

Razvoj selektivnih oblika turizma na području grada Poreča

Košeto, Tina

Master's thesis / Diplomski rad

2020

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:870796>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-02**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

TINA KOŠETO

**RAZVOJ SELEKTIVNIH OBLIKA TURIZMA NA PODRUČJU
GRADA POREČA**

Diplomski rad

Pula, 2020.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

TINA KOŠETO

**RAZVOJ SELEKTIVNIH OBLIKA TURIZMA NA PODRUČJU
GRADA POREČA**

Diplomski rad

JMBAG: 0303057908

Studijski smjer: Turizam i razvoj

Predmet: Selektivni turizam

Znanstveno područje: Društveno područje

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Trgovina i turizam

Mentor: izv.prof.dr.sc. Aljoša Vitasović

Pula, lipanj 2020.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Tina Košeto, kandidatkinja za magistricu poslovne ekonomije, smjer Turizam i razvoj, ovime izjavljujem da je ovaj diplomski rad rezultat isključivo mojeg 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.

Studentica

U Puli, _____ 2020. godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Tina Košeto, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom "**RAZVOJ SELEKTIVNIH OBLIKA TURIZMA NA PODRUČJU GRADA POREČA**" 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, _____2020. godine

Potpis

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. TURIZAM	5
2.1. Masovni turizam	5
2.2. Suvremeni trendovi u razvoju turizma	8
3. SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA	11
3.1. Važnost selektivnih oblika turizma	11
3.2. Trendovi potražnje selektivnih oblika turizma	14
4. GRAD POREČ KAO TURISTIČKA DESTINACIJA	17
4.1. Općeniti podaci o gradu Poreču	17
4.2. Turistička ponuda i potražnja grada Poreča	20
4.2.1. <i>Dolasci i noćenja turista</i>	23
4.2.2. <i>Smještajna ponuda</i>	26
5. SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA NA PODRUČJU GRADA POREČA	28
5.1. Sportski turizam	28
5.1.1. <i>Pojam i povijesni razvoj</i>	28
5.1.2. <i>Pregled trenutačne ponude</i>	29
5.2. Zdravstveni turizam	32
5.2.1. <i>Pojam i povijesni razvoj</i>	32
5.2.2. <i>Pregled trenutačne ponude</i>	33
5.3. Dentalni turizam	36
5.3.1. <i>Pojam i povijesni razvoj</i>	36
5.3.2. <i>Pregled trenutačne ponude</i>	37

5.4. Gastro turizam	39
5.4.1. <i>Pojam i povijesni razvoj</i>	39
5.4.2. <i>Pregled trenutačne ponude</i>	40
5.5. Nautički turizam	43
5.5.1. <i>Pojam i povijesni razvoj</i>	43
5.5.2. <i>Pregled trenutačne ponude</i>	44
5.6. Kulturni turizam.....	49
5.6.1. <i>Pojam i povijesni razvoj</i>	49
5.6.2. <i>Pregled trenutačne ponude</i>	50
5.7. Ciljne skupine selektivnih oblika turizma grada Poreča	56
5.8. SWOT analiza ponude selektivnih oblika turizma grada Poreča.....	61
5.9. Prijedlozi i perspektive budućih trendova	65
6. ZAKLJUČAK.....	67
POPIS SLIKA I TABLICA	70
LITERATURA.....	71
SAŽETAK.....	75
SUMMARY	76

1. UVOD

Prvo veće primjećivanje ekonomskih učinaka od turizma odvijalo se u 19. stoljeću, te do dan danas, iz godine u godinu, bilježe se sve veći. Turizam kao pojava koja potiče ljude da privremeno napuste svoje stalno mjesto boravka i zapute se u drugo, na dozu novih doživljaja i iskustava, potiče destinacije na razvoj i unaprjeđenje njihovih ponuda. Turizam je danas postao najbrže rastući ekonomski sektor u svijetu, s predviđanjima kako će u sljedećih 10 godina broj međunarodnih dolazaka rasti stopom od 3,3% godišnje te u navedenom periodu dogurati do brojke od impresivnih 1.8 milijardi dolazaka turista.

Upravo radi tolike količine ljudi, još prije 50-ak godina destinacije, javni i privatni sektori su se odlučili na korak ka rasterećivanju destinacija, a ujedno i obogaćivanju iskustva turista. Tada su na scenu stupili oblici turizma koji su bili prilagođeni potrebama pojedinaca, krojeni po njihovoj mjeri, želji i preferencijama, a riječ je o selektivnim oblicima turizma. Upravo se u njima i vidi veliki odmak od nekadašnjeg, masovnog turizma. Selektivni oblici turizma za zadatak imaju zadovoljiti želje gostiju, pomoći im stvoriti turističko iskustvo, stvoriti sadržaj dostojan ispunjenja njegova slobodna vremena, osigurati dodanu vrijednost, pružiti mu osjećaj važnosti i bitnosti. U samim počecima, takvih oblika bilo je svega par, da bi danas usred promjena i povećanja preferencija turista, bili svjedoci sve većem „boom-u“ selektivnih oblika turizma. Upravo zahvaljujući njima, osiguralo se rasterećenje destinacija uz istovremeno povećanje interesa i broja dolazaka turista u njih, obzirom da u njima dobivaju upravo ono što traže i žele.

Grad Poreč upravo kroz razvoj selektivnih oblika turizma izdiže svoju ponudu te privlači sve veći broj gostiju, obzirom da upravo kroz svoju ponudu zadovoljavaju sve više profila i preferencija. Trenutačna ponuda je šarolika, te svatko pronalazi nešto za sebe, no sigurno je kako će se u skorije vrijeme proširiti, osiguravajući tako gradu Poreču veći isticaj kao destinacije kvalitetnih i kvantitativnih selektivnih oblika turizma. Poreč se najviše ističe kao destinacija kulturnog i dentalnog turizma. Kulturni turizam zasigurno je među najjače razvijenima zahvaljujući bogatoj povijesti i kulturnoj baštini koja posjetitelje ostavlja bez dana. Dentalni turizam u Poreču novijeg je datuma, no preko noći je svojim uvrštavanjem u selektivne oblike turizma grada Poreča, izdigao ovu destinaciju kao broj 1. u dentalnom turizmu. Sportski turizam

također je kvalitetno razvijen i privlači iz godine u godinu sve veći broj poklonika, a grad se može pohvaliti bogatom infrastrukturom koju sustavno gradi i svake godine ulaže u stvaranje novih sadržaja. Nautički turizam se u Istarskoj županiji općenito smatra jednim od najperspektivnijih selektivnih oblika turizma i to upravo zbog visine prihoda koje ostvarujemo zbog njega. U Poreču se nalaze ACI marina Poreč (120 vezova u moru i 150 za smještaj plovila na suhom), marina Červar Porat te Parentium. Zdravstveni turizam pretežito se provodi u vidu *wellness* ponude hotela i privatnih poliklinika, no naravno tu je i more, koje također ima razne blagodati za organizam, posebice za one hrabrije koji u njemu uživaju i kada temperatura padne. Gastro turizam posebna je priča u Istarskoj županiji te nije zaobišla niti grad Poreč. Zahvaljujući zamamnom broju restorana koji se nalaze u gradu i okolici, te iznimno kvalitetnoj ponudi hrane koja se prvenstveno bazira na tradicionalnoj istarskoj te mediteranskoj ponudi, ovdje se često zapućuju gurmani, a zanimljiva je činjenica kako neka naselja imaju toliko restorana da na čak svakog 15-tog stanovnika dolazi po jedan restoran.

Predmet i cilj rada

Predmet Diplomskog rada jest istražiti grad Poreč i njegovu ponudu selektivnih oblika turizma te istu dubinski analizirati. Navedenim će se omogućiti bliže upoznavanje s trenutnim stanjem ponude selektivnih oblika turizma u Poreču, čime će se proširiti dosadašnje znanje, ujedno pomažući odgonetnuti određene smjernice za daljnji rast i razvoj. Tijekom istraživanja fokus je stavljen na one oblike koji su trenutno najkvalitetnije razvijeni: sportski, zdravstveni, dentalni, gastro, nautički te kulturni. Svaki od navedenih oblika istražuje se u vidu pojma i povijesnog razvoja, te se vrši pregled trenutne ponude, donoseći na kraju istraženog kratki rezime o trenutnom i budućem stanju.

Izvori podataka i metode prikupljanja

Tijekom izrade Diplomskog rada kao primarna literatura korišteno je više literaturnih djela s područja turizma, zabilješke s predavanja kolegija turističkog usmjerenja, osobno znanje, vlastita mišljenja i stavovi autorice rada, kao i mrežni izvori podataka.

Sekundarni izvori pribavljali su se iz međunarodnih, nacionalnih, regionalnih i lokalnih strateških dokumenata.

Korišteno je više metoda prikupljanja podataka, od kojih su najzastupljenije metoda istraživanja, promatranja, induktivna te metoda analize. Povijesna metoda korištena je u manjem obimu s obzirom na to da je fokus na predstavljanju trenutanih turističkih tokova, no za potrebe predstavljanja povijesnih razvoja selektivnih oblika turizma, ista se koristila u manjem obimu.

Sadržaj i struktura rada

Diplomski rad se s uvodom i zaključkom sastoji od šest poglavlja.

Tijekom uvodnog poglavlja definirani su predmet i cilj istraživanja, izvršen je prikaz istraživačkih metoda korištenih u radu te izvori podataka.

Rad započinje obradom pojma turizam, gdje će se izvršiti prikaz nekadašnjeg stanja te onog kakvo je danas, razlikujući pritom masovni turizam te turizam prilagođen željama i preferencijama turista, s naglaskom na suvremenim trendovima u turizmu.

U trećem poglavlju pridaje se pažnja selektivnim oblicima turizma, gdje se vrši upoznavanje s njihovim nastankom, važnosti, podjeli te doprinosu koje imaju u ukupnoj slici današnjeg turizma. Također se vrši obrada ponude i potražnje grada Poreča kada je riječ o selektivnim oblicima turizma.

Četvrto poglavlje donosi pregled grada Poreča kao turističke destinacije. Tijekom ovog poglavlja vrši se prikaz općenitih podataka, kao i turističke ponude i potražnje, gdje se obrađuju statistički podaci o dolascima i noćenjima turista, te se vrši prikaz smještajne ponude.

Najvažnije poglavlje Diplomskog rada, peto, donosi pregled svih dostupnih selektivnih oblika turizma grada Poreča koji su trenutačno najzastupljeniji te najviše razvijeni. Tijekom ovog poglavlja svaki od oblika se dubinski analizira, nastojeći predstaviti njegove važnosti- pojam i povijesni razvoj, prikaz ciljnih skupina te pregled trenutačne ponude. Ciljne skupine se prikazuju u vidu primarnih i sekundarnih, te dodatno autorica predlaže potencijalne ciljne skupine za neke od oblika za koje smatra kako se mogu ukomponirati u širu sliku. Analizom snaga i slabosti te prilika i

prijetnji analiziraju se svi predstavljeni selektivni oblici turizma, te i sam grad Poreč kao turistička destinacija, analizirajući odnose međusobne te pokušavajući razaznati što se može drugačije "okrenuti" kako bi se dodatno pojačale snage i prilike. Poglavlje se zaključuje autoričnim prijedlozima i razmatranjima za daljnje usmjeravanje pozornosti kod trenutačne i buduće ponude.

Na kraju rada uz zaključak dati će se pregled korištene literature i izvora.

2.TURIZAM

2.1. Masovni turizam

Kada se govori o turizmu, počinje se od pojma turist. Turist je prva i polazna jedinica koja se koristi kod proučavanja turizma, točnije, riječ je o osobi koja putuje izvan svog mjesta boravka u trajanju od minimalno 24 sata, no nikako ne dulje od godine dana, koristeći pritom to isto putovanje kako bi ispunio svoje želje, odmorio se, relaksirao, bavio se rekreativnim aktivnostima, ili pak putuje iz zdravstvenih, poslovnih, obiteljskih i sličnih razloga.

„...turisti postaju samo one osobe koje imaju snažan motiv za poduzimanje turističkog putovanja. Ti su motivi brojni, različiti, stupnjeviti i međuovisni te s različitim intenzitetom usmjerenosti, ali iza svakog stoji vrlo konkretna nezadovoljena potreba.”
(Čorak i Trezner, 2014;95)

Nekada je turizam, u srednjovjekovno doba, bio potaknut vjerskim motivima, odlaskom u lov, na vikinške borbe, priredbe. Kako su se započela nizati zemljopisna otkrića, došlo je do lančane reakcije pojave novca, izgradnje cesta. Velike migracije, odnosno putovanja, događala su se usred gladi, ratova, prirodnih katastrofa. Kasnije se s vremenom putovanja povezuju isključivo s bogatim pučanima koji su u ono doba putovali u udaljene krajeve iz zabave, razonode, učenja, upoznavanja i viđenja novog.

Turizam je ekonomska djelatnost koja se, kako smo vidjeli, pojavila još davnih dana, potaknut ljudskom znatiželjom, no prvi značajniji ekonomski učinci kao i organizirani oblik turističkih kretanja primjećuju se u 19. stoljeću.

Ono što se koristilo kao atrakcija kod masovnog turizma bile su uglavnom prirodne prednosti nekog mjesta, gdje nisu postojale nikakve dodatne atrakcije i sadržaji. Unaprijed isplanirani paket aranžmani bivali su identični, bez dodanog sadržaja, nikakve razlike jedni među drugima, namijenjeni specifično za masovni turizam koji je u enormnim količinama zatrpavao i opterećivao destinaciju svojim posjetima.

Masovni turizam zasigurno je bio najrašireniji u razdoblju iza drugog svjetskog rata, a takva raširenost dovela je do mnogih negativnih reperkusija (Kušen, 2002).

Važno je napomenuti kako je usred negativnosti, masovni turizam donijeo i određene pozitivne, prvenstveno u kvalitetnijem životu koji je bio produkt velikog gospodarskog rasta, što je naravno dovelo do povećanja zaposlenosti domicilnog stanovništva, čime je njima na taj način omogućen bolji život za njih i njihovu obitelj. Razvoj masovnog turizma odvijao se paralelno s tehnološkim razvojem. Ono što je omogućeno bivala su upravo putovanja velikog broja ljudi, puno brže nego je to nekada bio slučaj. Do destinacija se moglo doći u relativno kratkom vremenskom razdoblju, uživajući u putovanjima, upoznavajući nove destinacije i šireći vidike.

U nastavku, prikazom u Tablici 1. vrši se prikaz generalnih značajki masovnog turizma te način ponašanja masovnih turista.

Tablica 1. Prikaz generalnih značajki masovnog turizma i način ponašanja masovnih turista

GENERALNE ZNAČAJKE MASOVNOG TURIZMA	PONAŠANJE TURISTA MASOVNOG TURIZMA
<ul style="list-style-type: none"> ● ubrzani razvoj, ● maksimizacija i iskorištavanje, ● agresivan pristup na prirodu i lokalnu zajednicu, ● fokus na kvantiteti, ● glavni cilj je rast, ● fokus je na zaradi, ● izražena sezonalnost, ● preveliki pritisak na destinaciju, ● turizam se razvija na svakom koraku, ● nestabilnost, ● otežano upravljanje, ● kratkotrajan, ● potiče negativne reperkusije, ● zagađenje i uništavanje. 	<ul style="list-style-type: none"> ● pasivan pristup, ● velike grupe, ● definirani programi, ● želja za viđenjem što više toga u kratko vremensko razdoblje, ● ne poštuje prirodu i domicil.

Izvor: samostalna izrada autorice

Masovni turizam, u obliku kakav je bio nekada, ne tako davno, slobodno se može nazvati „mačem s dvije oštrice“.

Razlog tome biva upravo logičan gledajući s jedne strane, masovni turizam siromašnim zajednicama donosi novac, omogućuje zapošljavanje njenih stanovnika i omogućuje im kvalitetniji život.

S druge strane donosi mnogo negativnosti globalno zagrijavanje, povećanje zagađenja, povećanje prometa, uništavanje prirodnih staništa, spomenika, nasljeđa, uznemiravanje domicilnog stanovništva, povećanje stopa kriminaliteta, inflacije, sigurnosnih problema i mnogih drugih. Masovni turizam ima lošu stranu maske dovodeći pretjeranu količinu ljudi u destinacije, količinu koja graniči sa svim mogućim prihvatnim kapacitetima, rezultirajući neizbježnom i mnogo puta i nepovratnom štetom na okoliš i atrakcijske elemente destinacije.

Od ekonomskih, sociokulturnih, političkih pa do ekoloških reperkusija koje su rezultirale upravo masovnim turizmom, došlo je do brzog otrježnjenja i donošenja brzopoteznih i pametnih odluka da se razvije drugačiju vrstu turizma, pronalazeći na taj način pametnu ravnotežu između zaštite same destinacije i njenih stanovnika.

Uzevši u obzir kako se njegov razvoj uglavnom odvijao kao sezonska pojava, jasno je kako je on doveo do generiranja i razvoja navedenih negativnih aspekata. Uviđanjem kako navedene negativnosti uvelike nadjačavaju ono malo pozitivnih stvari koje masovni turizam donosi sa sobom, pojedinci, lokalna i globalna vlast uvidjeli su nužnost potrebe što skorašnjeg prelaska na drugačiju formu turizma radi očuvanja i zaštite svoje okoline, ali i domicilnog stanovništva, usred čega se došlo do ideje o stvaranju i prelasku na selektivne oblike turizma koji će biti širokogrudnije prihvaćene nego je to nekada masovni turizam bio. (Jadrešić, 2010)

2.2. Suvremeni trendovi u razvoju turizma

S obzirom na negativnosti koje su se pojavile kod masovnog turizma, brzo se krenulo s odlukom stvaranja drugačijeg oblika turizma koji će nastojati spriječiti daljnje devastacije destinacija.

„Sedamdesetih i osamdesetih godina 20. stoljeća, kao suprotnost prevladavajućem masovnom turizmu javljaju se novi oblici turizma. Turizam je proširio svoje djelovanje ili se vezao uz druge sektore pa se javljaju različiti oblici turizma koji nastoje biti kvalitetniji, održivi, ekološki odgovorni, humaniji i prilagođeni određenim turističkim destinacijama.” (Jadrešić, 2010;164)

Suvremeni turizam uza sebe veže pojmove održivosti, autentičnosti, fleksibilnosti, očuvanosti, balansiranošću, unikatnošću, dodanom vrijednošću. Riječ je o mnogo humanijem obliku turizma, koji poštuje lokalno i sagrađeno, smanjuje priljev turista, minimalizira pritisak na prometnice i destinacije, osigurava kvalitetu i kvantitetu za obje strane, i domicil i turista.

