

Kvaliteta i konkurentnost smještaja u Istri - Vile s bazenom kao specifičan segment ponude

Blažević, Ivan

Undergraduate thesis / Završni 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:137:813265>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-05**



Repository / Repozitorij:

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



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

Ivan Blažević

**Kvaliteta i konkurentnost smještaja u Istri – Vile s bazenom
kao specifičan segment ponude**

Završni rad

Pula, 2022.

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

Ivan Blažević

**Kvaliteta i konkurentnost smještaja u Istri – Vile s bazenom
kao specifičan segment ponude**

Završni rad

JMBAG: 0303088983

Smjer: Turizam

Kolegij: Poslovanje ugostiteljskih poduzeća

Mentor: doc. dr. sc. Tamara Floričić

Pula, kolovoz 2022.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisan IVAN BLAŽEVIĆ, kandidat za prvostupnika ekonomije, poslovne ekonomije, smjera TURIZAM ovime izjavljujem da je ovaj Završni 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 Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega nercitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi dio rada pri kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, _____, _____godine.



IZJAVA

O korištenju autorskog djela

Ja IVAN BLAŽEVIĆ, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom

KVALITETA I KONKURENTNOST SMJEŠTAJA U ISTRI – VILE S BAZENOM KAO SPECIFIČAN SEGMENT PONUDE 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 sa Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenog, slobodnog pristupa znanstvenim informacijama.

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

U Puli, _____(datum)

Potpis

Sadržaj

| | |
|--|----|
| 1. Uvod | 6 |
| 1.1. Definiranje istraživanja | 6 |
| 1.2. Ciljevi istraživanja..... | 6 |
| 1.3. Metode istraživanja | 6 |
| 1.4. Struktura rada | 6 |
| 2. Smještaj u Istri | 7 |
| 2.1. Turizam u Istri | 7 |
| 2.2. Povijest razvoja turizma u Istri..... | 8 |
| 2.3. Smještajni kapaciteti u Istri..... | 9 |
| 2.4. Organizirano hotelijerstvo i kapaciteti turističkog smještaja u malom i srednjem poduzetništvu..... | 10 |
| 2.5. Dolasci i noćenja | 14 |
| 2.6. Kategorizacija smještajnih objekata | 19 |
| 3. Statistika vila s bazenom – booking.com | 26 |
| 3.1. Broj vila s bazenom..... | 27 |
| 3.2. Popunjenost kapaciteta u ljetnim mjesecima..... | 29 |
| 4. Intervju vezan za konkurentnost | 30 |
| 4.1. Intervju s vlasnikom vile s bazenom | 30 |
| 4.2. Intervju s vlasnikom restorana..... | 31 |
| 5. Zaključak | 33 |
| 6. Literatura | 34 |
| 7. Prilozi..... | 36 |

1. Uvod

Turistička potražnja zadovoljava se kvalitetnom turističkom ponudom, tako turist za vrijeme putovanja u turističkoj destinaciji želi doživjeti nešto novo, kvalitetno i ekskluzivno. Trendovi u turizmu se intenzivno mijenjaju, u početku razvijanja turističkih putovanja, hoteli su bili najpopularniji, osobito oni s 5 zvjezdica. No, danas turist želi svoju privatnost i mir u vili s bazenom koja nudi puno više od luksuznog hotela po pitanju privatnosti, luksuznog namještaja, privatnog wellnessa i slično. Ta se preobrazba u Istri počela događati zadnjih godina uz gradnju velikog broja kuća za odmor i vila s bazenom, ali i uvelike je pomogla i pandemija korona virusa, jer turist počinje izbjegavati mjesta s velikim brojem ljudi i okreće se privatnom smještaju, gdje se osjeća sigurnije. Turist danas također često putuje samo iz razloga kako bi doživio nešto novo, što uvelike doprinosi turizmu u Hrvatskoj obzirom na lako pristupačnost automobilom i ostalim prijevozom.

1.1. Definiranje istraživanja

Istraživanjem se obuhvaća broj noćenja i učestalost turista pri biranju turističkog smještaja po pitanju privatnog smještaja ili onog u hotelu, kampu i slično. Te koliko su kvalitetne ponude smještaja u Istri u vilama s bazenima i koliko su gosti zadovoljni istima. Također će se obuhvatiti i broj vila koji postoji u Istri, popunjenost njihovih kapaciteta i ljetnim mjesecima, te njihove ocjene na booking.com platformi.

1.2. Ciljevi istraživanja

Cilj istraživanja je definirati kako održati konkurentnost smještaja u vili s bazenom i kako ponuditi što bolju uslugu i time zadovoljiti turista.

1.3. Metode istraživanja

Istraživanja su provedena online kroz platformu booking.com o podacima vezanim za vile s bazenom, te intervju s vlasnikom vile s bazenom i vlasnikom restorana u blizini brojnih vila s bazenima.

1.4. Struktura rada

Rad je strukturiran od 5 međusobno povezanih naslova koji odgovaraju na pitanja istraživanja uz korištenje pomno odabrane literature i ostalih izvora.

2. Smještaj u Istri

2.1. Turizam u Istri

Turizam u Istri je djelatnost koja je na poluotoku poznata već više od 50 godina, najraširenija je grana gospodarstva i zapošljava najveći broj ljudi, kako u Istri, tako i na ostatku jadranske obale. Najveći turistički proizvodi u Istri su sunce i more, no turizam se sve više razvija i u unutrašnjosti poluotoka, osobito pojavom korona virusa kada gosti počinju sve više tražiti mjesto za odmor u privatnoj vili na osami kako bi imali više privatnosti i osigurali se od zaraze. Turizam se u Istri jako dobro razvija osobito zbog gastronomije, jer Istra ima mnoštvo toga za ponuditi, od domaćeg maslinovog ulja, vrhunskih vina, piva i ostalih bezalkoholnih napitaka koji se proizvode na poluotoku, te domaći recepti i tradicionalni načini pripreme jela sve više privlače turiste, jer se zadnjih godina sve više gostiju odlučuje na dolazak u Istru baš zbog razvijene gastronomije. Najviše turista dolazi iz okolnih zemalja poput Italije, Austrije i Njemačke jer se Hrvatska nalazi na relativno maloj udaljenosti i lako pristupačna osobnim automobilom. Obzirom da se Istra nalazi odmah uz granicu i tako je najbliža hrvatska regija, najposjećenija je od svih regija u Republici Hrvatskoj. Turizam se u Istri počeo razvijati općenito zbog njenog geografskog položaja i razvijenih gradića smještenih na obali, ali i građevine i ostali objekti koji su sačuvani još od rimskog carstva, koji i danas privlače poglede svih posjetitelja. Dakle, turiste najviše privlače povijesne građevine, gastronomija i obala, ali turisti iz tih razloga Istru posjećuju od travnja, ovisno o tome kada je Uskrs, u nešto manjem broju, te od lipnja do sredine rujna u velikom broju, no nakon toga posjećenost je vrlo niska ili nikakva, te se uz razne evente i manifestacije pokušava produžiti turistička sezona kako bi ona trajala i do kraja listopada, iako je tada već hladnije vrijeme, ali kako bi pokazali da Istra može ponuditi puno više od samo sunca i mora.

Suvremeni turizam se više okreće pojedincu kao sudioniku turističkoga putovanja i njegovim individualnim potrebama, a rezultat su nastanak i razvoj posebnih oblika turizma prilagođenih zahtjevima manjih skupina turističkih potrošača.¹ Iz tog se

¹ Šuran K. (2017.) Europski turizam - izazovi i prijetnje razvoja, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str. 7

razloga danas razvijaju različiti oblici turizma, a u Istri u zadnje vrijeme najviše se privlače turisti luksuznim smještajem i eno-gastronomskom ponudom.

2.2. Povijest razvoja turizma u Istri

Turizam u Istri se počeo razvijati u prvoj polovici 19. st. kada su počeli jedni od prvih organiziranih izleta i to iz Trsta za Pulu i Poreč. Turizam se tada počeo razvijati, te je povjesničar Pietro Kandler 1845. počeo pisati turističke vodiče za posjet Puli i Poreču, no 1914. dolazi do stagnacije te je Istra pod talijanskom vlašću, no nakon drugog svjetskog rata, turizam se opet oživljava do još jednog stagnacijskog razdoblja 1991. g. do 1995. g. zbog Domovinskog rata, ali nakon toga primjećujemo uzastopni rast turizma u Istri do danas, uz zastoj za vrijeme pandemije, ali već 2022. g. se ruše rekordi zabilježeni 2019. g.

