

# USPOREDBA KVALITETE TURISTIČKIH VODIČA U PULI I NOVOM SADU

---

**Stojanović, Mihael**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2022**

*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:137:123347>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-30**



*Repository / Repozitorij:*

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet ekonomije i turizma  
„Dr. Mijo Mirković“

**MIHAEL STOJANOVIĆ**

**USPOREDBA KVALITETE TURISTIČKIH VODIČA U PULI I NOVOM  
SADU**

**Diplomski rad**

Pula, 2022.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet ekonomije i turizma  
„Dr. Mijo Mirković“

**MIHAEL STOJANOVIĆ**

**USPOREDBA KVALITETE TURISTIČKIH VODIČA U PULI I NOVOM  
SADU**

**Diplomski rad**

JMBAG: 0303053342, redoviti student

Studijski smjer: Kultura i turizam

Predmet: Smart Heritage for Smart Tourism

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grada: Turizam

Mentor: Doc. dr. sc. Tamara Floričić

Pula, rujan 2022.



## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani \_\_\_\_\_, kandidat za magistra ekonomije/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, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ godine



**IZJAVA**  
o korištenju autorskog djela

Ja, \_\_\_\_\_ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

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, \_\_\_\_\_ (datum)

Potpis

\_\_\_\_\_

## KAZALO

1.	UVOD.....	1
2.	TURISTIČKE ATRAKCIJE I VALORIZACIJA, PREZENTACIJA I PROMOCIJA...3	
2.1.	DEFINICIJA TURISTIČKIH ATRAKCIJA.....	3
2.2.	KLASIFIKACIJA TURISTIČKIH ATRAKCIJA.....	4
2.3.	VREDNOVANJE I PROCJENA TURISTIČKIH ATRAKCIJA.....	6
2.4.	POBOLJŠANJE TURISTIČKIH ATRAKCIJA.....	8
2.5.	RAZVOJ ATRAKTIVNOSTI .....	10
2.6.	PREZENTACIJA I PROMOCIJA TURISTIČKIH ATRAKCIJA.....	11
3.	ORGANIZIRANI POSJETI TURISTIČKIM ATRAKCIJAMA.....	13
3.1.	ORGANIZIRANI POSJETI TURISTIČKIM ATRAKCIJAMA U SUVREMENO DOBA.....	13
3.2.	ULOGA TURISTIČKIH ZAJEDNICA U PREZENTIRANJU I VALORIZACIJI TURISTIČKIH ATRAKCIJA .....	14
3.3.	ULOGA INTERPRETATORA U PREZENTIRANJU TURISTIČKIH ATRAKCIJA.....	15
3.4.	ULOGA TURISTIČKIH PRATITELJA U PREZENTIRANJU TURISTIČKIH ATRAKCIJA.....	17
3.5.	ULOGA LICENTIRANIH TURISTIČKIH VODIČA U PREZENTIRANJU TURISTIČKIH ATRAKCIJA.....	18
3.6.	ULOGA NELICENCIJIRANIH VODIČA .....	21
4.	TURISTIČKE ATRAKCIJE GRADA PULE.....	23
4.1.	PRIRODNE TURISTIČKE ATRAKCIJE.....	23
4.1.1.	BRIJUNI .....	26
4.1.2.	PARK PRIRODE RT KAMENJAK.....	27
4.2.	KULTURNE TURISTIČKE ATRAKCIJE .....	28
4.2.1.	AMFITEATAR U PULI.....	30
4.2.2.	AUGUSTOV HRAM .....	31
4.2.3.	ZEROSTRASSE .....	32
4.2.3.	ULJANIK I SVJETLEĆE DIZALICE.....	33
4.2.4.	PULSKI FORUM .....	34
4.2.5.	KAŠTEL .....	34
4.2.6.	DVOJNA VRATA.....	36
5.	TURISTIČKE ATRAKCIJE NOVOG SADA.....	37

5.1. PRIRODNE ATRAKCIJE .....	37
5.2. KULTURNE ATRAKCIJE.....	39
6. USPOREDBA KVALITETE TURISTIČKIH VODIČA U PULI I NOVOM SADU..	42
6.1. REZULTATI ISTRAŽIVANJA NA PODRUČJU GRADA PULE.....	42
6.2. REZULTATI ISTRAŽIVANJA U NOVOM SADU.....	51
6.3. SLIČNOSTI I RAZLIKE MEĐU ISPITANICIMA GRADA PULE I NOVOG SADA	60
7. ZAKLJUČAK .....	62
LITERATURA .....	64
POPIS SLIKA .....	67
POPIS TABLICA .....	68
POPIS GRAFIKONA .....	69
SAŽETAK .....	70
SUMMARY .....	71

# 1. UVOD

Rad se bavi analizom i usporedbom turističkih vodiča na primjeru grada Pule i Novog Sada. U središte analize i istraživanja postavljaju se njihova obilježja i kvaliteta turističkih vodiča.

Turističke atrakcije temeljni su resurs kada je riječ o razvoju turističke ponude nekog prostora, turizma ili turističke destinacije kao kompleksnog sustava. Pored ovog elementa postoje i ostali, koji čine turistički ili destinacijski sustav, a važno je istaknuti kako oni djeluju sinergično i usko su povezani.

Percepcija turističkih atrakcija nekada i danas po mnogočemu se razlikuje. Sukladno tome, mijenjaju se i pristupi upravljanja turističkim atrakcijama, načini promocije ili prezentacije prema turistima, kao i funkcije turističkih atrakcija te željeni rezultati. U skladu s time, moguće je govoriti o suvremenom percipiranju i upravljanju turističkim atrakcijama u današnjici.

Turistički vodiči za cilj imaju prezentirati na objektivnan, istinit i vjerodostojan način neki prostor, turističku destinaciju i pripadajuću turističku ponudu. Naglasak se pri tome postavlja na prezentaciju i promociju turističkih atrakcija koje čine atraktivnost ponude i prostora. Na koji način to čine grad Pula i Novi Sad, raspravlja se u ovome radu.

Cilj istraživanja je obraditi osnovne pojmove, termine i činjenice u svezi turističkih atrakcija, njihovih obilježja i funkcija te sustava upravljanja turističkim atrakcijama u današnjici. Svrha istraživanja je analizirati jedan od načina promocije turističkih atrakcija, odnosno turističkih vodiča, kao i provesti komparativnu analizu kvalitete turističkih vodiča na primjeru grada Pule i Novog Sada.

Rad ima pet poglavlja, uz uvod i zaključak. U prvome poglavlju raspravlja se o turističkim atrakcijama i načinu njihove valorizacije. Obrađuju se definicije ovog pojma, vrste i obilježja, kao i njihove funkcije u turizmu. Osim toga, analizira se sustav prezentiranja i promocije, odnosno evidentiranja i valoriziranja turističkih atrakcija. Sljedeće poglavlje istražuje organizirane posjete turističkim atrakcijama. Razmatraju



se pri tome interpretatori turističkih atrakcija, turistički pratitelji i njihova uloga u ovom procesu, te uloga i značaj licenciranih turističkih vodiča. U sljedećem poglavlju provodi se analiza turističkih atrakcija grada Pule, a na jednaki način provedena je analiza turističkih atrakcija Novoga Sada u sljedećem poglavlju. Predzaključno poglavlje je istraživanje autora, koje se odnosi na usporedbu kvalitete turističkih vodiča u Puli i Novom Sadu.

Za potrebe istraživanja korištene su metoda analize i sinteze, induktivna i deduktivna metoda, metoda komparacije i metoda apstrakcije. Poslužile su također metoda studije slučaja, metoda kritičkog zaključivanja autora i metoda opisivanja.

## 2. TURISTIČKE ATRAKCIJE I VALORIZACIJA – PREZENTACIJA I PROMOCIJA

Ovo poglavlje ima za cilj odrediti značenje turističkih atrakcija, vrste kao i njihovu ulogu u turizmu i razvoju turističke destinacije. Posebna pažnja posvećena je prezentaciji i promociji turističkih atrakcija, to jest pitanjima njihove valorizacije u turističke svrhe.

### 2.1. DEFINICIJA TURISTIČKIH ATRAKCIJA

Turistička se atrakcija može definirati na niz načina pa se često govori da ne postoji jedinstvena definicija ovog pojma. Sam naziv dolazi od latinske riječi *attrahere* što označava glagolsku radnju *privlačenja* (Gržinić, 2020). Upravo zbog toga, ponekad se za njih koristi sinonim privlačnih čimbenika. To bi značilo da se turistička atrakcija može definirati kao turistički resurs koji djelom čini turističku ponudu neke destinacije i time predstavlja jedan od podsustava destinacijskog sustava. Zaslužni su za atraktivnost destinacije i djeluju kao motivatori ili privlačni elementi turističke potražnje (Slika 1.).

Slika 1. Turistički resursi

<b>A. TEMELJNI TURISTIČKI RESURSI (TURISTIČKA ATRAKCIJSKA OSNOVA)</b>
1. Potencijalne i realne turističke atrakcije destinacije
<b>B. OSTALI IZRAVNI TURISTIČKI RESURSI</b>
1. Turističko-ugostiteljski objekti
2. Prateći turistički sadržaji
3. Turistički kadrovi
4. Turističke zone
5. Turistička mjesta
6. Turističke destinacije
7. Turističke agencije
8. Turistička organiziranost (turističke zajednice i sl.)
9. Turističke informacije i promidžbeni materijali
10. Sustav turističkog informiranja
11. Turistička educiranost lokalnog stanovništva
12. Turistička atraktivnost susjednih destinacija
<b>C. NEIZRAVNI TURISTIČKI RESURSI</b>
1. Očuvani okoliš
2. Geoprometni položaj
3. Prometna povezanost
4. Komunalna infrastruktura
5. Kvaliteta prostorne organizacije
6. Oblikovanje objekata, vanjskih uređaja i zelenih površina
7. Mirnodopsko stanje i politička stabilnost
8. Ostali resursi

Izvor: Kušen, E. (2002.) *Turistička atrakcijska osnova*. Zagreb: Institut za turizam

Ozbiljniji značaj turističke atrakcije dobivaju oko 60-ih godina prošloga stoljeća. U to vrijeme mijenjaju se spoznaje u svezi međunarodnog turizma i stvaraju osnove za promišljanje o suvremenom turizmu. Do tada su se turističke atrakcije percipirale kao pojava, a nakon toga dobivaju organizacijski značaj, kao i iskustveni značaj u turizmu.

Atrakcije se u današnjem turizmu mogu razmatrati kao mjesto, događaj ili manifestacija, lokalitet ili nešto drugo. Bitno je da imaju specifična obilježja, povijest ili neko autentično značenje, čime privlače turiste i uvećavaju atraktivnost turističke destinacije i ponude. Smatra se kako je odluka o putovanju u neku destinaciju najčešće potaknuta zbog želje ili tendencije turista da se posjeti neka turistička atrakcija ili da se ista konzumira. Sukladno tome, može se tvrditi da su turističke atrakcije jedan od preduvjeta razvoja turizma i turističke ponude na nekom mjestu.

## 2.2. KLASIFIKACIJA TURISTIČKIH ATRAKCIJA

Kao što je već i istaknuto, turističke atrakcije podsustav su destinacijskog sustava i ukupne turističke ponude. Djeluju sinergično s ostalim komponentama, a to su (Križman Pavlović, 2003):

- Receptivni sadržaji;
- Pristupačnost;
- Dostupni paket-aranžmani;
- Aktivnosti;
- Pomoćne usluge.

Kombinacija ovih komponenti i turističkih atrakcija rezultira stvaranjem integriranog turističkog proizvoda. To je još jedna potvrda iznimnog značaja i uloge turističkih atrakcije u turizmu, turističkom razvoju i plasmanu turističke ponude.

Prilikom analize turističkih atrakcija i spoznaje njihova značenja, neizostavno je osvrnuti se na klasifikaciju turističkih atrakcija. Turističke atrakcije primarno se dijele na (Kušen, 2010):

- Realne;
- Potencijalne;

- One koje se razgledavaju;
- One kojima se turisti bave;
- One koje turisti koriste zbog nekih potreba i motiva, bilo da je riječ o zdravlju, poslu, obrazovanju i sličnome.

Kušen (2010) razrađuje sustav turističkih atrakcija u kojemu detaljno i sveobuhvatno provodi njihovu klasifikaciju i iskazuje vrste turističkih atrakcija u turizmu. Prikaz ovog sustava daje se u Tablici 1.

Tablica 1. Sustav turističkih atrakcija

<b>PRIRODNE ATRAKCIJE</b>	<b>KULTURNO POVIJESNE ILI DRUŠTVENE ATRAKCIJE</b>
<p>Geološke značajke</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spilje;</li> <li>• Planine;</li> <li>• Nizine;</li> <li>• Pustinje;</li> <li>• Otoci;</li> <li>• Stijene;</li> <li>• Krajolici i slično.</li> </ul> <p>Klima i klimatski uvjeti</p> <p>Vode</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rijeke;</li> <li>• Mora;</li> <li>• Jezera i slično.</li> </ul> <p>Biljni svijet</p> <p>Životinjski svijet</p> <p>Prirodna baština</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nacionalni parkovi;</li> <li>• Zaštićena područja i slično.</li> </ul>	<p>Kulturno povijesna baština</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spomenici;</li> <li>• Arheološka nalazišta;</li> <li>• Dvorci i utvrde;</li> <li>• Lokaliteti i slično.</li> </ul> <p>Kulturne i vjerske ustanove</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kazališta;</li> <li>• Muzeji;</li> <li>• Crkve, džamije, svetišta.</li> </ul> <p>Manifestacije i događaji</p> <p>Poznati ljudi</p> <p>Kultura života i rada –identitet</p> <p>Atraktivna turistička suprastruktura:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sportsko rekreacijski sadržaji;</li> <li>• Lječilišta i ustanove;</li> </ul> <p>Atrakcije zbog atrakcija (casino)</p>

Izvor: Kušen, E. (2010.) Sustav turističkih atrakcija. Turizam. Vol. 58. Br. 6

Daje se konkretizirati da se turističke atrakcije primarno dijele ili klasificiraju na prirodne i društvene, odnosno antropogene. U društvene atrakcije pribrajaju se sve one koje su stvorene ljudskim radom i djelovanjem, dok su prirodne, kao što i sam naziv indicira, stvorene bez utjecaja čovjeka. Na atraktivnost neke turističke destinacije ili ponude podjednako djeluju prirodne i društvene turističke atrakcije, te im se poklanja jednaki značaj u tom smislu.

Atrakcije se i dijele u kategorije zbog prostora na kojem se nalaze, zbog klime kojoj podliježu, a isto tako Gržinić (2020) navodi i komponentu vremenske udaljenosti. Uz ove tri nabrojene, tipologija seže i na aktivnosti ponude, turističku motivaciju i vanjske utjecaje. Autorica navodi da je rijedak slučaj da se atrakcija zasniva samo na jednom imidžu, a to je primjer Las Vegasa koji je zasnovan isključivo na zabavi kockanja. Turizam doživljavamo čulima okusa, sluha i mirisa stoga se i promocija treba odvijati u tom smjeru (Gržinić, 2020).

### 2.3. VREDNOVANJE I PROCJENA TURISTIČKIH ATRAKCIJA

Aдекватna valorizacija i zaštita turističke atrakcijske osnove zahtijeva sustav upravljanja turističkim atrakcijama. Taj sustav određuje se kao uređeni koncept, koji integrira dionike na svim hijerarhijskim razinama, a podrazumijeva identificiranje, vrednovanje, dokumentiranje i procjenu turističkih atrakcija.

Identifikacija turističkih atrakcija predstavlja proces prikupljanja podataka u svezi neke turističke atrakcije. To prikupljanje u naravi je neustavno i sustavno. Točnije, inicijalno se prikupljaju bilješke, podaci, fotografije, dokumenti i slični materijali u svezi turističke atrakcije, a naposljetku se provodi osmišljeno istraživanje turističke privlačnosti i potencijala te atrakcija.

Vrednovanje turističkih atrakcija može se pojmiti kao jedan od aspekata istraživanja novih atrakcija. Međutim, vrednovanje se provodi i na već poznatim, a ne samo novim atrakcijama. Razlog tome je unapređenje sustavnog vrednovanja čitave atrakcijske osnove na nekom prostoru. Kada je riječ o vrednovanju turističkih atrakcija misli se na izvedbu procjene njihova turističkoga kapaciteta, kvalitete i posebnih značajki.

Vrednovanje se stoga provodi od strane educiranih stručnjaka, a može biti razvojno i marketinško (Kušen, 2002).

Razvojno vrednovanje atrakcije odnosi se na procjenu njezine kategorije, sezonalnosti, boravišno-izletničkih značajki, nosivost kapaciteta i šireg sastava. Prema kategoriji, turistička atrakcija može biti međunarodna, nacionalna, regionalna i lokalna. Prema sezonalnosti ona može biti cjelogodišnja ili sezonska, dok boravišno-izletničkih značaj ukazuje na stacionarne, izletničke ili mješovite atrakcije. Također, procjenjuje se i nosiv kapacitet atrakcije, te širi sustav turističkih atrakcija (Kušen, 2002).

Marketinško vrednovanje atrakcija procjenjuje njihovu turističku dostupnost, koja može biti fizička, javna i informativna, kao i oznake, tiskane materijale, specifičnu opremu, te naposljetku stupanj turističkoga korištenja turističke atrakcije (100%, 50%, 25%) (Kušen, 2002).

Dokumentiranje turističkih atrakcija sljedeći je korak. Na žalost, isti je nedovoljno razvijen i primjenjiv na razini međunarodnog turističkog sustava, što otežava proces razvoja turizma i zaštite turističkih atrakcija. Zapravo je turizam jedan od rijetkih sektora koji ne raspolaže adekvatnom bazom dokumentacije i podataka u svezi strateških resursa. Isto predstavlja ograničenje održivog gospodarenja turističkim atrakcijama, pa se ova problematika osobito naglašava u suvremeno doba.

Putem dokumentiranja turističkih atrakcija osiguralo bi se sustavno upravljanje ovim resursima, održivo gospodarenje kao i adekvatno valoriziranje te konzervacija. Tendencija je da se izradi baza podataka u svezi svih atrakcija na nekom prostoru, pri čemu bi svaka od njih raspolagala potrebitim i aktualnim podacima.

Tako bi se izradio katastar i atlas turističkih atrakcija. Isti može biti arhiviran fizički ili digitalno. Predviđeni podaci odnosili bi se na (Kušen, 2002):

- Podatke koji se mehanički preuzimaju iz dostupnih izvora;
- Podatke koje treba prikupiti i urediti;
- Podatke koji sadrže procjene specijalističkih stručnjaka (vrednovanje).

Time bi atlas turističkih atrakcija trebalo predstaviti kao zbirku tematskih karata s grafičkim prikazom prostornog razmještaja, veličine i oblika turističkih atrakcija, zabilježenih u katastru nekog područja. Turističke atrakcije evidentiraju se točkasto, linearno i površinski.

