam i težnju ka još boljim rezultatima i ekonomskim učincima na cjelokupno gospodarstvo. Putem turizma ostvaruje se veće zapošljavanje, prodaja i plasiranje domaćih roba i usluga.

Selektivni oblici turizma u Istri vrlo su zastupljeni osobito u ljetnim mjesecima, a tendencija je da se turistička sezona produži kroz cijelu godinu. Mnoge aktivnosti vezane su za prirodu koja je vrlo atraktivna na cijelom području Istarske županije. Razvio se gastro turizam i manifestacije vezane za autohtona jela koja su dobro prihvaćena među stranim turistima. Neke od takvih manifestacija su degustacije maslinovih ulja na raznim lokalitetima u Istri, zatim poznate vinske ceste, ceste meda i sira i mnoge druge.

Cilj je obogatiti i ostale oblike selektivnog turizma kako bi turisti bili zadovoljni i tijekom boravka u Istri zadovoljili svoje potrebe odmora, rekreacije i doživljaja kako bi se vraćali i preporučili drugim potencijalnim gostima.

SUMMARY

Istrian region in overall tourist traffic of Croatia has an important role. It has developed tourism and a tendency for even better results and economic effects on the whole economy. Through tourism, employment rates, sales and placement of domestic goods and services.

Selective forms of tourism in Istria are highly represented during the summer, with the tendency to spread touristic season through the whole year. Many activities are nature-oriented which is very attractive throughout the territory of the Istrian region. Also, gastro tourism and events connected to authentic meals are well received by the tourists, which made gastro tourism more developed. Some of those events are tastings of olive oil on numerous locations in Istria, famous wine roads, roads of honey, cheese and many others.

Goal is to enrich other forms of selective tourism so the tourists are satisfied and feel like their needs of relaxation, recreation and happenings are met. With that, Istria will have returning tourists as well as new ones based on recommendations by the former ones.

LITERATURA

Knjige

1. M. Dujmović, Kultura turizma, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2014.
2. P. Ružić, Ruralni turizam, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Pula, 2005.
3. V. Jadrešić, Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada 2010.
4. Znanstvena edicija Instituta za turizam Zagreb, Hrvatski turizam plavo bijelo zeleno, Knjiga broj 3, Zagreb, 2006.

Članci

1. Križman Pavlović, Ekonomska istraživanja, Vol. 21 (2008.) No. 2 (99-113)
2. Luković, T.: Sveučilište u Dubrovniku, za časopis „Acta turistica“ Zagreb, preuzeto 17.08.2017.
3. Vojnović, Nikola, Pregledni rad, Ekonomska misao i praksa, Vol. , No. 2, 2012., Obilježja životnoga ciklusa odabranih turističkih destinacija istarskoga priobalja, Cjeloviti tekst: hrvatski / PDF (498 KB) , Hrčak ID: 94178, pristupljeno 17.08.2017.

Internet izvori

1. https://hrcak.srce.hr/search/?show=results&stype=1&c%5B0%5D=article_search&t%5B0%5D=vojnovi%C4%87+nikola
2. http://www.istra.hr/.app/upl_files/Master_Plan_Turizma_Istarske_Zupanije_2015-2025.pdf, preuzeto 24.08.2017.
3. http://www.istra.hr/hr/atrakcije-i-aktivnosti/sport/sportske-aktivnosti/adrenalinski-parkovi, pristupljeno 24.08.2017.
4. http://www.istrapedia.hr/hrv/1143/turizam-i-ugostiteljstvo/istra-a-z/,pristupljeno 24.08.2017.
5. http://www.aci-marinas.com/aci_marina/aci-marina-umag/, pristupljeno 30.08.2017.
6. https://www.vecernji.hr/vijesti/talijanski-lovci-ne-pitaju-za-cijenu-lova-u-omiljenoj-istri-853581, preuzeto 24.08.2017.
7. http://www.hssrm.hr/distribucija-dozvola/dozvole-za-sportski-ribolov.html, pristupljeno 29.08.2017.
8. http://www.istrapedia.hr/hrv/862/ruralni-turizam/istra-a-z/, pristupljeno 29.08.2017.
9. https://hr.wikipedia.org/wiki/Amfiteatar_u_Puli, pristupljeno 25.08.2017.
10. http://www.airport-pula.hr/default.aspx?id=26, pristupljeno 22.08.2017.

11. http://akpularovinj.hr/, pristupljeno 29.08.2017.
12. https://www.istarske-toplice.hr/o-nama/, pristupljeno, 29.08.2017.
13. http://bina-istra.com/Default.aspx?sid=579, pristupljeno 31.08.2017.

Popis tablica

1. Tablica 1. V. Jadrešić, Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada 2010.
2. Tablica 2. V. Jadrešić, Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada 2010.