Usporedno s turizmom razvijalo se i hotelijerstvo. Umjesto gostionica i prenoćišta, skromnih kapaciteta i gastronomske ponude, ponekoga raskošnoga dvorca pri kraju 19. i na početku 20. st. grade se prvi moderni hoteli: Kvarner 1884. i Imperial 1885. u Opatiji, Neptun I., II., III. i Karmen na Brijunima, Riviera 1908. u Puli, Riviera 1910. u Poreču i Adriatic 1913. u Rovinju. Neki od tih hotela imali se unutrašnji bazen s grijanom morskom vodom i mogućnošću kupanja cijele godine, sportske terene i ostale sadržaje visokoga standarda, koji su mogli zadovoljiti ukuse probranih gostiju iz najviših društvenih slojeva, te sportaše.

Istra s Krkom i zapadno kvarnerskim nizom otoka već se na početku 20.st. izdvojila kao vodeća turistička regija na tom dijelu Jadrana. U tom je području 1912. od ukupnoga broja gostiju njih 44% boravilo više od 14 dana. Gotovo polovica svih turističkih dolazaka u Istru odnosila se na Opatiju (48%), koju su tada popularno zvali „zimski Beč“ i „jadranska Nica“. Bilo je to razdoblje pretežito aristokratskoga turizma, prestiža, rastrošnosti, prosječno dugoga boravka i ograničenoga kretanja izvan obalnoga stacionara.²

² Blažević I. (1987.) Povijest turizma Istre i Kvarnera, Otokar Keršovani, Opatija

2.3. Smještajni kapaciteti u Istri

Broj smještajnih kapaciteta u Istri svake godine je sve veći i veći, ali se u zadnje vrijeme počinju graditi nešto manji objekti s kvalitetnijom uslugom koji zahtijevaju manji broj osoblja obzirom da se hrvatsko gospodarstvo nalazi u problemu s pronalaskom radne snage, osobito one kvalificirane i kvalitetne. Također se u posljednjih desetak godina gradi sve više privatnih vila s bazenom i ostalog smještaja u privatnom vlasništvu, što doprinosi broju smještajnih jedinica u Istri. Na taj način se privlače i oni poželjniji gosti, veće platežne moći.

Istarska županija najbliža je Hrvatska primorska destinacija glavnim emitivnim tržištima. To je jedan od glavnih čimbenika koji su omogućili Istri snažan turistički razvoj - izgradnju brojnih atrakcija (vodenih parkova, prirodnih parkova i slično), uređenje plaža i šetnica, unaprjeđenje prometne infrastrukture te posljedično izgradnju mnogih hotela, hostela, kampova i drugih kapaciteta za smještaj brojnih novih gostiju.³

Tablica 1. Broj smještajnih kapaciteta u Istri po vrsti smještaja

| | |
|---|---------|
| Hoteli | 49.551 |
| Kampovi | 118.285 |
| Nekomercijalni smještaj | 75.698 |
| Objekti na OPG-u/seljačkom domaćinstvu | 308 |
| Objekti u domaćinstvu | 86.072 |
| Ostali ugostiteljski objekti za smještaj/druge vrste-skupina kampovi | 26.340 |
| Ostalo | 2.364 |
| Restorani | 34 |
| Ukupno | 358.652 |

Izvor: Preferencija smještajnih kapaciteta u pojedinim klasterima 2017., htz.hr (01.08.22.)

³ Perhat I. (2019.) Privatni turistički smještaj u Istri i izazovi rasta, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str. 3

Sve su brojniji smještajni kapaciteti u domaćinstvu, to jest u privatnom vlasništvu. Kasnije u radu će se spomenuti točan broj vila s bazenima koje su najčešća ponuda smještaja danas u Istri, iako su popularni i stanovi u blizini mora, turističkih gradova i plaža.

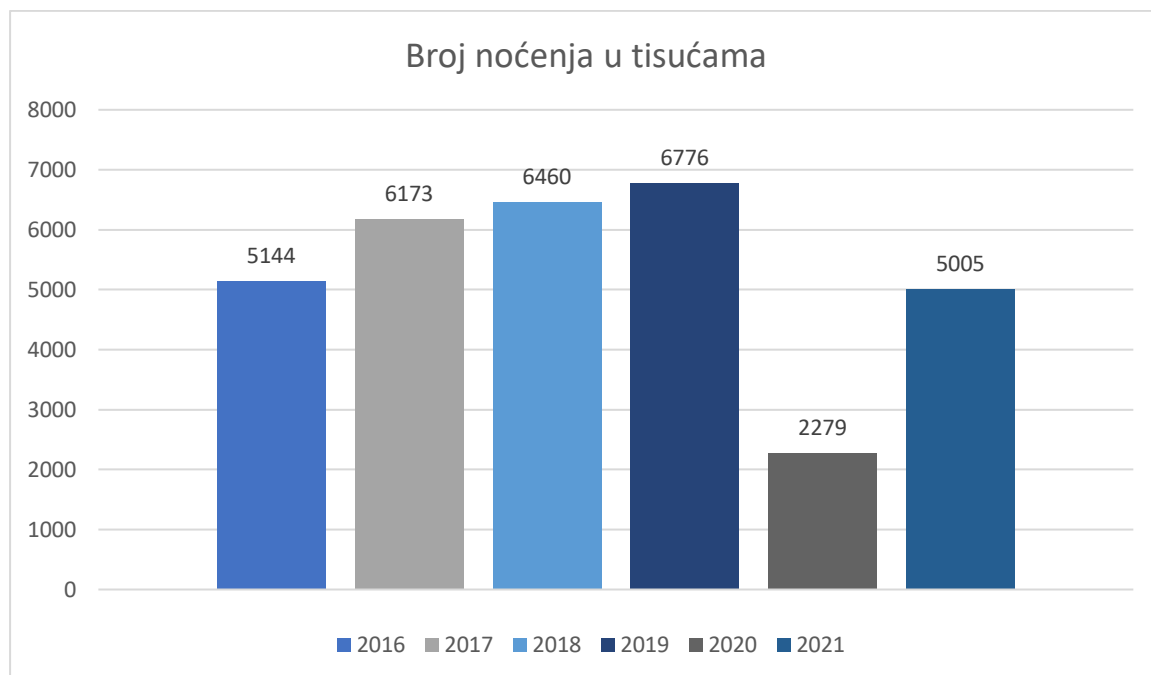
U turizmu dominira malo i srednje poduzetništvo. Različiti tipovi luksuznog smještaja, uključujući luksuzne vile za odmor, rastući ulaze u turistički sektor kao mali i srednji poduzetnici. Prema modernim turističkim trendovima, luksuzni smještajni objekti u domaćinstvu predstavljaju veliki potencijal u turizmu. Prema radu Pavia i Cerović (2019.) objekti u domaćinstvu su obilježeni posebnim pristupom gostima, personaliziranom uslugom, specifičnom arhitekturom, hortikulturom i dizajnom sadržaja u objektu i niskom razinom formalizacije. Mnogo je imućnih turista koji traže kvalitetu u rastu i oni određuju što je zapravo kvaliteta u kućama za odmor, tj. iznajmljivači žele razlikovati svoju ponudu po veličini, sadržajima, rekreacijskim aktivnostima i količinom novca koja je investirana u objekt (Harikson et al., 2018.). Za goste koji traže vrijednost, jedinstvenost i osobno iskustvo, luksuzni smještaj je postao trend u turističkoj potražnji, što ohrabruje raspravu o finoj razlici između standarda i luksuza u smislu kvalitete i ponude.⁴

2.4. Organizirano hotelijerstvo i kapaciteti turističkog smještaja u malom i srednjem poduzetništvu

U Istri postoje 3 velike hotelijerske kompanije koje nude veliki broj smještajnih jedinica u raznim hotelima, kampovima, apartmanima i slično. Najveća kompanija u Hrvatskoj je Valamar d.d. koji nudi svoj smještaj i ostale usluge diljem jadranske obale, ponajviše u Istri u Poreču, ali i ostatku poluotoka, također na Krku, Hvaru, Rabu, Makarskoj i u Dubrovniku, ali i u Obertauernu u Austriji. Valamar svake godine zapošljava oko 7000 ljudi u sezonskom razdoblju, te su tako i zauzeli 6. mjesto najpoželjnijeg poslodavca u Hrvatskoj. Valamar u ljetnim mjesecima nudi 22 077 smještajnih jedinica od kojih je 4,7% odvojeno na nekomercijalni smještaj, kako bi

⁴M. Cerović, N. Pavia, T. Floričić (2020.) What makes luxury holiday rentals so desirable? – the importance of understanding, The demand for luxury tourism, Department of Entrepreneurship Faculty of Business Administration University of Economics, Prag, str. 48

osigurali smještaj za svoje zaposlenike. Portfelj imovine Valamar d.d. iznosi 5,9 milijardi kuna, od kojih svake godine odvaja 5% od ukupnih prihoda na nove investicije.