Svi dionici imaju poseban značaj u objektivnom sagledanju atrakcijske osnove destinacije. Pri tome, sinergija dionika, od lokalne uprave, preko DMO i DMC organizacija pa sve do lokalne zajednice, trebaju djelovati u smjeru klasifikacije i evidentiranja atrakcija, te evaluiranja potencijala i razvoja strategije marketinškoga plasmana i promocije na turističkom tržištu (Floričić, Tuličić, 2019). Turističke zajednice čija je uloga u turističkom sustavu prvenstveno promotorska, informativna i edukativna imaju tu ključnu ulogu. Križman Pavlović (2008) ističe važnost suradnje dionika destinacije i formiranje strateškoga koordiniranog marketinga u plasmanu turističkih proizvoda (Križman Pavlović i Živolić 2008).

Proteklo, 20. stoljeće je promijenilo način gledanja na novu upotrebu spomenika, s Atenskom poveljom koju je odobrilo Međunarodno vijeće za spomenike i mjesta 1931. i Venecijanskom poveljom 1964. godine izražavajući zabrinutost da je potrebno voditi računa o novim funkcijama i namjeni, nadalje i kompatibilnosti s povijesnim građevinama. Pitanje kulturne baštine, sa stajališta konzervacije i interpretacije, počelo se naglašavati 1980-ih godina. U tom razdoblju diljem Europe došlo je do eksponencijalnog povećanja projekata zaštite i obnove, kao i muzealizacije arheoloških lokaliteta (Bošnjak, 2022).

#### 2.4. POBOLJŠANJE TURISTIČKIH ATRAKCIJA

Preduvjeti kako bi se atrakcija unaprijedila jesu unaprjeđivanje turističke infrastrukture i suprastrukture (Gržinić, 2020). Mnogo autora zbog promatranja razvoja destinacija kroz vrijeme i prostor na kojem se odvijaju iznosi tipologije. Zato treba prvo objasniti pojam tipologije. Ona označava disciplinu određivanja karakteristika u nekoj cjelini i činjenica kako bi se odredili različiti tipovi i odnosi među istima (Bošnjak, 2022).

Kada se poduzimaju pojedinačni projekti i programi u smislu poboljšanja mjesta, oni ovise o nizu čimbenika kao što su skup nalaza, njihova lokacija, njihova važnost u

znanstvenom smislu, njihova kulturološka relevantnost i njihov informativni sadržaj.

Koraci koji se trebaju poduzeti za poboljšavanje atrakcije jesu (Kušen, 2002):

- Zaštita konstrukcija, brtvljenje u kvalificiranom smislu konstrukcija;
- Obnova objekata;
- Čuvanje, proučavanje i postupanje s imanjem;
- Uređenje posjećenih objekata;
- Izgradnja kuća i stalnih stražarskih objekata;
- Interpretativni centri i muzeji.

Razvoju i unaprjeđenju turističke atrakcije doprinose časopisi koje dijelimo na: utjecajne, stručne i znanstvene. Primjer utjecajnog časopisa je National Geographic. Regionalni časopisi nerijetko promoviraju regionalne atrakcije, a zbog časopisa formiraju se turističke aktivnosti paketa ponuda (Gržinić, 2020).

Prilikom poboljšanja turističkih atrakcija važno je razvrstati turističke resurse i atrakcije.

Turističke resurse prema Kušenu (2002) možemo podijeliti na:

- Temeljne;
- Izravne;
- Neizravne turističke resurse.

Kušen navodi da su temeljni turistički resursi turističke atrakcije koje se dijele na realne i potencijalne. Pod izravne turističke resurse nabrajamo 11 pojmova (Kušen, 2002):

- Sustav turističkog informiranja;
- Turističku organiziranost destinacije;
- Turističku educiranost lokalnog stanovništva;
- Turističke kadrove;
- Informacije i promotivne materijale;
- Destinacije;
- Mjesta;
- Zone;
- Agencije;
- Uređaje;
- Ugostiteljske građevine.



Neizravni turistički resursi jesu politička stabilnost i stanje države u miru, poznatije kao mirnodopsko stanje, privlačno oblikovano mjesto u što nabrajamo ulice, trgove, zgrade, parkove, kulturni krajolik i ono što privlači turiste. Dobra organiziranost i povezanost, prometna povezanost i geoprometni položaj, infrastruktura i sadržaji društvenog standarda i očuvani okoliš navodi spomenuti autor.

Nadalje, Kušen (2002) poznaje tri zone:

- Prirodne;
- Kulturne;
- Mješovite.

U kulturne zone spada poljoprivreda i tradicija, zaštićeni rezervati specifičnih zajednica ljudi kao antropološka zona, arheološki i kulturno spomenički lokaliteti i etnološke zone poput ruralne arhitekture i naselja. Prirodne zone jesu pojedini prirodni spomenici i posebne zone poput raznih vrsta rezervata

## 2.5. RAZVOJ ATRAKTIVNOSTI

Kako je već i istaknuto, turističke se atrakcije dijele na kulturne, prirodne i povijesne. Na jednaki način na koji percipiramo resurse, odnosno ono što smatramo prirodnim i društvenim, isto tako se mogu percipirati i atrakcije, a na taj se način mogu i turistički valorizirati. Gržinić (2020) navodi da su preduvjeti za razvoj atraktivnosti turističkih atrakcija sljedeći:

- Edukacija i saznanja o resursima;
- Mogućnost rekreacije i sporta;
- Infrastruktura i suprastruktura;
- Prirodne karakteristike kraja;
- Kulturološke karakteristike kraja;
- Dostupnost.

Razvoj atraktivnosti i provedba adekvatne valorizacije turističkih atrakcija od iznimnog su značaja za turizam, razvoj turističkih destinacija i suvremene turističke ponude. Već

je bilo riječi o tome kako su turističke atrakcije vodeći i strateški resursi u turizmu, što znači da one određuju kvalitetu i smjer ukupnog razvoja.

## 2.6. PREZENTACIJA I PROMOCIJA TURISTIČKIH ATRAKCIJA

Promocija u turizmu ima vrlo veliku ulogu. To je područje koje je u nadležnosti marketinga u turizmu, a koje se kontinuirano istražuje, nadograđuje i razvija. Kao rezultat toga, a posredstvom interneta i informatizacije poslovanja, danas se sve više govori o digitalnom marketingu u turizmu i digitalnoj promociji u turizmu.

Učinkovito upravljanje turističkim atrakcijama, između ostaloga, zahtijeva adekvatan sustav prezentacije i promocije. Isto utječe u konačnici i na valorizaciju turističkih atrakcija, kao i na niz ostalih povezanih učinaka u turizmu. „Kvalitetna valorizacija turističke atrakcije podrazumijeva njenu transformaciju u proizvod koji nudi određeno područje, a njezina posjećenost ovisi o interpretaciji koja zaokuplja pažnju turista te im pruža nova saznanja na suvremen način koji podrazumijeva implementaciju tehnologija, inovacija, su-kreacije i osobnoga angažmana (Floričić, Tuličić, 2019: 14).“

Putem prezentacije i promocije turističkih atrakcija djeluje se motivirajuće na turiste diljem svijeta, čime se nastoji privući njihovu pažnju i potaknuti ih na odabir neke turističke destinacije. Posebna uloga prezentacije i promocije, putem raznih instrumenata ili kanala, očituje se u činjenici da su turistička ponuda i potražnja dislocirane, da ne postoji mogućnost probe i skladištenja u turizmu, te da je objektivna i istinita promocija strateški značajan i utječe na konačno zadovoljstvo i lojalnost turista (Jakovljević, 2012).

Prezentacija i promocija u turizmu općenito, a tako i ona koja se odnosi na turističke atrakcije, predstavlja komunikaciju destinacije s tržištem. Kvalitetna komunikacija odrediti će daljnji tijek i uspjeh poslovanja u konačnici. Suvremena promocija u turizmu temelji se na primjeni raznih instrumenata ili kanala promocije. Klasični kanali promocije su (Jakovljević, 2012):

- Oglašavanje;
- Osobna prodaja;
- Unapređenje prodaje;

- Odnosi s javnošću i publicitet;
- Izravni marketing.

Turističke atrakcije, prema dosadašnjoj praksi, najčešće su se prezentirale i promovirale putem raznih brošura, letaka ili vodiča. Trend korištenja ovih instrumenata s napretkom suvremenoga doba opada, s obzirom na to da na znaju dobivaju neki suvremeni instrumenti. Presentacija i promocija putem turističkih sajмова ili nekih drugih skupova i događanja također ima tendenciju slabijeg značaja u današnjici, dok se sve više implementiraju rješenja poput mrežnog marketinga, to jest digitalnih vodiča, prezentacije i promocije putem blogova, *influencera*, poznatih ličnosti, filmova, društvenih mreža i sličnoga.

Razlog tome očituje se u činjenici da suvremena digitalna rješenja odašilju snažnije poruke, nude realnije sadržaje i mogućnosti prezentacije, a jednako tako imaju i širi doseg. Posebno značajnim smatraju se društvene mreže i slični instrumenti koji nude mogućnost dvosmjerne komunikacije, pri čemu se iskazuju prethodna iskustva posjetitelja i slično.

Promocija i prezentacija turističkih atrakcija posredstvom specijaliziranih zaposlenika u turizmu, poput turističkih vodiča i prezentatora ima osobitu ulogu jer se nudi jedan sasvim drugačiji način prezentacije. Riječ je o edukativnom pristupu, koji posjetiteljima nudi mogućnost usvajanja novih znanja, najvažnijih informacija, a jednako tako pruža mogućnost utjecaja turista na konačni doživljaj turističke destinacije i stjecanje jedinstvenog iskustva i doživljaja (Jakovljević, 2012).

### **3. ORGANIZIRANI POSJETI TURISTIČKIM ATRAKCIJAMA**

U ovome se poglavlju raspravlja o organiziranim posjetima turističkim atrakcijama. Kao što je već i indicirano, riječ je o jednom od mogućih načina prezentacije i promocije, kao i konzumacije turističkih atrakcija u destinaciji. Posebno se pri tome analizira uloga interpretatora turističkih atrakcija i licenciranih turističkih vodiča.

#### **3.1. ORGANIZIRANI POSJETI TURISTIČKIM ATRAKCIJAMA U SUVREMENO DOBA**

Nekadašnji razvoj turizma i turističko poslovanje odvijali su se na temelju masovnosti i nekontroliranosti turističkih kretanja. To znači da su turistički posjeti lokalitetima i atrakcijama bili neorganizirani ili slabo organizirani, nekontrolirani i neupravljeni. Ovaj problem često se i danas spominje, posebice na primjeru nekih zaštićenih područja i atrakcija.

U suvremeno doba sve se više govori o segmentaciji u turizmu, održivom gospodarenju, kontroliranim turističkim kretanjima i sustavu upravljanja. Međutim, praksa u Hrvatskoj, ali i nizu ostalih zemalja svijeta, svjedoči o tome kako ova saznanja i koncepcije uglavnom egzistiraju u teoriji i raznim usvojenim aktima, no sama primjena nešto je slabije izvediva i provedena u praksi.

Sustav upravljanja atrakcijama u Hrvatskoj primjerice i dalje ne poznaje postupke kontrole posjeta i ograničenja broja posjetitelja u nekom trenutku. Iako postoje istraživanja u svezi kapaciteta nosivosti i kapaciteta posjetitelja na primjeru nekih atrakcija i područja, još uvijek se ograničenja ne provode. Zbog toga se često postavlja pitanje koliko je održiva ovakva praksa poslovanja i do kada je realno očekivati funkcioniranje ovakvog sustava (Carić, 2018).

Organizirani posjeti turista turističkim atrakcijama odnose se na grupe posjetitelja, najčešće pod vodstvom turističkih vodiča, koji su motivirani raznim motivima i često čine segment ukupnog turističkog paket aranžmana. Međutim, često to mogu biti i

organizirane grupe u smislu vlastite i samostalne kupovine turističkih izleta u destinaciji i slično.

Organizirani posjeti turista dobar su instrument za održivo upravljanje atrakcijama. Uz adekvatan sustav kontrole, na ovaj način moguće je kontrolirati broj posjetitelja u nekom trenutku na nekom području i na taj način zadovoljavati parametre kapaciteta nosivosti. Isto je značajno prije svega zbog očuvanja krajobrazne raznolikosti i održivosti ekosustava, osiguranje kvalitete prezentacije atrakcije, ali i kvalitete samog programa posjeta (Carić, 2018).

Organizirani posjeti turista turističkim atrakcijama u naravi bi trebali postati jedini mogući oblik posjeta turističkih atrakcija, posebice zaštićenih prostora. Sukladno tome, utjecalo bi se na niz pozitivnih učinaka, kako na strani samog prostora i nositelja turističkog razvoja te lokalne zajednice, tako i na strani turista/posjetitelja. Smatra se kako je to način da se posjetiteljima u najboljem mogućem načinu prezentira neki prostor i atrakcija, da se ostvari dijalog s turistima i zadovolje neke njihove osobne potrebe i želje, a jednako tako da se pruže autentičan doživljaj i jedinstveno iskustvo. S druge strane, ova strategija osigurala bi adekvatan sustav kontrole posjeta na nekom prostoru, bolji sustav upravljanja atrakcijama, kao i zadovoljenje koncepcije održivog gospodarenja.

### 3.2. ULOGA TURISTIČKIH ZAJEDNICA U PREZENTIRANJU I VALORIZACIJI TURISTIČKIH ATRAKCIJA

Turističke zajednice imaju važan zadatak u promociji i valorizaciji turističkih atrakcija. Pored funkcije informiranja o atrakcijama, kao i pored doprinosa u njihovu evidentiranju i valorizaciji, svakako treba istaknuti i aktivnosti koje se odnose na publiciranje raznih brošura, dodjele godišnjih i ostalih nagrada te slično. Neki od takvih primjera su (Floričić, Tuličić, 2019):

- Brošura Hrvatska: Puna života, Puna priča;
- Brošura Puna otoka – informacije o nautici u Hrvatskoj;
- Brošura Puna okusa – informacije o eno-gastronomiji u Hrvatskoj;
- Brošura Puna zdravlja – informacije o zdravstvenom turizmu;

- Nagrada „Kulturna atrakcija godine“ koje se daje kulturnim turističkim atrakcijama regionalne/nacionalne razine atraktivnosti koje doprinose turističkom iskustvu destinacije;
- Nagrada „Inovacija godine“ koja se dodjeljuje organizaciji za inovativni proizvod, uslugu ili proces u turizmu, što doprinosi turističkom iskustvu;
- Nagrada Održivi turizam koja se dodjeljuje pojedincu, udruzi, tvrtki ili lokalnoj zajednici za iznimnu uključenost u području brige za okoliš te doprinosima u očuvanju prirode, bioraznolikosti te kulturne baštine;
- Nagrada Turistički događaj godine koja se dodjeljuje događaju kao primjeru najbolje prakse u turističkoj industriji;
- Nagrada Plaža godine za atraktivne plaže s raznolikim i bogatim ugostiteljskim, rekreativnim, zabavnim i ostalim sadržajem i slično.

Na ovaj način potvrđuje se značajni doprinos ovih dionika u predmetnom području. Sinergičnim djelovanjem s ostalim dionicima, koji se prezentiraju u nastavku, osigurava se održivi sustav valorizacije i promocije atrakcijske baštine.

### 3.3. ULOGA INTERPRETATORA U PREZENTIRANJU TURISTIČKIH ATRAKCIJA

Pojam interpretatora u turizmu najčešće koristi u okviru kulturnog turizma pri čemu se koristi pojam interpretatora baštine. Načelno je riječ o jednakim pojmovima, uzmu li se u obzir funkcije koje interpretatori imaju kao i zadatke koje obavljaju u sklopu turizma i turističke prezentacije/promocije.

Interpretacija baštine, kao i interpretacija turističkih atrakcija u turizmu, može se definirati kao edukativna aktivnost koja je usmjerena prema otkrivanju i prezentaciji značenja i veza putem izvornih predmeta, vlastitog iskustva i primjera. Ona ne koristi samo jednostavne informacije, već se služi i činjenicama. Smatra se kako se pojam javlja 1957. godine, kada je objavljena knjiga Freeman Tiden *„Interpreting Our Heritage“*. U njoj se koristi pojam edukativne aktivnosti, koji je povezan s interpretacijom baštine i interpretacijom u turizmu općenito. U knjizi se navodi kako moć interpretacije proizlazi iz prenošenja znanja na optimalni način, kroz iskustvo. To

ukazuje i na ulogu interpretacije u turizmu, prezentaciji turističkih atrakcija, ali i pružanju turističkog iskustva i doživljaja (Silla, 2022).

Interpretacija turističkih atrakcija mora se zasnovati na autentičnoj prezentaciji i mora pokazati pravu vrijednost atrakcije. Ona se uvijek odnosi na integriranje posjetitelja, a često se interpretacija atrakcija i baštine nadovezuje na neke kulturne institucije, poput muzeja, arheoloških i povijesnih lokaliteta te slično (Silla, 2022).

Interpretacija općenito podrazumijeva manju količinu informacija, no iznose se oni ključni podaci i koriste se optimalne tehnike za informiranje i educiranje posjetitelja. Tendencija je da se posjetitelji potaknu i na komunikaciju te vlastito donošenje zaključaka u svezi prezentirane atrakcije.

Ključni element interpretacije turističkih atrakcija je dublje značenje. Naime, neki tematski proizvod može biti jedinstven, autentičan i zanimljiv. Međutim, ako nije na adekvatan način interpretiran i ako posjetitelji ne steknu prikladnu spoznaju istoga, on na njih ne ostavlja nikakav učinak, ne pruža im doživljaj niti iskustvo, što su presudni čimbenici u suvremenom turizmu. Upravo je uloga interpretatora u tome.

Smatra se kako uspješna interpretacija u turizmu zahtijeva ravnotežu između tri ključna elementa. To su (Silla, 2022):

- Posjetitelj;
- Interpretator;
- Objekt interpretacije.

Interpretator u ovome slučaju mora biti upečatljiv. On mora preuzeti pažnju posjetitelja koji će slušati ono što on govori i interpretira. On treba pomoći posjetiteljima da razumiju turističku atrakciju. Interpretator je u naravi svaka osoba koja posjetiteljima interpretira neku atrakciju ili lokalitet. Prvenstveno su to turistički vodiči, međutim to mogu biti i novinari, putopisci, blogeri, autori dokumentarnih filmova, *influenceri*, ugostitelji, iznajmljivači, organizatori manifestacija, razni djelatnici u turizmu i povezanim djelatnostima i slično (Silla, 2022).

### 3.4. ULOGA TURISTIČKIH PRATITELJA U PREZENTIRANJU TURISTIČKIH ATRAKCIJA

Hrvatski Zakon o pružanju usluga u turizmu (Narodne novine, NN 130/70, 25/19, 98/19, 42/20, 70/21) definira pojam turističkog pratitelja, kao jednog od dionika u ovom kompleksnom sustavu, koji se bavi pružanjem usluga u turizmu. U nastavku detaljnije o njima.