„Nema nikakve sumnje da selektivan pristup i selektivni turizam pruža humaniju alternativu masovnom turizmu!” (Jadrešić, 2010;226)

Ono što je karakteristično za selektivne oblike turizam jest činjenica kako je glavna nit vodilja upravo održivost destinacije s ciljem osiguranja potreba za sve generacije, sadašnje i buduće. Očuvanjem biološke raznolikosti, kulturnog integriteta, ekoloških procesa, zaštitom resursa, osigurat će se zadovoljenje potreba svijeta kroz diverzifikaciju ponude čime dolazi do valorizacije kulturnih dobara provodeći načela održivog razvoja turizma (Vukonić, 2010).

Razvoj selektivnih oblika turizma postaje suvremeni trend u razvoju turizma koji dan danas raste iz dana u dan. Konstantno se radi na unaprjeđenju ponude, razmišljanju o željama i mogućnostima turista, promatrajući destinacije i njihove mogućnosti na totalno drugačiji način, pokušavajući kreirati ponudu koja joj najbolje odgovara, kako bi sve bilo u skladu s održivim rastom i razvojem. I javni i privatni sektori danas razmišljaju na drugačiji način nego je to nekada bio slučaj, stavljajući fokus na destinaciju i domicilno stanovništvo, a ne na zaradu i što veći profit.

Govoreći o suvremenim trendovima u turizmu, važno je naglasiti inovacije koje su doprinijele konkurentnosti destinacija. Upravo kroz njih konkuriraju drugim destinacijama koje nisu uložile u razvoj svojih, te time stvaraju vrijednost za novac gostima prvenstveno zato što je sve izražajniji porast potražnje za jedinstvenim, inovativnim, autentičnim, tradicionalnim, personaliziranim, prilagođenim, luksuznim proizvodima i uslugama.

Odmak od nekadašnjih načina putovanja i odmora najviše se primjećuje u činjenici kao danas se više prakticira niz kraćih odmora od jednog dužeg godišnjeg. Bijeg od svakodnevice i rutine, pa makar na vikend, danas pruža mnogo više gostu nego je nekada to bilo u slučaju višednevnog putovanja. Gostu je važno da ponuda bude „krojena po njegovoj mjeri“, odnosno da ponuda koju nudi destinacija zadovoljava

njegove želje i potrebe, čijim ulaganjem u rast i razvoj istih, destinacije osiguravaju puno veću posjećenost i daleko veću konkurentnost od onih koje navedeno ne rade.

Autentičnost iskustva, specijalizirani odmori danas je ono što gost traži, a činjenica kako se putovanja i aktivnosti najčešće biraju upravo u hodu zbog malo slobodnog vremena na raspolaganju, važno je da destinacije imaju iznimno kvalitetno razvijenu ponudu, da kvalitetno upravljaju proizvodima, uslugama i sadržajem destinacije te samim time utječu na turističko iskustvo gosta. Nadalje, spominjući destinacije, važnost se također našla u pitanju sigurnosti gdje ona danas postaje značajan čimbenik i imperativ za stabilan rast i razvoj kao i komunikaciju destinacije.

3. SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA

3.1. Važnost selektivnih oblika turizma

Današnji turizam naspram nekadašnjeg doživio je značajne promjene. Više se ne stavlja naglasak na zaradi i profitu, već se naglasak stavlja na zaštitu, očuvanje i održivost destinacija.

„Motivi, način putovanja, izbor aktivnosti te obrasci ponašanja u destinaciji ukazuju na pojave koje zahtijevaju sasvim nove reakcije turističke ponude. Iako će masovni odlazak na ljetni primorski odmor ostati dominantan način provođenja odmora, visoka razina prilagodbe potrebama turista rezultirala je vrlo širokom paletom turističkih proizvoda koji zadovoljavaju različite posebne interese turista.” (Čorak i Trezner, 2014;95)

S obzirom na obilježja turističkog tržišta, ponuda i potražnja se nalaze na dvije suprotstavljene strane. S jedne strane, govorimo o elastičnoj i mobilnoj potražnji, osjetljivoj na dohodovne i cjenovne promjene, lako promjenjiva usmjerenja u druge destinacije, heterogena je a turisti su skloni odlasku na putovanje u točno određeno vrijeme u godini, što naravno ima utjecaj na sezonski karakter turističkih kretanja. S druge strane, ponuda biva neelastična i statična s obzirom na to da se ne može mijenjati istom brzinom kojom se može mijenjati potražnja i prilagođavati svoje kapacitete jer je vezana za određeni prostor te se opire heterogenosti i sezonalnosti potražnje. No, činjenica je kako ponuda ovisi o potražnji, a ne potražnja o ponudi stoga se javlja nužnost prilagodbe heterogenosti i sezonskom karakteru potražnje. Odgovor na to biva upravo diverzifikacija turističke ponude koja je dovela do pojave velikog broja različitih turističkih aktivnosti, a shodno tome i samih različitih selektivnih oblika turizma. (Čorak i Trezner, 2014)

Zahvaljujući pozornosti pojedinaca na detalje i potrebe, davajući pažnje segmentima ponude, javili su se selektivni oblici turizma koji će osigurati zadovoljstvo turista, njegovu odanost destinaciji u slučaju pravovaljane i u pravoj mjeri unesene dodane vrijednosti koja je stvorila zadovoljavajuće turističko iskustvo koje on može dalje prenositi. Danas oni za svoj novac dobivaju puno više nego što je to, ne tako davno, bio slučaj, a samo iskustvo mnogo je opsežnije i kvalitetnije.

Selektivni turizam daje mnogo obostrano, a kod same ponude važno je diferencirati se od konkurencije, vršiti usku povezanost s tržištem, konstantno raditi na rastu i razvoju destinacije i njene ponude, prateći istovremeno potražnu na svjetskim tržištima. Ulaganje je nadalje važno i kod samih nositelja ponude u destinaciji jer ako oni nisu u dosljednosti s ponudom, onda cijela priča ne drži vodu. Stavljanje fokusa na ciljne skupine turizma, oslušivati njihove želje i preferencije, omogućit će destinacijama koje u svoju ponudu baziraju na selektivnim oblicima turizma ekonomske, socijalne i društvene blagodati.

Selektivni turizam današnjice predstavlja određenu kvalitetu i obilježja turizma, ujedno dajući obrise sadašnjeg i budućeg. On vodi brige o mnogo čemu, o gostima, kvaliteti usluge, stvaranju dodane vrijednosti, omogućuje bolji identitet i humanost turističke usluge, stvara kvalitetniji turistički doživljaj, ekološki je osviješten, utječe na stvaranje socijalne odgovornosti kod pojedinaca, raspoređuje veliku masu ljudi kako ne bi dolazilo do prevelikih pritisaka na destinaciju, poštuje lokalno.

Jadrešić (2010; 228) selektivni turizam definira kao *„sintetički i generički pojam koji označava novu kvalitetu suvremenog i budućeg turizma, koji se prvenstven o temelji na serioznoj selekciji programa, na odgovornom ponašanju svih sudionika, na ekonomskom i ekološkom principu uravnoteženja razvoja.“*

Geić (2011;222) selektivni turizam opisuje kao *„odgovor na probleme u suvremenom turizmu uzrokovane masovnim "hard" turizmom i njegovom infrastrukturom. Selektivni oblici spadaju pod tzv. "soft" turizam, koji se bazira na putovanjima koja nisu shematska i masovna, već individualizirana i prilagođena potrebama i željama pojedinca.“*

Svaki selektivni oblik turizma svoju privlačnost gradi na atrakcijama koje mogu biti razne. Ovisno od destinacije do destinacije, neke svoju privlačnost grade oko samo jednog atrakcijskog elementa, dok ih neke imaju više. Selektivni oblici turizma ne javljaju se samo u ulozi održivosti, već i u ulozi etičnosti, prvenstveno zbog ekonomije maloga broja, gdje do izražaja puno više dolazi fleksibilnost i doživljaj putovanja.

Rabotić (2013) navodi kako se njihova podjela uglavnom vrši prema pripadajućim atrakcijama:

- prirodne znamenitosti
- kulturne znamenitosti,
- razne aktivnosti (sport, avantura, agroturizam, lov i sl.),
- tradicionalni proizvodi,
- suvremeni proizvodi,
- posebna atmosfera,
- ljudi,
- biljni i životinjski svijet,
- povijesne ličnosti i događaji,
- nesreće.

Ono što je osigurano danas upravo kroz primjenu selektivnih oblika turizma je stvaranje „vlastitog identiteta“, odmak od unificiranosti i određene šablonizacije turističke ponude. Osigurano je stvaranje manjih segmenata zanimacije, povećavajući zanimanja kod većeg broja turista nudeći im upravo ono što njih zanima, paket aranžmani koji kao da su krojeni po njihovoj mjeri. Kroz navedeno se omogućilo drugačije poimanje destinacija od strane turista, koji se danas sagledavaju drugačijim očima upravo zato što u njima pronalaze točno svoje preferencije, a koje prije, s masovnim turizmom, nisu postojale.

Ono što možda i biva najbitnija stavka koja najviše daje na važnosti selektivnih oblika turizma jest činjenica kako se upravo zahvaljujući njima umanjio negativan i štetan utjecaj koji je masovni turizam imao na destinacije diljem svijeta, došlo je do ravnomjernije raspodjele ljudi i drugih efekata koji se javljaju u turizmu, novac se više ne slijeva samo u određene „in“ destinacije, već je ona ravnomjerno raspoređena, odnos lokalnog stanovništva s turistima puno je bolji i kvalitetniji uz uzajamno poštovanje, poštovanje javnog i privatnog dobra koje nas okružuje, kulturne i povijesne baštine, prirode. Sve ono što je umalo „nestalo“ kod masovnog turizma, selektivnim oblicima turizma se na novo preporodilo.

Ne treba zaboraviti ni činjenicu kako selektivni turizam pomaže održivom razvoju destinacija, ulagajući u zaštitu i očuvanje lokaliteta, razmišljajući o budućim generacijama i očuvanju onoga što mi danas vidimo za njih.

Također kod buduće potražnje za selektivnim oblicima turizma „*sposobnost organiziranja sadržaja koji vrlo usko koreliraju sa specifičnim interesima turista bit će glavni činitelj kod donošenja odluke o odabiru destinacije i pružatelja usluga. Turisti koji se bave nekom specifičnom aktivnošću ili ih zanima, npr. ornitologija, arheologija, ronjenje i sl., pri odabiru destinacije dat će prednost destinaciji koja nudi upravo te sadržaje.*” (Čorak i Trezner, 2014;100)

3.2. Trendovi potražnje selektivnih oblika turizma

Selektivni oblici turizma javili su se kao odgovor na sve izražajnije rasprirodnjavanje prirode, uzrokovano globalizacijskim i industrijalizacijskim čimbenicima koji uzrokuju preveliki pritisak na sam prostor. Mnogo je toga što utječe na sam turizam, od prethodno navedenog, do tržišta, tehnologije, politike, ekologije, socijalnih i demografskih promjena, gospodarskih kretanja. Daljnji opstanak turizma i destinacija bio je uvjetovan pronalaskom balansa između navedenog, stoga se počelo sve više plasirati ponudu temeljenu na selektivnim oblicima turizma.

„*'Novi turist' kupac je životnih iskustava, doživljava i priča, fizički i intelektualno je aktivan, želi biti sudionikom težeći putovanjima koja će pridonijeti njegovu osobnom razvoju.*“ (Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine; 25)

Današnji turist uvelike se odmaknuo od nekadašnjega, danas je on informiraniji, iskusniji i zahtjevniji te točno zna što želi za svoj novac te to i nastoji dobiti. Upravo radi navedenoga, javila se sve veća potražnja za netipičnim, nestandardnim turističkim proizvodom. Kao odgovor na taj rast potražnje javili su se selektivni oblici turizma.

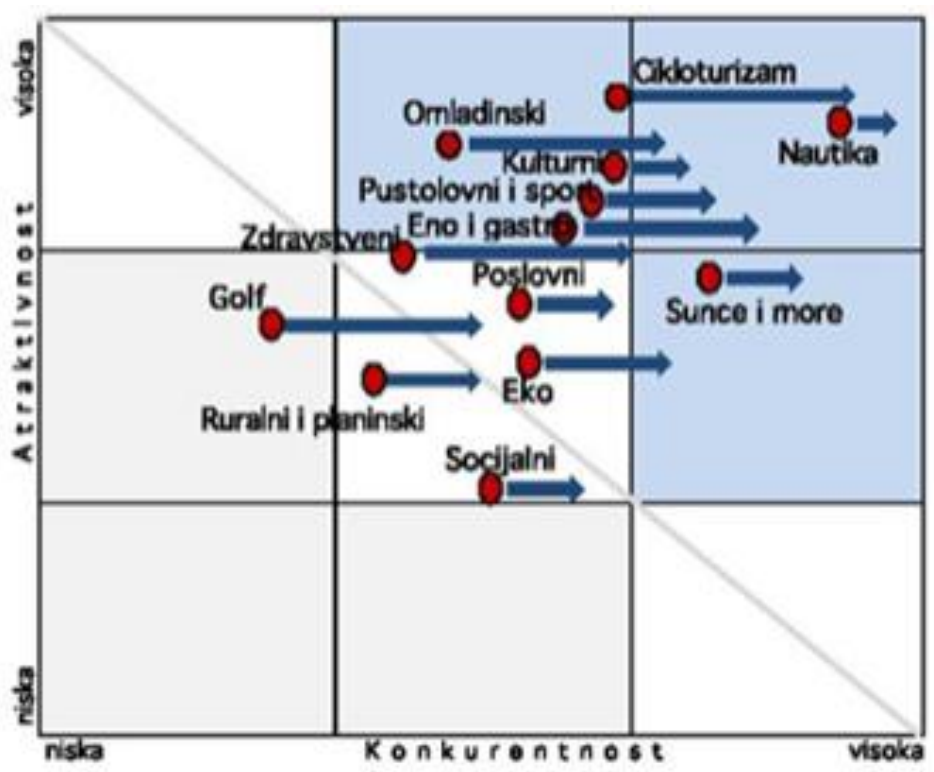
„*Selektivni oblici turizma podrazumijevaju putovanja koja su uvjetovana ostvarenjem nekog posebnog interesa. Ti posebni interesi su primarni i dominantni motivi koji pokreću turističke potrošače na putovanje u destinaciju koja može zadovoljiti svojom turističkom ponudom. Turistički potrošači su usmjereni ka destinacijama s točno*

određenom selektivnom ponudom aktivnosti i turističkih proizvoda. Ovisno o sadržaju ponude, selektivne oblike turizma možemo promatrati kao oblike zasnovane na pretežno prirodnim ili kao oblike zasnovane na društvenim resursima.” (Čavlek et.al., 2011;40)

Trendovi potražnje iz godine u godinu su sve veći i specificiraniji, stoga ne čudi činjenica kako iz godine u godinu „niču“ novi oblici za koje ne tako davno vjerojatno mnogi nisu ni mogli zamišljati kako će svoju ponudu bazirati upravo na nekim od tih specifičnosti potražnje gosta u destinaciji. „...razina interesa za neku temu varira ovisno o ciljanoj skupini i... ponuđene aktivnosti ne smiju biti iste za sve skupine potencijalnih gostiju”. (Čorak i Trezner, 2014;100)

Promatrajući naše područje, obzirom na naš geografski položaj, neki selektivni oblici turizma više dolaze do izražaja od drugih, a navedeno će se prikazati kroz portfolio matricu turističkih proizvoda Hrvatske prikazano u nastavku na slici 1.

Slika 1. Portfolio matrica turističkih proizvoda Hrvatske



Izvor: Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, MINT

Na portfolio matrici uočava se kako određeni oblici selektivnog turizma imaju veću konkurentnost i atraktivnost od drugih. Promatrajući način diverzifikacije turističkih proizvoda Hrvatske, uočava se kako na ovaj način biva osigurano mnogo veće prodiranje do puno većeg segmenta gostiju s obzirom na to da je tu riječ o mnogo različitih sklonosti i preferencijama pojedinaca. Primjećuje se kako se cikloturizam i nautika nalaze visoko na ljestvici s visokom atraktivnošću i konkurentnošću. Slijedi ih omladinski, kulturni, pustolovni i sportski, zdravstveni te gastronomski turizam s visokom atraktivnošću te srednjom konkurentnošću, dok sunce i more bilježi srednju atraktivnost no zato visoku konkurentnost upravo radi geografskog položaja Hrvatske. Poslovni, eko, socijalni te ruralni i planinski turizam bilježi srednju atraktivnost i konkurentnost, dok golf turizam, iako ima srednju atraktivnost, nažalost bilježi iznimno nisku konkurentnost, iako bi mogao zasjesti na sam vrh ljestvice, no upravo radi stanja koje nije maknuto s papira, danas u tom segmentu ponude bilježimo veoma niske prihode iako bi to mogao biti selektivni oblik turizma koji bi nam mogao donositi najveće prihode, upravo radi današnjih trendova.

4. GRAD POREČ KAO TURISTIČKA DESTINACIJA

4.1. Općeniti podaci o gradu Poreču

Grad Poreč (Slika 2.) smješten je u Istarskoj županiji, na zapadnoj obali poluotoka, te zauzima površinu od 142 km². Na posljednjem popisu stanovništva s okolnim naseljima imao je ukupno 16 696 stanovnika, dok je sam grad imao 9 790 stanovnika. U ukupnom broju stanovnika žena je bilo 47,84% dok je muškaraca bilo nešto više, 52,16%. Po broju stanovnika je drugi po veličini najveći grad, te zauzima 8,02% udjela u ukupnom broju stanovnika Istarske županije koja ima sveukupno 10 gradova i 31 općinu.

Slika 2. Lokacija grada Poreča u Istarskoj županiji



Izvor: Ortopedie West Brabant, <http://orthopediewestbrabant.nl/karta-poreca/> (pristupljeno 26.2.2020.)

Poreč se nalazi među 10 gradova i 31 općinom. Statistički gledano, prema posljednjem popisu stanovništva 2011. godine, u Poreču živi najviše sljedećih nacionalnosti (www.dzs.hr):

1. Hrvati 74,82%,
2. Srbi 3,39,
3. Talijani 3,23%
4. Albanci 2,67%
5. Bošnjaci 1,95%.

Napomenuti ćemo kako se među cjelokupnim popisom stanovništva, kada je riječ o nacionalnosti, njih 8,42% izjasnilo kao Istrijan/Istrijanka.

„Administrativno [Poreč](#) je središte grada [Poreča](#), jedinica lokalne samouprave u Istarskoj županiji, u sastavu Republike Hrvatske. Područje Grada veliko je 142 km²...ostala veća naselja su Tar, Vabriga, Baderna, Žbandaj, Nova Vas, Fuškulin, Dračevac, Varvari, Červar-Porat. Poreština je nešto šire područje omeđeno rijekom Mirnom na sjeveru i Limskom kanalu na jugu. Južnije od [Poreča](#) na obali su Funtana i Vrsar. Veća mjesta u zaleđu su Višnjan, Vižinada, Sv. Lovreč i Kaštelir.”
(www.poslovniturizam.com)

Klima je karakteristična mediteranska, s blagim zimama te toplim ljetom kada je i insolacija najduža. Pušu bura i jugo te maestral. Zahvaljujući svom položaju, Poreč obiluje zelenom vegetacijom, u kojoj mnogi pronalaze zaštitu od sunca, a osvježenje pronalaze u moru, sa prosječnom temperaturom od oko 22 °C.