Slika 1. Broj noćenja (u tisućama) u Valamar d.d.

Izvor: valamar-riviera.com (03.08.2022.)

Uz Valamar tu su i Plava Laguna, Arena Hospitality Group i Maistra, koje su nešto manje kompanije, ali svakako značajne za turizam u Istri. Smještajni kapaciteti Plave Lagune sastoje se od 4 resorta, 25 hotela i 13 apartmana na području Poreča, Umaga i Rijeke. Maistra posluje u sastavu Adris grupe d.d. na području Rovinja, Vrsara, Zagreba, Splita i Dubrovnika, te je najviše od svih fokusirana isključivo na luksuzni smještaj. Uz to je važno spomenuti i Arena Hospitality grupu koja nudi smještaj u 26 objekata s preko 10 000 smještajnih jedinica u Hrvatskoj, ali i u Njemačkoj i Mađarskoj, te time postaje i prvo hrvatsko društvo koje upravlja hotelskim objektima u inozemstvu.

Govoreći o organiziranom turizmu i onom individualnom dolazi se do zaključka da se sve više turista individualno odlučuje na putovanje, obzirom na dostupnost informacija i mogućnost rezerviranja i plaćanja smještaja putem mobilnih uređaja. Iz

tog razloga se sve više razvijaju mali i srednji poduzetnici koji nekada ne rade s velikim agencijama koje ih uključuju u smještaj nekog putovanja, ali zato u suradnji s takozvanim „Internet“ agencijama poput booking.com ili AirBnB i slično, turist može iz svog doma, par mjeseci prije putovanja pronaći adekvatan smještaj po svojoj želji u maloj privatnoj vili s bazenom koja se nalazi u mirnom okruženju, za koju ne bi saznao drugačije da ne postoje te platforme.

Zadnjih godina sve je više iznajmljivača u malom i srednjem poduzetništvu, dok su oni mali većinom fokusirani na iznajmljivanje malih apartmana i kuća za odmor, srednji poduzetnici u Istri često nude smještaj u manjim hotelima ili kući s više apartmana.

Malo i srednje poduzetništvo u obiteljskim i malim hotelima predstavlja velik potencijal za razvoj obiteljskog turizma u Republici Hrvatskoj. Međutim, da bi se omogućio kvalitetan razvoj malog turističkog poduzetništva u Hrvatskoj potrebno je ukloniti prepreke za razvoj koje se između ostalog odnose na: sporu administraciju, složenu birokraciju te nedovoljno vladinih poticajnih mjera, kao i na lošu komunikaciju u javno-privatnom partnerstvu. Akademska i istraživačka zajednica trebala bi posvetiti veću pažnju obiteljskom poduzetništvu budući da su empirijska istraživanja vrlo nedostatna.⁵ Iako se broj kuća za odmor i vila s bazenom iz godine u godinu povećava, taj broj bi mogao biti i veći, ali do problema dolazi prvobitno skupom gradnjom, odnosno kupnja građevinske parcele i pribavljanje potrebnih dozvola za gradnju uobičajeno koštaju nešto manje od 50% od ukupne vrijednosti nekretnine. Također uz preveliku i „užurbanu“ urbanizaciju donose se i mjere zabrane gradnje, te se izdaje sve manje dozvola, što je jako loše za običnog pojedinca, jer jako teško ostvaruje pravo gradnje, dok oni veći investitori i kompanije koje se bave nekretninama, puno brže obavljaju sve poslove, lakše dobivaju dozvole i na kraju prodaju te iste nekretnine stranim državljanima, koji više ne plaćaju turistički smještaj i manje troše pri posjetu u Istri i ostatku obale. Mali i srednji poduzetnici u svom smještaju u nekim segmentima ne mogu ponuditi isto kao i veće hotelske kompanije, ne mogu ponuditi vodeni park, animaciju za djecu i slično, ali uz svoj mali bazen može ponuditi neki od lokalnih proizvoda i detaljno gostu ispričati priču o proizvodnji istog, povijesti i približiti mu način života u Istri, što je turistima veoma zanimljivo, ali i sve se više održavaju manifestacije

⁵ Aflić S. (2012.), Entrepreneurship in Small Family - run Hotels - Croatian Tourism Case Study, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str. 334

i eventima na kojima se nude i prezentiraju lokalni proizvodi, ponajprije oni suhimesnati, maslinovo ulje i vino, ali u zadnje vrijeme i oni moderniji koji nisu toliko tradicionalni za ovo podneblje, ali se proizvode na lokalnoj razini. Primjer toga može biti „Craft party“ koji se održava u Kašteliru, gdje se nalazi veliki broj vila s bazenom i kuća za odmor, te se na taj način turistima, ali i lokalnom stanovništvu prezentiraju lokalni proizvodi koji se proizvode upravo u istom mjestu, tako su u ponudi craft pivo, gin koji proizvodi lokalna destilerija i tonic i ostali sokovi koje također proizvodi lokalni proizvođač bezalkoholnih napitaka.

U nastavku se navode prednosti i nedostaci malog poduzetništva. Za početak, to je zapravo najjednostavniji i najjeftiniji način samozapošljavanja, uz koji se također stvara i tradicija u obitelji, te ima jako pozitivan učinak na okolinu. Neki od nedostataka su da zapravo postoji velik rizik neuspjeha, uz vrlo nisku razinu državne skrbi, čemu smo svjedočili u problemima koje je donijela pandemija, te su stoga stradali mnogi mali poduzetnici. Problem može biti i onaj mali konflikt u obitelji, ali i nedostatak ekonomskih sredstava za razvoj poduzetništva.

Tablica 2. Obilježja malih obiteljskih poduzeća

| PROIZVOD | TRŽIŠTE |
|--|--|
| Obično do 40 soba Restoran i bar Mogućnost pružanja usluga i u ostalim sadržajima Manje prostorije za sastanke Wellness, fitness | Specijalizirana tržišta Pretežno individualni gosti Personalizirani odnos s gostom |
| VLASNIŠTVO I FINANCIRANJE | ORGANIZACIJA I ZAPOSLENOST |
| Vlasnik pojedinac ili obitelj Pravni oblik – d.o.o. ili obrt Vlastiti kapital Subvencionirano kreditno financiranje Gotovinske i negotovinske povlastice za vlasnika | Vlasnik i menadžer u istoj osobi Vlasnik definira koncept i uređenje objekta Jednostavna i fleksibilna organizacija Racionalno zapošljavanje Briga o ukupnoj isplativosti hotela |

Izvor: https://www.efzg.unizg.hr/ugostiteljska_djelatnost-smjestaj_i_pratece_usluge

(01.08.2022.)

2.5. Dolasci i noćenja

U 2021. ostvareno 70 milijuna noćenja, odnosno 72,1% više u odnosu na 2020. godinu koja je bila kobna za turizam i sve ostale djelatnosti koje ovise o turizmu i dolascima stranih gostiju.

U komercijalnim smještajnim objektima u 2021. ostvareno je 12,8 milijuna dolazaka i 70,2 milijuna noćenja turista, što je za 82,5% više dolazaka turista i za 72,1% više noćenja turista u odnosu na 2020. U odnosu na 2019., dolazaka turista manje je za 34,7%, a noćenja turista manje je za 23,1%. Najviše dolazaka i noćenja stranih turista u 2021. ostvarili su turisti iz Njemačke, i to 2,7 milijuna dolazaka i 19,9 milijuna noćenja (25,7% od ukupno ostvarenih dolazaka stranih turista i 31,7% od ukupno ostvarenih noćenja stranih turista). Turisti iz Njemačke ostvarili su porast dolazaka za 84,9% i porast noćenja za 69,8% u 2021. u odnosu na 2020. Istarska županija destinacija je s najviše ostvarenih dolazaka i noćenja turista u 2021., i to 3,4 milijuna dolazaka i 21,7 milijuna noćenja, što je 26,4% od ukupno ostvarenih dolazaka i 31,0% od ukupno ostvarenih noćenja u komercijalnom smještaju u 2021. U odnosu na 2020., u Istarskoj županiji ostvareno je 94,2% više dolazaka i 89,8% više noćenja turista.⁶ 2021. godina po broju dolazaka i noćenja prišla je blizu brojkama rekordne 2019. godine, no 2022. godina po dosadašnjim pokazateljima ruši sve rekorde iako se još uvijek nisu u statistiku ubrojili ukupni prihodi kako bi se saznala platežna moć turista.