Prema spomenutom Zakonu, turistički pratitelj je (Zakon o pružanju usluga u turizmu, Narodne novine, NN 130/70, 25/19, 98/19, 42/20, 70/21):

- „Fizička osoba koja obavlja operativno-tehničke poslove u vođenju i praćenju turista te koja tijekom putovanja može, osim u turističkim cjelinama (lokalitetima), davati putnicima osnovne informacije o područjima obuhvaćenim putovanjem;
- Turističkim pratiteljem smatra se državljanin Republike Hrvatske koji ispunjava uvjete za turističkog pratitelja propisane ovim Zakonom;
- Turističkim pratiteljem u smislu ovoga Zakona smatraju se i državljani država članica Europske unije i Europskog ekonomskog prostora koji ispunjavaju uvjete za turističkog pratitelja propisane ovim Zakonom;
- Ne smatra se turističkim pratiteljem u smislu odredaba ovoga Zakona strani državljanin koji prati organizirana grupna putovanja stranog organizatora koja su započela u stranoj državi i završavaju povratkom u stranoj državi.“

Za razliku od turističkog interpretatora, turistički pratitelj mora raspolagati specijaliziranim obrazovanjem, znanjem i vještinama. On mora imati položen ispit za turističkog pratitelja. Spomenutom ispitu mogu pristupiti osobe koje su poslovno sposobne i koje imaju minimalno završenu srednju stručnu spremu, neovisno o usmjerenju. One osobe koje imaju položen stručni ispit za turističkog vodiča oslobođene su obveze polaganja ispita za turističkog pratitelja.

Prema Zakonu, stručni ispit za turističkog pratitelja polaže se pred ispitnom komisijom. Nju može imenovati turistička agencija, strukovna udruga, Hrvatska gospodarska komora i Hrvatska obrtnička komora, uz prethodnu suglasnost ministra, a prema



ispitnom programu kojeg pravilnikom propisuje ministar. Turistički pratitelj prilikom pružanja usluga u turizmu mora imati uvjerenje o položenom ispitu (Zakon o pružanju usluga u turizmu, Narodne novine, NN 130/70, 25/19, 98/19, 42/20, 70/21).

Uloga, zadaće i odgovornosti turističkih pratitelja odnose se na (Bantours, 2009):

- Vođenje turista i organiziranih grupa turista na putovanjima, pri obilascima gradova i muzeja;
- Planiranje i organiziranje aktivnosti na terenu tijekom putovanja;
- Kontaktiranje s kulturnim i drugim organizacijama;
- Objašnjavanje i prezentiranje turističkih atrakcija;
- Informiranje o važnim povijesnim događajima, osobama vezanim uz određene lokalitete, građevine i povijesna razdoblja;
- Iznošenje važnih informacija i obavijesti o pojedinim mjestima i područjima te aktualnim gospodarskim i političkim zbivanjima;
- Briga o potrebnim ispravama pri prelascima granica.

U skladu s navedenim, daje se zaključiti kako su odgovornosti turističkih pratitelja brojne. Oni su zaduženi za bezbrižan i siguran, dobro informiran i uzbudljiv boravak turista u destinaciji. Angažiraju se od strane turističkih agencija, a važno je da raspolažu bogatim znanjem o destinaciji, kao i stranim jezicima.

U kontekstu turističkih atrakcija, vidljivo je da su zaduženi za pružanje osnovnih informacija i podataka, pa se njihova uloga može usporediti s onom na primjeru interpretatora u turizmu. Smatra se kako, u usporedbi s njima, turistički pratitelji imaju i niz ostalih funkcija, pored toga, te je to osnovna razlika među ovim dionicima.

### 3.5 ULOGA LICENCIRANIH TURISTIČKIH VODIČA U PREZENTIRANJU TURISTIČKIH ATRAKCIJA

Licencirani turistički vodiči imaju izniman značaj i ulogu u kontekstu prezentacije i interpretacije atrakcijske osnove neke turističke destinacije. Oni ostvaruju izravne veze s turistima i predstavljaju poveznicu između njih i turističke destinacije, te svih mjesta koja posjećuju unutar nje.

„Turistički vodiči objašnjavaju i pokazuju turistima prirodne ljepote i rijetkosti, kulturno-povijesne spomenike, umjetnička djela i etnografske znamenitosti. Pričaju turistima o važnim povijesnim događajima i osobama vezanim uz određene lokalitete, građevine i povijesna razdoblja. Također daju informacije o pojedinim mjestima i područjima te aktualnim gospodarskim i političkim zbivanjima (FFZG, 2022).“

Uobičajeno je da oni predvode grupu turista ili posjetitelja, te im prezentiraju informacije i podatke na stranom jeziku kojim turisti vladaju. Najčešće je to njihov materinji jezik, to jest jezik emitivnog područja s kojega dolaze. Kvalitetno poznavanje stranih jezika, povijesti i specifičnosti prostora vodeće su osobine i vještine kojima licencirani turistički vodiči trebaju raspolagati.

Prema autoru Poliču djelatnost turističkog vodiča se definirana je kao profesionalno vođenje posjetilaca prema unaprijed utvrđenom programu putovanja, a posao turističkog vodiča je uglavnom vezan za ljude, jer s njima provodi najveći putovanja. U priručniku stoji: „hoće li putovanje biti na obostrano zadovoljstvo najviše ovisi o vodiču i njegovu znanju, iskustvu i sposobnosti (Polič, 1998: 32).“

Turistički vodič može se definirati i kao jedno od zanimanja koje se vrlo često pojavljuje u turizmu i u kojem se direktno s turistima uspostavlja osobni odnos razmjene, skriveni subjekt je komunikacija. Turistički vodič predstavlja prvu liniju turističkog poduzeća, pa je njegov odnos prema turistima vrsta osobne prodaje. Nju definiramo kao oblik marketinške komunikacije u turizmu, koji dobiva povratnu informaciju odmah po isporuci usluge i time presudno utječe na konkurentsku prednost i reputaciju pružatelja turističke usluge, a to su putnička ili turističke agencije (Polič, 1998).

Prema Zakonu o pružanju turističkih usluga Republike Hrvatske (Narodne novine, NN 130/17, 25/19, 98/19, 42/20, 70/21) definicija i usluge turističkog vodiča određuju se na sljedeći način: „Turistički vodič je osoba koja pruža turistima usluge pokazivanja i stručnog tumačenja prirodnih ljepota i vrijednosti, kulturno-povijesnih spomenika, umjetničkih djela, etnografskih i drugih znamenitosti, povijesnih događaja, ličnosti, legendi o tim događajima i ličnostima, gospodarskih i političkih tijekova i zbivanja

(Zakonu o pružanju turističkih usluga, Narodne novine, NN 130/17, 25/19, 98/19, 42/20, 70/21).“

Nadalje, ovim je Zakonom definirano je da usluge turističkog vodiča može pružati hrvatski državljanin kao i državljani drugih država ugovornica Ugovora o Europskom gospodarskom prostoru (pr. Island, op.a) i Švicarske Konfederacija, a ispunjavaju uvjete za baviti se ovom vrstom posla koje su propisane Zakonom.

Također, turistički vodič nije osoba koja posao obavlja u mjestima galerija, muzejima, zaštićenim područjima, na arheološkim nalazištima, a također gorski, planinski, speleološki vodiči kao i voditelji ronilačkih tečajeva i sl., nisu vodiči. Nastavno osoblje obrazovnih institucija pri izvođenju izvanškolske i/ili terenske nastave isto nisu turistički vodiči (Zakonu o pružanju turističkih usluga, Narodne novine, NN 130/17, 25/19, 98/19, 42/20, 70/21).

Vodič kad položi opći dio stručnog ispita ima privolu pružati usluge na području Republike Hrvatske, ali ne i u zaštićenim lokalitetima. Za voditi obilaske zaštićenih lokaliteta vodič pruža usluge ako je položio/la posebni dio stručnog ispita za zaštićene lokalitete odnosno kako ih Zakon prepoznaje, cjeline (Zakonu o pružanju turističkih usluga, Narodne novine, NN 130/17, 25/19, 98/19, 42/20, 70/21).

Kad se govori o vođenju turista treba imati na umu više vrsta vođenja ovog tipa. Ona mogu biti (Kostelić i dr., 2021):

- Kratka poput vođenja po nekom gradu;
- Duža, kad turistički pratitelj višednevno organizirano vodi grupu;
- Višetjedna vođenja.

Posao vodiča je jednostavan i složen. Vodič pokazuje gradove, ali bavi se i asistencijama poput primjerice onih u zračnoj luci ili slično. Vodič odnosno pratitelj uz svoj posao pokazivanja turističkih lokaliteta, govora u busu i sličnoga, mora poznavati i mjesta za obavljanje kupnje; trgovine, usluge, kafiće, javne zahode i slično. Također, isti treba i razgovarati s turistima, ako kad imaju slobodno vrijeme, turisti odnosno izletnici imaju kakve upite. Autor Štimac to naziva *običnim* boravkom s turistima.

Optimalna ruta je ekonomski pojam, a najčešće se viđa u distribuciji i logistici. Optimalna ruta provodi se ponajprije radi problema pri putovanju trgovačkog putnika, a koriste se bridovi i lukovi koji predstavljaju udaljenost odnosno vrijeme. U diplomskom radu optimalna ruta odnosi se na turističkog vodiča koji se suočava s vremenom i prostorom pri vođenju ljudi. Turističke atrakcije koje vodič/kinja posjećuje imaju svoja privlačna obilježja i dostupnost za razgled (Kostelić i dr., 2021).

Rute koje su kreirane unaprijed olakšavaju posao vodiču, a organizacija štedi vrijeme. Ono što je bitno je minimizirati trošak i vrijeme, a maksimizirati prihod što znači da se ne dopušta prostor koji bi rutu individualizirao na temeljima kako vodič želi. Najbolji način za izradu neke rute jesu podaci koji se prikupljaju objavama na društvenim mrežama. Drugi način je prikupljati podatke direktno od turista, a koji se odnose na ono što oni vole. U ovu skupinu podataka spadaju stavovi i preferencije turista koji se vode u obilazak, a također se koriste preporuke koje su dobivene putem recenzija (Kostelić i dr., 2021).

### 3.6. ULOGA NELICENCIRANIH VODIČA

U suvremenom turizmu često se govori o ulozi vođenja nelicenciranih vodiča, pa se kratak osvrt na navedeno daje i u ovome radu. Prilikom analize misli se zapravo na takozvano P2P vođenje (engl. *peer-to-peer*), koje se odnosi na znanje domaćina u destinaciji i informiranje turista od strane ovih dionika, koji zamjenjuju usluge tradicionalnih i akreditiranih usluga turističkih vodiča.

Ekonomija dijeljenja je suvremeni trend koji se brzo razvija i mijenja. U današnjici, usluge P2P vodiča javljaju se kao suvremeni ili moderni turistički trend u društvenim medijima. Razmatra se u vidu preporuka za putovanja, pronalaženje prijatelja s putovanja, razvoja mreže posebnih interesa, alata za dijeljenje i slično. Ključno za poznavanje ovakvog oblika vođenja je razumijevanje turističke niše. Na temelju istih ova se razgledavanja dijele u nekoliko skupina, ovisno o motivaciji i vrsti turista. To su (Slivar i dr., 2019):

- Tjelesna aktivnost i sportska orijentacija;
- Turizam usmjeren na okoliš;

- Turizam usmjeren na učenje;
- Kulturni turizam;
- Turizam usmjeren na životni stil.

Treba još istaknuti kako je temeljni cilj online usluga dijeljenja obilazaka i aktivnosti povezivanje dionika, posebice turista s turističkom ponudom i pripadajućim dionicima. Koristi od navedenoga su brojne, a razmatraju se na strani svih dionika.

P2P razgledavanje i vođenje kao oblik ekonomije dijeljenja ili suradnje danas nema toliku znanstvenu i stručnu pažnju pa na tu temu ne postoje ni opsežnija istraživanja. Moguće je posvjedočiti da nelicencirani vodiči imaju relativnu nisku ulogu u današnjici, kao i još uvijek nezamjetni značaj, a jedan od primjera je Viator, kao jedna od najvećih online agencija za rezervaciju obilazaka i aktivnosti (B2P) (Slivar i dr., 2019).

## 4. TURISTIČKE ATRAKCIJE GRADA PULE

Grad Pula slovi kao kulturna turistička destinacija Hrvatske. To ne znači da se u ovoj destinaciji razvija i nudi samo i isključivo kulturni turizam, već se time samo naglašava njegov značaj, kao i bogatstvo te autentičnost resursne osnove. Točnije, potvrđuju se višestoljetna povijest ovog grada, kao i obilje kulturnih, povijesnih i ostalih atrakcije, kao i jedinstvene prirodne atrakcijske osnove, što se ovim poglavljem nastoji i argumentirati.

### 4.1. PRIRODNE TURISTIČKE ATRAKCIJE

Pula je grad na istarskom poluotoku. Smješten je na krajnjem jugozapadnom dijelu istoga, podno i na sedam brežuljaka, koji čine svojevrsne atraktivne lokalitete prostora. To su (Grad Pula, 2022):

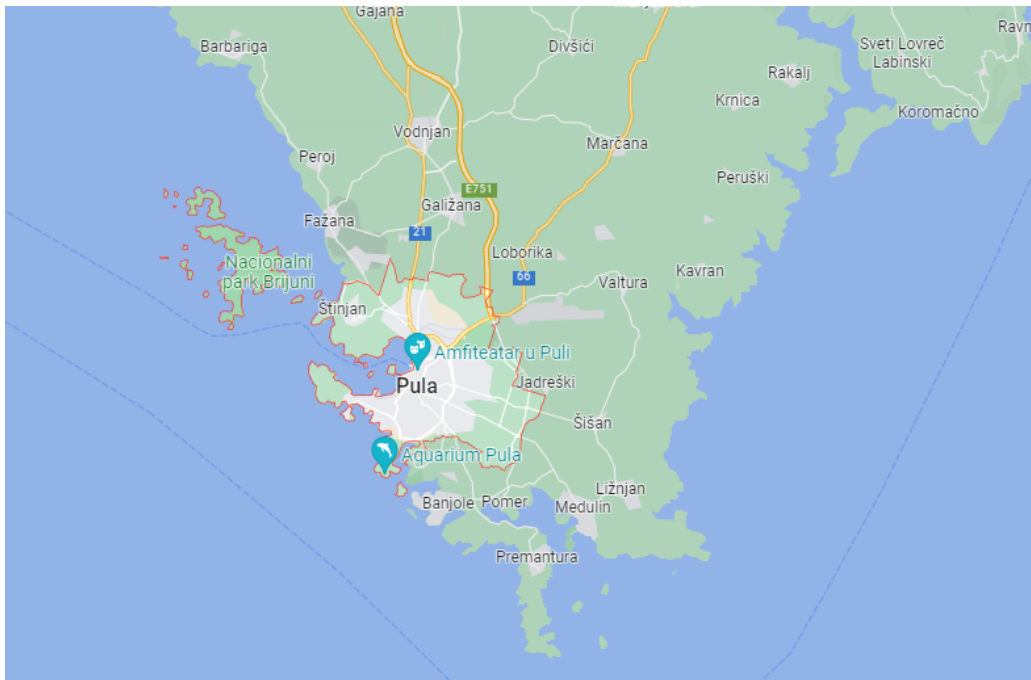
- Kaštel;
- Zaro;
- Amfiteatar / Arena;
- Sveti Martin;
- Opatija svetog Mihovila;
- Mondipola;
- Pra Grande.

Gestrateški položaj ovog grada iznimno je povoljan. Osim što se nalazi u blizini vodećih sjecišta putova europskog prostora, Grad Pula ima izlaz na Mediteransko more, a čitav prostor odlikuje povoljna mediteranska klima. Zime su na ovome prostoru blage, dok su ljeta vrlo topla i iznimno pogodna razvoju ljetnog i kupališnog turizma, koji na ovome prostoru dominira već duži niz godina.

Grad Pula omeđen je na sjevernom dijelu otocima Sv. Jerolim i Kozadom, gradskim naseljima Štinjan, Veli Vrh i zaštićenim područjem Šijanskom Šumom. Na istoku ga omeđuju naselja Monte Šerpo, Valmade, Busoler i Valdebek, dok na jugu granici čine Stara Plinara, marina Veruda, zapadna Verudela, Lungomare i Muzil.

Položaj ovog grada slijedi na Slici 2.

Slika 2. Položaj Grada Pule



Izvor: Google maps (2022.) Grad Pula. Dostupno na: <https://www.google.com/maps/place/Pula/@44.8853536,13.7460983,11z/data=!4m5!3m4!1s0x477cd2de09337b6d:0x72324a3a7b4e580d!8m2!3d44.8666232!4d13.8495788> (02.07.2022.).

Osnovna prirodna obilježja prostora pogodovala su razvoju osebujne prirodne atrakcijske osnove ovog prostora. Iako se u turističkim vodičima uglavnom naglašava značaj Jadranskog mora, razvedene obale i brojnih otoka na ovome prostoru, to je tek dio onoga što ova turistička destinacija nudi (Tablica 2.).

Tablica 2. Prirodne atrakcije Grada Pule

Skupina prirodnih atrakcija	Atrakcije
Otoci	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brijuni;</li> <li>• Fratarski otok;</li> <li>• Sv. Jerolim;</li> <li>• Kozada;</li> <li>• Sv. Andrija;</li> <li>• Sv. Katarina.</li> </ul>
Plaže	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ambrela;</li> <li>• Brioni;</li> <li>• Histria;</li> <li>• Gortanova uvala;</li> <li>• Valsaline;</li> <li>• Valkane;</li> <li>• Mornar;</li> <li>• Kupalište Stoja;</li> <li>• Havajsko;</li> <li>• Galebove stijene.</li> </ul>
Parkovi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Titov park;</li> <li>• Mornarički park;</li> <li>• Lungomare;</li> <li>• Monte Zaro;</li> <li>• Park Grada Graza;</li> <li>• Park pod Arenom,</li> </ul>
Park šume	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Šijana;</li> <li>• Busoler.</li> </ul>
Biljni i životinjski svijet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tradicionalne vrste biljaka: masline, vinova loza, smokva, lavanda i ostalo aromatično bilje, borovi, hrast;</li> <li>• Specifične životinjske vrste ovog prostora poput istarskog tovara, jazavci, kune, lasice, divlje svinje, jelen, brojne vrste ptica, gmazovi i zmije od kojih i otrovnice poput poskoka, morske životinje.</li> </ul>

Izvor: Grad Pula (2015.) *Strategija razvoja Grada Pule 2016.-2020.* Dostupno na: [https://www.pula.hr/site\\_media/media/uploads/content/images/2018/07/24/strategija\\_turizma\\_grad\\_pula\\_2016\\_2020.pdf](https://www.pula.hr/site_media/media/uploads/content/images/2018/07/24/strategija_turizma_grad_pula_2016_2020.pdf) (02.07.2022.).

Iako ovaj grad ima bogatu i autentičnu prirodnu atrakcijsku osnovu, već duži niz godina susreće se s problemom neadekvatnog sustava upravljanja ovim resursima, što rezultira nedovoljnom valorizacijom resursa. To znači da su tek poneki od navedenih



uključeni u turističku ponudu i kao takvi čine značajne turističke resurse. Posebice se misli na Brijune koji imaju nacionalni i međunarodni značaj, dok su ostali otoci nedovoljno integrirani i još uvijek nepripremljeni za turističke aktivnosti i valorizaciju u tom smislu. Osim toga, visoki značaj imaju gradske plaže, koje se tijekom proteklih godina sve više uređuju i opremaju u skladu s potrebama i zahtjevima gostiju. Parkovi i park šume čine visoke potencijale grada, no još uvijek nisu dio ključne turističke ponude. Na temelju toga, može se ocijeniti kako grad nema dostatno valoriziranu prirodnu atrakcijsku osnovu, a sukladno tome, njezina prezentacija i promocija oskudijevaju i kada je riječ o turističkim vodičima na ovome prostoru, o čemu će biti riječi kasnije.