Grad Poreč kakvom danas svjedočimo, osmišljen je od strane Rimljana prije 2000 godina, nakon pokoravanja starosjedioca Histra, a njegova bogata povijest seže u pretpovijesno doba.

„Ilirski stanovnici Histri naselili su gradine u okolici današnjeg grada na poluotoku širine oko 200 metara i dužine 400 metara zahvaljujući prirodnoj zaštiti koja je

uvjetovala izgradnju lučkog središta. Podaci grčkih povjesničara i geografa iz 6. i 4. stoljeća pr. Kr. govore o manjem ribarskom naselju s lučicom. Arheološki nalazi svjedoče o ljudskim obitavalištima u minula četiri stoljeća.“(www.myporec.com)

Od vojnog logora pa do turističkog središta današnjice, današnjim obrisima grada može se zahvaliti Veneciji i Bizantskom carstvu koji su ostavili svoje utjecaje, te upravo radi njih, danas se svjedoči turizmu kao glavnoj gospodarskoj grani, s kojim pozitivno koreliraju trgovina, graditeljstvo te poljoprivreda, navodi se na mrežnoj stranici grada Poreča.

„Pravilan geometrijski raster ulica, s okosnicama Cardom Maximusom i Decumanusom te središnjim Forumom, sačuvan je sve do danas. Status grada (municipija) Poreč je dobio prije Cezarove vladavine, a u prvoj polovici 1. stoljeća postao je Colonia Iulia Parentium.“ (www.myporec.com)

Pohvalno je kako Poreč još odavno prepoznao održivi razvoj i energetske učinkovitost kao imperativ 21. stoljeća, te 2012. godine potpisao je *Sporazum gradonačelnika* koji je smatran jednim od najvažnijih inicijativa Europske Unije usmjerenih na aktivno uključivanje lokalne i regionalne uprave u borbu protiv klimatskih promjena, dok četiri godine kasnije, 2016. potpisuje *Novi integrirani Sporazum Gradonačelnika o klimi i energiji* i to kao jedan od prvih 6 istarskih Gradova u Republici Hrvatskoj, navodi se u Akcijskom planu energetske održivosti razvoja Grada Poreča (2019).

U Poreč se može doći automobilom, autobusom, zrakoplovom, vlakom i plovilom. Međunarodna zračna luka udaljena je oko 50 km od Poreča, čime Poreč biva atraktivna avionska destinacija. Vlakom se također može doći do Buzeta koji je 10-ak km udaljen od Poreča, ili pak do Pazina, udaljenog 30-ak km od Poreča. U oba slučaja dolaska, avionom ili vlakom, dalje se prema Poreču gosti mogu zaputiti rent-a-car-om, autobusom, taksijem. Dolaskom s vlastitim plovilom gosti imaju beneficiju uplovljavanja u porečke marine koje su danas opremljene s najsuvremenijim sadržajima te nautičarima nude sve potrebno na jednom mjestu.

4.2. Turistička ponuda i potražnja grada Poreča

Turizam je danas zasigurno stavka broj jedan kada je riječ o djelatnosti koja pokreće gospodarstvo. Ne tako davno ovdje se živjelo isključivo od poljoprivrede i ribarenja, no danas je sve izmijenjeno. Turizam kakav postoji danas u gradu Poreču slika je onoga što su osmislili Rimljani prije 2000 godina i to nakon pokoravanja starosjedioca Histre. Zanimljivost se krije u činjenici kako je grad prvotno bio vojni logor, nakon toga utvrđen grad te s vremenom prerasta u upravu i gospodarski centar Colonia Iulia Parentium. Šetnjom gradom uočavaju se prekrasne palače, na kojima se može zahvaliti Veneciji koja je gospodarila gradom od 1267. godine i sljedećih pedeset godina. Eufrazijeva bazilika s biskupijom koja datira iz 6. stoljeća te je uvrštena na Popis svjetske baštine pod zaštitom UNESCO-a, najznačajniji je spomenik kulture ostavljen od strane Bizanta. Slovi kao grad kulture zahvaljujući svojoj bogatoj kulturnoj baštini, a pohvalno je za navesti kako je višestruko nagrađivani radi svoje urednosti i čistoće.

„Prvi turisti bili su pripadnici austrijskog plemstva. Godine 1866. austrijska nadvojvotkinja Stephanie uplovljava u porečku luku na svojoj jahti Phantasy i tako upoznaje s Porečom širu javnost, a zatim Poreč posjećuju i Maria Theresia, Karlo Stephan i Karl Ludwig. Nedugo nakon toga, osniva se konzorcij za gradnju prvog kupališta na otoku Sv. Nikola, koje je završeno i otvoreno 1895. godine i nazvano „Bagno Parentino“. Tu godinu i taj događaj mogli bi uzeti i kao službeni početak turizma u ovom kraju. Godine 1910. otvara se i zaštitni znak povijesti porečkog turizma i prvi veliki hotel - Riviera. Tada su se stvari „zakotrljale“ i Poreč je polako postao jedno od najprestižnijih turističkih odredišta na Jadranu.“ (www.porec.hr)

U Strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine, navedeno je kako Hrvatska pripada zemljama koje najveću privlačnost ima zahvaljujući prirodnom prostoru i bogatom kulturno-povijesnom baštinom. Ulaganje u rast i razvoj turizma, gradu Poreču je unazad 20-ak godina pomoglo ostvarenju bržeg i većeg gospodarskog rasta i razvoja.

Razvoj grada Poreča kao turističkoga započeo je 1902. godine izgradnjom Parenzane koja je omogućila dolazak željezničkom prugom do grada i učinila ga šie

dostupnim, a razvoj se nastavio 1910. godine kada se izgradio hotel Riviera od strane Friedricha Kleina. U to doba, Poreč su posjećivali plemići i vojvode radi blagodati koje im je pružala blaga mediteranska klima tijekom zimskog razdoblja. Nakon osnivanja Plave lagune 1957. godine, 60-te godine bivaju početak većih turističkih dolazaka i noćenja, a uz svaki izgrađeni hotel nicao je i teniski teren koji se tada, a i danas, smatrao elitnim sportom čime se nastojalo privući elitnu klijentelu, te upravo radi toga danas Poreč biva grad koji ima najviše teniskih terena gledajući prema glavi stanovnika, u Europi.

Zahvaljujući svojem položaju, danas grad Poreč slovi kao najjači turistički centar u Hrvatskoj, te se već pedeset godina naziva metropolom hrvatskog turizma. Bogatstvo ugostiteljske i turističke ponude u kombinaciji s kulturno-povijesnim spomenicima, kvalitetnog smještaja, zavidne uređenosti i čistoće rezultiralo je time da upravo grad Poreč biva najčešća meta europskih turističkih putnika u Hrvatsku. Porečom kao gradom dominiraju proizvodi sunce i more, sport i aktivnost te kratki odmori, te samim time opisuje ga se karakterno kao živahna Istra.

„Tražite li aktivnost, nesvakidašnje doživljaje i bogato kulturno nasljeđe, dolazak u Poreč i okolicu pravi je odabir jer Porečani imaju gotovo stoljetno iskustvo u gostoprimstvu i vrhunskoj turističkoj ponudi. Neće vam nedostajati ni zabave koje u turističkim naseljima i u samome gradu ima gotovo na svakom koraku. Jednostavno - zabava od zalaska do izlaska sunca!” (www.istra.hr)

Kroz stvaranje ponude bazirane na selektivnim oblicima turizma osigurano je privlačenje ciljnih skupina gostiju. Grad Poreč u svojoj ponudi selektivnih oblika turizma zasigurno nudi mnogo raznim generacijama od mladih pa do umirovljenika. Od sportskog, gastro, nautičkog, dentalnog, kulturnog, zdravstvenog, zadovoljava svakog gosta koji kroči u ovu destinaciju. Potražnja koja je trenutačno na najvišoj razini, prema mišljenju autorice, biva u segmentu dentalnog turizma, prvenstveno zbog našeg geoprometnog položaja i cijena naših usluga. Kada se usporede cijene dentalnih usluga u susjednim zemljama, sasvim je jasno zašto je dentalni turizam gradu Poreču preko noći počeo donositi velike profite.

Zasigurno najveće obilježje ponude grada Poreča bivaju povijest i znamenitosti. Od Eufrazijeve bazilike, srednjovjekovnih bedema, peterokutne i okrugle kule, gotičke kuće Lion, srednjovjekovnih bedema, velikog Neptunovog hrama, pa sve do kompleksa gotičkih i romaničkih kuća, gradskih palača i crkva, ljubitelji povijesti i kulture u Poreču dolaze na svoje. Šetnja gradom uvodi turiste u potpuno drugi svijet, onakav kako je bio nekada, miješajući pritom obrise staroga s novima. Turisti svjedoče bogatoj i burnoj povijesti grada.

Što se tiče njegove ponude, a misleći pritom na njegovo pozicioniranje, pozicioniran je kao obiteljska destinacija, razvijenih sportskih aktivnosti i bogatog kulturnog nasljeđa. S obzirom na njegovu prirodnu i kulturnu baštinu, najbolji rast i razvoj zabilježen je kod sljedećih proizvoda: sport, nautika, opći *touring* i *touring* specifičnih interesa, te događaji. Veliki izbor koji se okreće ka ciljnim skupinama osigurava zadržavanje postojećih i privlačenje novih profila gostiju, a s bogatom ponudom stvaraju dodanu vrijednost destinaciji. Samo je pitanje vremena kada će se u Poreču pojaviti novi oblik selektivnog oblika turizma, jer s obzirom na svjetske trendove, uistinu ima mnogo mjesta za daljnji napredak.

„Dodana vrijednost turističke destinacije određena je specijalizacijom ponude portfelja turističkih proizvoda ciljanih prema određenim tržišnim segmentima. Razvoj turističkih proizvoda je proces koji koordinira različite hardverske i softverske elemente i slijedi, globalno gledajući, određene kategorije:

- 1. U najvećem broju slučajeva destinacije su usredotočene na održavanje i isporuku postojećih proizvoda prema sadašnjim korisnicima;*
- 2. Povremeno, postoje slučajevi gdje se postojećim portfeljima turističkih proizvoda pokušava privući nove goste uz zadržavanje postojećih gostiju,*
- 3. Neke destinacije dodaju nove proizvode i doživljaje svake godine kako bi zadržali postojeće goste;*
- 4. Najteža strategija razvoja proizvoda s najvišom razinom rizika je razvoj potpuno novih proizvoda za nove goste. „ (Master plan turizma Istarske županije 2015.-2025. godine;124)*

Dodana vrijednost grada Poreča kao turističke destinacije stvara se upravo kroz selektivne oblike turizma kojih u posljednjih 20-ak godina ima sve više i ulaže se u njihov rast i razvoj te stvaranje novih. Danas ih pronalazimo više koji imaju uistinu odličnu zastupljenost i privlače veliki broj gostiju: sportski, nautički, gastronomski, zdravstveni, dentalni te kulturni.

4.2.1. Dolasci i noćenja turista

Tijekom ovog potpoglavlja nastoje se prikazati statistički podaci ostvareni od turizma u gradu Poreču. Istražene su brojke u razdoblju od 2015. do 2019. godine za sljedeća područja:

1. dolazak i noćenja turista,
2. dolasci turista po najzastupljenijim zemljama
3. noćenja turista po najzastupljenijim zemljama.

U nastavku, prikazom u Tablici 2., vrši se prikaz dolazaka i noćenja turista u Poreč u promatranom vremenskom razdoblju od 2015. do 2019. godine.

Tablica 2. Dolasci i noćenja turista u Poreču u razdoblju od 2015. Do 2019. godine

Godina	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
DOLASCI	485.589	524.471	567.062	569.136	589.077
NOĆENJA	3.090.322	3.109.224	3.392.400	3.421.137	3.485.157

Izvor: izrada autorice prema statističkim podacima grada Poreča, dostupno na <https://www.myporec.com/hr/o-nama/statistike> (pristupljeno 29.2.2020.)

Promatrajući Tablicu 2. uočava se postupno povećanje i broja dolazaka i noćenja u gradu Poreču u promatranom razdoblju. Svakako, određene godine su bilježile nešto veće postotke povećanja naspram drugih. Najslabije povećanje zabilježeno je u 2018. godini promatrano u odnosu na prethodnu 2017., kada su se dolasci povećali za svega 2074 dolazaka, a noćenja za 28 737 noćenja. S obzirom na trenutno stanje koje se u svijetu i kod nas dešava s *Corona* virusom, za očekivati je veći pad postotaka.

U nastavku, prikazom u Tablici 3., vrši se prikaz dolazaka turista u Poreč u promatranom vremenskom razdoblju od 2015. do 2019. godine, i to iz pet najzastupljenijih zemalja dolazaka gostiju.

Tablica 3. Dolasci turista u Poreču u razdoblju od 2015. do 2019. godine, 5 najzastupljenijih zemalja porijekla

Država Godina	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
1. Njemačka	109.568	113.307	127.979	121.908	120.135
2. Austrija	97.587	106.335	111.283	113.019	117.740
3. Italija	61.487	62.769	65.342	62.454	64.371
4. Slovenija	47.579	56.122	54.137	54.616	60.668
5. Hrvatska	29.219	32.339	35.453	42.237	46.216

Izvor: izrada autorice prema statističkim podacima grada Poreča, dostupno na <https://www.myporec.com/hr/o-nama/statistike> (pristupljeno 29.2.2020.)

Promatrajući Tablicu 3. uočava se kako pet najzastupljeniji profila gostiju dolazi iz susjednih nam zemalja- Njemačka, Austrija, Italija, Slovenija te naši gosti iz Hrvatske. Nijemci od 2017. su u opadanju svojih dolazaka, isti trend se bilježi kod Talijana u 2018. godini kada je opao broj dolazaka u odnosu na prethodno promatrano razdoblje, no za razliku od Nijemaca, Talijani u 2019. godini bilježe ponovni porast dolazaka. Austrijanci, Slovenci i Hrvati iz godine u godinu bilježe porast broja dolazaka u Poreč.

U nastavku, prikazom u Tablici 4., vrši se prikaz noćenja turista u Poreč u promatranom vremenskom razdoblju od 2015. do 2019. godine, i to iz pet najzastupljenijih zemalja dolazaka gostiju.

Tablica 4. Noćenja turista u Poreču u razdoblju od 2015. do 2019. godine, 5 najzastupljenijih zemalja porijekla

Država Godina	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
1. Njemačka	893.413	907.959	1.012.900	971.015	951.201
2. Austrija	494.209	535.567	546.155	551.952	575.618
3. Slovenija	347.743	284.086	315.351	342.237	360.747
4. Italija	279.688	271.824	269.613	262.942	273.456
5. Ujedinjeno Kraljevstvo	145.130	143.147	171.847	169.894	163.030

Izvor: izrada autorice prema statističkim podacima grada Poreča, dostupno na <https://www.myporec.com/hr/o-nama/statistike> (pristupljeno 29.2.2020.)

Promatrajući Tablicu 4., što se tiče noćenja gostiju gledajući njihovu zemlju dolaska, 2015. poredak biva sljedeći: najzastupljenija je Njemačka, slijedi Austrija, Slovenija,

Italija te Hrvatska. Sljedeće godine, 2016., peto mjesto umjesto Hrvatske zauzima Nizozemska, dok od 2017. godine na petom se mjestu nalaze noćenja gostiju iz Ujedinjenog kraljevstva. Nijemci do 2017. bilježe porast noćenja, da bi isti sukladno i s dolascima, počeli opadati. Austrijanci drže kontinuitet porasta noćenja, dok se kod Slovenaca uočava veliki pad noćenja od 2016. pa nadalje, te do 2019. godine još uvijek nisu dosegli broj noćenja kako je bio 2015. godine. Talijani do 2018. godine bilježe pad noćenja, no ta brojka se povećala 2019. godine. Gosti iz Ujedinjenog Kraljevstva najveći broj noćenja imaju zabilježen 2017. godine, te od tada je u opadanju.

U turizmu grada Poreča jedno je sigurno najveću ulogu ima inozemna potražnja, a tek onda domaća.

4.2.2. Smještajna ponuda

Područje grada Poreča obuhvaća i područje općine Tar-Vabriga te Kaštelir-Labinci, s brojnim mogućnostima za uživanje u destinaciji. Na svakom koraku svatko može pronaći nešto za sebe.

„Ponuda smještajnih kapaciteta Poreča, hotela, apartmana i kampova, ali i apartmana i kuća za odmor u privatnom smještaju nalazi se u pravilu sjeverno i južno od starogradske jezgre u turističkim naseljima Lanterna, Špadići, Brulo, Plava Laguna i Zelena Laguna u kojima nalazimo i lijepo uređene plaže čiju kvalitetu obilježavaju i brojne Europske plave zastave.” (www.istria-home.com)

Također u okolnim mjestima i selima također postoji bogata smještajna ponuda.

Promatrajući smještajnu ponudu grada Poreča, ona se trenutačno sastoji od 15 kampova, 37 hotela, 14 apartmanskih naselja te 885 jedinica privatnog smještaja. Privatni smještaj bilježi 11518 ležajeva, hotelski 11790, u kampovima ima 6223 ležajeva, nekomercijalnog smještaja 9563 ležaja. Sveukupni broj smještajnih jedinica je 13641 s ukupno 34114 ležajeva.

Kampova s 3 zvjezdice ima 6, s 4 zvjezdice je njih 7 te onih s pet zvjezdica je 2. Kod hotela s 2 zvjezdice nalazimo 2 hotela, s 3 zvjezdice 13 hotela, 4 zvjezdice nalazimo 17 hotela, te 1 hotel s 5 zvjezdica. Apartmanskih naselja s 2 zvjezdice ima 5, s 3

zvjezdice ima 2, s 4 zvjezdice ih ima 7. Od 885 jedinica privatnog smještaja, njih 31 čine kuće za odmor a ostalo sačinjavaju apartmani, njih 854.

Smještajna ponuda se uglavnom okreće obiteljima u smislu ciljnog tržišta, dok u pred i postsezoni ponuda biva većinski orijentirana ciljnim skupinama selektivnih oblika turizma, tako primjerice kod sportskog turizma ponuda biva orijentirana na DINKS ciljnu skupinu, kod gastro, nautičkog, kulturnog i dentalnog ciljna skupina je DINKS te *Empty nesters*, kod dentalnog se tu još okreću Zlatnoj dobi, a kod zdravstvenog turizma ciljna skupina biva *Empty nesters* te Zlatna dob.

5. SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA NA PODRUČJU GRADA POREČA

5.1. Sportski turizam

5.1.1. Pojam i povijesni razvoj

Sportski turizam obuhvaća sve aspekte sa sportom povezanih dolazaka, od sportskih događaja, rekreativnog vremena pa sve do sudjelovanja u turističkim sportovima. Putovanja se odvijaju sa specifičnim ciljem bavljenja sportom, promatranja sportskih događaja, sudjelovanja u istima ili pak radi posjete raznih sportskih atrakcija u destinacijama.

„Sport u turizmu omogućuje stvaranje dodatnih ekonomskih učinaka u turističkim organizacijama ili u poduzećima koja pružaju različite sportsko rekreacijske usluge. U takve usluge spadaju iznajmljivanje sportski objekata i sportske opreme, organizacija škola i tečajeva za učenje različitih sportova, pripreme sportaša, velike sportske manifestacije i natjecanja te sportsko-zabavne atrakcije. Izravni ekonomski učinci nastaju kao rezultat prodaje sportsko-rekreacijskih usluga u turističkim ili sportskim organizacijama.” (Geić, 2011;277)

Smatran je brzorastućim proizvodom koji se sastoji od više grupa (lov, ribolov, ronjenje, jedrenje, kajak-ing, kanu-ing, adrenalinski sportovi, biciklizam, sportske pripreme, špiljarenje, paragliding i ostali). Rast se bilježi od čak 30% kod određenih operatora, a Hrvatska je svoj rast počela bilježiti 15-ak godina unazad gdje se uviđa kako još uvijek nismo iskoristili sve komparativne prednosti koje se nude od strane ovog selektivnog oblika turizma.

Ono što je zasigurno specifično za sportski turizam jest činjenica kako ovaj selektivni oblik turizma poštuje ono prirodno i ono izgrađeno, svo kulturno nasljeđe i zajednicu u destinaciji. Vid turizma koji pomaže u vraćanju davno zaboravljenih životnih rutina, a sa sve izražajnijom potrebom za bavljenjem istim kada se uzme u obzir današnji način i tempo životnog stila sve većeg broja ljudi. Sve manje slobodnog vremena, oduzeto radi posla i karijera, počelo se odražavati na ljude, stoga mnogo je onih koji se sve češće odlučuju za ovakav vid turizma. Osim što poštuje lokalnu zajednicu,

prirodno i kulturno nasljeđe, ujedno vraća čovjeka njegovim zaboravljenim ili zapostavljenim rutinama. Razlog tome je u nagloj promijeni u načinu života ljudi, njihovih navika i interesa, gdje je naglasak s godinama sve više i više stavljan na rad i stvaranje prihoda, a relaksacija i boravak u prirodi sve se više zapostavljao usred nedostatka slobodnog vremena.

Turizam i sport su povezani još od drevnih vremena antičke Grčke, gdje su se putovanja odvijala radi sudjelovanja na sportskim priredbama.

„Turizam i sport ne samo da su postali dvije vrlo popularne, globalne, društvene aktivnosti koje su se izrazito razvile od dvadesetog stoljeća do danas, već su obje aktivnosti postale dio naše globalne kulture. Nositelji tih dviju pojava u pravilu su isti subjekti. I turizam i sport komplementarni su dijelovi industrije slobodnog vremena. Činjenica da su turizam i sport međuovisne pojave i da imaju brojna zajednička interesna područja (De Villiers, 2001) potvrđuje razlog zbog kojega je moguće generalizirati trendove u razvoju turizma i povezati ih s globalnim trendovima razvoja sportskog turizma.“ (Bartoluci et.al, 2007;11,12)

Samu veću ekspanziju sporta bilježimo iza drugog svjetskog rata, u razdoblju koje se bilježi kao procvat nastanka klubova koji su iznjedrili mnoga poznata imena u sportu. Otvaranjem klubova potaknula se i izgradnja samih sportskih objekata, te u kratko vrijeme postao iznimno popularan.

5.1.2. Pregled trenutačne ponude

Grad Poreč danas ulaže velike napore u rast i razvoj sportskog turizma kroz kvalitetnu suradnju javnog i privatnog sektora. Ovaj grad ne živi isključivo od sunca i mora, već i od velikog sportskog srca. Industrija sporta donosi 2% BDP-a na razini EU, a riječ je o čak 300 milijardi eura, navedeno je na 15. Raspravi o turizmu na temu „*Sportski turizam u Hrvatskoj – možemo li više i kako?*“, stoga ne čudi ulaganje koje grad daje upravo na razvoj ove ponude.

Fokus se stavlja na rekreaciju, pripremu sportaša, organizacija velikih događaja i promidžba. Istra je istaknuta kao jedna od pozitivnih primjera regije u kojoj postojeća infrastruktura omogućava i podržava razvoj ovog specifičnog oblika turizma, stoga ne čudi činjenica kako grad Poreč bilježi velike prihode, dolaske i noćenja od ovog selektivnog oblika turizma.

U mnogim hotelima omogućeno je sportsko-rekreativno opuštanja u bazenima, saunama, *fitness* i trim kabinetima, te u njihovoj okolini u sportskim dvoranama, igralištima za rukomet, tenis, košarku, biciklističkim stazama.

Organizirane pripreme sportaša

Grad Poreč svakako je najpoznatiji po organiziranim pripremama za sportaše. *„...područje Poreča svojim gostima stavlja na raspolaganje niz sportskih aktivnosti što ga je u posljednjih nekoliko godina prometnulo u popularno odredište profesionalnih i rekreativnih sportaša iz cijele Europe.”* (www.istria-home.com)

„Mnogi pojedinci, timovi i reprezentacije u različitim sportovima odabiru [Poreč](#) za kondicijske pripreme, a sportska ponuda zadovoljava i najzahtjevnije turiste rekreativce.” (www.poslovniturizam.com)

Najviše se bilježi dolazak rukometaša, nogometaša i košarkaša, koji svoje pripreme mogu obavljati u raznim objektima in a raznim površinama. Dvorana Veli Jože tako često ugošćuje rukometaše i košarkaše, travnati tereni u Zelenoj laguni česta su meta priprema nogometaša, a osim terena ovdje se nalazi i bogati popratni sadržaj. Ono što najviše daje na značaju, je činjenica kako se pripreme odvijaju izvan ljetne sezone, dok se rekreativci ovdje najčešće nalaze u ljeto vrijeme.

Osim dvorane i sportsko-rekreacijskog centra Veli Jože, Poreč ima i sportski centar Žatiku, gdje su se već održali veliki sportski događaji kao što je bilo rukometno prvenstvo te Davis cup susreti.

„...dvorana hotela Valamar Diamant i Intersport centar u Zelenoj laguni sa Žatikom čine četverolist idealan za pripreme individualnih i ekipnih sportova: tenisa,

nogometa, rukometa, košarke, odbojke, malog nogometa, stolnog tenisa, boćanja, streljaštva...Igrališta za rukomet i košarku u sportskim dvoranama pružaju idealne uvjete treniranja kada vremenske prilike ne dopuštaju igru na otvorenim terenima.“
(www.myporec.com)

Poreč je također omiljeno odredište biciklistima, s odličnim biciklističkim stazama i svim potrebnim popratnim sadržajem, a najviše je cijenjen Valamar bike hotel koji ima mnoštvo usluga osmišljenih upravo prema potrebama biciklista. Trenutačno Poreč broji 11 biciklističkih staza, ukupne duljine 317,02 kilometra. U svojoj ponudi također nude i e-bicikle što iznimno cijene ekološki osviješteni sportski turisti.

„Spoj prirodnih i klimatskih vrijednosti s uvjetima koje Poreč pruža svojim gostima garancija su sigurnog sportskog uspjeha!“ (www.myporec.com)

Porečki Triatlon

Poreč je također poznat i po Porečkom Triatlonu koji se održava u postsezoni, u mjesecu listopadu, u trajanju od 3 dana u kojem se kombinira utrka u srednje dugom triatlonu, 21 km trčanja, 87 km bicikliranja te 1,9 km plivanja. Inače se utka održava pod pokroviteljstvom Plave Lagune.

„Triatlon Klub Swibir koji organizira utrku u suradnji s Turističkom zajednicom Grada Poreča i Plavom lagunom već je svima poznat po kvalitetnoj organizaciji utrka od Mljet Half International do Krk3atlona te organizaciji državnih prvenstava od olimpijskog do dugog triatlona. Poreč Triatlon je utrka s odličnom lokacijom, dobrim datumom održavanja, mikroklimatskim uvjetima, nezahtjevnom, ali prelijepom biciklističkom stazom i pristupačnom startninom za sve sudionike.“
(www.porectriatlon.com)

Sudjelovati mogu svi sportaši i oni koji se tako osjećaju, bez obzira na nacionalnost i posjedovanje ili neposjedovanje licence, no moraju biti stariji od 18 godina. Inače samo natjecanje je vremenski ograničeno kod svake dionice, pa tako za plivanje postoji vremensko ograničenje od 1h i 15 min za završetak, bicikliranje 5 h i 45 minuta od početka utrke, dok sam kraj mora biti 8 h nakon samog starta utrke.

Ograničenje primjenjuju bez obzira na vremenske uvjete, a nakon isteka ograničenja, sudionik se smatra van konkurencije te se sukladno tome mora kretati sukladno s prometnim pravilima.

Promatrajući budućnost sportskog turizma u gradu Poreču, sasvim je jasno kako će on rasti i bivati sve traženiji, prvenstveno zbog stila života kakvom danas svjedočimo. Nastavak ubrzanog rasta cikloturizma, pustolovno-sportskog turizma, očekuje se i u budućnosti, što je trend podržan sve izraženijim potrebama potrošača za aktivnim i zdravim te okolišno odgovornim odmorom. U skladu s vrijednostima i interesima 'novih' turista očekuje se daljnja diverzifikacija proizvoda te će se razvijati 'kombinirani' proizvodi koji povezuju, primjerice, pustolovno-sportski turizam s gastronomijom, kulturom ili nekom društveno korisnom aktivnošću u sklopu "putovanja sa značenjem". Naročito se rast očekuje u domeni adrenalinskih sportova te u neturističkim destinacijama.

5.2. Zdravstveni turizam

5.2.1. Pojam i povijesni razvoj

Zdravstveni turizam smatra se putovanjem u mjesto izvan stalnog mjesta boravišta, u minimalnom trajanju od jednog dana, s ciljem posjećivanja određenog klimatsko povoljnijeg mjesta, kupališnog ili lječilišnog mjesta radi provođenja rehabilitacije, zdravstvene preventive ili kurative, a ono što je svakako zanimljivo jest činjenica kako je ovo proizvod koji na globalnoj razini bilježi rast po godišnjoj stopi od 15 do 20%.

U Katalogu projekata zdravstvenog turizma (2016) definiran je kao specifičan oblik koji vrši pružanje zdravstvenih usluga u turizmu u okviru kojeg se koriste dijagnostički i terapijski postupci, postupci medicinske rehabilitacije, prirodni ljekoviti činitelji, provode preventivno-zdravstveni programi uz multidisciplinarni tim, s glavnim ciljem očuvanja i poboljšanja zdravlja te liječenje i unaprjeđivanje životne kvalitete.

„Zdravstveni turizam, kao jedan od najstarijih oblika turizma ima neopisivo važnu ulogu u životu modernog čovjeka. Uzmemo li u obzir današnji način života i općenitu zanemarenost za zdravljem u ranijoj i srednjoj dobi ljudskog života, možemo opisati

zdravstveni turizam kao idealan spoj ugodnog i korisnog. Nepravilna prehrana, nedovoljno kretanje, pretjerani stres, te sama zagađenost zraka su jedne od glavnih uzročnika niza bolesti u ljudskom životu.“(www.aktivniturizam.hr)

S obzirom na smještaj Poreča, koji je u blizini svim emitivnim tržištima, obiluje prirodnim ljepotama i povoljnom klimom, ima prekrasne plaže i zamamnu ponudu Wellness centara i hotelskih sadržaja, jasno je kako u Poreču sve češće turisti dolaze zbog ovog oblika turizma.

Povijesni razvoj zdravstvenog turizma vežemo uz rimske terme koje su se koristile još 25. godina prije Krista, prve sagrađene od strane cara Agrippa, te su se s vremenom počele graditi diljem cijelog svijeta upravo zahvaljujući vodi koja je mnogim civilizacijama bila velika privlačnost koju su koristili kako bi očuvali svoje zdravlje uživajući u njezinim blagodatima.

U 17. st. sve se više ljudi oslanja na terapiju vodom koju prepoznaju kao lijek za dušu i tijelo. Tijekom 19. st. Vodu su povezivali s alternativnom medicinom, no samo terapije koje su se odvijale s njome, dok su kontradiktorno kupališta bivala na lošem glasu, izlagana oštrim kritikama. No, termalni izvori i ljekovita svojstva vode nisu imala toliko pobornika sve do 17. stoljeća kada se kod naroda počinje buditi svijest o blagodatima vode. (Andrijašević i Jurakić, 2005)

Kako se vremenom povećavala mobilnost građana, tako su i toplice i terme počele biti sve posjećenije od strane bogataša u početku koji su ih odabirali kao način kvalitetnog provođenja slobodnog vremena, a siromašni kasnije u njima pronalaze i doživljavaju liječenje bolova i to tako da su bivale pokrivenne državnim zdravstvenim osiguranjem.

5.2.2. Pregled trenutačne ponude

Zdravstveni turizam grada Poreča najviše je stacioniran u vidu *wellness* ponude u hotelskom smještaju. Slijede privatne poliklinike koje svoju ponudu baziraju prema

emitivnim tržištima, kao što su dentalna poliklinika Morellato, dentalni centar Rident te zdravstveni centar Histria Medic. S dentalnom ponudom zdravstvenog turizma kao podvrstom detaljnije ćemo pisati u sljedećem potpoglavlju.

Histria medic

Histria medic je zdravstveni centar koji se nalazi u sklopu zgrade Rident poliklinike u Špadićima. Moderno uređen interijer te eksterijer svojim pacijentima na jednom mjestu pružaju objedinjenu uslugu:

- *„ordinacija opće medicine i turistička ordinacija,*
- *sistematski pregledi,*
- *UTZ dijagnostika abdomena, urogenitalnog sustava, štitnjače, dojki,*
- *color doppler karotidnih i vertebralnih arterija, perifernih arterija i vena,*
- *ordinacija za dojke (pregled dojki, ultrazvuk, citološka punkcija dojki),*
- *urološka ordinacija (specijalistički pregled, konzultacija, ultrazvuk urogenitalnog sustava, mali zahvati u lokalnoj anesteziji),*
- *neurološka ordinacija (specijalistički pregled, konzultacija, color doppler karotidnih i vertebralnih arterija),*
- *dermatološka ordinacija (specijalistički pregled, konzultacija, dermatokirurgija u lokalnoj anesteziji, dermatoskopija, epikutano testiranje na inhalatorne i nutritivne alergene).” (www.istra.hr)*

Wellness ponuda

Wellness ponuda u gradu Poreču trenutačno je jedna od najpopularnije podvrste zdravstvenog turizma. Iako je za takvu vrstu ponude tipično da ne mora imate

prirodne ljekovite činitelje da bi se razvila, u Poreču su pametno napravili spajajući *wellness* s morem koji okružuje Poreč stvarajući i dobijajući na dodanoj vrijednosti.

Ciljani potencijalni korisnici zdravstvenog turizma bivaju oni koji su “...*uvjetno zdravi, ali „zabrinuti“ za svoje zdravlje, nositelji kroničnih bolesti u blažoj formi, te grupe usmjerene na brze i “osebujne“ učinke, kao što su na primjer ovisnici (pušenje, pretilost,..)*.” (www.porec.hr)

Trenutačno u postojećim hotelskim objektima biva faktor atraktivnosti te dopunska ponuda destinacije. U mnogim hotelima ponuda obuhvaća bazene sa slatkom i slano vodom, *jacuzzi*je, saune, razne kupke, *fitness* centre, masaže, kozmetičke tretmane i slično. Nevažno da li je riječ o programima koji su namijenjeni opuštanju gostiju ili pak njihovoj rekreaciji, ovakav vid ponude privlači sve veći broj korisnika upravo radi današnjeg užurbanog stila života koji daje svoj danak ljudskom tijelu i umu. Ovakvim načinom pristupanja problematici, *wellness* ponudom se grad Poreč istaknuo i osigurao odlično pariranje s ostalim destinacijama zdravstvenog turizma.

Od ukupno 37 hotela, njih 24 u svoju je ponudu uvrstilo *wellness* kao vid privlačenja ciljnih skupina zdravstvenog turizma. Od toga njih je 14 s 4 zvjezdice, 8 hotela s 3 zvjezdice, 1 hotel s 2 zvjezdice te jedan hotel s 5 zvjezdica u svojoj ponudi imaju *wellness* ponudu.

U sklopu hotela Parentium Plava Laguna djeluje *Energy Clinic*, ekskluzivni međunarodni centar za dobrobit tijela, uma i unutarnjeg bića koji svoj fokus najviše bazira na revitalizaciju i obnovu energije te osjećaj potpunog opuštanja, ravnoteže i uživanja kroz različite te ujedno jedinstvene tretmane te *premium* liniju domaće organske kozmetike iz vlastite proizvodnje.

Ključni činitelji uspjeha jesu prvenstveno razina cijena koja je za turiste s emitivnih tržišta koji u grad Poreč dolaze radi zdravstvenog turizma i više nego prihvatljiva. Kvalificirani liječnici i stručno osoblje, blaga klima, prirodno okruženje, višejezičnost, akreditacija i certifikacija, dostupnost, popratno sadržaji, mogućnost organizacije zdravstvenog i turističkog dijela boravka sve navedeno su komparativne prednosti grada Poreča koje mu omogućuju svake godine bilježenje većih dolazaka i prihoda od zdravstvenog turizma. Iako se inače zdravstvenim turizmom u Republici Hrvatskoj bave se pretežno lječilišta i specijalne bolnice, u posljednje vrijeme su poliklinike kao

i hoteli navedeni segment uvrstili u svoju svakodnevnu ponudu tako obogativši i stvorivši dodani sadržaj destinacije stvarajući joj dodanu vrijednost.

5.3. Dentalni turizam

5.3.1. Pojam i povijesni razvoj

Dentalni turizam se javlja zbog potrebe za liječenjem određenih dentalnih tegoba u jednom novom, posebnom izdanju. Riječ je o pojavnom obliku zdravstvenog turizma, koji se počeo izdvajati kao uspješna podvrsta s obzirom na naš geoprometni položaj, u blizini emitivnih tržišta, koja bivaju privučena našom razinom i kvalitetom usluge ali i mnogo nižom cijenom nego to biva slučaj u njihovim zemljama.