Broj turista koji posjećuju neki lokalitet, duljina njihova boravka, aktivnosti i usluge koje su im na raspolaganju određuju granicu opterećenja prostora. U Istri se koristi pojam nosivi ili prihvatni kapacitet prostora, koji označava prag, tj. Gornju granicu turističkih aktivnosti iznad koje dolazi do zasićenosti turističkog prostora. Osim fizičke zasićenosti prostora, dolazi do degradacije sredine i sa sociokulturnog aspekta te do smanjenja zadovoljstva gostiju što na kraju rezultira opadanjem gospodarske koristi od daljnjeg razvoja turizma. Negativni učinci razvoja turizma najprije se uočavaju na područjima velike koncentracije turista na malom prostoru. Za turizam je

⁶ Dolasci i noćenja turista u 2021., DZS

karakteristično da zauzima atraktivan prostor koji iskorištava za izgradnju smještajnih kapaciteta, objekata za zabavu, rekreaciju i kupnju, zračnih luka, cesta i sl. Umjeren i kontroliran razvoj turizma može pozitivno djelovati na vrednovanje prostora i na njegovu zaštitu. Unatoč brojnim negativnim utjecajima, turizam prostor ipak iskorištava i vrednuje kvalitetnije i humanije od mnogih drugih industrija zato što prostor i atrakcije koje se nalaze u njemu čine najvažniji dio turističkog proizvoda.⁷

⁷ Bertetić S. (2012.) Vinarstvo kao čimbenik razvoja istarskog turizma, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula,

Tablica 3. Dolasci i noćenja u Istri po TZ-ama, Usporedba 1.8.22. i 1.8.21.

| Turistička zajednica | Dolasci ukupno | Usporedba dolasci ukupno | Noćenja ukupno | Usporedba noćenja ukupno |
|---|---------------------------|---|---------------------------|---|
| Turistička zajednica grada - Rovinj | 5.005 | 6.208 | 35.497 | 38.715 |
| Turistička zajednica općine - Medulin | 3.614 | 5.273 | 30.399 | 32.484 |
| Turistička zajednica grada - Poreč | 5.489 | 5.188 | 28.292 | 30.173 |
| Turistička zajednica grada - Umag | 5.773 | 5.513 | 27.358 | 29.589 |
| Turistička zajednica grada - Pula | 2.868 | 4.194 | 19.368 | 21.214 |
| Turistička zajednica općine - Funtana | 2.474 | 3.058 | 18.950 | 19.383 |
| Turistička zajednica općine - Tar-Vabriga | 1.468 | 2.672 | 18.386 | 19.686 |
| Turistička zajednica općine - Vrsar | 2.519 | 2.317 | 16.469 | 16.364 |
| Turistička zajednica grada - Novigrad | 2.233 | 2.211 | 12.364 | 12.844 |
| Turistička zajednica grada - Labin | 1.713 | 2.110 | 11.520 | 11.912 |
| Turistička zajednica općine - Fažana | 867 | 1.641 | 10.843 | 11.812 |
| Turistička zajednica općine - Brtonigla | 1.158 | 1.101 | 7.982 | 8.012 |
| Turistička zajednica grada - Vodnjan | 495 | 584 | 6.924 | 7.330 |
| Turistička zajednica općine - Raša | 338 | 549 | 3.729 | 3.875 |
| Turistička zajednica općine - Marčana | 219 | 436 | 3.647 | 4.567 |
| Turistička zajednica područja - Središnja Istra | 160 | 301 | 3.425 | 3.660 |
| Turistička zajednica općine - Bale | 102 | 630 | 3.415 | 4.137 |
| Turistička zajednica općine - Ližnjan | 261 | 304 | 3.135 | 3.643 |
| Turistička zajednica grada - Buje | 586 | 519 | 2.375 | 2.500 |
| Turistička zajednica općine - Svetvinčenat | 86 | 106 | 1.702 | 1.956 |
| Turistička zajednica općine - Barban | 55 | 94 | 1.222 | 1.410 |
| Turistička zajednica općine - Sveta Nedelja | 29 | 67 | 1.184 | 1.506 |
| Turistička zajednica općine - Kašteli-Labinci | 86 | 78 | 1.039 | 1.099 |
| Turistička zajednica općine - Višnjan | 46 | 80 | 969 | 1.107 |
| Turistička zajednica općine - Žminj | 46 | 46 | 948 | 1.038 |
| Turistička zajednica općine - Kršan | 70 | 66 | 741 | 860 |
| Turistička zajednica općine - Kanfanar | 67 | 85 | 721 | 831 |
| Turistička zajednica grada - Buzet | 116 | 181 | 643 | 706 |
| Turistička zajednica općine - Vižinada | 21 | 34 | 503 | 529 |
| Turistička zajednica općine - Motovun | 146 | 176 | 390 | 477 |
| Turistička zajednica općine - Oprtalj | 45 | 85 | 269 | 291 |
| Turistička zajednica općine - Grožnjan | 38 | 60 | 232 | 319 |
| Ukupno: | 38.193 | 45.967 | 274.641 | 294.029 |

Izvor: <https://www.istra.hr/> (09.08.22.)

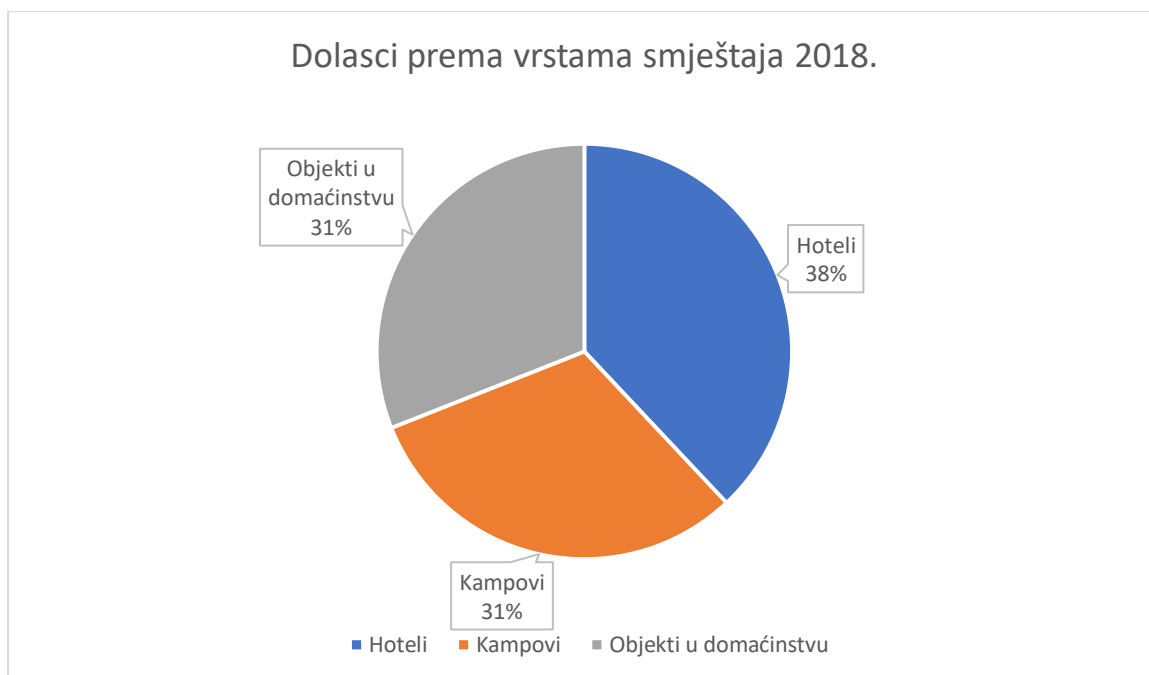
Tablica prikazuje brojke dolazaka i noćenja turista po turističkim zajednicama na dan 01. kolovoza 2021. i 01. kolovoza 2022., može se primijetiti da najviše dolazaka i noćenja bilježi turistička zajednica grada Rovinja, a slijede i ostale TZ većih turističkih gradova. Zanimljivo je da i manje turističke zajednice broje zadovoljavajući broj dolazaka i noćenja, to jest one koje u svojim zajednicama u

ponudi nemaju organizirani smještaj, odnosno hotele ili slične ugostiteljske objekte. Uzme li se za primjer Turistička zajednica Kaštelir-Labinci koja je ostvarila 78 dolazaka na dan 01. kolovoza 2022. godine što nije mali broj, obzirom da su to turisti koji ostvaruju noćenja u privatnim vilama i kućama za odmor, što uvelike pospješuje lokalno gospodarstvo i uveličava Turističku zajednicu. Također je važno za spomenuti da je na taj dan u općini Kaštelir-Labinci zabilježeno 53 159 noćenja stranih i domaćih turista od početka kalendarske godine.