#### 4.1.1. BRIJUNI

Nacionalni park Brijuni može se okarakterizirati kao međunarodno jedinstveni prostor koji obiluje nizom prirodnih kulturno-povijesnih znamenitosti, a dočarava sve specifičnosti ovog prostora. Otočje, koje čini 14 otoka i otočića, smješteno je duž zapadnoistarske obale (Slika 3.).

Slika 3. Nacionalni park Brijuni



Izvor: Camping Kranjski (2022.) Nacionalni park Brijuni. Dostupno na: [https://camping-kranjski.si/hr/izleti\\_i\\_okolica/nacionalni\\_park\\_brijuni/](https://camping-kranjski.si/hr/izleti_i_okolica/nacionalni_park_brijuni/) (02.07.2022.).

Najveći, najposjećeniji i turistički najaktivniji otok je Veliki Brijun. Osim njega turisti često posjećuju i Mali Brijun kao jedinstveno područje prekriveno makijom, Vangu ili najmističniji otok ovog otočja, Kozadu koja je poznato izletišta, Sveti Jerolim koji preferiraju kupači i ostale otoke (Nacionalni park Brijuni, 2022).

Poznate prirodne atrakcije na ovome prostoru su safari park, stara maslina, mediteranski vrt, te brojne poučne staze na otoku. Također, na otoku žive neke od poznatih životinjskih vrsti, poput jelena i fazana, koje se mogu vidjeti na svakom djeliću ovog otoka.

Osim prirodnih atrakcija, ovaj prostor ima bogatu kulturno-povijesnu baštinu. Iako će o ovim atrakcijama biti riječi kasnije, iste se prezentiraju u sklopu analize nacionalnog parka kao cjeline. Na ovome prostoru nalaze se ostaci prvog prapovijesnog naselja, kao i nekadašnjih poznatih ljetovaništa, lječilišta, Titovih rezidencija i sličnoga. Arheološka nalazišta datiraju od brončanog do mletačkog doba. Također, posjetitelji mogu razgledati i otiske dinosaura na ovome prostoru, stalne i povremene muzejske postavbe, skulpture u parkovima i slično. Sukladno svemu navedenome, Brijuni su svakako jedna od ključnih stavki turističkih vodiča Grada Pule i neizostavni segment ukupne turističke ponude.

#### *4.1.2. PARK PRIRODE RT KAMENJAK*

Sljedeća prirodna atrakcija ovog prostora, koja se spominje i prezentira u gotovo svim vodičima o ovoj destinaciji je rt Kamenjak. Ovaj park prirode nalazi se na najjužnijem dijelu Istre. Ima bogatu i razvedenu obalu s brojnim uvalama koje su prepune kupačima u ljetnim mjesecima. Rt Kamenjak prekriven je niskim raslinjem i makijom, s nešto borovih šuma i oranica. Na ovome prostoru vlada prava mediteranska klima (Slika 4.).

Slika 4. Rt Kamenjak



Izvor: Istra (2022.) Rt Kamenjak. Dostupno na: <https://www.istra.hr/hr/dozivljaji/kultura/vazni-i-nacionalni-parkovi-botanicki-vrtovi-prirodna-bastina/1124> (02.07.2022.).

Posebnost prostora, između ostaloga, očituje se u jedinstvenoj flori i fauni. Prostor odlikuje čak 600 biljnih vrsti, među kojima je većina njih ljekovito. Posebnost su orhideje na ovome prostoru, koje svatu u proljeće, a sve su zakonom zaštićene. Dvije od njih tridesetak su endemske, što znači da se nalaze samo na ovome prostoru (Istra, 2022).

Od životinjskih vrsti izdvajaju se razne vrste leptira, gmazovi, vodozemci i ptice. Osim toga, posebno se spominju morske životinje, među kojima sredozemna medvjedica, koja je strogo zaštićena. Treba također istaknuti kako se u uvali Pinižule i na otočiću Fenoligi nalaze ostaci dinosaurovih stopala (Istra, 2022).

#### 4.2. KULTURNE TURISTIČKE ATRAKCIJE

Kada bi se značaj atrakcija Grada Pule mjerio na temelju turističkih vodiča, to jest načina na koji se prezentiraju prirodne i kulturne atrakcije te u kojem obujmu, dominaciju bi svakako imale kulturne atrakcije. Smatra se kako to nije posljedica veće važnosti ove skupine atrakcija već je to rezultat bolje valorizacije kulturne atrakcijske

osnove, te sustava upravljanja. U nastavku se prikazuju neke od najvažnijih kulturno-povijesnih atrakcija na ovome prostoru (Tablica 3.).

Tablica 3. Kulturno-povijesne atrakcije Grada Pule

<b>Skupina atrakcija</b>	<b>Atrakcije</b>
Spomenici	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amfiteatar Arena;</li> <li>• Augustov hram;</li> <li>• Herkulova vrata;</li> <li>• Dvojna vrata;</li> <li>• Malo rimsko kazalište;</li> <li>• Rimski mozaik.</li> </ul>
Trgovi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forum;</li> <li>• Trg Portarata.</li> </ul>
Crkve	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crkva sv. Ivana Krstitelja;</li> <li>• Crkva sv. Pavla;</li> <li>• Crkva sv. Antuna;</li> <li>• Crkva sv. Franje i ostale.</li> </ul>
Utvrde	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kaštel;</li> <li>• Borgignon;</li> <li>• Monvidal;</li> <li>• San Giorgio;</li> <li>• Punta Christo;</li> <li>• Stoja;</li> <li>• Zonchi;</li> <li>• Turtijan;</li> <li>• Grosso i ostale.</li> </ul>
Arheološka nalazišta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agripinina kuća;</li> <li>• Nalazište kod Gradske knjižnice.</li> </ul>

Izvor: Grad Pula (2015.) *Strategija razvoja Grada Pule 2016.-2020.* Dostupno na: [https://www.pula.hr/site\\_media/media/uploads/content/images/2018/07/24/strategija\\_turizma\\_grad\\_pula\\_2016\\_2020.pdf](https://www.pula.hr/site_media/media/uploads/content/images/2018/07/24/strategija_turizma_grad_pula_2016_2020.pdf) (02.07.2022.).

Spomenici i utvrde Grada Pule zasigurno se najčešće spominju prilikom prezentacije ove turističke destinacije. Može se istaknuti kako su to najbolje prezentirane i najviše promovirane atrakcije općenito kada je riječ o ovom turističkoj destinaciji. Pri tome se posebice misli na Amfiteatar odnosno takozvanu Arenu, koji čini simbol ovog grada.

#### 4.2.1. AMFITEATAR U PULI

Amfiteatar odnosno kako ga žitelji Grada Pule zovu „Arena“ je simbol Grada Pule (Slika 5.).

Slika 5. Pulski Amfiteatar



Izvor: *Pula info* (2022.) *Arena – Amfiteatar*. Dostupno na: <https://www.pulainfo.hr/hr/where/arena-amfiteatar> (02.07.2022.).

Pulski Amfiteatar jedan je od nekolicine u svijetu i šesti po veličini. Datira iz 1. stoljeća, iz vremena cara Vespazijana. Danas je to najposjećenija turistička atrakcija ove destinacije (Pula info, 2022). Nekada je ova atrakcija služila kao prostor za gladijatorske borbe, a danas, osim vodeće turističke atrakcije, predstavlja veliku ljetnu pozornicu za razne koncerte, filmske festivale i ostala kulturna i zabavna događanja. Također, Amfiteatar je najbolje očuvani spomenik iz antičkog doba ne samo na području Pule već i na području čitave Hrvatske.

#### 4.2.2. AUGUSTOV HRAM

Augustov hram nalazi se na rimskom Forumu u Puli (Slika 6.).

Slika 6. Augustov hram



Izvor: Pula info (2022.) Augustov hram. Dostupno na: <https://www.pulainfo.hr/hr/where/augustov-hram> (02.07.2022.).

Spomenik je posvećen božici Romi i caru Augustu. Visok je 12 metara, a nastao je između 2. godine prije Krista i 14. godine nakon Krista. Unutar hrama nalaze se antičke skulpture od kamena i bronce, a van hrama prikazani su antičke nadgrobne ploče bogatijih žitelja tog doba (Pula info, 2022).

### 4.2.3. ZEROSTRASSE

Zerostrasse su podzemni pulski tuneli koji su nastali u vrijeme prvog svjetskog rata (Slika 7.).

Slika 7. Zerostrasse



Izvor: Pula info(2022.) Zerostrasse. Dostupno na: <https://www.pulainfo.hr/hr/zerostrasse-reopened-for-visitors/46864> (02.07.2022.).

Osnovna svrha njihove gradnje bilo je sklanjanje populacije od zračnih napada na Pulu. Ovi tuneli prostiru se ispod gotovo čitave površine grada, a sastoje se od skloništa, spremišta za municiju, rovova, prolaza i galerija. Postoje četiri ulaza koja su danas označena i dostupna za razgledavanje i posjete. Građeni su za vrijeme Austro-Ugarske Monarhije, zato i imaju njemački naziv (Pula info, 2022).

#### 4.2.3. ULJANIK I SVJETLEĆE DIZALICE

Uljanik je pulsko brodogradilište, koje nadilazi nekadašnju funkciju. Danas je to ujedno i turistička atrakcija, a posebnu pažnju plijene takozvani svjetleći divovi, to jest dizalice koje se noću osvijetljuju u razne boje i čine modernu atrakciju grada. Riječ je o atrakciji novijeg vremena, koja danas predstavlja idealno mjesto za fotografiranje turista.

Slika 7. Svjetleće dizalice



Izvor: Pula Info (2022.), Svjetleće dizalice. Dostupno na:  
<https://www.pulainfo.hr/hr/dizalice-svjetleci-divovi-ne-svijetle-zbog-remonta/16738>  
(07.09.2022.)



#### 4.2.4. PULSKI FORUM

Forum je središnji gradski trg koji danas predstavlja prostor administracije. Na ovome prostoru nekadasu postojala 3 antička hrama, od kojih je očuvan jedino Augustov hram (Slika 8.).

Slika 8. Pulski forum



Izvor: Pula info (2022.) Forum. Dostupno na: <https://www.pulainfo.hr/hr/where/forum> (02.07.2022.).

Na ovome prostoru danas se okuplja lokalno stanovništvo, ali i turisti. Prostor je u ljetnim mjesecima vrlo aktivan jer se tu nalaze brojni kafići, restorani, ali i galerije te ostale ustanove u neposrednoj blizini. Također, u ljetnim mjesecima na ovome prostoru organiziraju se i događanja, najčešće glazbeno-zabavni programi, dok je zimi ovdje klizalište (Grad Pula, 2022).

#### 4.2.5. KAŠTEL

Ova mletačka utvrda u prošlosti služila za obranu grada i luke Pula Izgradio ju je arhitekt Antoine de Ville 1630. godine (Slika 9.).

Slika 9. Kaštel



Izvor: Pula info (2022.) Kaštel. Dostupno na: <https://www.pulainfo.hr/hr/where/kastel> (02.07.2022.).

Danas je to poznata turistička atrakcija. Također, u Kaštelu je smješten povijesni i pomorski muzej Istre. Pored navedenoga, u ljetnim mjesecima na ovome se prostoru često održavaju zabavno-glazbeni i umjetnički programi.

#### 4.2.6. DVOJNA VRATA

Dvojna vrata jedan su od poznatijih i posjećenijih spomenika Pule. Smještena su u samom središtu, između Amfiteatra i Kaštela (Slika 10.).

Slika 10. Dvojna vrata



Izvor: Pula info (2022.) Dvojna vrata. Dostupno na: <https://www.pulainfo.hr/hr/where/dvojna-vrata-gradski-bedemi> (02.07.2022.).

Simboliziraju jedna od desetak vrata koja su u prošlosti služila za ulazak u zidinama opasanu Pulu. Nažalost, većina ulaznih vrata je srušena u 19. stoljeću, no ova su dobro očuvana i svjedoče o dalekom vremenu i zbivanjima na ovome prostoru (Moj smještaj, 2022).

## 5. TURISTIČKE ATRAKCIJE NOVOG SADA

Novi Sad je drugi po veličini grad u Autonomnoj pokrajini Vojvodini, u Republici Srbiji, odmah nakon Beograda. On obiluje prirodnim i kulturnim atrakcijama pa se često u turističkim vodičima prezentira kao grad koji nudi za svakog po nešto. U tom kontekstu povlači se paralelna usporedba s prethodnom turističkom destinacijom.

### 5.1. PRIRODNE ATRAKCIJE

Novi Sad ima povoljan geografski položaj i ističe se smještajem na važnim prometnim koridorima. Zbog toga, kao i ostalih obilježja, danas je važno administrativno, gospodarsko, turističko i nautičko središte Srbije. Klima je na ovome prostoru umjereno kontinentalna. Ljeta su ovdje topla, a zime umjerene do nešto jače. Snježne oborine na ovome prostoru nisu rijetkost (Novi Sad, 2022).

S aspekta prirodnih atrakcija Novi Sad najbolje opisuju očuvani ekosustavi, uređene i vrlo razvijene vinarije i vinogradi, Dunav i Nacionalni park Fruška gora. Kada bi se raspravljalo o simbolu ovog grada, to bi zasigurno bio Dunav, koji protječe njegovim centralnim dijelom (Slika 11.).

Slika 11. Dunav u Novom Sadu



Izvor: Novi Sad (2022.) Turističke atrakcije. Dostupno na: <https://novisad.travel/turisticke-atrakcije-0/> (02.07.2022.).

Dunav je rijeka koja protječe ovim gradom. Danas je to uređena turistička atrakcija, koja nudi pregršt mogućnosti. Uz rijeku su smještene stare ulice i građevine koje čine dio starog grada, no jednako tako i nova naselja, šetališta i plaže.

Jedna od najpoznatijih plaža na Dunavu je Štrand, pješčana plaža otvorena još 1911. godine. Tu su i tradicionalna mjesta za izlete i posjete naselje *Ribarsko ostrvo* i *Kamenjar*. Prostor Dunava važan je i s aspekta jedinstvene flore i faune. Na ovome prostoru nalaze se značajna staništa ptica, primjerice rezervat prirode Koviljsko-petrovaradinski rit i park prirode Begečka jama koja se prikazuje Slikom 12 (Novi Sad, 2022).

Slika 12. Park prirode Begečka jama



Izvor: Novi Sad (2022.) Park prirode Begečka jama. Dostupno na: <https://novisad.travel/single-dunav/park-prirode-begecka-jama/> (02.07.2022.).

Begečka jama je park prirode i popularno izletišta na Dunava. Prostire se na 379 hektara površine. Tu se nalaze ribolovni tereni, plaža, vikend naselje, dom ribolovaca te ugostiteljski objekti. Begečka jama je jedno od mjesta u priobalju Dunava koje je osobito značajno za ptice gnjezdarice (Novi Sad, 2022).

Koviljsko-petrovaradinski rit sljedeća je prirodna atrakcija ovog grada (Slika 13.).

Slika 13. Koviljsko-petrovaradinski rit



Izvor: Novi Sad (2022.) Koviljsko-petrovaradinski rit. Dostupno na: <https://novisad.travel/single-dunav/koviljsko-petrovaradinski-rit/> (02.07.2022.).

Koviljsko – petrovaradinski rit je posebni rezervat prirode. Prostire se na 4 840 hektara površine, a formiran je na starim rukavcima Dunava. To je stanište rijetkih vrsta ptica. Tu se nalazi i lokalitet Arkanj, poznati ribolovni teren.

## 5.2. KULTURNE ATRAKCIJE

Kulturne atrakcije Novog Sada, baš kao i na primjeru Grada Pule, nešto su osebujnije i kvalitetnije prezentirane u turističkim vodičima. O njima se daleko više raspravlja i s gledišta promocije turizma općenito, na primjeru ovih destinacija. Značaj kulturnih atrakcija u Novom Sadu potvrđuje i činjenica da je grad nositelj titule Europske prijestolnice kulture, koja se svake godine dodjeljuje. Neke od važnijih kulturnih atrakcija prezentiraju se u nastavku.

Trg slobode jedna je od posjećenijih kulturnih atrakcija ove destinacije (Slika 14.).

Slika 14. Trg slobode u Novom Sadu



Izvor: *World tourism group (2022.) Top10 stvari koje treba vidjeti i raditi u Novom Sadu.*  
Dostupno na: <https://hrv.worldtourismgroup.com/top-10-things-see-73196> (03.07.2022.).

Specifičan je i zbog činjenice da se ovdje nalaze neogotička katolička katedrala te neorenesansna gradska vijećnica s kipom poznatog srpskog političara Svetozara Miletića (World tourism group, 2022). Danas je ovo poznato okupljalište stanovnika i turista.

U blizini ove kulturne atrakcije nalazi se biskupska palača. U njoj se nalazi kip poznatog novosadskog pjesnika Jovana Jovanovića Zmaja. Također, u blizini Trga slobode smještena je i secesijska zgrada, Sinagoga, koja danas stoji kao simbol ponosa i prkosa Židova koji su tragično pogubljeni tijekom Drugog svjetskog rata (World tourism group, 2022).

U Novome Sadu posjetitelji često obilaze brojne muzeje, među kojima su poznatiji Gradski muzej i Muzej Vojvodine. Osim toga, tu je i niz galerija, uključujući galeriju Matica Srpska i Muzej suvremene umjetnosti Vojvodine (World tourism group, 2022).

Najposjećenija turistička atrakcija u Novom Sadu je tvrđava Petrovaradin, koja se nalazi s druge strane rijeke u istoimenoj općini, a s ovim gradom povezana je preko Dunava. Rad na tvrđavi započeo je 1682. godine i završio tek 1780. godine. Tvrđava je danas poznata po festivalima, a najpoznatiji je EXIT Festival koji se održava svakog ljeta (Slika 15.).

Slika 15. Tvrđava Petrovaradin



Izvor: World tourism group (2022.) Top10 stvari koje treba vidjeti i raditi u Novom Sadu. Dostupno na: <https://hrv.worldtourismgroup.com/top-10-things-see-73196> (03.07.2022.).

Prilikom analize kulturnih atrakcija na ovome prostoru, posebice je značajno spomenuti i Kovilj. To je staro bačko naselje koje se nalazi na obodu Koviljsko–petrovaradinskog rita, o kojem se prethodno raspravljalo. Prvi put se spominje u 13. stoljeću. Naselje ima dvije crkve i manastir. Srpski pravoslavni manastir Kovilj s crkvom posvećen je anđelima Mihajlu i Gavrilu. Današnji izgled manastir ima od sredine 18. stoljeća. Srpska pravoslavna Crkva Vaznesenja Gospodnjeg (Gornjokoviljska) podignuta je 1829. godine. Srpska pravoslavna Crkva Sv. apostola Tome (Donjokoviljska) podignuta je 1845. godine na mjestu starijeg hrama. Pored Gornjokoviljske crkve nalazi se rodna kuća Laze Kostića, pisca, pjesnika, prevodioca (Novi Sad travel, 2022).