Pestek i Tihi (2009;211) dentalni turizam definiraju kao „*pojavu konstantnog porasta putovanja izvan granica matične zemlje u cilju ostvarivanja zdravstvene njege.*”

Trenutačno je smatran najbrže rastućom industrijom u svijetu zdravstvene industrije, a zanimljivo je kako u doba recesije ovaj selektivni oblik turizma nije zabilježio negativan trend, te kao takav, jedina je grana turizma kojoj je to pošlo za rukom. Rast se odvija po stopi većoj od 15%. (jutarnji.hr)

Dentalni turizam svoj razvoj započeo je kroz zdravstveni. Iako je nekada bio slučaj da ljudi iz manje razvijenih zemalja putuju u one razvijenije kako bi dobili adekvatnu zdravstvenu uslugu, danas je to obrnuto. Svoj razvoj dentalni turizam u Hrvatskoj bilježi unazad 20-ak godina, no značajniji „boom” bilježi se 10-ak godina unazad.

U Biltenu Zagrebačke banke (2013) navedeno je kako je osnova razvoja dentalnog turizma prvenstveno postojanje internetske stranice koja obavezno mora imati sadržaj ponuđen na tri i/ili više jezika te mora imati povezivost s bazama podataka usluga dentalnog i zdravstvenog turizma. U Biltenu Zagrebačke banke (2013) navedeno je kako je osnova razvoja dentalnog turizma prvenstveno postojanje internetske stranice koja obavezno mora imati sadržaj ponuđen na tri i/ili više jezika te mora imati povezivost s bazama podataka usluga dentalnog i zdravstvenog turizma.

5.3.2. Pregled trenutačne ponude

U Poreču se dentalni turizam uistinu ističe kvalitetom ponude koja je na vrhunskoj razini. Od opreme, uređenja do osoblja, sve je „utegnuto” te zahvaljujući preporukama pacijenata, u kratko vrijeme su postali sve češća destinacija za popravak zubi te stomatološko-estetsku korekciju Talijana, Slovenaca, Austrijanaca i Nijemaca.

Poliklinika Rident

Poliklinika Rident, kao najveći centar dentalnog turizma, otvorena je 2013. godine u Poreču u naselju Špadići te je postala prva takva poliklinika u okolini koja osigurava sve vrste dentalnih usluga uz korištenje moderne tehnike i najnovijih uređaja. Svoju ponudu orijentiraju i na mlade i na starije, s naglaskom na korisnike s emitivnih tržišta. Starije ciljne skupine (*Empty nesters*, Zlatna dob) u polikliniku dolaze preventivno, na obavljanje pretraga i pregleda, dok mlađa skupina (DINKS) dolazi na stomatološko-estetske korekcije, kvalitetne zahvate, kombinirajući navedeno s odmorom i razgledanjem destinacije. Svoju uslugu nude u čak 15 ordinacija i dentalnom laboratoriju, a zahvaljujući lokaciji grada Poreča, koja je na uistinu idealnoj lokaciji i u blizini svih emitivnih tržišta, a ponajviše Talijana koji su primarna ciljna skupina, otvaranje poliklinike na ovoj lokaciji u kratko se vrijeme pokazalo odličnim poslovnim iskorakom.

„Zajedno s porečkom i riječkom poliklinikom, Rident je vodeća dentalna poliklinika u Hrvatskoj i jedna od najvećih, ako ne i najveća, privatna dentalna poliklinika u Europi. Godišnje je samo u riječkoj poliklinici zabilježeno 30.000 prijema pacijenata, najvećim dijelom Talijana, a zajedno s pet novootvorenih ordinacija u Ridentu u Poreču, ta će brojka zasigurno porasti. Pored dentalne medicine i laboratorija koji su otvorili dvadeset novih radnih mjesta, u sklopu porečke poliklinike ubrzo će početi s radom i druge medicinske specijalnosti poput opće, interne i fizikalne medicine te neurologije i estetske medicine.” (www.novolist.hr)

U sklopu poliklinike pacijentima su dostupne i usluge iz djelatnosti opće i fizikalne terapije kao što su:

- fiksna i mobilna protetika,

- dentalni laboratorij,
- radiologija
- ortodonticija,
- parodontologija,
- oralna kirurgija,
- usluga smještaja za pacijente.

Usluge koje se nude u Poliklinici Rident u pravilu su jeftinije za čak od 100 do 300% (ovisno o kojoj je usluzi riječ) nego je to slučaj u Italiji, stoga ne čudi činjenica kako skoro 90% pacijenata dentalnog turizma bivaju upravo naši susjedi Talijani, koji najviše dolaze raditi keramičke krunice i implantate zbog velike razlike u cijeni, ne izuzimajući visoku razinu kvalitete usluge.

Upravo veoma visoke razine cijene stomatoloških usluga u drugim zemljama bile su razlog brzog porasta popularnosti poliklinike Rident u gradu Poreču. Unatoč činjenici kako se ulažu sredstva u promociju i marketinške aktivnosti, najveći broj pacijenata koji im dolazi, dolazi putem preporuke zadovoljnih korisnika.

Privatne ordinacije

Osim Ridenta, u gradu Poreču se može pronaći mnogo manjih privatnih ordinacija koje svoju ponudu također plasiraju na emitivno tržište:

1. Dentalna poliklinika Morellato,
2. Studio dentistico dr. Jelena Filipović-Zrnić,
3. Dental-Istria dr. Vladimir Kljajo,
4. Studio dentistico Sara dental,
5. Vitalis Dentis,
6. poliklinika dr. Jerković,
7. privatna spec.ordinacija obiteljske medicine dr. Ada Komen Čorić,

8. stomatološka ordinacija Venita Zelić,
9. stomatološka poliklinika Maras,
10. Dentabel studio dentistico,
11. ordinacija dentalne medicine Boris Jerković, dr.med.dent.,
12. poliklinika za stomatologiju Legović,
13. ordinacija dentalne medicine mr.sc. Ivan Milić dr.med.dent.

Dentalni turizam je zasigurno selektivni oblik turizma na kojemu grad Poreč može bazirati cjelogodišnji turizam, kao što je vidljivo prema ponudi poliklinika i ordinacija koje mogu primiti i pružiti uistinu veliki broj korisnika dentalnih usluga. S obzirom na to kako on ne ovisi o vremenskim uvjetima, već o kvaliteti usluge, grad Poreč bi trebao ulagati više sredstava u promociju i privlačenje ciljnih skupina kako bi ostvarivali se prihodi kroz cijelu godinu.

5.4. Gastro turizam

5.4.1. Pojam i povijesni razvoj

Gastro turizam smatra se putovanja vezana uz isprobavanje novih okusa. U Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine za gastronomiju se navodi kako je riječ o složenom proizvod koji konzumiraju gotovo svi turisti, no ipak je mali broj turista koji putuju u destinaciju baš isključivo zbog gastro iskustva. Radi tog razloga trenutačni rast potražnje uglavnom biva generiran od strane domaće populacije.

„Raspoloživa istraživanja pokazuju da oko 160 tisuća građana Hrvatske posjećuje vinske ceste, pri čemu ih 61% kupuje lokalna vina, a 63% lokalne prehrambene proizvode. Nadalje, 53% posjetitelja naručuje lokalna vina u restoranima. Iako su se gastronomija i enologija kao turistički proizvod najviše razvili na području Istre, a potom u Dalmaciji i Slavoniji, sustavan pristup razvoju gastro-enološke turističke ponude još je nedovoljno valoriziran iako je već dugi niz godina sastavni dio turističke promocije zemlje.“ (Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine)

Na povijesni razvoj gastro turizma najveću ulogu odigrala je gastronomija Venecije i to upravo zato što je njena uprava u Istri trajala skoro 500 godina, sve do 1797. godine. Priobalni gradovi bili su bogato razvijeni, i imali na raspolaganju šarolike namirnice, dok u unutrašnjosti kod zemljoradničkih obitelji slika je bivala u potpunosti drugačija. Ovisili su o onome što su uzgojili, kruh se pekao jednom tjedno, meso i riba su bili specijaliteta koji su se rijetko jeli.

Venecijanska kuhinja u Istru je donijela razne namirnice iz cijelog svijeta, upoznajući tako Istrane s novim okusima i mirisima. Riba je tada smatrana jeftinom hranom pučana, a njena priprema se radila prema iskustvima Talijanskih ribara. Upravo kroz taj način razmjene, današnja gastronomska scena ima utjecajne tragove koja su se dobila iz raznih iskustava kod pripreme raznih ribljih jela koja su danas specijaliteta.

Upravo su ta siromašna jela, danas postala bogata jela. Na mrežnim stranicama *Istria Gourmet*-a navodi se kako su danas mnoga jela proistekla iz tadašnje neimaštine doživjela svoju renesansu. „*Tako se, za nekadašnju sirotinjsku prehranu, danas tvrdi da je sukladna načelima najmodernijih nutricionističkih trendova. Prehrana s mnogo, kuhanih jela umjesto pečenih jela, obilje povrća i voća, samoniklog bilja, korištenje maslinovog ulja, osnovne su odlike mediteranske kuhinje odnosno trendovskog pokreta: Mediteranski način življenja.*” (www.istria-gourmet.com)

Današnja gastro scena daleko je poznata po izvornim i autohtonim jelima, koja se mogu kušati u brojnim konobama, agroturizmima i restoranima. Vino i vinogradi, masline i maslinici, domaće sezonske namirnice, ono je što svake godine privlači sve veći broj gastronoma.

5.4.2. Pregled trenutačne ponude

U gradu Poreču niti jedan gurman neće ostati praznog želudca. Obilje restorana koji nude domaću, autentičnu kuhinju pravi su raj za gurmane, a neka naselja imaju toliko restorana da na čak svakog 15.-tog stanovnika dolazi po jedan restoran! S obzirom na svoj Položaj, sasvim je jasno kako je ovo grad ribolovaca, čime se osigurava

kvalitetna i svježa ponuda u restoranima, no izuzev morske ponude, obiluju raznim specijalitetima istarske kuhinje, s bogatom ponudom vina domaćih, lokalnih i regionalnih proizvođača. Crveni teran u mnogim restoranima je specifično s porečke obale te svakako ga vrijedi okusiti.

Od namirnica specifičan je istarski pršut, cijenjeni lokalni specijalitet, ombolo, istarske kobasice, istarski tartuf, bakalar na bijelo, šparoge, bljušćevi, specijaliteti od mesa boškarina, istarska supa, ravioli, posutice, pljukanci, fuži, njoki, orada, brancin, švoja, rakovice, pedoči, oštrige, Jakovljeve kapice, jastog, škampi, lignje, sipe... Ponuda je uistinu šarolika.

Trenutačno u gradu Poreču ima 16 konoba, 27 restorana, 8 enoteka, 24 bara od kojih mnogi nude prehrambenu ponudu, kao i *wine* barovi, 8 slastičarnica te 7 *pizzeria*.

Maslinarstvo

Kod proizvodnje maslinova ulja, u gradu Poreču pronalazimo 9 proizvođača. Maslinarstvo je inače na području Poreštine tradicija stara preko dvije tisuće godina, te je njen plod, maslina, smatran visokovrijednim mediteranskim voćem, dok se ulje masline danas smatra tekućim zlatom, koje liječi dušu i tijelo. Najkvalitetnije je ekstradjevičansko maslinovo ulje koje obiluje aminokiselinama, antioksidansima, vitaminima i karotenom. Ovdje se nalazi mnogo cesta maslinova ulja koje turiste direktno s mora vode u okolne maslinike, koji po idiličnim cestama i prekrasnim, spokojnim krajolicima vode do uljara i konoba. Mnogo je sorta koje se ovdje uzgajaju, no najviše se ističu one najuspješnije- buža, pendolino, istarska bjelica te moražola. U objedinjenom proizvodu za turiste, maslinari predstavljaju svoja ulja i njihov ambijent, proces nastajanja te povijest maslinarstva, koji, u kombinaciji s kušanjem maslinova ulja, pružaju idilično i nezaboravno turističko iskustvo.

Vinogradarstvo

U gradu Poreču se nalazi 11 proizvođača vina. Ovdje se vino i vinova loza uzgajaju još od vremena prije Krista, čemu svjedoče brojni spomenici. Plodno tlo u kombinaciji

s blagom klimom stvara idealne uvjete za razvoj vinogradarstva, a vinske ceste Poreštine vode do mnogih vinskih podruma, tik do vinograda, u kojima sladokusci mogu uživati u dobroj kapljici i još boljem pogledu na vinograde oko sebe. Specifično za grad Poreč je postojanju Instituta za poljoprivredu s vinarskim podrumom, koji je s radom započeo krajem 19.stoljeća. Najrodnije vino zasigurno je Malvazija koja je ujedno i najpoznatija sorta bijelog vina, zatim se tu nalaze Pinot bijeli i sivi te Chardonnay i Sauvignon. Teran je najpoznatije crno vino, te se dalje ističu Merlot i Borgonja. Od desertnih vina cijenjena je slatka Malvazija, Muškat te Cabernet Sauvignon. (www.myporec.com)

Craft pivovara *Bura Brew*

Među svime, grad Poreč se također može pohvaliti i neovisnom craft pivovarom, *Bura Brew*, koja svoju prodaju vrši direktno iz tvornice te je otvorena za sve one koji izbliza žele vidjeti kako se stvara craft pivo. Svoju proizvodnju vrše od 2016. godine, i to u nekoliko varijanti piva (lagani *Optimist*, jantarni *Redsand*, osebujni *Tornado* IPA, odlučni *Hurricane* IPA ili jedno od piva iz serije *limited edition*.) od svega 5 sastojaka provjerene vrhunske kvalitete: vode, ječmenog slada, malog udjela pšeničnoga slada, hmelja i kvasaca.

Istra & Craft Beer Festival

S ciljem produženja sezone, početkom mjeseca listopada u gradu Poreču se održava festival piva koji ugošćuje najbolje hrvatske male i nezavisne pivare, njih 18, a cjelokupna ponuda nadopunjen je ponudom *street food*-a. Glavni sponzor cjelokupnog festivala je Valamar u suradnji s TZ Poreč i gradom Porečom, s pivovarom domaćinom San Servolo. Bogati program biva upotpunjen i neizostavnim koncertima koji rasplamsaju atmosferu po porečkim ulicama, a tijekom samog održavanja festivala, mnogi restorani nude posebno prilagođenu ponudu po povoljnim cijenama uz promotivne ponude pive. (www.istracraftbeer.com)

Wine nights

Manifestacija *Wine nights* pretvorila je grad Poreč u nezaboravnu i nezaobilaznu destinaciju gastronomima željnih istarskih vina i lokalne vrhunske gastronomije. Inače se manifestacija organizira od strane Valamara koji u suradnji s TZ-om Poreč, gradom Porečom te raznim sponzorima i gastro ugostiteljima pruža odličan program i popratni sadržaj eno-gastro ponude u izabranim porečkim ugostiteljskim objektima i restoranima do degustacija vrhunskih vina, lokalnih delicija i raznolikog zabavnog programa na rivi. Održavanje se odvija početkom mjeseca svibnja, tako produžavajući sezonu, nudeći ponudu u porečkim ugostiteljskim objektima, barovima, restoranima i noćnim klubovima, po promotivnim cijenama, odlična istarska vina i prepoznatljive lokalne specijalitete. Manifestacija se upotpunjuje programom *Wine & Fine Dine*, uživajući u jelima vrhunskih *chefova*, spojenima s vrhunskim biranim vinima. Tijekom manifestacije prezentiraju se istarski vinari i nudi ponuda istarskih tapasa, otkrivajući enološke tajne grada Poreča i Istre. (www.winenightsporec.com)

5.5. Nautički turizam

5.5.1. Pojam i povijesni razvoj

U Strategiji razvoj turizma RH do 2020.godine (str.8) za nautički se turizam navodi kako je to „*proizvod iznimne globalne atraktivnosti koji u svijetu bilježi kontinuirano visoke, čak dvoznamenkaste stope rasta. Zbog svog geoprometnog položaja i s jednom od najrazvedenijih obala na svijetu, ugodne klime i pogodnih vjetrova, Hrvatska je već danas jedna od poželjnijih nautičkih destinacija na svijetu. Na to upućuju stalno rastući rezultati poslovanja u nautičkom turizmu (ponajviše produljenje sezone), ali i kontinuirano popunjavanje dijela pratećeg lanca vrijednosti.*“

Nautički turizam kao oblik turizma javlja se polovicom 19. stoljeća, no prvi organizirani početci javljaju se na istočnoj obali Jadranskog mora 1965. godine. Početak razvoja ovog selektivnog oblika turizma ponajviše možemo zahvaliti turističkoj brodskoj prugi Trst – istarski gradovi – Rijeka te kasnije longitudinalnim pravcem prema jugu Jadrana sve do Dubrovnika. Snažan zamah primjećuje se od 1992. godine pa sve do danas, navodi Bartoluci (2007). Razvoj je počeo zahvaljujući

nekadašnjoj putničkoj agenciji „Putnik“ koja je organizirala putovanja brodom, a ujedno i prihvaćala strane jahte i brodove koji su trebali putem odmoriti čime su uvelike utjecali na poticanje razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj, a svoje filijale imala je duž cijele naše obale. Veliki poticaj razvoju nautičke ponude imao je i ACI klub, osnovan 1983. godine na otoku Braču, koji je bivao zadužen za samu izgradnju nautičkih objekata duž naše obale te je ujedno i osnivaio poduzeća koja su kao primarnu aktivnost imala bavljenje turističkim i ugostiteljskim ponudama.

5.5.2. Pregled trenutačne ponude

Marina Poreč

U centru Poreča nalazi se mala gradska marina- Marina Poreč. Smještena je na južnom dijelu gradske luke te trenutačno na raspolaganju ima 129 vezova u moru i 150 suhih vezova na kopnu. Nautičari koji ovdje žele doći sa svojim plovilom na raspolaganju imaju dnevni, mjesečni ili godišnji najam veza. Kao i svaka marina, nudi standardne usluge potrebne nautičarima: smještaj za plovilo, priključak za vodu, struju i satelitsku, *WiFi*, praonicu rublja, sanitarni čvor, parkiralište za automobile, *VHF* komunikacija, video nadzor, benzinska postaja, recepcija, mjenjačnica, dizalica, meteorološka stanica te usluge asistencije za plovila prilikom uplovljavanja i isplovljavanja. Iako ne nude uslugu servisiranja direktno u marini, istu je moguće dogovoriti putem poduzeća „*Ferelli*“ s kojim Usluga Poreč d.o.o. surađuje.

Što se tiče samog akvatorija i njegove dubine, ona se kreće od 1 pa do 3,5 metara dubine, a sam ulaz ima ukupnu širinu od 150 metara te ja na tom dijelu najdublje.

U nastavku se, prikazom slike 3., vrši prikaz sheme Marine Poreč.