Brojke iz 2022. nisu puno veće od prošle godine, ali svakako jesu, iako je to mali postotak, donosi i ostale prihode koji pomažu turizmu. Gledajući tablicu može se primijetiti da se zapravo jako veliki broj turista odlučuje na noćenje u privatnom smještaju, a danas obzirom na utjecaj društvenih mreža i ostalih čimbenika koji utječu na čovjeka, mijenja se poimanje luksuza, te najčešće smatraju najvećim luksuzom boravak u vilama s bazenom kako bi imali svoju privatnost obzirom da današnje vile nude raznovrsnu ponudu, kao na primjer, sauna, wellness, teretana, jacuzzi, bazen i mnoštvo drugih opcija za uživanje i razonodu za vrijeme odmora, a sve to može koristiti i uživati u svojoj privatnosti sa svojim prijateljima i obitelji, ovisno s kim boravi u vili.

Tijekom 2018. u Istri je u komercijalnom segmentu turističkog prometa zabilježeno više od 4,3 milijuna dolazaka turista, koji su ostvarili 26,3 milijuna noćenja. Najveći broj dolazaka ostvaren je u hotelima (38%) dok je udjel kampova i objekata obiteljskog smještaja podjednak (31%). Gledano prema noćenjima, 37% realizirano u kampovima, 33% u obiteljskom smještaju, a 30% u hotelskom smještaju.⁸

⁸ Preferencija smještajnih kapaciteta u pojedinim klasterima u pojedinim klasterima prema ključnim emitivnim tržištima, 2018.



Slika 2. Dolasci prema vrstama smještaja 2018.

Izvor: Preferencija smještajnih kapaciteta u pojedinim klasterima 2018. htz.hr, (01.08.22.)

Grafikon prikazuje podatke iz 2018. godine, onda kada se nije ni slutilo o pandemiji koja bi mogla zadesiti cijeli svijet, a najviše turizam. Može se primijetiti da se najviše dolazaka ostvarilo u hotelskom smještaju, no nakon pandemije taj podatak se mijenja i turisti radije biraju kampove i privatni smještaj kako bi zaštitili svoje zdravlje. Današnji podatci su drugačiji, turisti sve manje biraju smještaj u hotelima, a sve više u luksuznim vilama kako bi doživjeli „glamur“ i luksuz na svom odmoru. Također biraju i kampove obzirom da i oni nude glamping šatore i luksuzne mobilne kućice i slično.

Pandemija COVID-19, postala je snažni katalizator promjena poslovnog okruženja, u roku od nekoliko tjedana, kriza s korona virusom prisilila je velik dio globalne radne snage da prihvati rad na daljinu. Ovaj nagli i ekstremni pomak pokrenuo je mnoga pitanja o održivosti novog načina rada, posebno u pogledu produktivnosti na radnom mjestu. Potaknuo je postavljanje pitanje o ulozi i namjeni fizičkih ureda u budućnosti. Istraživanje konzultantske firme JLL provedeno na više od 3000 zaposlenika iz različitih industrija širom svijeta, pokazuje da će fizički uredi i dalje biti ključni u osiguravanju organizacijskog uspjeha u post pandemijskom svijetu. Također, naglašava imperativ za optimizaciju iskustva radnika koji rade na daljinu i

poboljšanje ljudskih performansi i produktivnosti na budućem radnom mjestu. Naime, razvoj fleksibilnog prostora (flex space) podrazumijevao je organizaciju zajedničkih uredskih prostora koji su opremljeni radnim alatima poput Wi-Fi, namještaja, nizom usluga poput caffe barova te društvenim događanjima krojenim prema zahtjevima potražnje korisnika. Za vlasnike nekretnina pogodnosti su uključivale privlačenje širokog spektra korisnika, smanjenje količine praznog prostora u zgradi i potencijalnu diversifikaciju tokova prihoda nuđenjem pomoćnih usluga te su razmatrane kao održiva lukrativna investicija. U poslovnom okruženju prije krize uzrokovane pandemijom COVID-19, JLL je 2018. godine prognozirao da bi do 30% portfelja korporativnih nekretnina moglo biti zajednički ili fleksibilni prostor do 2030. godine što predstavlja korjenitu promjenu na tržištu nekretnina, a koje utječu i na transformaciju hotelijerstva.⁹

Važno je za spomenuti da su vile s bazenom i ostali privatni smještaj gotovo u potpunosti popunjeni u ljetnim mjesecima, većina njih se mora rezervirati gotovo dva mjeseca unaprijed. To je ishod utjecaja društvenih mreža i novo shvaćanje luksuza u društvu, mnogi turisti odlaze na odmor u destinacije blizu plaže i mora, ali borave u vili s bazenom gdje mogu ispuniti svaki od svojih najčešće 10 dana odmora. Turist tako ima svoju privatnost i „pravi“ odmor jer ne mora žuriti nigdje nego jednostavno uživati u svojoj modernoj vili s bazenom i popratnom sadržaju koji se nudi u istoj.

2.6. Kategorizacija smještajnih objekata

Kategorizacija je zapravo ocjena objekta za iznajmljivanje po standardima kvalitete kako bi turist lakše odabrao smještaj po svojim potrebama i preferencijama, one također određuju cijenu noćenja za boravak u objektu, a nekad i minimalni broj noćenja, jer iznajmljivači često ne iznajmljuju svoje vile na kratko razdoblje, nego minimalno tjedan dana. Kategorizacija kuće za odmor se vrši prema Pravilniku o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata. Uvjete za kategorizaciju kuće za odmor, očevitom objekta, utvrđuje Povjerenstvo Ureda državne uprave županije na čijem se teritoriju nalazi objekt za kojeg će se utvrđivati

⁹ Floričić, T. (2021), *Suvremeno hotelijerstvo - izazovi nove konkurentnosti*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula

kategorija. Vile s bazenom kategoriziraju se pod skupinom kuće za odmor, te mogu imati od 2 do 4 zvjezdice, odnosno 3 različite ocjene.

Kako bi kuća za odmor zadovoljila kategorizaciju i zaslužila ocjenu od 4 zvjezdice mora zadovoljiti sljedeće uvjete propisane u Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu, uz prilog Uvjeti za kategorizaciju kuće za odmor.

Neki od općih uvjeta za kategorizaciju za ocjenu od 4 zvjezdice su:

- površinu 42 m² s jednom prostorijom za spavanje i jednom kupaonicom
- površinu 57 m² s dvije prostorije za spavanje, jednom kupaonicom i zasebnim zahodom
- površinu 72 m² s tri prostorije za spavanje, dvije kupaonice i zaseban zahod
- površinu 72 m² za tri prostorije za spavanje, dvije kupaonice i zaseban zahod + dodatna površina 18 m² – za četvrtu prostoriju za spavanje i jednu kupaonicu. Ako se broj prostorija za spavanje povećava, povećava se i broj kupaonica (na svaku sljedeću prostoriju za spavanje dodaje se jedna kupaonica).

Na sljedećim stranicama prikazan je Prilog VII. UVJETI ZA KATEGORIZACIJU KUĆE ZA ODMOR – POSTOJEĆI OBJEKT.

Izvor: Narodne Novine (29.07.2022.)

PRILOG VII.