## **6. USPOREDBA KVALITETE TURISTIČKIH VODIČA U PULI I NOVOM SADU**

Ovo poglavlje predstavlja istraživanje autora na navedenu temu. Istraživanje je provedeno putem mrežnog upitnika zatvorenog tipa, što znači da su ispitanicima ponuđeni mogući odgovori na svako od postavljenih pitanja. Istraživanje je provedeno tijekom lipnja i srpnja, od strane autora, a anketirani su ispitanici s područja Grada Pule i Novog Sada.

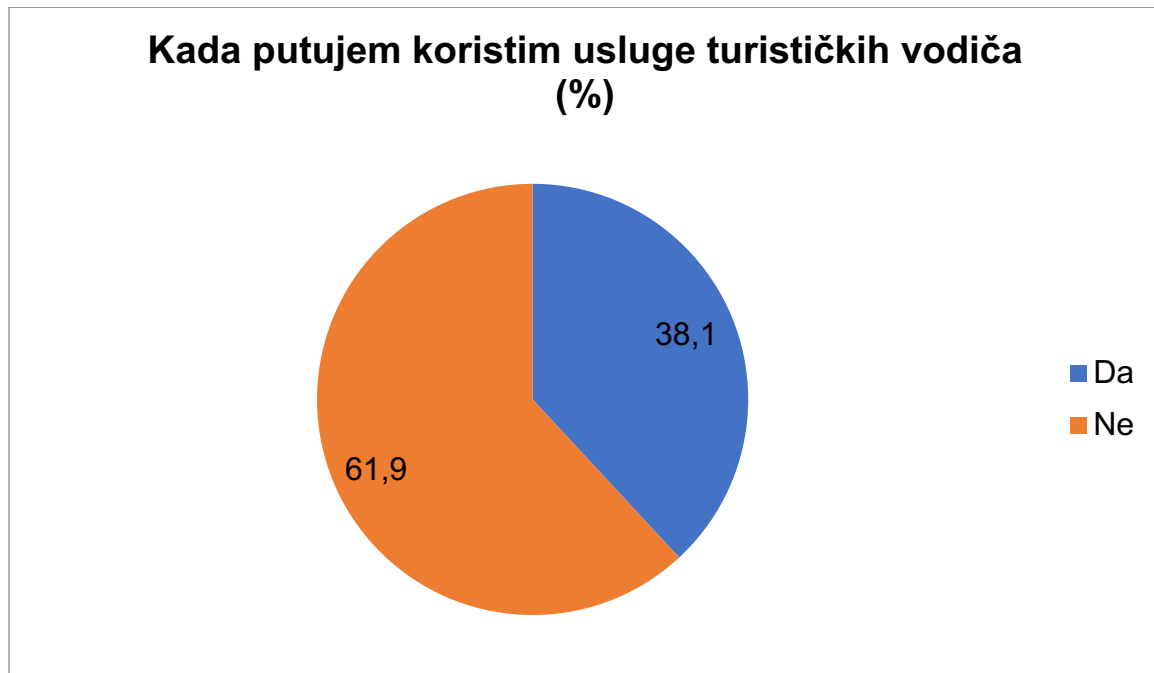
### **6.1. REZULTATI ISTRAŽIVANJA NA PODRUČJU GRADA PULE**

S područja Grada Pule anketirano je ukupno 94 ispitanika. Riječ je o ispitanicima mlađe životne dobi, to jest do 27 godina starosti. Uglavnom je riječ o studentima, no oni ne čine ukupni uzorak ispitanika.

Istraživanje ima za cilj prezentirati navike putnika s obzirom na usluge turističkih vodiča, informacije koje im vodiči nude i koje preferiraju te uopće navike ponašanja u kontekstu ove problematike. Analiziraju se preferencije ispitanika prema korištenju usluga turističkih vodiča, njihovi stavovi prema putovanjima pod vodstvom ovih dionika, kao i informacije i podaci kojima teže prilikom istraživanja neke turističke destinacije i korištenja usluga turističkih vodiča, te slično. Na temelju toga, moguće je procijeniti njihovu percepciju kvalitete turističkih vodiča te izvršiti komparativnu analizu u odnosu na turističke vodiče i potrošače s područja Novog Sada. Rezultati provedenog istraživanja prikazuju se u nastavku.

Među ispitanicima s područja Grada Pule dominiraju oni koji prilikom putovanja ne koriste usluge turističkih vodiča. To ukazuje na nisku popularnost turističkih vodiča i usluga koje nude prilikom putovanja ispitanika koji su u ovome istraživanju sudjelovali (Grafikon 1.).

Grafikon 1. Pokazatelj naklonjenosti ispitanika Grada Pule u korištenju usluga turističkih vodiča prilikom putovanja

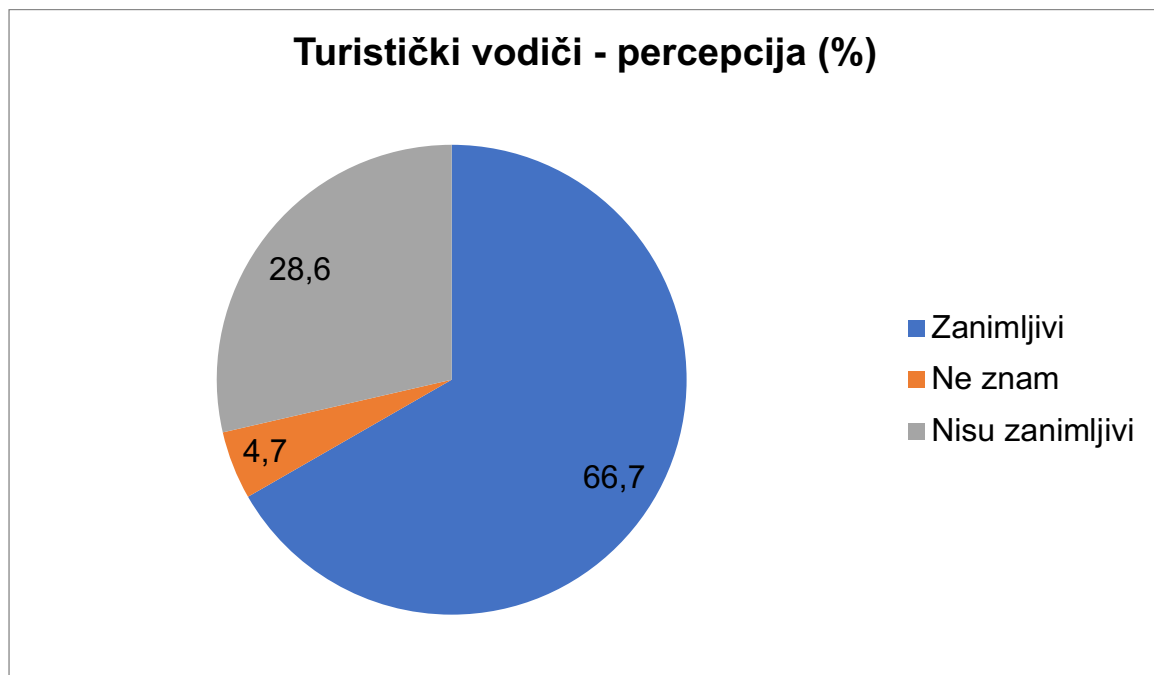


*Izvor: Rezultati istraživanja autora.*

Na temelju prikazanih podataka vidljivo je da više od 60% ispitanika ne koristi usluge turističkih vodiča prilikom putovanja. Smatra se kako na to ima utjecaj činjenica da je riječ o uzorku ispitanika mlađe životne dobi, koji svakodnevno koriste internet kao suvremeno sredstvo komunikacije, te su informatički pismeni i neovisni putnici. Vjeruje se kako informacije o nekoj turističkoj destinaciji pretražuju upravo putem interneta, društvenih mreža i online brošura, što umanjuje potrebu za korištenjem usluga turističkih vodiča.

Isto se daje argumentirati činjenicom da ispitanici turističke vodiče ne ocjenjuju nezanimljivima, što pokazuju sljedeći rezultati (Grafikon 2.).

Grafikon 2. Percepcija turističkih vodiča od strane ispitanika Grada Pule

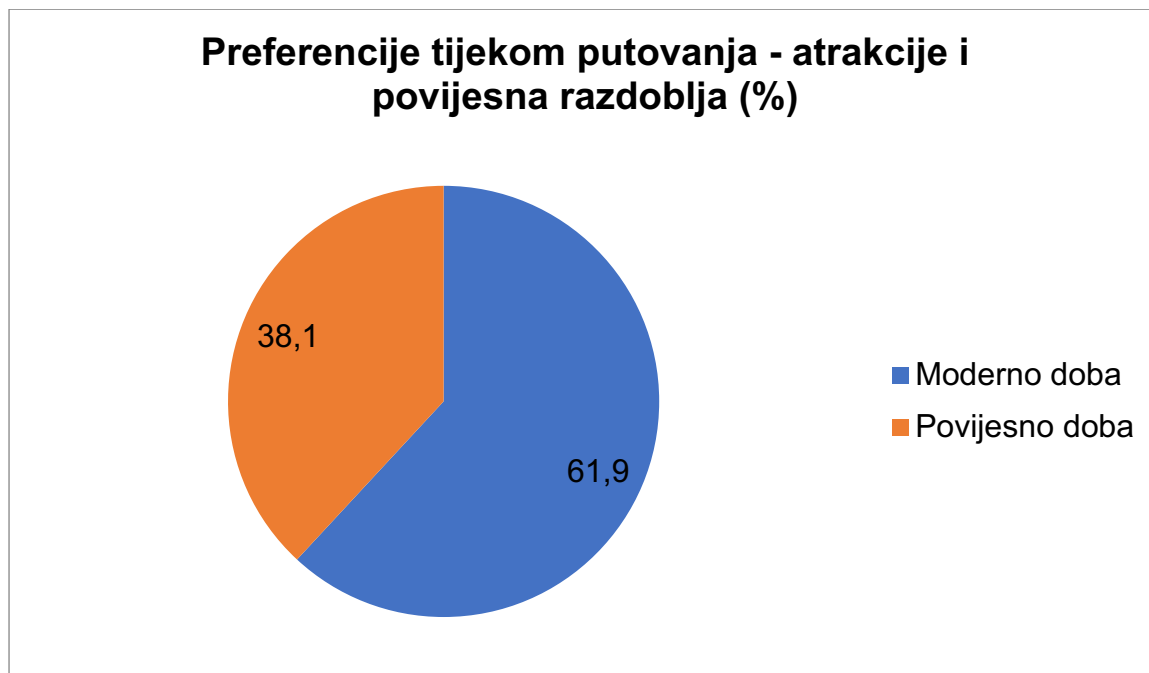


Izvor: Rezultati istraživanja autora.

Rezultati pokazuju kako ispitanici uglavnom smatraju da su turistički vodiči zanimljivi, njih 66,7%. Manji udio, tek 28,6% ispitanika smatra ih nezanimljivima, dok preostalih 4,7% ispitanika ne zna. To ukazuje na činjenicu da ispitanici vodiče vide kao zanimljive, a njihove usluge kao korisne, međutim nisu naklonjeni njihovom korištenju ili nemaju potrebu za time. Daje se zaključiti kako su ispitanici uglavnom neovisni putnici ili dobro informirani.

Prilikom putovanja, ispitanici su naklonjeniji modernom periodu i atrakcijama iz modernog doba, a manje prema onom povijesnog. Vjeruje se da na to također utječe dob ispitanika, a time i interesi, životni stilovi i ostala obilježja ovih potrošača, putnika (Grafikon 3.).

Grafikon 3. Preferencije ispitanika Grada Pule prema atrakcijama i razdobljima povijesti tijekom putovanja

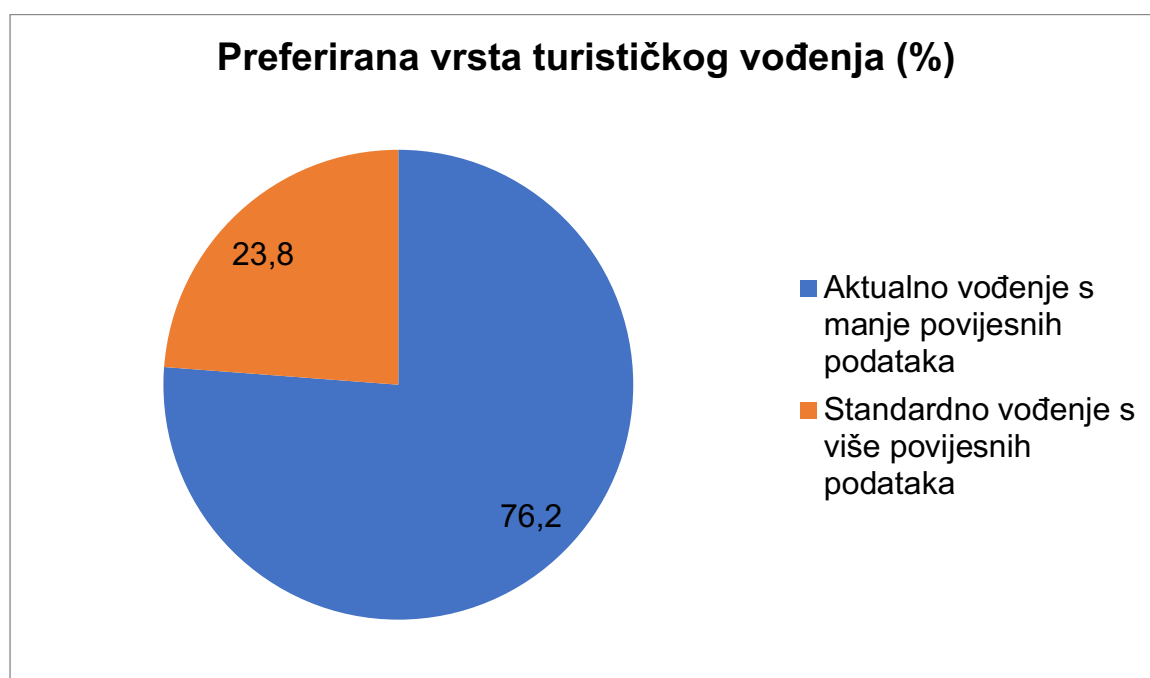


*Izvor: Rezultati istraživanja autora.*

Ispitanici ovog istraživanja prilikom putovanja preferiraju istraživati, otkrivati i upoznavati moderne atrakcije, priče, ličnosti i ostale objekte iz tog razdoblja. Manji udio ispitanika, njih 38,1% preferira razdoblje povijesnog doba.

Kao dodatni argument navedenome, navodi se podatak da ispitanici preferiraju aktualno upoznavanje turističke destinacije bez puno povijesnih podataka i informacija o destinaciji (Grafikon 4.).

Grafikon 4. Preferencije ispitanika Grada Pule prema vrsti turističkog vođenja

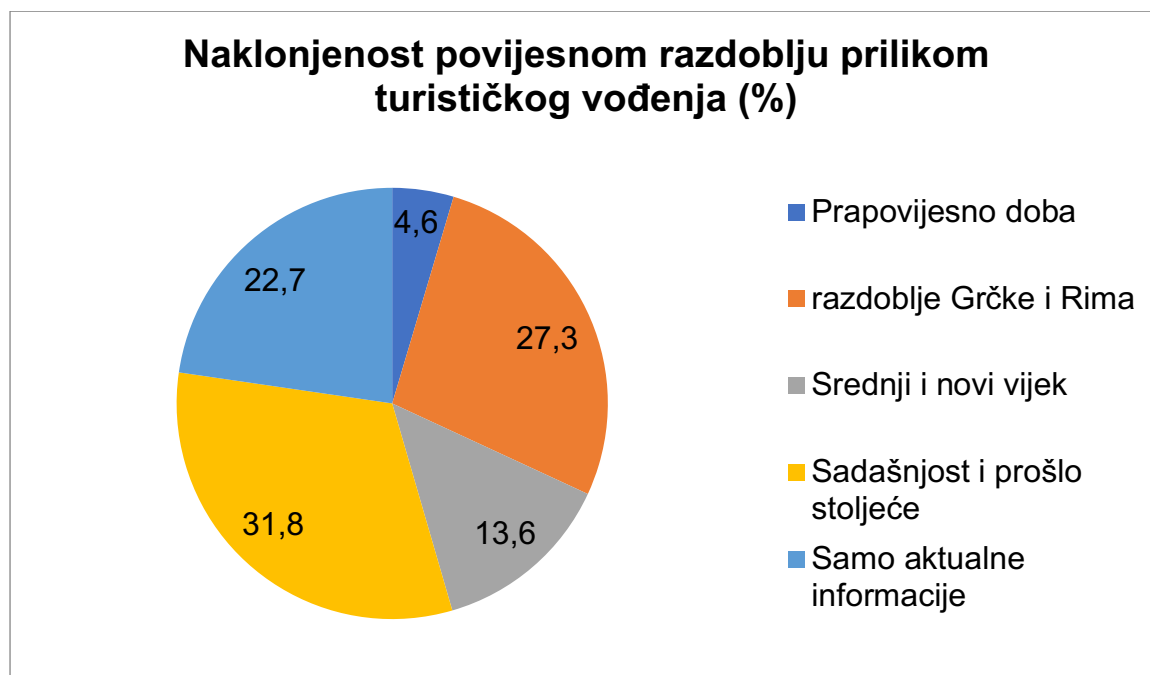


*Izvor: Rezultati istraživanja autora.*

Znatno veći udio ispitanika naklonjen je nestandardnom turističkom vođenju, to jest aktualnom vođenju bez puno povijesnih podataka, njih čak 76,2%. Tek manji udio, njih 23,8% smatra zanimljivijim standardno turističko vođenje s puno povijesnih informacija.

U narednom prikazu navedena su povijesna razdoblja prema kojima ispitanici iskazuju najveći interes prilikom korištenja usluga turističkih vodiča ili u slučaju kada bi iste koristili. Rezultati se uzimaju kao dodatni argumenti prethodnim zaključcima (Grafikon 5.).