Tablica 5. Dnevni cjenik Marine Poreč za vezove plovila u moru u tri promatrana razdoblja

	DNEVNI VEZ U MORU 01.04-30.06/01.09.-30.09.	DNEVNI VEZ U MORU 01.07.-31.08.	DNEVNI VEZ U MORU 01.10.-31.03
>6m	275,88	325,00	220,70
6-7m	306,13	368,75	244,90
7-8m	321,86	393,75	257,49
8-9m	367,84	443,75	294,28
9-10m	382,36	456,25	305,89
10-11m	413,83	493,75	331,06
11-12m	474,33	575,00	379,46
12-13m	505,78	612,50	404,63
13-14m	520,30	625,00	416,24
14-15m	550,55	675,00	440,44
15-16m	566,28	706,25	453,03
16-17m	580,80	737,50	464,64

Izvor: izrada autorice prema cjeniku usluga OJ Marina Poreč, dostupno na www.usluga.hr/wp-content/uploads/2019/12/Cjenik-usluga-OJ-Marina-Poreč-studeni-2019.pdf (pristupljeno 20.4.2020.)

Dnevni vez odnosi se na korištenje u trajanju od 24h, no samo u jednom komadu, te se isti vez mora napustiti do 13h, u suprotnom, korištenje nakon 14h se naplaćuje dodatno 50% cijene. Marina Poreč svoje cijene formira prema tri vremenska razdoblja: cjenik izvan sezone, u predsezoni i postsezoni te cjenik u špici sezone.

Dnevni vez , ovisno o dužini plovila, izvan sezone u pravilu je jeftiniji od 42 do 59% nego onaj u špici sezone, dok gledajući na cijene u pred i post sezoni, jeftiniji je od 24 do 27%.

Dnevni vez u moru u pred i post sezoni jeftiniji je od onog u špici sezone za 17 do 27%, dok je od onog izvan sezone u pravilu skuplji oko 25%.

Dnevni vez u špici sezone skuplji je od onog u pred i postsezoni za otprilike 21 do 27%, o izvan sezone 42 do 59%.

U nastavku se, prikazom u tablici 6., vrši prikaz mjesečnog cjenika Marine Poreč za vezove plovila u moru.

Tablica 6. Mjesečni cjenik Marine Poreč za vezove plovila u moru

	MJESEČNI VEZ U MORU 01.09.-1.06.
>6m	2.731,25
6-7m	2.731,25
7-8m	3.118,75
8-9m	3.381,25
9-10m	3.768,75
10-11m	4.031,25
11-12m	4.418,75
12-13m	4.812,50
13-14m	5.200,00
14-15m	5.462,50
15-16m	5.850,00
16-17m	6.368,75

Izvor: izrada autorice prema cjeniku usluga OJ Marina Poreč, dostupno na www.usluga.hr/wp-content/uploads/2019/12/Cjenik-usluga-OJ-Marina-Poreč-studeni-2019.pdf (pristupljeno 20.4.2020.)

Kao što je vidljivo u tablici 6., cijene mjesečnih prikaza za plovila u moru ovise o dužini samog plovila. Što je plovilo duže, to je i cijena višlja. Uočava se kako se

mjesečna naknada naplaćuje u razdoblju od 1.9. do 1.6., a razdoblje između se naplaćuje po standardnom dnevnom cjeniku.

U nastavku se, prikazom u tablici 7., vrši prikaz godišnjeg cjenika Marine Poreč za vezove plovila u moru.

Tablica 7. Godišnji cjenik Marine Poreč za vezove plovila u moru

	GODIŠNJI VEZ U MORU
>9m	26.131,25
9-10m	29.318,75
10-11m	31.462,50
11-12m	34.975,00
12-13m	38.937,50
13-14m	42.706,25
14-15m	47.518,75
15-16m	50.637,50
16-17m	55.318,75

Izvor: izrada autorice prema cjeniku usluga OJ Marina Poreč, dostupno na www.usluga.hr/wp-content/uploads/2019/12/Cjenik-usluga-OJ-Marina-Poreč-studeni-2019.pdf (pristupljeno 20.4.2020.)

Cijena godišnjeg veza u moru ovisi o dužini plovila, te je zasigurno kako je ova opcija najpovoljniji omjer cijene kada se uzme u obzir dnevni i mjesečni cjenik.

5.6. Kulturni turizam

5.6.1. Pojam i povijesni razvoj

Pokušavajući definirati pojam kulturnog turizma, reći će se kako on predstavlja posjete osoba izvan njihova mjesta stalnog boravka, a ti posjeti bivaju potaknuti i motivirani poviješću, umjetnošću, kulturnom baštinom određene zemlje, regije ili destinacije.

Čorak i Mikačić (2006;121) kulturni turizam definiraju kao putovanje koje biva motivirano kulturom kao što je to slučaj kod „...*studijskih, kazališnih i kulturnih tura, putovanja na festivale i slična događanja, posjete povijesnim lokalitetima i spomenicima, putovanja kako bi se proučavala priroda, folklor ili umjetnost te hodočašća.*”

Gledajući na sam povijesni razvoj, ne postoje točni podaci, već pretpostavke, a one se tiču Grand Tour putovanja koja su se odvijala između 16. i 19. stoljeća od strane plemića koji su posjećivali najvažnije europske gradove i upoznavali se s njihovim kulturama. Tada je navedeno bilo rezervirano za aristokraciju, plemstvo i bogate ljude. „Normalna” stanovništvo kulturna putovanja počelo je poduzimati nakon industrijske revolucije koja je iznjedrila parni stroj, parobrod i parne lokomotive čime se putovanja potaknuta kulturom počinju intenzivirati. Masovnim turizmom iza drugog svjetskog rata javlja se velika ponuda putovanja na različita kulturna mjesta, koja su u ono doba bivala sekundarna atrakcija u sklopu paket aranžmana. Jelinčić (2010) navodi kako se veća potražnja striktno za kulturnim turizmom javila 80-tih godina 20. stoljeća usred sve veće obrazovanosti putnika, veće zarade i zasićenjem uniformiranošću ponude. Tada su se i počeli razvijati selektivni oblici turizma, pa je sve više putnika putovalo u destinacije specifično i isključivo kako bi razgledali kulturne atrakcije.

Krajem 20.-og i početkom 21.-og stoljeća kulturni turizam biva prepoznat kao sredstvo koje dodatno obogaćuje ponudu destinacije i daje na atraktivnosti samog prostora i lokaliteta. Ulaganja u očuvanje kulturne baštine bivaju sve rasprostranjenija te dolazi do ekonomske valorizacije. Za kulturni turizam se u posljednjih 10 godina bilježi veliki rast i razvoj, a navedeno se može zahvaliti donošenju državne strategije razvoja kulturnog turizma, ali i sustavnom radu na kreiranju regionalno i globalno

prepoznatih događanja i pojačanom otvaranju kulturnom turizmu od strane sve većeg broja pojedinačnih destinacija, navodi se u Strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine.

5.6.2. Pregled trenutačne ponude

Prvi put kada zakoračite u Poreč te se prošetate gradom, otkrivaju se različiti stilovi kao i kulturni utjecaji koji su uvelike oblikovali grad kakav je danas.

*„Cijela je starogradska jezgra živi spomenik kulture. Naličja brojnih gradskih palača otkrit će vam povijest njihove gradnje kroz različita stilska i povijesna razdoblja. Poreč se, u brojnim zapisima i literaturi, naziva **gradom mozaikom** zahvaljujući kulturi utemeljenoj s Eufrazijanom bazilikom u čijoj je biskupiji smješten muzej crkvene umjetnosti i arheološki ostaci ranijih crkava.“ (www.myporec.com)*

U Poreču se pronalazi bogatstvo likovne, glazbene, kazališne, filmske i kiparske umjetnosti. U nastavku se donosi pregled trenutačne ponude kulturnog turizma grada Poreča.

Poreč Open Air Festival of Life

Na inicijativu Valamar Riviere 2016. godine započelo se s *Poreč Open Air Festival of Life*, festivalom koji je kombinacija raznih glazbenih programa kao što su *jazz, R&B, unplugged* bendovi, elektronski ritmovi, zatim razne ulične performanse, gutači vatre, hodači na štulama, žongleri, laserski show, električne laserske noći, bal princeza, poseban završni nastup, također se vrše projekcije filmova raznih žanrova kao i kazališni sadržaji putem kojih se nastoji prikazati posebnosti Istarske županije i grada Poreča. Inače se festival održava od početka lipnja te traje do početka rujna, pružajući tako turistima uistinu jedinstven i bogat kulturni doživljaj.

Poreč Fest

„Poreč Fest“ ljetna je škola gitare koja traje od 2013. godine u prostorijama Umjetničke škole u Poreču, vođena od strane renomiranog gitarista i pedagoga, Xhevdeta Sahatxhija. Obzirom kako je riječ o školi međunarodnog karaktera, u njoj prisustvuju gitaristi iz različitih zemalja s ciljem usavršavanja i boljeg napretka. Također, ovdje se mogu vidjeti i afirmirani gitaristi koji nastoje u jednu ruku spoznati nova saznanja te ujedno i dati poticaj drugim sudionicima, te svi zajedno održavaju koncerte u Eufrazijevoj bazilici

„Cilj manifestacije „Poreč Fest“...je već tradicionalno okupljanje darovitih, mladih gitarista i violinista, te afirmacija glazbenih potencijala i promocija mladih glazbenika.“ (Strategija razvoja kulture grada Poreča 2017.-2022., 2017;28)

Osim gitarističkog natjecanja, od 2015. godine organizira se i violinističko, kao i vrhunski koncerti, druženja i prezentacije. Organizatori nastoje na tome da natjecanje preraste u Festival čime bi se osiguralo oživljavanje i obogaćivanje ponude u predsezoni te tako obogatiti kulturnu ponudu s uključivanjem više ustanova, udruga, organizacija i sl. Upravo kroz navedeno, osigurala bi se kvalitetna promocija grada, mladih gitarista, širenje multikulturalnosti, nove spoznaje, afirmacija glazbenih potencijala, te općenito sudjelovanje u raznim glazbenim nastupima.

Eufrazijeva bazilika

Eufrazijeva bazilika sjedište je Porečko-pulske biskupije, te je dovršena sredinom šestog stoljeća te se od 1997.godine nalazi na UNESCO-vom popisu svjetske materijalne baštine. *„Riječ je o episkopalnom kompleksu (ranokršćanskoj građevini) koji se sastoji od trobrodne Eufrazijeve bazilike, atrijske, krstionice, memorijalne kapele i biskupske palače. Iznimno važna likovna vrijednost dodijeljena je podnim i zidnim mozaicima s brojnim likovima (73)2, posebno iz razloga što mnogi realistično prikazuju scene iz Biblije.“* (Strategija razvoja kulture grada Poreča 2017.-2022., 2017;14)

Zavičajni muzej Poreštine

Zavičajni muzej Poreštine najstarija je muzejska institucija u Istri, osnovana 1884. godine. Njegov zadatak je očuvanje kulturnih dobara, uz predstavljanje ljudima čime se radi na upoznavanju javnosti s njima, a također se bave obradom istih, stručnom i znanstvenom.

„Zavičajni muzej Poreštine vrlo je važna ustanova u Poreču, ali i u Istri, posebno u kreiranju kulturne i turističke ponude. Muzej je nasljednik Pokrajinskog arheološkog muzeja Istre osnovanog 1884. godine i Gradskog muzeja za umjetnost i povijest osnovanog 1926. godine.“ (Zavičajni muzej Poreštine – Museo del territorio parentino (2016.)

Muzej je inače samostalna ustanova od 2008. godine te broji preko 20 tisuća raznih predmeta koji su raspoređeni u čak 5 odjela u 41 muzejsku zbirku. Navedeni predmeti datiraju još od prapovijesnih pa sve do modernih dana i mogu se pogledati na arheološkom, etnografskom, galerijskom, kulturno-povijesnom te povijesnom odjelu. Predmeti su skupljani po raznim arheološkim istraživanjima koja su se tijekom 19. stoljeća odvijala na području Poreštine, izvršeni su konzervatorski zahvati na Eufrazijevoj bazilici, a zanimljivo je kako je osnivanje i djelovanje muzeja vezano je uz djelovanje dr. Ante Šonje, znanstvenika i priznatog stručnjaka koji je tri desetljeća sustavno prikupljao muzejske predmete, koji čine glavninu i današnjeg postava Muzeja.

„U lapidariju dvorišta Zavičajnog muzeja Poreštine izloženi su heraldički predmeti u širem smislu riječi (artefakti, dijelovi sakralnih ili svjetovnih arhitektonskih objekata i kameni spomenici) na kojima je apliciran heraldički simbol kao strukturni ili samo dekorativni element. Predmeti čine jedinstvenu cjelinu povijesnog odjela a imaju temeljnu ulogu u promicanju i predstavljanju gradskog plemstva koje je na neki način određivalo i upravljalo političkim tijekovima, a izravno i samim gradskim socijalno-gospodarskim razvitkom Poreča.“ (www.poreč.hr)

Poreč grad mozaika

Poreč grad mozaika međunarodni je simpozij mozaičke umjetnosti udruge „Društva za skrb i promicanje održivog korištenja kulturne baštine – Poreč“. Riječ je o projektu

kroz čije se održavanje teži regeneraciji ovakve vrste umjetnosti čime se poštuje i prenosi kulturno nasljeđe te se u sklopu organiziraju razne radionice, izložbe i tečajevi. Kao takav, projekt je afirmiran kao kulturno turistički proizvod, gdje se u suradnji s turoperatorima i hotelskim kućama organiziraju ljetni mozaički kampovi. Zanimljivo je za istaknuti kako radovi nastali na simpoziju često bivaju poklonjeni javnim institucijama grada Poreča, dok se zbirka mozaika može vidjeti u prostorima Pučkog otvorenog učilišta Poreč te na godišnjoj izložbi "Međunarodni simpozij izrade mozaika" u Maloj galeriji u neposrednoj blizini prostora DZSKB-a.

Poreč Dox

Poreč Dox, međunarodni festival dokumentarnog filma *Poreč Dox* ove godine održat će se jubilarni 10 put. Osim filmskih projekcija i izložbi fotografija, posjetioци mogu uživati u edukativnim školskim matinejama, gostovanjima raznih autora, raznim edukativnim sadržajima, radionicama filmske produkcije i besplatnom završnom koncertu. Iznimno su izraženi društveni angažmani i sudjelovanje lokalnog domicilnog stanovništva, ali i stranih posjetitelja iz obližnjih zemalja. Projekcije se inače odvijaju nadvije lokacije, kino dvorani Pučkog otvorenog učilišta Poreč i Teatrinu Zajednice Talijana Poreč i to u vrijeme turističke postsezone s ciljem produženja sezone i oživljavanja grada Poreča kao atraktivne kulturno-turističke destinacije. Upravo se kroz navedeno nastoji pružiti kulturno te edukativno iskustva čime se naravno stvara dodana vrijednost, kako za turiste, tako i za grad ponaosob oživljavajući grad izvan sezone i predstavljajući zanimljive edukativne, kulturne i umjetničke sadržaje, prezentirajući stare tradicijske zanate i arhivske snimke, čime se turistima nudi unikatno i nesvakidašnje turističko iskustvo i doživljaj. Festival inače traje šest dana, te u njegovo trajanje većina objekata biva otvorena s iznimno dobrom posjećenošću.

„Manifestacija promovira autorsku i edukativnu dokumentarnu izražajnu formu s tematskim rasponom od društveno-ekonomske, političke, znanstvene i ekološke problematike s naglaskom na domaće i regionalne nagrađivane autore i filmove. Uz program za sve uzraste, festival nudi i obrazovni dio te time potiče razvijanje novih znanja i vještina, njegovanje kulturno-umjetničkog izričaja i razvijanje svijesti o važnosti aktivnog sudjelovanja u lokalnoj zajednici. Izložbama i koncertima se filmska

umjetnost u sinergiji spaja s vizualnom i izvedbenom te, festival pruža raznovrsnu i sveobuhvatnu kulturno turističku ponudu.“ (Strategija razvoja kulture grada Poreča 2017. – 2022., 2017;18)

Koncert u Eufrazijani

Još od 1961. godine u Eufrazijevoj bazilici, spomeniku kulture koji je pod zaštitom UNESCO-a, održava se festival klasične glazbe prigodna naziva "Koncerti u Eufrazijani". Impresivna gostovanja, tradicija i kvaliteta daju dozu života, cjelovitosti i vrijednosti festivalu, uz razna glazbena dostignuća koja prikazuju odabrani autori i umjetnici, kako domaći tako i inozemni. Mjerodavnost i etabliranost izražena je upravo kroz pokroviteljstvo Ministarstva kulture Republike Hrvatske.

Riječ je o manifestaciji koja je veoma atraktivna među posjetiocima, te pruža poseban i uzbudljiv doživljaj glazbe, i to od mnogih renomiranih glazbenika: Martina Arroyo, Dunja Vejzović, Ljiljana Molnar Talajić i Vladimir Ruždjak, Tria Wanderer, Komorni orkestar Liszt Ferenc, Goran Filipec, Mara Graziani, Leon Morales, sastava i Musicisti Italiani, gudačkog kvarteta Tartini, Monika Leskovar i Michael Flaxman- riječ je samo o nekim od glazbenika koji su pružili nezaboravan doživljaj posjetiocima.

„Ideja o plodonosnom spoju kulture i turizma, koja će kasnije u sklopu razvoja koncepta regionalnih festivala imati punu podršku Europske unije, u Poreču se počela ostvarivati početkom šezdesetih godina prošloga stoljeća. Svijest o vrijednosti postojeće spomeničke baštine prvoga reda spojila se s ambicijom što atraktivnije turističke ponude, u kojoj bi dramski, glazbeni i folklorni sadržaji mogli podcrtavati svoju važnost u jedinstvenom ambijentu Eufrazijane i njoj srodnim porečkim ambijentalnim prostorima.“(Strategija razvoja kulture grada Poreča 2017. – 2022., 2017;21,22)

Street Art Festival

Ove godine se već devetnaestu godinu zaredom održava "Street Art Festival" na kojemu se može vidjeti razne glazbeno-scenske nastupe, razne likovne i umjetničke projekte, ulične akrobacije i performansi. Održava se tijekom mjeseca kolovoza na

otvorenom, te iz godine u godinu bilježi sve veći broj posjetitelja u jeku špice sezone te okuplja umjetnike iz različitih zemalja, s ciljem njihova predstavljanja svim posjetiteljima, kako bi se razmijenila iskustva a samim time se grad Poreč uspio upisati na popis svjetski poznatih centara uličnog („*site specific*“) kazališta, uglavnom fokusiranog na neverbalni, plesni, glazbeni i likovni izričaj.

Njegovim održavanjem oživljava se starogradska jezgra kroz razne zanimljive programe, a za njega je specifično kako ovdje mogu prisustvovati svi, bez ikakve participacije, jedini uvjet biva kvalitetno i zanimljivo osmišljen program.

Porečki *annale*

Porečki *annale* održava se od 1961. godine te je riječ o najstarijoj hrvatskoj skupnoj likovnoj izložbi suvremene umjetnosti. Posjetioци imaju priliku uvida u trenutačno stanje na likovnoj sceni suvremene umjetnosti na domaćoj i međunarodnoj sceni. Otvaranje biva sredinom mjeseca lipnja te traje do kraja sezone završavajući u rujnu.