UVJETI ZA KATEGORIZACIJU KUĆE ZA ODMOR – POSTOJEĆI OBJEKT

| KUĆA ZA ODMOR | | | | | tamno polje znači obveznu primjenu | | | |
|---|----|----|----|----|------------------------------------|--|-----------|--|
| 1. OPĆI UVJETI | | | | | | | | |
| | 2* | 3* | 4* | 5* | Rezultat | | Primjedbe | |
| 1. Samostalna građevina ili dio dvojne građevine, s okućnicom | | | | | | | | |
| 2. USLUGE PRIHVATA GOSTA I OSTALO | | | | | | | | |
| | 2* | 3* | 4* | 5* | Rezultat | | Primjedbe | |
| 1. Natkriven ulaz u kuću za odmor (nadstrešnica iznad ulaznih vrata) | | | | | | | | |
| 2. Usluge prihvata gosta 12 sati dnevno | | | | | | | | |
| 3. Usluge prihvata gosta 16 sati dnevno | | | | | | | | |
| 4. Usluge prihvata gosta 24 sata dnevno | | | | | | | | |
| 5. Osoba koja obavlja prihvata gosta govori najmanje jedan strani jezik | | | | | | | | |
| 6. Dostava poruka gostu | | | | | | | | |
| 7. Kutija prve pomoći | | | | | | | | |
| 8. Mogućnost poziva hitne medicinske pomoći | | | | | | | | |
| 9. Parkiralište za motorno vozilo | | | | | | | | |
| 10. Natkriveno parkiralište za motorno vozilo | | | | | | | | |
| Iznimno od odredbi podtočaka 9. i 10. ove točke, Kuća za odmor koja se nalazi na mjestu nedostupnom za promet motornih vozila ili na mjestu sa zabranom prometa motornih vozila, ne mora imati osiguranu mogućnost parkiranja motornih vozila | | | | | | | | |
| 3. HORIZONTALNE I VERTIKALNE KOMUNIKACIJE | | | | | | | | |
| | 2* | 3* | 4* | 5* | Rezultat | | Primjedbe | |
| 1. Stubište koje povezuje različite razine | | | | | | | | |
| 4. MINIMALNA NETTO POVRŠINA MODULA KUĆE ZA ODMOR. Modul čine: predprostor ako ga ima, prostorija(e) za spavanje, prostorija za boravak, blagovanje i kuhanje, kupaonica(e) i zaseban zahod ako je propisan. U površinu modula ne ulazi površina stepenica s podestom | | | | | | | | |
| | 2* | 3* | 4* | 5* | Rezultat | | Primjedbe | |
| Modul s jednom prostorijom za spavanje | | | | | | | | |
| 2* | | | | | | | | |
| 1. Površina 29 m ² (jedna kupaonica) | | | | | | | | |
| 3* | | | | | | | | |
| 2. Površina 34 m ² (jedna kupaonica) | | | | | | | | |
| 4* | | | | | | | | |
| 3. Površina 42 m ² (jedna kupaonica) | | | | | | | | |
| 5* | | | | | | | | |
| 4. Površina 51 m ² (jedna kupaonica + zaseban zahod) | | | | | | | | |
| Modul s dvije prostorije za spavanje | | | | | | | | |
| 2* | | | | | | | | |
| 5. Površina 39 m ² (jedna kupaonica) | | | | | | | | |
| 3* | | | | | | | | |

Slika 3. UVJETI ZA KATEGORIZACIJU KUĆE ZA ODMOR – POSTOJEĆI OBJEKT 1/5

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| 2. Četka za čišćenje WC školjke | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. WC papir s držačem i rezervno pakiranje papira | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4. Umivaonik s tekućom toplom i hladnom vodom | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5. Sapun u omotu ili tekući sapun | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6. Papirnati ručnici s držačem ili ručnik s držačem | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7. Koš za otpatke | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8. Vrećice za higijenske uloške | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9. Zidovi zahoda prekriveni keramičkim pločicama ili kamenim pločama ili drugim vodonepropusnim materijalom od visine od 1,60 m | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10. Pod zahoda prekriven keramičkim pločicama ili kamenim pločama ili drugim vodonepropusnim materijalom | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8. USLUGE DORUČKA I OSTALE PREHRANE - NEOBVEZNO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. Usluge doručka i ostale prehrane nisu obvezne, ako ugostitelj pruža ove usluge tada mora ispuniti propisane uvjete za ugostiteljski objekt prema posebnom propisu ili ugostiteljske sadržaje sukladno ovom Pravilniku | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Usluge doručka i ostale prehrane kapaciteta do 20 kreveta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. Usluge doručka i ostale prehrane u ugostiteljskom objektu ili u ugostiteljskim sadržajima sukladno točki 9. ovog Pravilnika | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Usluge doručka i ostale prehrane kapaciteta preko 20 kreveta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. Usluge doručka i ostale prehrane u ugostiteljskom objektu ili u ugostiteljskim sadržajima sukladno ovom Pravilniku u odnosu na vrstu ponude i način pripreme (dl. 31.-34. i 36.-48., te Prilogu IX. točkama 2., 9., 10., 11. i 12. ovog Pravilnika) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9. UGOSTITELJSKI SADRŽAJI ZA PRIPREMU I USLUŽIVANJE DORUČKA I OSTALE PREHRANE - NEOBVEZNO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.1. Osnovni uvjeti | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. Visina prostorija najmanje 2,40 m | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.2. Blagovaonica | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. Pod ne smije biti klizav | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. Stol s površinom koja se lako čisti i održava i stolicama | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. Na stolu stolnjak ili podložak za svako konzumno mjesto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4. Na stolu papirnata salвета ili platneni ubrus za svako konzumno mjesto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5. Pribor za jelo od nehrđajućeg materijala | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6. Dovoljan broj vješalica za odjeću | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7. Prirodno ili umjetno prozračivanje | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8. Klima | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9. Grijanje. Iznimno ne primjenjuje se na Kuću za odmor u kojoj se usluge pružaju ljeti | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.3. Prostorija za pripremu | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Oprema | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. Prozori na otvaranje, ako postoje, i ventilacijski otvori s mrežicom protiv insekata | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. Pod prostorije od vodonepropusnog i neklizajućeg materijala | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. Zid prostorije do visine 2,0 m obložen vodonepropusnim materijalom koji se lako čisti i održava (keramičke pločice ili sl.) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4. Odgovarajući broj rashladnih uređaja za odvojeno spremanje hrane | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5. Dvojeleino korito s tekućom toplom i hladnom vodom i strojem za pranje bijelog posuđa | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6. Odgovarajuće radne površine i police te ormari za posuđe i pribor od nehrđajućeg materijala | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7. Koš za otpatke s poklopcem na nožno otvaranje | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8. Odgovarajući uređaji za termičku obradu hrane, pica i napitaka | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9. Uređaj za odvod pare, dima i mirisa iznad termičkog bloka (napa s mehaničkim odsisom) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10. Primjereno posuđe odgovarajuće kvalitete | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11. Umivaonik s tekućom toplom i hladnom vodom za osobe koje rade na pripremi hrane, tekući sapun i papirnati ručnici ili aparat za sušenje ruku | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12. Vatrotopna tkanina za gašenje požara | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 13. Kutija prve pomoći kompletno popunjena | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 14. Spremište sredstava za čišćenje u zasebnoj prostoriji ili prostoru (ormar i sl.) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 15. Spremnici za komunalni otpad (kontejneri ili tipizirane posude) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Način čuvanja hrane i pica | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 16. Hrana ne smije biti u direktnom kontaktu s policom ili podom | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 17. Odvojeno čuvanje ribe, mesa, mliječnih proizvoda, voća i povrća, ostalih sirovina, poluproizvoda i gotove hrane | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 18. Kontrola temperature u svim rashladnim uređajima | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 19. Smrznuta hrana od -12 do -18 °C | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 20. Riba i meso od 0 do 3 °C | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 21. Povrće, jaja, kuhana i obrađena hrana i ostalo od 4 do 8 °C | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sanitarni čvor za osoblje | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 22. Jedna zahodska kabina s umivaonikom s tekućom toplom i hladnom vodom i ogledalom | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 23. Sanitarni čvor odgovarajuće opremljen opremom i priborom za održavanje higijene: WC papir, četka za čišćenje WC školjke, tekući sapun, papirnati ručnici ili uređaj za sušenje ruku | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10. OSTALI SADRŽAJI | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. Terasa, balkon ili sl. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. Vrtna garnitura za sjedenje prilagođena kapacitetu Kuće za odmor | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. Uređeno mjesto za roštilj | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4. Prostorija za fitness s opremom | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5. Sauna | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11. ČIŠĆENJE I OPĆE STANJE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. Podovi i stepeništa čisti i bez znakova habanja, oštećenja i sl. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. Zidovi čisti i bez znakova habanja, oštećenja i sl. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. Stropovi čisti i bez znakova habanja, oštećenja i sl. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4. Madrac čist, čvrst i bez ulegnuća i oštećenja i sl. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5. Rublje za krevet čisto i bez znakova habanja, oštećenja i sl. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6. Namještaj čist i bez znakova habanja, oštećenja i sl. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Slika 6. UVJETI ZA KATEGORIZACIJU KUĆE ZA ODMOR – POSTOJEĆI OBJEKT 4/5

3. Statistika vila s bazenom – booking.com

Booking.com je osnovan 1996. godine u Amsterdamu te se iz male nizozemske startup tvrtke razvio u jednu od vodećih online tvrtki na području putovanja u svijetu. Dio je društva Booking Holdings Inc. (NASDAQ: BKNG), a misija mu je olakšati svima da istraže svijet.