Grafikon 5. Preferencije ispitanika Grada Pule prema povijesnim razdobljima tijekom razgledavanja turističke destinacije

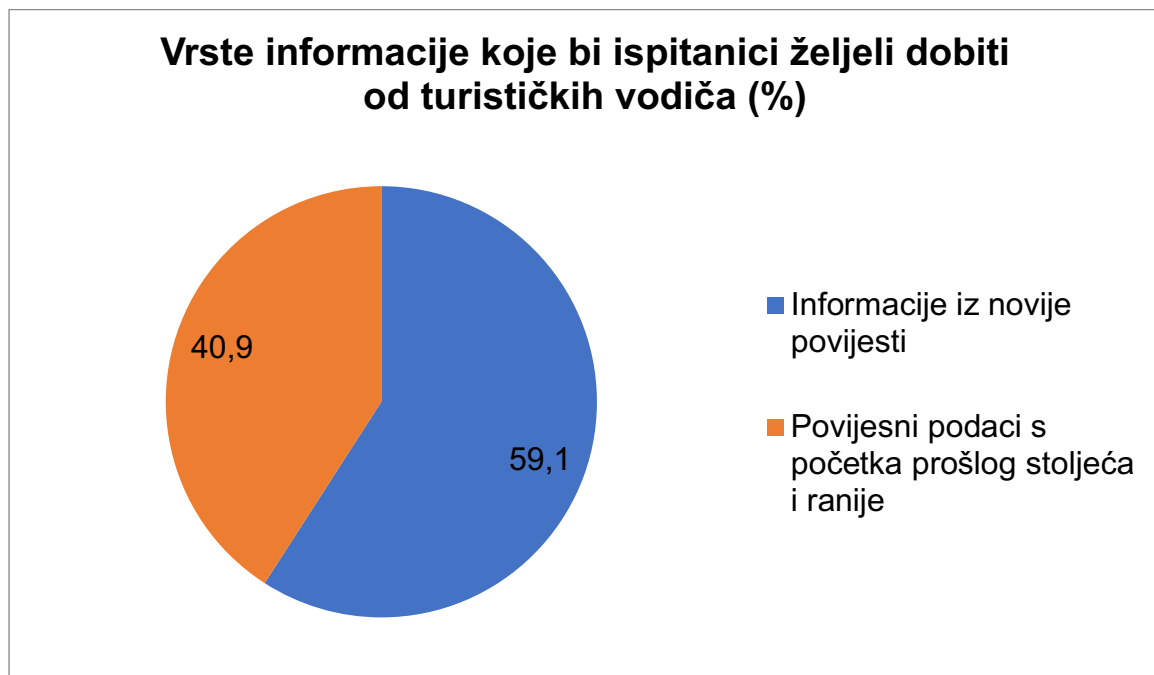


Izvor: Rezultati istraživanja autora.

Ispitanici ovog istraživanja najviše su zainteresirani za novije informacije i aktualne podatke o turističkoj destinaciji. To potvrđuje podatak da ih najviše zanimaju sadašnjost i prošlo stoljeće, a zatim razdoblje Grčke i Rima te isključivo aktualne informacije. Konkretnije, ispitanici su naklonjeni suvremenom dobu, te iznimno razdoblju Grčke i Rima, što se povezuje s obilježjima Pule kao turističke destinaciji. Grčka i Rim ostavili su veliki utjecaj na ovu turističku destinaciju, a ista se ističe na međunarodnoj razini bogatom ostavštinom iz ovog razdoblja, te se kao takva i profilira.

Kada bi ispitanici mogli utjecati na vrstu informacija koje će im turistički vodiči pružiti, odabrali bi informacije iz novijeg i sadašnjeg razdoblja (Grafikon 6.).

Grafikon 6. Informacije koje bi ispitanici Grada Pule tražili od turističkih vodiča

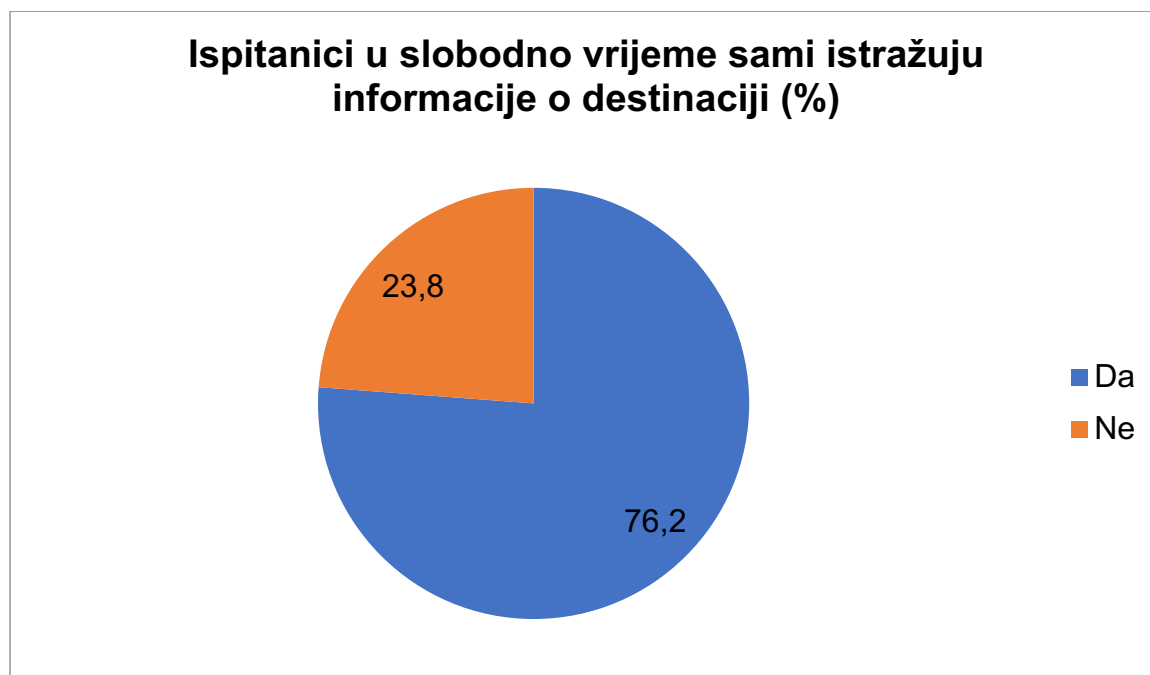


*Izvor: Rezultati istraživanja autora.*

Dodatna potvrda preferencija ispitanika ovog istraživanja jesu i prethodno istaknuti rezultati. Oni pokazuju da bi ispitanici, prilikom mogućnosti samostalnog odabira informacija, od turističkih vodiča tražili više informacije iz novije povijesti i novijeg doba. Tako se izjasnilo čak 59,1% ispitanica, dok 40,9% navodi kako bi to bile informacije s početka prošlog stoljeća i ranije.

Prethodno je istaknuto kako se vjeruje da je riječ o ispitanicima koji su neovisni i informatički pismeni te samostalno istražuju informacije o turističkim destinacijama. Iz tog razloga nisu posebno naklonjeni korištenju usluga turističkih vodiča, što potvrđuju rezultati sljedećeg pitanja (Grafikon 7.).

Grafikon 7. Potrošačke navike ispitanika Grada Pule pri samostalnom istraživanju turističke destinacije



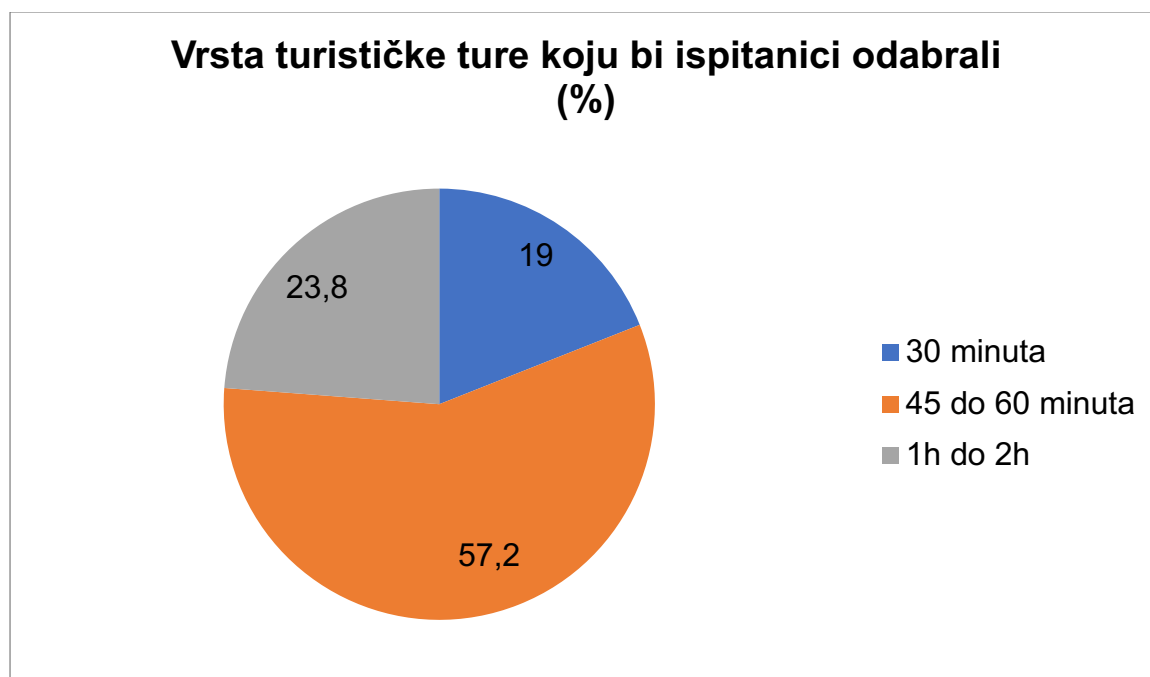
*Izvor: Rezultati istraživanja autora.*

Čak 76,2% ispitanika u slobodno vrijeme samostalno istražuje informacije o turističkoj destinaciji. Pri tome tragaju za informacijama koje smatraju zanimljivima i koje vide kao značajne. Ostatak, njih 23,8% to ne čini, što je gotovo jednaki udio ispitanika koji preferiraju usluge turističkih vodiča prilikom putovanja.

Kada koriste ili kada bi koristili usluge turističkih vodiča, ispitanici bi se odlučiti na turističku turu srednje duljine trajanja (Grafikon 8.).



Grafikon 8. Preferencija vrste turističke ture (vođenja) od strane ispitanika Grada Pule

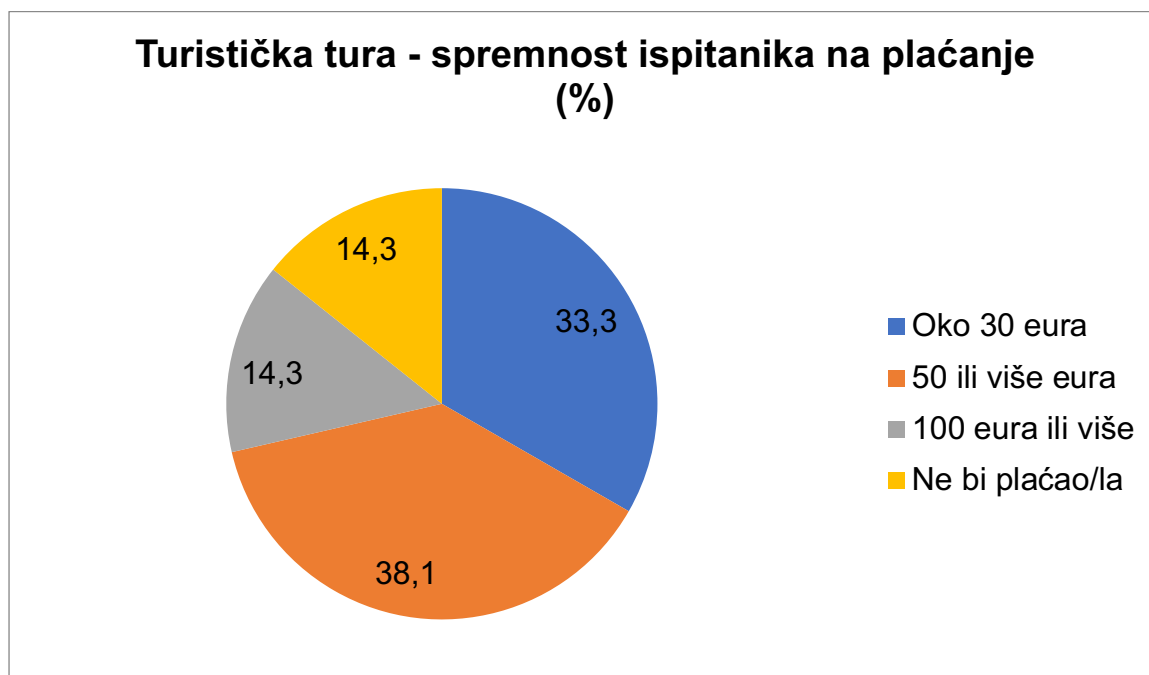


*Izvor: Rezultati istraživanja autora.*

Najmanji udio ispitanika odabrao bi kratku turističku turu od 30 minuta. Slijede oni koji bi koristili dugu turističku turu od 1 do 2 sata, dok je najviše onih koji bi se odlučili na srednju turističku turu, od 45 minuta do 1 sata.

Ispitanici također navode da su prilikom putovanja i razgledavanja turističke destinacije spremni platiti manji iznos za turističko vođenje, turu. Uglavnom je riječ o iznosu do 50 eura ili više, odnosno oko 400 kuna najviše (Grafikon 9.).

Grafikon 9. Platežna sposobnost i volja ispitanika Grada Pule za turističku turo



Izvor: Rezultati istraživanja autora.

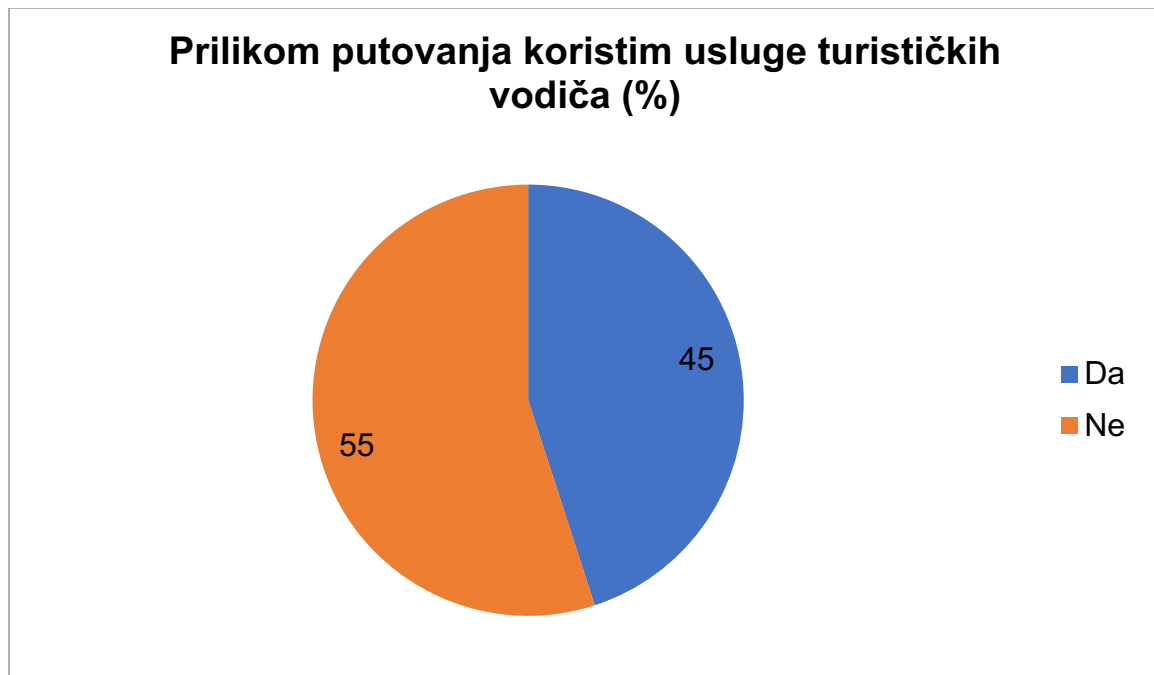
Vidljivo je kako ispitanici ovog istraživanja nisu spremni dati veću količinu novaca za turističko vođenje prilikom posjete nekoj turističkoj destinaciji. To ne znači da oni umanjuju kvalitetu turističkih vodiča već je riječ o neovisnim putnicima, koji samostalno tragaju za informacijama i podacima koji im trebaju.

## 6.2. REZULTATI ISTRAŽIVANJA U NOVOM SADU

Istraživanje u Novom Sadu provedeno je na jednaki način i u jednakom razdoblju, no na nešto manjem uzorku ispitanika. Sudjelovalo je ukupno 92 ispitanika, također mlađe životne dobi, to jest do 27 godina starosti.

Ispitanici u Novome Sadu nešto su naklonjeniji korištenju usluga turističkih vodiča (Grafikon 10.).

Grafikon 10. Naklonjenost ispitanika Novog Sada u korištenju usluga turističkih vodiča



*Izvor: Rezultati istraživanja autora.*

Vidljivo je kako gotovo polovica ispitanika Novog Sada prilikom putovanja koristi usluge turističkih vodiča, njih 45%, dok ostatak to ne čini. Daje se ukazati kako je zamijećena nešto veća popularnost turističkih vodiča na uzorku ispitanika Novog Sada, a u usporedbi s ispitanicima Grada Pule.

Vrlo visoki udio ispitanika u Novom Sadu ocjenjuje turističke vodiče zanimljivima, što ukazuje na jednaki trend i stav s ispitanicima Grada Pule (Grafikon 11.).

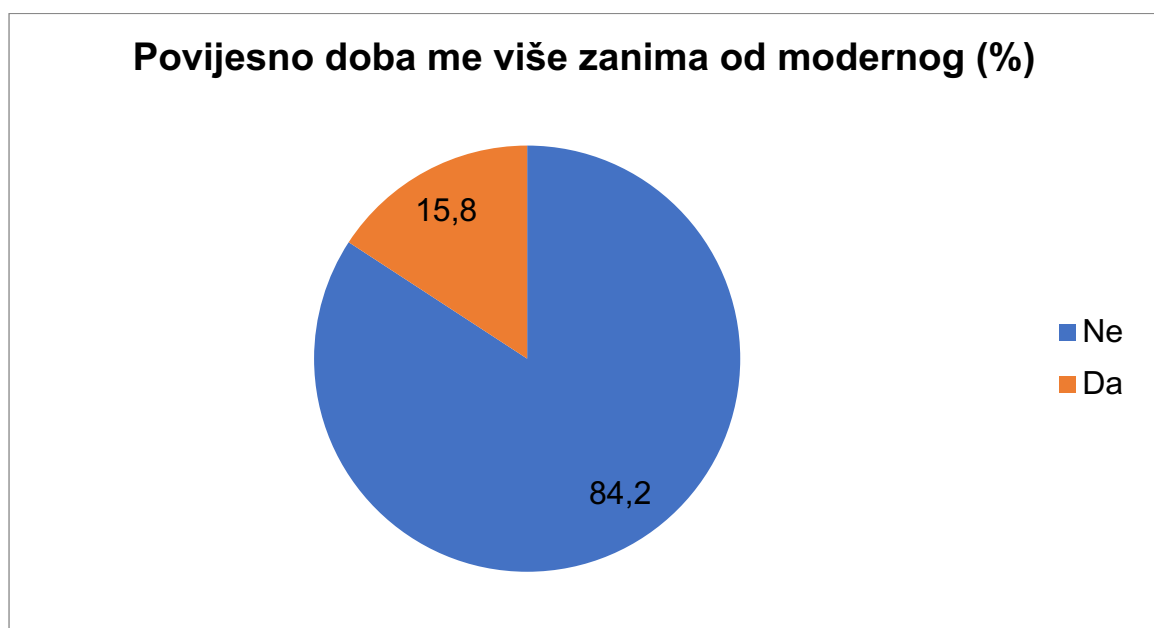
Grafikon 11. Percepcija turističkih vodiča od strane ispitanika Novog Sada



Izvor: Rezultati istraživanja autora.

Čak 80% ispitanika Novog Sada smatra kako su turistički vodiči zanimljivi, dok 20% smatra da nisu. Također, ispitanici ove destinaciji imaju jednake preferencije prema vrsti informacija i povijesnim razdobljima prilikom istraživanja turističke destinacije (Grafikon 12.).