„Posljednjih desetljeća koncept izložbe zasniva se na principu kustoske platforme, pozvani kustosi ili kustosice izložbu grade oko izabrane teme. Neke od tema Annala bile su: Umjetnost i grad, Tendencije suvremenog pejzaža, Prema minimalnom, Mistifikacija, a od prisutnih autora možemo istaći: Andyja Warhola, Josepha Beuyusa, Aleksandra Srneca, Ivana Picelja, Dušana Džamonju, Vanessu Beecroft, Dalibora Martinisa i ostale. Izložba je najčešće smještena u Istarsku sabornicu, izložbeni i multimedijски prostor povijesnog značaja.” (www.myporec.com)

Kao što je vidljivo trenutačna ponuda uistinu je šarolika te zadovoljava različite ciljне skupine, od mladih pa sve do zlatne dobi. Naravno, iako je nešto uspješno, ne znači da se mora stati s daljnjim razvijanjem ponude. Upravo iz tog razloga se u Master planu turizma Istarske županije 2015. – 2025. godine; (160) navodi kako je potrebno *„posredstvom TZIŽ i kulturnog sektora razvijati nove vidove ponude kulturnog sektora s ciljem obogaćivanja buduće ponude u segmentu proizvoda kratkih odmora gdje kultura zauzima značajnu ulogu. Potrebno je dalje osmišljavati nove proizvode i doživljaje te ih prikladno raspoređivati u godini na način da se poklapaju s željama*

daljnjeg rasterećenja glavne sezone u korist pred i posezone. Kulturni sektor fokusira na razvoj sadržaja kulturnog proizvoda (u koordinaciji i sukladno pravilima i potrebama turističkog sektora, a da se pritom ne utječe na rang kvalitete kulturne proizvodnje).“

Također se navodi potreba konkurentskoj podizanja ponude, kao i promoviranja profesionalnog pristupa organizaciji kulturnih događanja kao i popratnih sadržaja i koncepta cijelog događanja.

„Mnogi su primjeri dokazali da je kultura moćno sredstvo revitalizacije, odnosno regeneracije ne samo pojedinih objekata već i čitavih četvrti, odnosno gradova.“
(Jelinčić, 2010;33)

Kulturni turizam grada Poreča zasigurno će u bliskoj budućnosti dodatno narasti i obogatiti se, omogućiti rast i razvoj ponude i usluge koja se uz nju veže. Rast kreativnog turizma zasigurno igra najvažniju ulogu kada se uzme u obzir činjenica kako je upravo on taj koji omogućuje uključivanje domicilnog stanovništva, općenito cijele lokalne zajednice u njeno stvaranje. Upravo radi daljnjeg rasta i razvoja potrebno je uspostaviti kvalitetnije sustave destinacijskog upravljanja ne bi li se na dovoljni nivo uzdignuli i pozicionirali proizvodi kulturnog turizma čime se javlja puno bolji i opsežniji doživljaj. Iako su već danas ljudi svjesni i odgovorni kada je riječ o stvaranju i očuvanju kulturnog turizma, s vremenom će njihova uloga u odgovornosti još više rasti, vodeći se ciljevima očuvanja za buduće generacije.

5.7. Ciljne skupine selektivnih oblika turizma grada Poreča

Ciljne skupine bivaju veoma važan dio marketinške strategije plasiranja ponude selektivnih oblika turizma. Prema ciljnim skupinama se usmjeravaju marketinške aktivnosti stoga je veoma važno imati ciljno tržište kao osnovu.

U nastavku se, prikazom u tablici 8., vrši prikaz ciljnih skupina selektivnih oblika turizma grada Poreča. Autorica je podjelu izvršila na primarnu, sekundarnu te potencijalnu.

Tablica 8. Primarne, sekundarne i potencijalne ciljne skupine selektivnih oblika turizma grada Poreča

	Sportski turizam	Zdravstveni turizam	Dentalni turizam	Gastro turizam	Nautički turizam	Kulturni turizam
Primarna ciljna skupina	DINKS (25-34)	<i>Empty nesters</i> (50-65) Zlatna dob (65+)	DINKS (25-34) <i>Empty nesters</i> (50-65) Zlatna dob (65+)	DINKS (25-34) <i>Empty nesters</i> (50-65)	DINKS (25-34) <i>Empty nesters</i> (50-65)	DINKS (25-34) <i>Empty nesters</i> (50-65)
Sekundarna ciljna skupina	Obitelj (35-49)	Obitelji (35-49)	/	Zlatna dob (65+)	Obitelji (35-49) Zlatna dob (65+)	Zlatna dob (65+)
Potencijalna ciljna skupina	<i>Empty nesters</i> (50-65)	DINKS (25-34)	/	Obitelji (35-49)	/	Obitelji (35-49)

Izvor: izrada autorice prema Strategiji razvoja turizma RH te osobnom stavu i mišljenju

Promatrajući tablicu ciljnih skupina selektivnih oblika turizma grada Poreča, uočava se kako je podjela izvršena na način da se prema Strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine vrši podjela ciljnih skupina na primarnu i sekundarnu kod sljedećih oblika: sportski, zdravstveni, dentalni, gastro, nautički te kulturni turizam. Autorica rada predlaže dodatne potencijalne ciljne skupine kod sportskog, zdravstvenog, gastro te kulturnog turizma, obzirom da su kod preostala dva oblika ili već zastupljene sve ciljne skupine u primarnoj i sekundarnoj skupini, ili pak smatra kako se druge ne bi uklopile u određeni selektivni oblik turizma.

U nastavku, prikazom u Tablici 9., vrši se prikaz glavnih karakteristika navedenih ciljnih skupina selektivnih oblika turizma grada Poreča.

Tablica 9. Glavne karakteristike ciljnih skupina selektivnih oblika turizma grada Poreča

	DINKS	OBITELJ	EMPTY NESTERS	ZLATNA DOB
DOB	25-34 godina	35-49 godina	50-65 godina	65+ godina
ŽIVOTNI STIL	tragači za uzbudljivostima u grupama ili s drugim parovima	traže komfor, sadržaje prilagođene djeci	traže luksuz i komfor, zainteresirani za krstarenja i wellness	uživanje u životu s visokim očekivanjima prema kvaliteti
NAČIN PUTOVANJA	putovanja avionom ili vlakom	uglavnom putuju automobilom ili avionom	uglavnom putuju autom, autobusom ili avionom	uglavnom putuju autom, autobusom ili avionom
VRIJEME PUTOVANJA	<i>off-season</i>	tijekom školskih praznika	putuju tijekom cijele godine	putuju pretežito u proljeće i jesen
NAČIN ŽIVOTA	parovi s dvostrukim primanjima, bez djece	obitelji s mlađom djecom (djeca do 7 godina, sve se okreće oko djece' te im je najvažnije udovoljiti	radno aktivni ljudi čija su djeca napustila roditeljski dom i žive samostalno, imaju sigurna radna mjesta,	umirovljeni bračni parovi ili samci, bez većih zdravstvenih problema, sa ili bez djece koja su već napustila

		dječjim potrebama) i obitelji sa starijom djecom (8-14 godina, traže sadržaje koji mogu zadovoljiti potrebe svih članova)	neki su već u mirovini	domove
TRAJANJE PUTOVANJA	kratki izleti (1-3 dana, maksimalno tjedan	oko 1-2 tjedna ili čak i duže	oko 1-2 tjedna ili čak i duže	oko 1-2 tjedna ili čak i duže
INTERESI	razgledavanje, kulturne manifestacije u prirodnom okruženju, kulinarski doživljaj, shopping, u potrazi za druženjem	zainteresirani za sunce i more, nautika, ruralni i planinski turizam, sadržaje prilagođene djeci, prirodan okoliš, u potrazi za druženjem	zainteresirani za kulturu, umjetnost i povijest, edukaciju, rekreacijske aktivnosti, zdravlje i kulinarske doživljaje, skloni holističkom pristupu životu, nova zdravstvena svijest i način života koji	zainteresirani za kulturu, umjetnost i povijest, edukaciju, rekreacijske aktivnosti, zdravlje, prirodni okoliš, kulinarske doživljaje

			povećava razinu aktivnosti	
INFORMIRANJE	<i>online</i> , usmena predaja	usmena predaja	preporuke, specijalizirane literature o putovanjima te interneta	najviše uvažavaju preporuke
SMJEŠTAJ NA PUTOVANJU	boravak u hotelima, naseljima i kampovima	borave u apartmanima, hotelima naseljima i kampovima	borave u hotelima s 4 ili 5 zvjezdica, odmaralištima i kampovima uz visok komfor	borave u hotelima s 4 ili 5 zvjezdica, odmaralištima i kampovima uz visok komfor
KUPOVNA MOĆ	visoka kupovna moć	srednja kupovna moć	visoka kupovna moć	visoka kupovna moć
CJENOVNA OSJETLJIVOST	nisu cjenovno osjetljivi	cjenovno osjetljivi	nisu cjenovno osjetljivi,	cjenovno osjetljivi
UVJETI PUTOVANJA	<i>booking</i> preko interneta i turoperatora, kratki odmori te oblici i sadržaji putovanja kojima se nagrađuju	važni su im sadržaji za obitelj, udobnost	temeljita priprema putovanja	važna im je udobnost smještaja, a za starije i dostupnost medicinske skrbi

Izvor: izrada autorice prema Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, dostupno na <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Strategija-turizam-2020-veljaca2013.pdf> (pristupljeno 28.4.2020.)

U tablici je obrađena dob, životni stil, način života, vrijeme, trajanje i sredstvo putovanja, interesi, načini informiranja, smještaj i uvjeti na putovanju, cjenovna osjetljivost te kupovna moć za svaku ciljnu skupinu posebno. Uočava se kako većina ciljnih skupina kod preporuka uvažava usmenu preporuku od obitelji, prijatelja i poznanika, većina ima visoku kupovnu moć, borave u hotelima, znaju što žele za svoj novac, traže specifično ono što im je potrebno, pretežito im duljina boravka u destinaciji biva od jedan do dva tjedna, putovanje automobilom je najizraženije dok vrijeme putovanja varira kod svake ciljne skupine ovisno o njihovom životnom stilu i slobodnom vremenu koje imaju na raspolaganju, a komfor i kvaliteta je važna svim promatranim ciljnim skupinama.

5.8. SWOT analiza ponude selektivnih oblika turizma grada Poreča

SWOT analizu koristimo kao dijagnostički i prognostički instrument koji nam pomaže pobliže uvidjeti trenutno stanje i pronaći mjesta za poboljšanje, u poduzeću ili pak određenom odjeljenju. Ono što je tipično za *SWOT* analizu jest činjenica kako pomaže lakšoj vizualizaciji okoline čime se bolje upoznaju koje su vrline, mane, postoji li slobodan prostor da daljnji rast i razvoj te gdje je najslabija točka. Ukratko, pomaže uvidjeti gdje je poduzeće ili odjeljenje najjače, najslabije, koji potencijal ima te koje mu opasnosti prijete.

Skupljajući podatke pomoću *SWOT* analize, kroz pravilno proveden brainstorming, omogućit ćemo da se donesu odluke koje bivaju od strateške važnosti, osigurati će uviđanje prioritarnih postupaka, daljnjih formiranja ideologije poduzeća ili pojedinih odjeljenja. Sve navedeno pomoći će osigurati što bolje i uspješnije rezultate, no važno je napomenuti kako nigdje nije moguće postići savršenstvo u potpunosti, stoga treba biti iznimno objektivan pri samoj izradi.

SWOT analizu ponude selektivnih oblika turizma grada Poreča provesti ćemo na dva načina, kako to inače i biva tipično za nju- analiziramo internu te eksternu dimenziju. Kod interne je riječ o snagama i slabostima koje trenutna ponuda sa sobom donosi, a kod eksternog dijela analize fokus je stavljen na prilike i prijetnje. Svaka prilika se može pretvoriti u prijetnju a svaka slabost u snagu, ako se pravilno i

sustavno radi na rastu i razvoju ponude, tako osiguravajući konkurentsku prednost i isticanje destinacije na turističkom tržištu.

U nastavku se prikazom u Tablici 10. vrši *SWOT* analiza ponude selektivnih oblika turizma grada Poreča.

Tablica 10. *SWOT* analiza ponude selektivnih oblika turizma grada Poreča

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • diferenciranost proizvoda i usluga, • blizina emitivnog tržišta, • Inovativni i kvalitetni sadržaji , kvalitetna infrastruktura, • vizualni identitet destinacije, bogatstvo kulturnih sadržaja, • odlična povezivost zračnim, kopnenim i vodenim putem, • kvalitetno osmišljenih tematske rute, • kvaliteta smještajnih jedinica, • kvalitetno upravljanje destinacijskim prostorom i ponudom, javno-privatna partnerstva, • porast popularnosti Hrvatske i Jadrana, • ljubaznost i uslužnost kadrova, • utjecaji na djelatnosti i gospodarske grane koje nisu dio 	<ul style="list-style-type: none"> • niska dostupnost investicijskog kapitala, • visoki troškovi poslovanja, • nedovoljni investicijski poticaji, • kompleksna i nedovoljno jasna zakonska regulativa otežava ulazak stranih investitora, struktura smještaja, • veliki broj malih dionika, • neiskorištena državna i privatna imovina, • ograničenja sustava formalnog obrazovanja za potrebe turizma, • previše <i>offline</i> promocije, • pasivan odnos prema elektroničkom marketingu i web društvenim servisima, • komercijalizacija kulture, • nedovoljna multidisciplinarnost obrazovanja,

<p>turističke industrije (industrija, građevinarstvo),</p> <ul style="list-style-type: none"> • urbanizacija, diverzifikacija, • održivi rast i razvoj turističke ponude, • bogat izbor selektivnih oblika turizma. 	<ul style="list-style-type: none"> • opadanje motivacije osoblja, • niske plaće radnika zbog velikih poreznih obveza poslodavaca prema državi.
<p>PRILIKE</p>	<p>PRIJETNJE</p>
<ul style="list-style-type: none"> • brendiranje destinacije, • online marketing i promocija, • turistička valorizacija, • uspostavljanje sustava organizacije i mehanizama unutar sektorske suradnje, • dostupnost EU fondova, • podizanje kvalitete proizvoda i usluga, • rast turističkih dolazaka u svijetu, • porast interesa za selektivnih oblika turizma, • produljenje sezone na duže od 6 mjeseci u godini, • povećana potražnja i produživanje sezone, • povećanje zaposlenosti, • stvaranje i ponuda novih selektivnih oblika turizma, • iskorištavanje prednosti klastera, • užurbani životni stil, 	<ul style="list-style-type: none"> • ekspanzija obiteljskog smještaja u domaćinstvima, • nemogućnost provjere i ocjene kvalitete obiteljskog smještaja, • nedovoljna investicijska aktivnost, loša investicijska klima, • epidemije i pandemije, prijetnje nacionalnoj sigurnosti, terorizam, • prevelika ovisnost o turističkim rezultatima, • sezonalnost i sezonski karakter radne snage u turizmu, • nepovoljna demografska struktura Hrvatske, • odlazak mladih izvan države i zapošljavanje inozemne radne snage, • demonstracijski efekt, komodifikacija turizma, • konkurentske destinacije, • sve veća očekivanja i zahtjevi

<ul style="list-style-type: none"> • međunarodna prepoznatljivost Poreča kao turističke destinacije, • organiziranje raznih paket aranžmana sa sadržajima zdravstvenog, dentalnog, nautičkog, gastro, kulturnog i sportskog turizma, • privlačenje ciljnih skupina. 	<p>turista,</p> <ul style="list-style-type: none"> • nedostatak adekvatno educiranog osoblja i obrazovanje uključenih sudionika, • ponuda stranih konkurenata, • izražena problematika popunjavanja kapaciteta u zimskim mjesecima.
--	--

Izvor: samostalna izrada autorice

Kada se sagleda odnos snaga i slabosti te prilika i prijetnja, uviđa se kako njihovi odnosi otprilike podjednaki, no važno je naglasiti kako određene stavke imaju "veću" težinu od drugih.

Grad Poreč općenito što se tiče turističke destinacije ima dosta snaga, a najvažnije od svega, koristi ih na najbolji mogući način s ciljem stvaranja prepoznatljive destinacije te njena uzdizanja. Najveći naglasak ovdje se stavlja na samoj kvaliteti usluga i proizvoda, što se sustavno iz godine u godinu ulaže u rast i razvoj s ciljem privlačenja sve većih ciljnih skupina i produženja sezone na duže od 6 mjeseci u godini. Navedeno postižu upravo selektivnim oblicima turizma, nudeći razne programe, festivale, manifestacije, događanja, u pred i post sezoni. Sama lokacija grada Poreča osigurava mu velike prihode koje ostvaruje od turizma, te veliki broj dolazaka i noćenja, koja se, kako smo vidjeli u radu, iz godine u godinu povećavaju. I dalje je tu riječ o gostima s obližnjih emitivnih tržišta, no svakako se bilježi trend dolaska gostiju i s drugih područja, poput Ujedinjenog Kraljevstva te Nizozemske.

Gledajući slabosti, zasigurno jedna ima najveći značaj, a to je investicijska klima koja nažalost, nakon toliko vremena gdje se trudi izvršiti prave radnje ne bi li se potaknuli domaći i strani investitori na ulaganja, administrativne, birokracijske i političke barijere i dana danas bivaju velika kočnica tome. Iako svi naglašavaju potrebu investiranja, nažalost, kompleksna i nedovoljno jasna zakonska regulativa otežava ulazak stranih investitora a domaćima donosi velike troškove i probleme koji se godinama otplaćuju i razvlače. Ovdje se također izdiže problematika kadrova, točnije radne snage koja je nedovoljno educirana i nedovoljno motivirana a sve to iz razloga niskih plaća u sektoru turizma, a koje su uvjetovane visokim davanjima državi te se upravo radi

toga uvozi jeftinija radna snaga, koja nama spušta našu cijenu rada, a ne donosi ništa pozitivno posebice kada se sagleda razina gostoljubivosti i poznavanja jezika te usporedi s našim radnicima.

Prilike koje se nude gradu Poreču ne trebaju se olako shvatiti već je važno pravodobno reagiranje kako bi se one u kratko vremensko razdoblje pretvorile u snage. EU fondovi svojim državama članicama svake godine nude bespovratna sredstva, te je važno sustavno raditi na tome da se to i iskoristi, čime se pridonosi većoj konkurentnosti destinacije. Navedenim se osigurava podizanje kvalitete proizvoda i usluga, međunarodna prepoznatljivost Poreča kao turističke destinacije kroz brendiranje, produljenje sezone na duže od 6 mjeseci u godini usred povećane potražnje što automatski rezultira povećanjem zaposlenosti.