Booking.com ulaže u tehnologiju kako bi olakšao putovanja te jednostavno spajao milijune putnika s nezaboravnim iskustvima, mnoštvom prijevoznih opcija i nevjerojatnim smještajnim objektima, od kuća za odmor do hotela i još mnogo toga. Kao jedno od najvećih svjetskih tržišta i za ostvarene brendove i za poduzetnike svih veličina, Booking.com smještajnim objektima omogućava doprijeti do putnika diljem svijeta, te tako razvijati poslovanje.

Booking.com je dostupan na 43 jezika i u ponudi ima više od 28 milijuna smještajnih jedinica, od čega 6,2 milijuna čine samo kuće za odmor, apartmani i drugi jedinstveni smještaji. Bez obzira na to kamo turist želi ići i što želi doživjeti, Booking.com to olakšava te pruža podršku svoje korisničke službe 0-24.

Po podacima s booking.com platforme u Istri se nudi ukupno 23 335 smještajnih objekata od kojih je najveći broj u Puli, zatim u Rovinju i Poreču. Najbrojniji su oni objekti s 3 zvjezdice za turiste srednje platežne moći ili štedljive prirode, iako su novi objekti većinom kategorizirani s većim ocjenama.

Izraz vila obično se primjenjivao u antici i u modernoj znanosti za označavanje ruralne rezidencije luksuznog karaktera, odražavajući elitni status njezina vlasnika ili težnje za elitnim statusom. Vile su imale mnoge oblike i građene su u različitim okruženjima i kontekstima, uključujući predgrađa samog grada Rima, na obali i u ruralnim područjima diljem rimske Italije, koegzistirajući s drugim oblicima naselja. Vile su uglavnom bile fenomen od drugog stoljeća prije Krista do drugog/trećeg stoljeća nove ere. Međutim, svoje podrijetlo mogu zahvaliti ranijim oblicima talijanske ili helenističke elitne ruralne arhitekture, a mnoge su vile nastavile cvjetati u kasnom carstvu. Drevni književni dokazi nastoje predstaviti vile kao središta poljoprivredne proizvodnje ili kao središta izlaganja i potrošnje; ova se dihotomija često čuva u modernoj znanosti. Međutim, rasprave drevnih pisaca odražavaju jednu

ili drugu krajnost moralizirajućeg diskursa, a stvarnost je bila složenija, s ravnotežom proizvodnje i potrošnje/prikazivanja u bilo kojoj vili koja je varirala ovisno o lokaciji i vlasništvu.¹⁰

3.1. Broj vila s bazenom

Na platformi booking.com u ponudi su 2222 vile u Istri koje su svake godine sve brojnije, a svoju konkurentnost pospješuju ponudom različitog sadržaja poput spa i wellness paketa, zabavni sadržaj i oprema u objektu i slično. Dakako, da su vile luksuzne kuće za odmor, te se na platformi kategoriziraju od 1 do 5 zvjezdica i nekategorizirani smještaj, no većina ih je obilježena s najvišim brojem zvjezdica obzirom da se u njih puno investira, poboljšava usluga i unaprjeđuje i inovira. Jedan je to od najvažnijih čimbenika konkurentnosti, iznajmljivači moraju konstantno unaprjeđivati svoju ponudu kako bi zadržali konkurentnost na tržištu i zadržali cijenu.

Prosječna cijena za noćenje u vili s bazenom u vrijeme ljetnih mjeseci iznosi 2500kn ovisno o opremljenosti i ponudi koja se nudi objektu, dok one luksuznije mogu dostići cijenu od 7500kn za jedno noćenje, iako su takve pogodnije za veće grupe do desetak ljudi.

Potragom za smještaj na platformi booking.com, platforma prepoznaje da gost želi boraviti u vili, tako preporučuje gradove u Istri s najbrojnim i najluksuznijim vilama. Na prvom mjestu je Opatija koja broji 71 luksuznu vilu, koje su prepoznatljive po modernom dizajnu, spajanju arhitekture s prirodom i pogledom na more s gotovo svakog stajališta u mjestu. Sljedeći je Rovinj koji broji 157 vila, Poreč s 203, a potom i Pula s najvećim brojem, 446 vila.

¹⁰ Pollard N. (2016.) Villas, John Wiley & Sons, Ltd.

Tablica 4. Broj vila u ponudi na booking.com po većim destinacijama

| Grad | Broj vila u ponudi na booking.com |
|-------------------------|--|
| Pula | 446 |
| Medulin | 242 |
| Poreč | 203 |
| Rovinj | 157 |
| Fažana | 134 |
| Umag | 111 |
| Novigrad | 77 |
| Opatija | 71 |
| Lovran | 53 |
| Mošćenička draga | 46 |
| Bale | 43 |
| Ičići | 30 |
| Vrsar | 29 |
| Rabac | 13 |
| Marasi | 8 |

Izvor: Booking.com (01.08.2022.)

Može se zaključiti da su vile najbrojnije u većim gradovima uz obalu, iako se danas promovira i eno-gastronomski turizam kojim se promovira i unutrašnjost Istre i smještaji u neposrednoj blizini istarskih vinograda i vinarija, ali i agroturizam doživljava procvat obzirom da danas turisti posjećuju Istru iz raznih motiva, a ne samo zbog sunca i mora. Ukupan broj vila u tablici iznosi 1663, dok ih je u Istri mnogo više, a na booking.com 2222, što znači da je sve veći broj vila u manjim mjestima, koji nude mir i tišinu za turista kako bi se u potpunosti odmorio.

3.2. Popunjenost kapaciteta u ljetnim mjesecima

Očito je da su vile popunjene najviše u vrhuncu sezone, dakako, potrebno je puno ranije rezervirati smještaj, te su većinom one zauzete od početka lipnja do početka rujna kada je već manje gostiju u Istri, ali ovisno o lokaciji i vrsti gostiju, vile mogu često biti popunjene i u kasnijem dijelu sezone, pa tako i van sezone. Jedan od prekretnih datuma u sezoni je 15. kolovoza, odabравši taj datum na booking.com za dan za check-in do datuma 21. kolovoza, dakle, 6 noćenja koji su otprilike prosječni za odsjedanje u vilama, može se pronaći samo 4 vile u Istri koje još uvijek mogu ponuditi smještaj na dan pretraživanja, 01. kolovoza, po cijeni od minimalno 20 000kn za 6 noćenja do 45 000kn.

Vlasnici vila s bazenom također su pogođeni pandemijom korona virusa koja je zadesila cijeli svijet, pa tako i Istru i turizam u Istri, ali tada su najbolje prošli privatni iznajmljivači i vlasnici vila s bazenom, jer su turisti sve više počeli birati privatni smještaj kako bi se osigurali od zaraze, a iznajmljivači su poduzimali sve više mjera opreza kako bi ponudili sigurnost svojim gostima. Tako su oni gosti koji su birali budžetne hotele do 4 zvjezdice prešli na smještaj u privatnim apartmanima i kućama, dok su oni koji su navikli odsjedati u luksuznijim hotelima od 4 ili 5 zvjezdica počeli iznajmljivati vile s bazenima u kojima bi provodili odmor u Istri.

4. Intervju vezan za konkurentnost

U svrhu istraživanja za ovaj rad obavljena su dva intervjua, jedan s vlasnikom vile s bazenom, a drugi s vlasnikom restorana u neposrednoj blizini brojnih vila s bazenima. Kroz intervju se želi saznati koje su preferencije turista koji odsjedaju u vilama s bazenima, njihova platežna moć i slično. Vila i restoran se nalaze u općini Kaštelir-Labinci, naselje s velikim brojem vila s bazenom, koji konstantno raste.

4.1. Intervju s vlasnikom vile s bazenom

Sljedeći intervju obavljen je s vlasnikom vile s bazenom koja se nalazi u općini Kaštelir-Labinci i nosi naziv „Villa Grebac“.

1. Koju kategorizaciju zadovoljava vaš objekt?
Bavimo se iznajmljivanjem dvaju objekta oba kategorizirana sa 3 zvjezdice.
2. Koliko gostiju možete primiti u svoj objekt?
U svaki objekt možemo primiti po 8 gostiju.
3. Na koliko dana najčešće iznajmljujete objekt, postoji li minimum noćenja koliko gost mora ostati?
Najčešće rezervacije su 7 ili 14 dana, dok je minimalan boravak u predsezoni 4 noćenja, a u punoj sezoni 6 noćenja.
4. Odakle dolaze najčešći gosti?
85% gostiju dolazi iz Njemačke, 5% iz Austrije, dok 10% iz ostalih zemalja poput Slovenije, Češke, Slovačke, Poljske i onih domaćih iz Hrvatske.
5. U kojem mjesecu započinjete turističku sezonu iznajmljivanja vile i do kada?
Okvirno svake godine oko Uskrsa, otprilike 01. travnja. U pravilu sezona traje do 30. listopada.
6. Koje popratne sadržaje nudite gostima?
Nudimo bazene za kupanje, dječja igrališta, roštilj, praonicu rublja, ali potražnja za još dodatnih sadržaja je velika. Vodimo se pravilom da je sto vise sadržaja uvijek bolje.
7. Koje popratne usluge nudite gostima?