Grafikon 12. Stav ispitanika Novog Sada prema povijesnom i modernom dobu

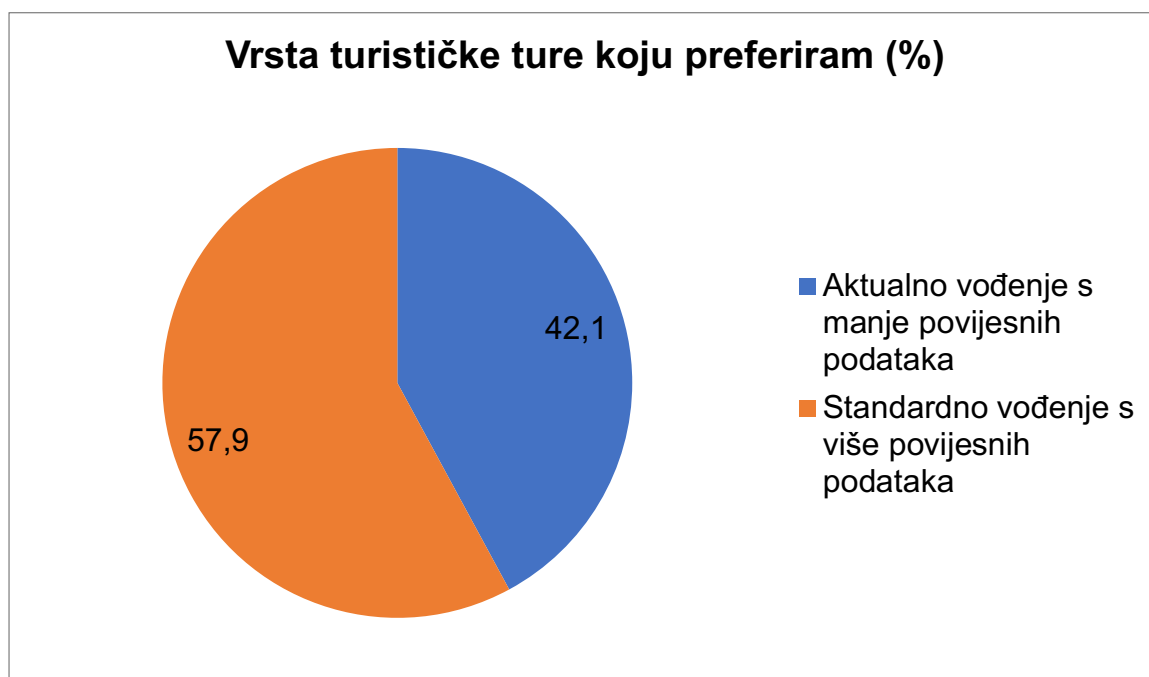


Izvor: Rezultati istraživanja autora.

Vidljivo je kako gotovo 85% ispitanika preferira informacije iz modernog doba, dok povijesne informacije o destinaciji zanimaju tek 15,8% ispitanika u Novome Sadu.

Zanimljivo je pak istaknuti kako su ispitanici iz ove destinacije naveli kako su naklonjeniji i više preferiraju standardne turističke ture s više povijesnih informacija, što nije slučaj na primjeru ispitanika Grada Pule (Grafikon 13.).

Grafikon 13. Preferencije ispitanika Novog Sada prema vrsti turističke ture

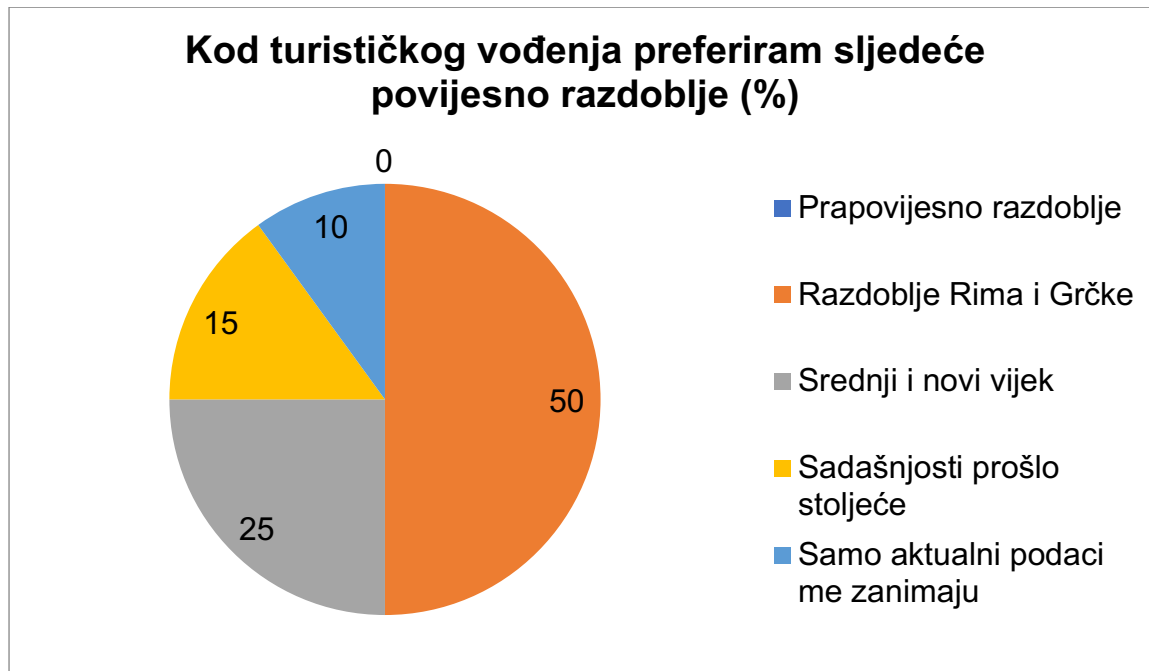


Izvor: Rezultati istraživanja autora.

Ispitanici Novog Sada imaju nešto drugačije preferencije od onih iz Grada Pule. Vidljivo je da gotovo 60% ispitanika preferira više standardne turističke ture i vođenje s puno povijesnih podataka, dok sasvim drugačiju preferenciju imaju ispitanici Grada Pule.

Ispitanici Novog Sada također navode kako iz iznimno zanima razdoblje Grčke i Rima, kao i srednji te novi vijek (Grafikon 14.).

Grafikon 14. Preferencije ispitanika Novog Sada prema povijesnim razdobljima prilikom turističke ture

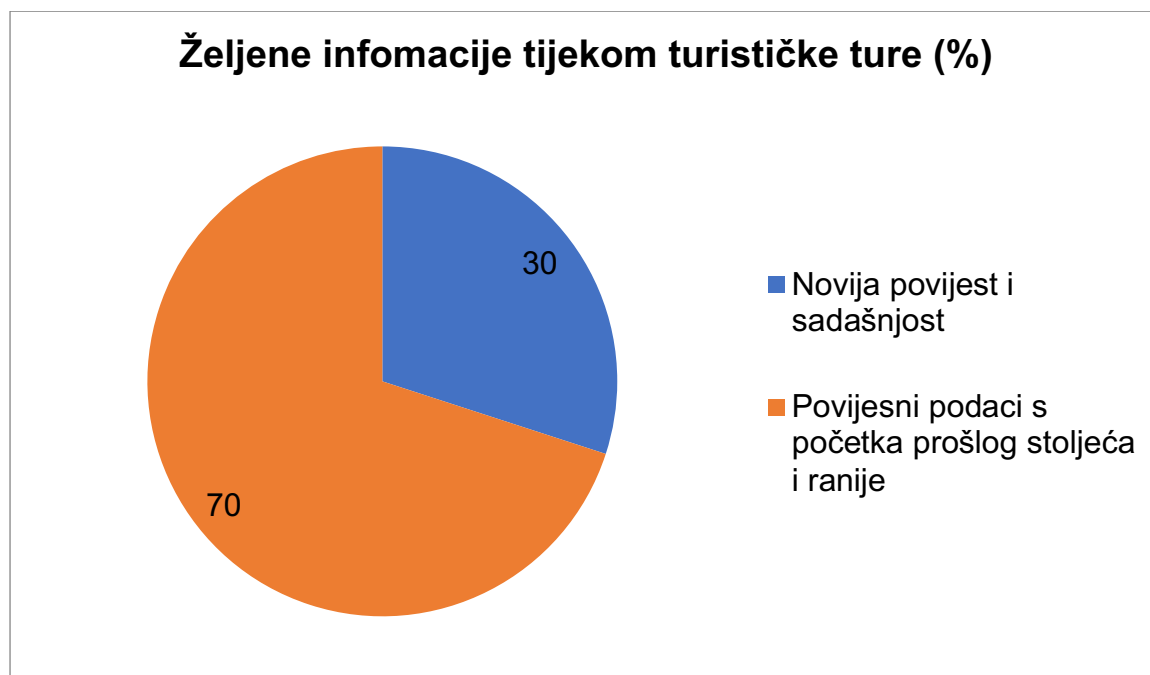


Izvor: Rezultati istraživanja autora.

Daje se zaključiti kako su ispitanici s područja Novog Sada nešto naklonjeniji istraživanju i usvajanju informacija iz starijih povijesnih razdoblja i prošlosti. Za razliku od njih, ispitanici Grada Pule preferiraju novije i aktualne podatke te informacije.

Kada bi ispitanici Novog Sada sami osmislili informacije koje bi im turistički vodiči pružili, t bi bile informacije iz povijesti, dok samo manji udio njih misli da bi to trebale biti novije informacije i podaci modernog doba (Grafikon 15.).

Grafikon 15. Informacije koje bi ispitanici Novog Sada birali da dobiju od strane turističkih vodiča

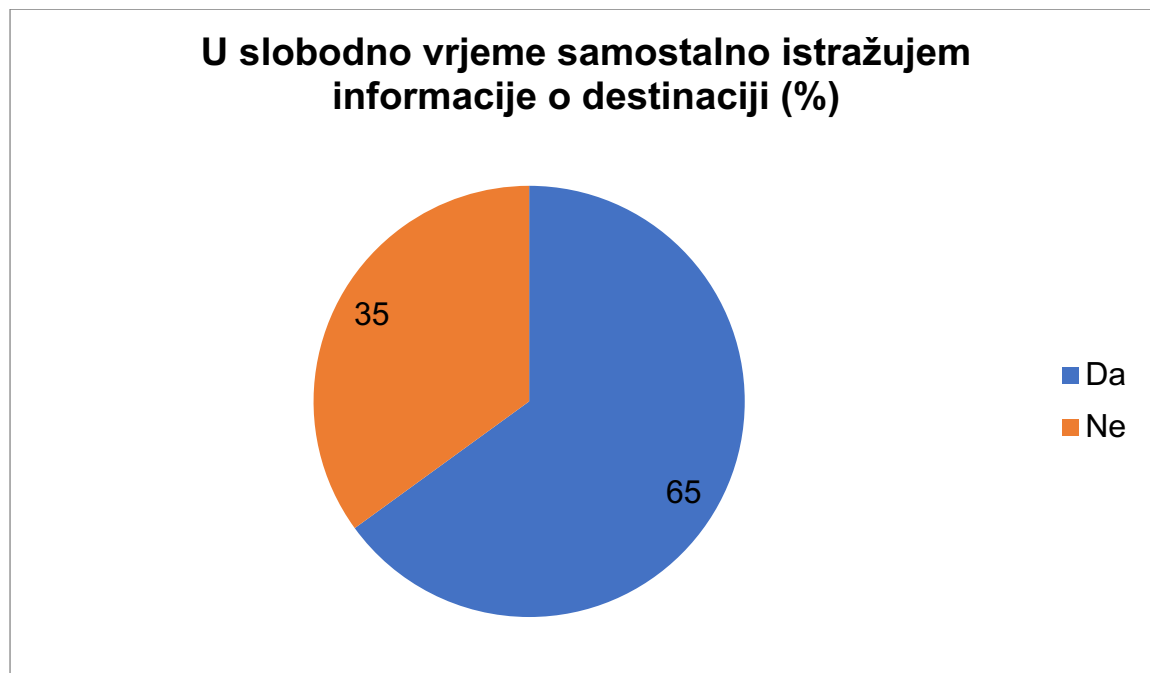


*Izvor: Rezultati istraživanja autora.*

Čak 70% ispitanika voljelo bi dobiti informacije iz ranije povijesti, njih 70%. Tek 30% ispitanika Novog Sada biralo bi podatke iz modernog doba.

Jednako kao i ispitanici u Gradu Pula, ispitanici Novog Sada naklonjeni su samostalnom istraživanju informacija o nekoj turističkoj destinaciji (Grafikon 16.).

Grafikon 16. Naklonjenost samostalnom istraživanju informacija o turističkoj destinaciji na primjeru ispitanika Novog Sada



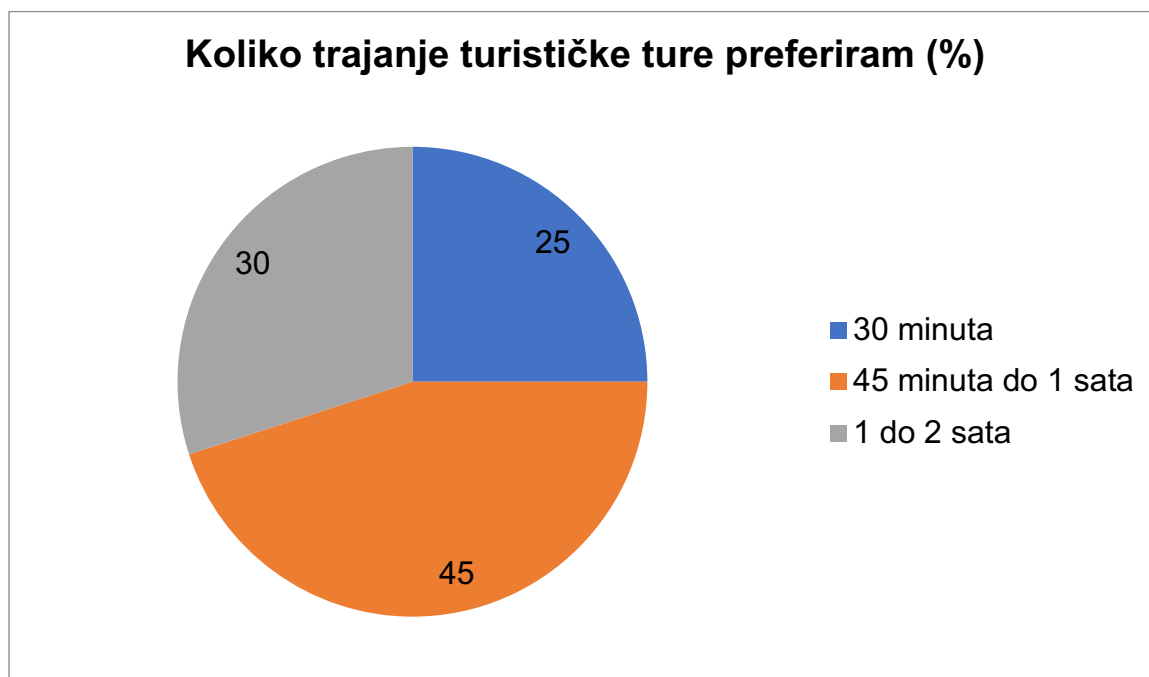
*Izvor: Rezultati istraživanja autora.*

Rezultati pokazuju sličnost s ispitanicima Grada Pule, koji također u velikom udjelu pretražuju informacije o nekoj destinaciji o vlastitom angažmanu. To ih čini neovisnima, kao i ispitanike Novog Sada. Vjeruje se kako je to obilježje mlađe dobne skupine putnika i ispitanika.

Sljedeća sličnost među ispitanicima ovih destinacija je preferencija duljine turističke ture koju koriste ili bi koristili prilikom posjete nekoj destinaciji. Kod oba uzorka navedeno je da preferiraju srednju duljinu trajanja, odnosno od 45 minuta do 1 sata (Grafikon 17.).



Grafikon 17. Duljina turističke ture koju ispitanici Novog Sada preferiraju

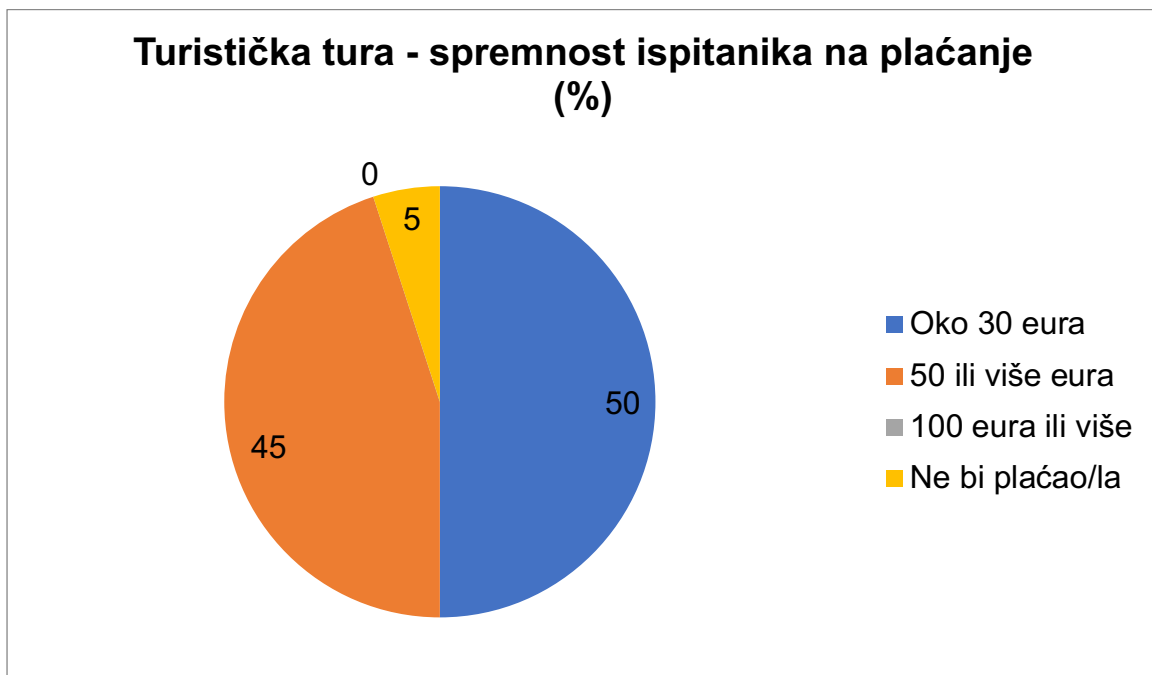


*Izvor: Rezultati istraživanja autora.*

Ispitanici Novog Sada, baš kao i oni na području Grada Pule, najviše preferiraju srednje duge turističke ture, a slijede oni koji bi odabrali dužu turu od 1 do 2 sata. Najmanji udio ispitanika odlučio bi se za kratku turističku turu, njih 25%.

Također, sljedeća sličnost ispitanika Novog Sada i Grada Pule je u platnoj sposobnosti i volji. Naime, obje skupine ispitanika smatraju prihvatljivim platiti do 50 eura ili nešto više za turističko vođenje prilikom posjete nekoj turističkoj destinaciji (Grafikon 18.).