Gostima nudimo degustaciju maslinova ulja, vina, rakija i ostalih domaćih proizvoda, te obilazak mini farme s ovcama, kozama i magarcima, kako bi gostima prezentirali život na selu i kvalitetu domaćih proizvoda.

8. Kako održavate i povećavate svoju konkurentnost na tržištu?
Kontinuiranim ulaganjem u objekt, redovnim održavanjem, i ulaganjem u bolju opremu i marketing.
9. Koliko ste zadovoljni popunjenošću kapaciteta u turističkoj sezoni 2022.?
2022. godina je definitivno najbolja sezona do sada, što se tiče noćenja i postignutim prodajnim cijenama, u prosjeku čak 20% bolja od 2019.
Iznajmljivanjem se bavimo od 2001. godine.

Iz intervjua se može zaključiti da u vilama s bazenima najčešće borave gosti iz Njemačke, koji su u prosjeku većinom najveće platežne moći, te se nalaze na maloj udaljenosti od Istre, gdje mogu iz svog prebivališta za samo par sati. Također se zaključuje da turisti danas biraju smještaj po popratnim sadržajima i uslugama koje se nude u objektu, što u Vili Grebac privlači turiste.

4.2. Intervju s vlasnikom restorana

Ovaj intervju obavljen je s vlasnikom restorana koji se nalazi u neposrednoj blizini vila s bazenima i kuća za odmor. Restoran ima raznovrsnu ponudu, od tradicionalnih istarskih jela, odležanih govedjih specijaliteta, sve do svima poznate pizze. Na taj način privlače sve vrste gostiju, onih željnih da probaju nešto novo i tradicionalno ili nešto što im je već dobro poznato poput pizze. Restoran nosi naziv „Konoba Intrade“, a vlasnik je 21-godišnji Ivan Filipović. Intervju se sastoji od kratkih 5 pitanja koja odgovaraju na pitanja o konkurentnosti i uspješnosti restorana u ovoj turističkoj sezoni.

1. Koliko gostiju dnevno dolazi u vaš objekt?
Trenutno u ljetnoj sezoni posjeti nas između 100-150 ljudi dnevno, ovisno o danu.
2. Kada najčešće dolaze?
Najčešće dolaze za vrijeme večere, recimo da je omjer 25% za ručak, a 75% za večeru.

3. Jesu li to gosti koji prolaze kroz destinaciju ili odsjedaju u neposrednoj blizini?
Najčešći su gosti oni koji odsjedaju u obližnjim vilama, dok ima puno i prolaznika.
4. Kako planirate povećati konkurentnost sljedeće godine?
Ulaganjem u marketing i društvene mreže.
5. Jeste li zadovoljni ovogodišnjim poslovanjem, odnosno prosječnom potrošnjom gosta?
Sasvim korektno, nemamo previše žalbi na potrošnju gostiju.

Iz prethodnog se može zaključiti da su već spomenuti turisti koji noćenja ostvaruju u vilama s bazenima u manjim turističkim mjestima, iako imaju mogućnost pripremanja jela u objektu, ipak se odlučuju na konzumaciju u restoranu kako bi doživjeli novu atrakciju i okušali lokalnu gastronomiju. Iako češće dolaze na večere, a na ručak isključivo ako su gladni i žele nešto pojesti, iako većina boravi na obližnjoj plaži ili u objektu uz bazen, te u restorane odlaze tek u večernjim satima kada je temperatura ugodnija i zadovoljavaju svoje turističke potrebe. Kao i većina današnjim restoranima, tako i ovaj svoje poslovanje planira proširiti reklamom na društvenim mrežama što će privući nove turiste koji ne borave u blizini, ali i lokalno stanovništvo koje uvelike utječe na popularnost restorana.

5. Zaključak

Može se zaključiti da je turizam u Istri u konstantnom razvoju, a sve su brojnije vile s bazenima što utječe na cijenu nekretnina u Istri. Turisti se sve više odlučuju na boravak u vilama u privatnom smještaju kako bi imali svoju privatnost, ali i kako bi pobliže upoznali život u destinaciji, te okusili lokalne proizvode poput maslinova ulja, vina, destilata i slično. Vlasnici vila s bazenima konkurentnost postižu upravo ponudom koju nude gostima u svojem objektu, to može biti degustacija domaćih proizvoda, prezentacija života u Istri, ali i ona raskošnija ponuda poput wellnesa, saune, masažnih bazena i slično. Smještaj u Istri je brojn, iako je svake godine sve manje i manje slobodnog smještaja u žaru turističke sezone. No, taj se „problem“ konstantno rješava gradnjom novih objekata i širenjem i renovacijom postojećih. Iako se zadnjih godina sve manje provodi masovni turizam, te se promovira onaj luksuzniji za goste veće platežne moći, iako ta vrsta turizma donosi razne prijetnje i izazove koje treba zaobići i preći preko njih. U konačnici možemo zaključiti da je pred turizmom u Istri još velika budućnost, te da će se pojavljivati sve više modernih, ali i rustikalnih vila s bazenima koje suvremeni turisti preferiraju.

6. Literatura

Šuran K. (2017.) Europski turizam - izazovi i prijetnje razvoja, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str. 7

Blažević I. (1987.) Povijest turizma Istre i Kvarnera, Otokar Keršovani, Opatija

Perhat I. (2019.) Privatni turistički smještaj u Istri i izazovi rasta, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str. 3

M. Cerović, N. Pavia, T. Floričić, (2020.) What makes luxury holiday rentals so desirable? – the importance of understanding, Department of Entrepreneurship Faculty of Business Administration University of Economics, Prag, str. 48

Aflić S. (2012.), Entrepreneurship in Small Family - run Hotels - Croatian Tourism Case Study, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, str. 334

Bertetić S. (2012.) Vinarstvo kao čimbenik razvoja istarskog turizma, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula

Preferencija smještajnih kapaciteta u pojedinim klasterima 2017.

Preferencija smještajnih kapaciteta u pojedinim klasterima prema ključnim emitivnim tržištima, 2018.

Pollard N. (2016.) Villas, John Wiley & Sons, Ltd

Floričić, T. (2021.), Suvremeno hotelijerstvo - izazovi nove konkurentnosti, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula

Turizam u brojkama 2020., Ministarstvo turizma i sporta (2021.)

Narodne Novine, 29.07.2022.

www.dzs.hr , 01.08.2022.

www.booking.com 01.08.2022.

www.efzg.unizg.hr 01.08.2022.

www.valamar-riviera.com 03.08.2022.

www.istra.hr 09.08.2022.

www.mint.hr 10.08.2022.

www.htz.hr 01.08.2022.

7. Prilozi

Popis tablica:

| | |
|--|----|
| Tablica 1. Broj smještajnih kapaciteta u Istri po vrsti smještaja | 9 |
| Tablica 2. Obilježja malih obiteljskih poduzeća | 13 |
| Tablica 3. Dolasci i noćenja u Istri po TZ-ama, Usporedba 1.8.22. i 1.8.21. | 16 |
| Tablica 4. Broj vila u ponudi na booking.com po većim destinacijama | 28 |

Popis slika:

| | |
|---|----|
| Slika 1. Broj noćenja (u tisućama) u Valamar d.d..... | 11 |
| Slika 2. Dolasci prema vrstama smještaja 2018. | 18 |
| Slika 3. UVJETI ZA KATEGORIZACIJU KUĆE ZA ODMOR – POSTOJEĆI OBJEKT 1/5 | 21 |
| Slika 4. UVJETI ZA KATEGORIZACIJU KUĆE ZA ODMOR – POSTOJEĆI OBJEKT 2/5 | 22 |
| Slika 5. UVJETI ZA KATEGORIZACIJU KUĆE ZA ODMOR – POSTOJEĆI OBJEKT 3/5 | 23 |
| Slika 6. UVJETI ZA KATEGORIZACIJU KUĆE ZA ODMOR – POSTOJEĆI OBJEKT 4/5 | 24 |
| Slika 7. UVJETI ZA KATEGORIZACIJU KUĆE ZA ODMOR – POSTOJEĆI OBJEKT 5/5 | 25 |