Grafikon 18. Platna sposobnost i volja ispitanika Novog Sada za turističku turu



Izvor: Rezultati istraživanja autora.

Vidljivo je kako među ispitanicima u Novome Sadu nitko nije izjavio da bi platio 100 eura ili više za turističku turu. Gotovo svi ispitanici slažu se kako bi platili oko 30 eura, odnosno oko 50 eura za navedeno.

### 6.3. SLIČNOSTI I RAZLIKE MEĐU ISPITANICIMA GRADA PULE I NOVOG SADA

U nastavku se daje komparabilna tablica na temelju podataka dobivenih predočenim istraživanjem (Tablica 4.).

Tablica 4. Komparativna analiza kvalitete turističkih vodiča Pule i Novog Sada

Pitanje	Odgovor	Pula	Novi Sad
Korištenje usluga turističkih vodiča prilikom putovanja	Koristi	38,1	45
	Ne koristi	61,9	55
Percepcija turističkih vodiča	Zanimljivi	66,7	80
	Nezanimljivi	28,6	20
	Ne znam	4,7	0
Preferencije prema razdoblju atrakcija	Moderno doba	61,9	84,2
	Povijesno doba	38,1	15,8
Preferencije prema vrsti turističkog vođenja	Aktualno s manje povijesno podataka	76,2	42,1
	Standardno s više povijesnih podataka	23,8	57,9
Preferencije prema povijesnom razdoblju	Prapovijesno doba	4,6	0
	Grčka i Rim	27,3	50
	Srednji i novi vijek	13,6	25
	Sadašnjost i prošlo stoljeće	31,8	15
	Samo aktualne informacije	22,7	10
Informacije koje bi tražili od vodiča	Iz novije povijesti	59,1	30
	S početka prošlog stoljeća i ranije	40,9	70
Navike pri samostalnom istraživanju destinacije	Samostalno pretraživanje	76,2	65
	Nesamostalno pretraživanje	23,8	35
Preferirane vrste tura	30 min	19	25
	45 min do 60 min	57,2	45
	1-2 h	23,8	30
Platna sposobnost	Oko 30 eura	33,3	50
	50 i više eura	38,1	45
	100 eura i više	14,3	0
	Ne bi plaćao	14,3	5

Izvor: Izrada autora.

Na temelju provedenog istraživanja i prikupljenih podataka daje se zaključiti kako ispitanici u obje destinacije smatraju kako su turistički vodiči korisni, zanimljivi i pružaju

potrebe informacije. Unatoč tome oni nisu toliko popularni među ove dvije skupine ispitanika, iako je zabilježena nešto veća popularnost u Novom Sadu. Razlog tome je, kako se vjeruje, naklonjenost ispitanika da samostalno pretražuju potrebite informacije.

Kod obje skupine ispitanika turistički vodiči ocijenjeni su zanimljivima, a u svezi toga slaže se veliki udio ispitanika. Sljedeća sličnost među ovim skupinama očituje se u vrsti turističke ture koju preferiraju i za koju bi se odlučili. Riječ je o srednje dugim turističkim turama, za koje bi maksimalno odvojili 50 eura. Ispitanici Pule preferirali bi nestandardne turističke ture, dok su standardne popularne među ispitanicima Novog Sada.

Temeljne razlike među ovim skupinama ispitanika očituju se u kontekstu preferiranih i željenih informacija koje bi tražili i očekivali od turističkih vodiča. Vidljivo je kako obje skupine u većoj ili manjoj mjeri preferiraju razdoblje Grčke i Rima, no moderno doba i suvremena povijest popularniji su među ispitanicima Grada Pule, dok ispitanici Novog Sada preferiraju starija povijesna razdoblja.

## 7. ZAKLJUČAK

Turizam od najranijih razdoblja njegova razvoja egzistira kao vrlo složen ili kompleksni sustav koji je sačinjen od niza elemenata, komponenti ili podsustava. U najranijim razdobljima razvoja nije se percipira na takav način, što je u konačnici utjecalo i na nepotpuni i neprimjereni sustav upravljanja i razvoja. s pojavom suvremenog doba percepcija turizma postaje kompleksnije i cjelovitija, što dovodi do održivog sustava upravljanja ovom pojavom i inicijacijom sasvim novog razdoblja njegova razvoja.

Kompleksnost turizma ukazuje na postojanje više podsustava koji su usko povezani i međusobno uvjetovani. U svakome od njih egzistira veći broj dionika pa se često upravo to navodi kao jedno od glavnih obilježja ove pojave. Svaki od tih dionika ima posebnu ulogu i funkcije u turističkom poslovanju i razvoju turizma te poslovnim procesima koji se uz njega vežu. Među njima su i turistički pratitelji, vodiči i slični dionici.

Nekadašnja percepcija turizma, o kojoj se raspravljalo, veže se i uz nekadašnje navike turista, koje se po mnogočemu razlikuju od onih suvremenih. Nekadašnji turisti bili su manje neovisni, nesofisticirani, a obilježavali su ih drugačiji motivi putovanja, potrebe i životni stilovi te navike. Promjene na strani turističke potražnje u novije doba mijenjaju i uloge dionika u turizmu. Pri tome neki od njih gube na značaju, dok se značaj neki intenzivira, mijenja i obogaćuje, odnosno intenzivnije razvija.

Često se govori kako su suvremeni turisti vrlo neovisni, podržani informatičkim dostignućima i internetom, sofisticirani, fleksibilni i slično. Sukladno tome, danas je visoki udio samostalnih putovanja, vlastitih aranžmana i planova putovanja te istraživanja turističkih destinacija. Sve to utječe na opadanje značaja nekad iznimno popularnih turističkih vodiča, pratitelja i slično. Smatra se kako je njihova uloga i u današnjici velika, no ona postupno gubi na važnosti, uslijed niza promjena koje se događaju.

Turistički pratitelji i vodiči danas su popularni u točno određenim situacijama, na pojedinim lokacijama ili destinacijama te kod određenih ciljnih skupina potrošača,

posjetitelja. Sve navedeno potvrđeno je i poduzetim istraživanjem u sklopu ovoga rada. ono je provedeno na većem uzorku ispitanika, u Puli i Novom Sadu, mlađe životne dobi. Vrlo je značajno istaknuti kako je spoznato da je riječ o neovisnim putnicima, turistima, koji ne koriste u značajnom udjelu usluge turističkih vodiča jer samostalno pretražuju željene i potrebite informacije.

Također, vidljivo je da ovi ispitanici ne umanjuju zanimljivost turističkih vodiča, kao i njihovu ulogu, no nisu spremni platiti visoke cijene za turističko vođenje. Pored toga, preferiraju srednje turističke ture, a razlikuju se s obzirom na željene informacije koje bi htjeli primiti od strane vodiča ili koje smatraju zanimljivima.

Vjeruje se kako će se i u budućnosti nastaviti opisani trend, koji se odnosi na funkcije, ulogu i značaj turističkih vodiča u današnjici. Moguće je pri tome očekivati kako će oni dominirati na primjeru grupa turista, posebice umirovljenika ili turista starije životne dobi, te školskih grupa, studenata i sličnih ciljnih skupina koje putuju u organiziranom aranžmanu i većem broju. Također, turistički vodiči dominirat će na primjeru obilaska pojedinih lokaliteta i mjesta kao što su nacionalni parkovi, primjerice.

Ujedno se u budućnosti očekuje sve veći značaj takozvanih online turističkih vodiča i brošura, koje već danas u velikoj mjeri obilježavaju suvremeni turizam i suvremenu turističku potražnju.

Sukladno navedenom, za buduća istraživanja preporučuje se pratiti promjene na strani usluga koje će turistički vodiči nuditi u budućnosti, prometa koji će ostvarivati, kao i prostora na kojima će nuditi svoje usluge. Smatra se korisnim pratiti i kretanje njihova honorara kroz duže razdoblje, odnosno cijene usluga koje nude, jer će pad potražnje za turističkim vodičima zasigurno utjecati na pad njihova honorara i cijene usluge. Korisnim bi bilo razmotriti, u slučaju realizacije očekivanog trenda, na koji način su se turistički vodiči prekvalificirali, to jest prema čemu su se alternativno usmjerili. Također se očekuje kako će ove promjene prvenstveno pogoditi razvijene i informatički napredne države svijeta i najrazvijenija društva. Time se predlaže primarno analizirati takve primjere država i skupina potrošača, a korisnim se smatra provesti i komparativne analize među državama i društvima.

## LITERATURA

### KNJIGE:

- Floričić, T., Tuličić, K. (2019.) Kulturna baština u atrakcijskoj osnovi – Uloga turističkih zajednica u promicanju kulturnih atrakcija. U: Floričić, T., Floričić, B. (2019.) Kulturna baština u turističkoj destinaciji: vrednovanje i održivi menadžment: Pula, Medulin, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Str. 1.-28.
- Gržinić, J. (2020.) Turističke atrakcije, nastanak razvoj i utjecaji. Pula: Udžbenik Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli
- Križman Pavlović D. (2003.) Upravljačke i organizacijske odrednice marketinga turističke destinacije. Zagreb: Ekonomski fakultet u Zagrebu, Sveučilište u Zagrebu
- Kušen, E. (2002.) Turistička atrakcijska osnova. Zagreb: Institut za turizam

### ČLANCI:

- Jakovljević, M. (2012.) Promocija turističkih destinacija – oglašavanje i(ili) odnosi s javnošću? Acta Turistica Nova. Vol. 6. No. 1. Str. 69.-91.
- Kušen, E. (2010.) Sustav turističkih atrakcija. Turizam. Vol. 58. Br. 6

### INTERNET IZVORI:

- Bantours (2009.) Turistički pratitelj. Dostupno na: <https://www.bantours.hr/css/upload/documents/POU%20MORANA/POU%20MORANA%20Tecaj%20Turisticki%20pratitelj.pdf> (25.06.2022.)
- Camping Kranjski (2022.) Nacionalni park Brijuni. Dostupno na: [https://camping-kranjski.si/hr/izleti\\_i\\_okolica/nacionalni\\_park\\_brijuni/](https://camping-kranjski.si/hr/izleti_i_okolica/nacionalni_park_brijuni/) (02.07.2022.)
- FFZG (2022.) Turistički vodiči i pratioci. Dostupno na: <http://mrav.ffzg.hr/zanimanja/book/part2/node1505.htm> (30.06.2022.)

- Google maps (2022.) Grad Pula. Dostupno na: <https://www.google.com/maps/place/Pula/@44.8853536,13.7460983,11z/data=!4m5!3m4!1s0x477cd2de09337b6d:0x72324a3a7b4e580d!8m2!3d44.8666232!4d13.8495788> (02.07.2022.)
- Grad Pula (2015.) Strategija razvoja Grada Pule 2016.-2020. Dostupno na: [https://www.pula.hr/site\\_media/media/uploads/content/images/2018/07/24/strategija\\_turizma\\_grad\\_pula\\_2016\\_2020.pdf](https://www.pula.hr/site_media/media/uploads/content/images/2018/07/24/strategija_turizma_grad_pula_2016_2020.pdf) (02.07.2022.)
- Hrvatski jezični portal, dostupno na: [https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search\\_by\\_id&id=f19nXRh9&keyword=tipologija](https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=f19nXRh9&keyword=tipologija) (24.05.2022.)
- Istra (2022.) Rt Kamenjak. Dostupno na: <https://www.istra.hr/hr/dozivljaji/kultura/vazni-i-nacionalni-parkovi-botanicki-vrtovi-prirodna-bastina/1124> (02.07.2022.)
- Kostelić, K. i dr. (2021.) Određivanje optimalne rute u mreži turističkih atrakcija grada Pule. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/386332> (24.05.2022.)
- Novi Sad (2022.) Geografski podaci. Dostupno na: <http://www.novisad.rs/lat/geografski-podaci> (02.07.2022.)
- Novi Sad (2022.) Koviljsko-petrovaradinski rit. Dostupno na: <https://novisad.travel/single-dunav/koviljsko-petrovaradinski-rit/> (02.07.2022.)
- Novi Sad (2022.) Park prirode Begečka jama. Dostupno na: <https://novisad.travel/single-dunav/park-prirode-begecka-jama/> (02.07.2022.)
- Novi Sad (2022.) Turističke atrakcije. Dostupno na: <https://novisad.travel/turisticke-atrakcije-0/> (02.07.2022.)
- Pula info (2022.) Arena – Amfiteatar. Dostupno na: <https://www.pulainfo.hr/hr/where/arena-amfiteatar> (02.07.2022.)
- Pula info (2022.) Augustov hram. Dostupno na: <https://www.pulainfo.hr/hr/where/augustov-hram> (02.07.2022.)
- Pula info (2022.) Dvojna vrata. Dostupno na: <https://www.pulainfo.hr/hr/where/dvojna-vrata-gradski-bedemi> (02.07.2022.)
- Pula info (2022.) Forum. Dostupno na: <https://www.pulainfo.hr/hr/where/forum> (02.07.2022.)
- Pula info (2022.) Kaštel. Dostupno na: <https://www.pulainfo.hr/hr/where/kastel> (02.07.2022.)



- Pula info (2022.) Zerostrasse. Dostupno na: <https://www.pulainfo.hr/hr/zerostrasse-reopened-for-visitors/46864> (02.07.2022.)
- Silla, I. (2022.) Interpretacija baštine. Dostupno na: <https://krajolicibastine.com/interpretacija-bastine-faq/> (25.06.2022.)
- Slivar, I. i dr. (2019.) Understanding Peer to Peer (P2P) Sightseeing Tours. Dostupno na: <https://strategica-conference.ro/wp-content/uploads/2022/04/25.pdf> (24.08.2022.)
- World tourism group (2022.) Top10 stvari koje treba vidjeti i raditi u Novom Sadu. Dostupno na: <https://hrv.worldtourismgroup.com/top-10-things-see-73196> (03.07.2022.)
- World tourism group (2022.) Top10 stvari koje treba vidjeti i raditi u Novom Sadu. Dostupno na: <https://hrv.worldtourismgroup.com/top-10-things-see-73196> (03.07.2022.)
- Zakonu o pružanju turističkih usluga, Narodne novine, NN 130/17, 25/19, 98/19, 42/20, 70/21. Dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/343/Zakon-o-pru%C5%BEanju-usluga-u-turizmu> (30.06.2022.)

## POPIS SLIKA

Slika 1. Turistički resursi.....	3
Slika 2. Položaj Grada Pule.....	24
Slika 3. Nacionalni park Brijuni.....	26
Slika 4. Rt Kamenjak.....	28
Slika 5. Pulska Amfiteatar.....	30
Slika 6. Augustov hram.....	31
Slika 7. Zerostrasse.....	32
Slika 8. Pulski forum.....	34
Slika 9. Kaštel.....	35
Slika 10. Dvojna vrata.....	36
Slika 11. Dunav u Novom Sadu.....	37
Slika 12. Park prirode Begečka jama.....	38
Slika 13. Koviljsko-petrovaradinski rit.....	39
Slika 14. Trg slobode u Novom Sadu.....	40
Slika 15. Tvrđava Petrovaradin.....	41

## POPIS TABLICA

Tablica 1. Sustav turističkih atrakcija .....	5
Tablica 2. Prirodne atrakcije Grada Pule.....	25
Tablica 3. Kulturno-povijesne atrakcije Grada Pule .....	29

## POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Pokazatelj naklonjenosti ispitanika Grada Pule u korištenju usluga turističkih vodiča prilikom putovanja .....	43
Grafikon 2. Percepcija turističkih vodiča od strane ispitanika Grada Pule .....	44
Grafikon 3. Preferencije ispitanika Grada Pule prema atrakcijama i razdobljima povijesti tijekom putovanja .....	45
Grafikon 4. Preferencije ispitanika Grada Pule prema vrsti turističkog vođenja .....	46
Grafikon 5. Preferencije ispitanika Grada Pule prema povijesnim razdobljima tijekom razgledavanja turističke destinacije.....	47
Grafikon 6. Informacije koje bi ispitanici Grada Pule tražili od turističkih vodiča .....	48
Grafikon 7. Potrošačke navike ispitanika Grada Pule pri samostalnom istraživanju turističke destinacije .....	49
Grafikon 8. Preferencija vrste turističke ture (vođenja) od strane ispitanika Grada Pule .....	50
Grafikon 9. Platna sposobnost i volja ispitanika Grada Pule za turističku turo.....	51
Grafikon 10. Naklonjenost ispitanika Novog Sada u korištenju usluga turističkih vodiča .....	52
Grafikon 11. Percepcija turističkih vodiča od strane ispitanika Novog Sada.....	53
Grafikon 12. Stav ispitanika Novog Sada prema povijesnom i modernom dobu .....	53
Grafikon 13. Preferencije ispitanika Novog Sada prema vrsti turističke ture.....	54
Grafikon 14. Preferencije ispitanika Novog Sada prema povijesnim razdobljima prilikom turističke ture.....	55
Grafikon 15. Informacije koje bi ispitanici Novog Sada birali da dobiju od strane turističkih vodiča .....	56
Grafikon 16. Naklonjenost samostalnom istraživanju informacija o turističkoj destinaciji na primjeru ispitanika Novog Sada .....	57
Grafikon 17. Duljina turističke ture koju ispitanici Novog Sada preferiraju .....	58
Grafikon 18. Platna sposobnost i volja ispitanika Novog Sada za turističku turo .....	59

## SAŽETAK

Turistički vodiči u suvremeno doba postupno gube na značaju. Razlog tome su brojne promjene u okolini, posebice na strani turističke potražnje. Ona postaje sve više neovisna, fleksibilna, informatički pismena i ovisna o internetu. Time se javljaju alternative turističkim vodičima za koje se vjeruje da će dominirati u budućnosti.

Turistički vodiči danas su popularni na primjeru određenih ciljnih skupina potrošača i u određenim situacijama, lokacijama ili destinacijama. Vjeruje se da će se taj trend nastaviti i u budućnosti. Očekuje se kako će usluge turističkih vodiča koristiti uglavnom grupe putnika, češće umirovljenici i učenici, te kako će oni dominirati na pojedinim lokacijama, poput nacionalnih parkova.

Iako ih putnici ne smatraju nezanimljivima, sve manje se koriste njihovim uslugama. Isto je potvrđeno istraživanjem na primjeru ispitanika Grada Pule i Novog Sada. Potvrđeno je kako je riječ o neovisnim putnicima, koji samostalno tragaju za željenim informacijama.

*Ključne riječi: turistički vodič, suvremeno doba, Grad Pula, Novi Sad.*

## **SUMMARY**

Tourist guides are gradually losing their importance in contemporary time. The reasons for this are numerous changes in the environment, especially on the side of tourist demand. Tourist demand is becoming more and more independent, flexible, computer literate and dependent of the Internet. This rises the importance of tourist guides alternatives, which are believed that will dominate in the future.

Today, tourist guides are popular among certain target groups of consumers and in certain situations, locations or destinations. It is believed that this trend will continue in the future. It is expected that the services of tourist guides will be used mainly by groups of travelers, more often pensioners and students, and that they will dominate in certain locations, such as national parks.

Although passengers do not find them uninteresting, they use their services less and less. The same was confirmed by research on the example of respondents from the City of Pula and Novi Sad. It has been confirmed that these are independent travelers who independently search for the desired information.

*Keywords: tourist guide, contemporary time, City of Pula, Novi Sad.*