Prijetnje imaju također naglasak kao i slabosti, na lošoj investicijskoj klimi, te je potrebno sustavno početi provoditi određene mjere da bi se isto poboljšalo i osiguralo iskorištavanje potencijala. Do isticanja dolaze mnoge negativne reperkusije koje dolaze s turističkim kretanjima: demonstracijski efekt, komodifikacije turizma, šablonizacije turističke ponude, velika osjetljivost na krize i elementarne nepogode, stvaranje turističke monokulture, negativne karakteristike akulturacije, sezonski porast cijena, pseudo događaji, pretjeran priliv sezonske radne snage, pojava politički osjetljivih pitanja.

5.9. Prijedlozi i perspektive budućih trendova

Prijedlozi na kojima bi grad Poreč trebao u bližoj budućnosti poraditi jest razvoj i plasiranje novije ponude selektivnih oblika turizma, kroz iskorištavanja već postojeće infra i suprastrukture, ili pak uz manja ulaganja.

Veganski turizam u svijetu je općenito već odavno postao popularan, obzirom na brzorastuću populaciju vegana, te je sve više destinacija svoju ponudu odlučilo orijentirati i njima. S obzirom na to kako grad Poreč imam dovoljan broj restorana, određeni bi se mogli profilirati u veganske restorane, uz pomoć javnog sektora, s ciljem privlačenja novih ciljnih skupina. Ponuda bi se najviše okretala ka ciljnim skupinama Mladi, DINKS te obitelji s djecom, obzirom kako je riječ o mlađim generacijama koji imaju visoku razinu samosvijesti i brinu o svojem zdravlju, počevši

od prehrane. Nadalje, avanturizam je također moguće provoditi diljem cijelog grada i njegove okolice jer obiluje prirodnim atrakcijskim osnovama, koje se, uz minimalna ulaganja, mogu pretvoriti u sadržajno interesantne adrenalinske parkove, *quad* rute, letenje balonom, *bungee jumping* i slično. Kod ovog vida turizma ponuda bi se najviše plasirala prema ciljnim segmentima Mladi te DINKS.

Kod selektivnog turizma dobrobiti bivaju mnoge, a važno je za iste da se vrši povezivanje s lokalnom zajednicom, da se radi na privatnom i javnom partnerstvu, vrši uska povezivost s tržištem, ulaganje u rast i razvoj kako ponude tako i samih djelatnika zaposlenih u selektivnim oblicima turizma. Danas on označava novu eru turizma i budućnost istoga, naglašavajući kvalitetu i kvantitetu, segmentiranost, stvaranje kvalitetnog turističkog doživljaja, dodatne vrijednosti, produživanje sezonalnosti, identificiranje turista s destinacijom, individualiziranu ponudu. Danas je zanimljivo vidjeti kako su neki od selektivnih oblika turizma u destinaciji postali dominantni oblik ponude, što je svakako odlična stvar. Važno je poraditi na svim oblicima selektivne ponude, i postojećima i novima, s ciljem rasterećenja pojedinih mjesta destinacija, a ujedno i privlačenja ciljnih skupina.

Govoreći o perspektivama budućih trendova u turizmu, jasno je kako će selektivni oblici turizma biti budućnost prvenstveno jer pružaju ono što će gosti u budućnosti tražiti u još većoj mjeri nego danas, a to je osobniji pristup. Upravo kroz ponudu takvih oblika turizma gostu se nudi više za njegov novac, nudi mu se kvalitetnije turističko iskustvo i osigurava dodana vrijednost. Uzevši u obzir navedeno, važno je vrišiti specijalizaciju i subspecijalizaciju jer ona predstavlja svjetlu budućnost s obzirom na to da se uz ta dva pojma veće i ekonomija malog broja. Navedenim će se osigurati više toga, od diferenciranosti do očuvanja destinacija. Gosti će ih prepoznavati upravo zahvaljujući ponudi koju će nuditi, a bit će kao prilagođenija njihovim željama, a ujedno će se i osigurati njena očuvanost jer će se ravnomjerno rasporediti količina ljudi na razne dijelove destinacije.

Važno je napomenuti kako današnji turizam ostvaruje značajne gospodarske učinke, stoga je veoma važno razmišljati i o budućnosti i njegovom izgledu. Uključivanje, spajanje, i zajedničko djelovanje raznih gospodarskih djelatnosti zasigurno će biti imperativ stvaranja kvalitetne ponude, s uključivanjem javnih i privatnih sektora, stvarajući tako partnerstva u turizmu.

6. ZAKLJUČAK

Za razliku od nekadašnjih, današnje destinacije povećale su svoju osnovnu ponudu na ponudu koja je prilagođena pojedincima i manjim grupama, čime su osigurali mogućnost nuđenja mnogo kvalitetnijeg proizvoda, usluge i doživljaja čime se utječe na stvaranje turističkog iskustva. Suvremeni turizam uvelike se razlikuje od masovnog, poštujući lokalno, prirodno, kulturno, obraćajući veliku pažnju na održivost destinacija i njihov pravovaljani rast i razvoj. Suvremeni turist također ima drugačija obilježja, današnji turist ima svakodnevni pristup informacijama, tehnologiju na dlanu, zahtijeva mnogo više nego je to bio slučaj kod nekadašnjeg turista, tražeći obujam ponude koji je krojen po njegovim mjerama.

Selektivni oblici turizma u suvremenom turizmu igraju veliku ulogu privlačenja turista u određenu destinaciju. Što je ponuda bogatija, kvalitetnija, razvijenija, to će si destinacije osigurati bolji doživljaj i iskustvo turista, istovremeno davajući pažnju samoj destinaciji i njenom lokalnom stanovništvu. Njihova pojava veže se uz krizu masovnog turizma koja se dogodila 70-ih godina prošlog stoljeća, definirajući ga kao vrstu ekološki osviještenog vida turizma, gdje je naglasak stavljen na odgovornost, izvornost i autentičnost, uz poštivanje čovjeka i prirode, a ono što je omogućeno s njime je rasterećenje mnogih destinacija, kreiranje turističkog doživljaja, odmak od nekadašnjeg načina pristupa turistima, stvaranje dodane vrijednosti i "onoga nečega" čemu današnji moderni turisti teže. Sama važnost se očitava upravo u navedenom, kao i u činjenici kako se selektivni turizam veže uz pojam održivog razvoja turizma, čime se uvelike pospješuje očuvanje i zadovoljenje potreba današnjih i svih budućih generacija.

Razvoj selektivnih oblika turizma započeo je upravo usred prevelikih pritisaka masovnog turizma na određene destinacije, uništavajući tako sve što se u njoj nalazi. Pametnom odlukom i proaktivnim djelovanjem, privatni i javni sektor su zajedničkim snagama osigurali kvalitetu naspram kvantitete, no u drugu ruku osigurali su održivost destinacije.

Grad Poreč svoju ponudu selektivnih oblika turizma konstantno razvija i ulaže u nju. Ponuda je zasigurno šarolika, od zdravstvenog, dentalnog, sportskog, nautičkog,

kulturnog, gastronomskog turizma, no s obzirom na povijest grada Poreča, kulturni turizam se najviše ističe među svima.

Kulturni turizam grada Poreča uistinu je bogati i nema mu nikakve zamjerke. Sva dosadašnja ponuda u budućnosti će više narasti, obogatiti se, rasti i razvijati se. Uključivanjem domicilnog stanovništva osigurat će se na stvaranju "osobnije" ponude, koja će donijeti najviše turistima, osigurati im da dožive kulturu onakvu kakva ona uistinu je. S ciljem što boljeg daljnjeg razvoja, važnost se stavlja na uspostavu destinacijskog upravljanja s ciljem uzdizanja i pozicioniranja proizvoda kulturnog turizma.

Sportski turizam već je danas veoma tražen proizvod u gradu, a tako će biti i u budućnosti. Grad se može pohvaliti ulaganjima u rast i razvoj sportskog turizma, čime privlače razne profile sportskih turista. Biciklizam, pustolovno-sportski, pripreme sportaša, bilježe povećani interes te se isto očekuje u budućnosti, dok je važno naglasak staviti na daljnjem staranju raznolike ponude, diverzifikacija proizvoda te stvaranje kombiniranih paleta proizvoda, sve u skladu s očekivanjima turista, dovesti će Poreč do prepoznatljive destinacije sportskog turizma.

Dentalni i zdravstveni turizam uspjeh mogu zahvaliti podjednako i razini kvalitete usluge kao i njihovoj cijeni, koja je za razliku od emitivnih tržišta, kod nas mnogo pristupačnija. Komparativne prednosti grada Poreča kod ova dva oblika jesu činjenica kako postoji mogućnost organiziranja turističkog djela boravka, spajajući tako ugodno s korisnim, zatim stručno i kvalificirano osoblje, blaga klima, prirodno okruženje, višejezičnost, akreditacija i certifikacija, dostupnost, popratno sadržaji. Upravo navedeno osigurava povećanje broja dolazaka kod zdravstvenog i dentalnog turizma, kao i povećanje prihoda od istih.

Gastro turizam ne treba nikakvih prevelikih hvaljenja, obzirom da je na cijelom području Istarske županije on i više nego razvijen, zahvaljujući ponudi namirnica i autohtonih jela u kojima brojni gosti uživaju, spajajući hranu s bogatim vinima i baršunastim maslinovim uljima. Ceste maslinova ulja te vinske ceste gastro turizam spajaju sa sportskim s obzirom na to da se mogu održavati biciklističke rute s ciljem dolaska do vinograda i maslinika, radi uživanja u krajoliku te kušanja autohtonih istarskih proizvoda. S obzirom na svoju lokaciju, grad Poreč je poznat kao ribarski

grad i ovdje se diljem restorana u ponudi može pronaći prvoklasna riba, a ne valja ni izostaviti mesne delicije poput istarskog boškarina.

Nautički turizam donosi velike prihode s obzirom na samu cijenu usluga i proizvoda koje se ovdje nalaze. Nautički turisti svoj odmor spajaju s mnogo drugih selektivnih oblika turizma, stoga oni bivaju iznimno poželjni za grad Poreč kao destinaciju, uzevši u obzir koliko oni potroše tijekom svog boravka. Dodatna ulaganja ovdje su zasigurno najpotrebnija, jer trenutačno stanje nije najpovoljnije kada se uzme u obzir činjenica kako su nautički turisti "luksuzni turisti".

S obzirom na bogatu ponudu u restoranima kao i veliki broj njih općenito, u gradu Poreču se prema mišljenju autorice, uz male napore, može početi provoditi i veganski turizam. Iako je u Masterplanu razvoja 2015.-2025. godine navedeno kako je razvoj potpuno novog proizvoda među najtežom strategijom razvoja proizvoda, te ujedno je i visoka razina rizika za razvoj, uz pomno planiranje i suradnju javnog i privatnog sektora, sve prepreke i poteškoće se mogu izbjeći i stvoriti novi selektivni oblik turizma.

Daljnijim razvijanjem selektivnih oblika turizma grad Poreč osigurat će si prvenstveno očuvanje resursa i bogatstva uz sustavno inoviranje samog proizvoda i usluge. Prema vani će se predstaviti kao specifična, ključna destinacija ciljnih skupina turista, ostvarujući na taj način porast dolazaka i noćenja uz povećanje prihoda. Što bolja i kvalitetnija ponuda, to je bolje turističko iskustvo i njegov doživljaj s obzirom na to da se stvara dodana vrijednost, a dodana vrijednost osigurat će pozitivan i kvalitetan imidž grada Poreča. Kroz razvoj ponude, utjecat će se i na poticanje investicija, razvoj infra i suprastrukture, razvijat će se lokalna zajednica.

POPIS SLIKA I TABLICA

Slike

Slika 1. Portfolio matrica turističkih proizvoda Hrvatske.....	15
Slika 2. Lokacija grada Poreča u Istarskoj županiji.....	17
Slika 3. Shema Marine Poreč	45

Tablice

Tablica 1. Prikaz generalnih značajki masovnog turizma i način ponašanja masovnih turista.....	7
Tablica 2. Dolasci i noćenja turista u Poreču u razdoblju od 2015. do 2019. godine .	23
Tablica 3. Dolasci turista u Poreču u razdoblju od 2015. do 2019. godine. 5 najzastupljenijih zemalja porijekla.....	24
Tablica 4. Noćenja turista u Poreču u razdoblju od 2015. do 2019. godine 5 najzastupljenijih zemalja porijekla.....	25
Tablica 5. Dnevni cijenik Marine Poreč za vezove plovila u moru u tri promatrana razdoblja	46
Tablica 6. Mjesečni cijenik Marine Poreč za vezove plovila u moru	47
Tablica 7. Godišnji cijenik Marine Poreč za vezove plovila u moru.....	48
Tablica 8. Primarne, sekundarne i potencijalne ciljne skupine selektivnih oblika turizma grada Poreča	57
Tablica 9. Glavne karakteristike ciljnih skupina selektivnih oblika turizma grada Poreča	58
Tablica 10. SWOT analiza ponude selektivnih oblika turizma grada Poreča	62

LITERATURA

Knjige:

1. BARTOLUCI, M. et. al. (2007) *Turizam i sport – razvojni aspekti*, Zagreb, ŠK
2. ČAVLEK et.al. (2011) *Turizam- ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Zagreb, ŠK
3. ČORAK, S., MIKAČIĆ, V. (2006) *Hrvatski turizam:plavo-bijelo-zeleno*, Zagreb, Institut za turizam
4. ČORAK, S., TREZNER, Ž. (2014) *Destinacijske menadžment kompanije DMK: Priručnik za uspješno poslovanje i marketing u turizmu posebnih interesa*, Zagreb, HTZ
5. GEIĆ, S. (2011) *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Split, Sveučilište u Splitu
6. JADREŠIĆ, V. (2010) *Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno - održivog turizma*, Zagreb, Plejada
7. JELINČIĆ D.A. (2010) *Kultura u izlogu*, Zagreb, Meandar Media
8. KUŠEN, E. (2002) *Turistička atrakcijska osnova*, Zagreb, Institut za turizam
9. RABOTIĆ, B. (2013) *Selektivni oblici turizma*, Beograd, Visoka turistička škola strukovnih studija
10. VUKONIĆ, B. (2010) *Turizam : budućnost mnogih iluzija*, Zagreb, Plejada

Mrežni izvori:

1. Aktivni turizam, Poreč, dostupno na <https://aktivniturizam.hr/destinacija/zdravstveni-turizam/porec>(pristupljeno 17.3.2020.)
2. Burra Beer, dostupno na <https://www.burrabeer.hr> (pristupljeno 12.4.2020.)
3. Charters Croatia, Marina Poreč, dostupno na <https://chartercroatia.net/hr/marina-porec/>(pristupljeno 20.4.2020.)

4. Državni zavod za statistiku, dostupno na www.dzs.hr ()<pristupljeno 12.4.2020.)
5. Grad Poreč, www.porec.hr/ (pristupljeno 21.2.2020.)
6. HRT vijesti, Porast dentalnog turizma u Hrvatskoj, dostupno na <https://vijesti.hrt.hr/574664/porast-dentalnog-turizma-u-hrvatskoj>(pristupljeno 12.4.2020.)
7. Istra Craft Beer, dostupno na <https://www.istracraftbeer.com/>(pristupljeno 28.3.2020.)
8. Istra, Poreč, dostupno na <https://www.istra.hr/hr/destinacije#porec>(pristupljeno 11.3.2020.)
9. Istria Gourmet, Istarska gastronomija, dostupno na www.istria-gourmet.com/hr/istra/istarska-gastronomija(pristupljeno 18.3.2020.)
10. Istria Home, Poreč, dostupna na <https://www.istria-home.com/hr/destinacije/porec> (pristupljeno 18.4.2020.)
11. Jutarnji, Dentalni turizam u praksi, dostupno na <http://www.jutarnji.hr/biznis/financije-i-trzista/dentalni-turizam-u-praksi-rident-godisnje-obradi-30.000-talijana-i-ubere-80-milijuna-kuna-prihoda/1146713/> (pristupljeno 7.4.2020.)
12. Kamping udruženja Hrvatske, dostupno na <https://www.camping.hr/hr/hrvatski-kampovi/porec> (pristupljeno 2.4.2020.)
13. [Leksikografski zavod Miroslav Krleža](http://leksikografski.zavod.miroslavkrleza.hr/), Proleksis enciklopedija online, dostupno na <https://proleksis.lzmk.hr/28352/> (pristupljeno 26.2.2020.)
14. Medicinski turizam - *Međunarodni trendovi i perspektive*, HTZ, 2016. <http://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Medicinski-turizam-Medunarodni-trendovi-i-perspektive.pdf>, (pristupljeno 26.2.2020.)
15. Morski, Istarska ponuda za nautičare, dostupno na <https://morski.hr/2017/09/27/istarska-ponuda-za-nauticare/> (pristupljeno 3.3.2020.)
16. Mrežna Hrvatska enciklopedija, *Turizam* <http://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763>, (pristupljeno 28.2.2020.)
17. My Poreč, Smještaj, dostupno na https://www.myporec.com/hr/smjestaj/hoteli?sitemap_id=25&hotel_type=1&page=4(pristupljeno 27.2.2020.)
18. Novi list, Ridentova poliklinika u Poreču vrijedna 4,5 milijuna eura, dostupno na <http://novilist.hr/Vijesti/Gospodarstvo/Zdravstveni-turizam-u-praksi->

[Ridentova-poliklinika-u-Porecu-vrijedna-4-5-milijuna-
eura?meta_refresh=true](#)(pristupljeno 15.4.2020.)

19. Parentium, *Sportski turizam može osigurati više prihode i produžiti sezonu*, dostupno na <https://www.parentium.com/prva.asp?mobile=ne&clanak=76393> (pristupljeno 21.3.2020.)
20. Poreč triatlon, dostupno na <https://porectriatlon.com/>(pristupljeno 3.3.2020.)
21. Poreč, dostupno na <http://www.porec.hr/prva.aspx?stranica=1135&pid=&j=CRO>(pristupljeno 17.2.2020.)
22. Poslovni turizam, Poreč, dostupno na <https://www.poslovniturizam.com/destinacije/porec/5/>(pristupljeno 17.3.2020.)
23. Rident, dostupno na <https://rident.hr/hr/>(pristupljeno 7.4.2020.)
24. Usluga d.o.o., Marina Poreč, dostupno na <http://www.usluga.hr/djelatnosti/marina/>(pristupljeno 21.4.2020.)
25. Usluga d.o.o., Cjenik usluga OJ Marina Poreč, dostupno na www.usluga.hr/wp-content/uploads/2019/12/Cjenik-usluga-OJ-Marina-Porec-studeni-2019.pdf (pristupljeno 20.4.2020.)
26. Wine Nights Poreč, dostupno na <https://www.winenightsporec.com/> (pristupljeno 4.4.2020.)

Članci:

1. ANDRIJAŠEVIĆ, M., JURAKIĆ, D. (2005.), *Znanstveni i lječilišni turizam- metode i programi: zbornik znanstvenog skupa*, Veli Lošinj, Akademija medicinskih znanosti Hrvatske, Zagreb
2. DRPIĆ, K., VUKMAN, M. (2014) *Gastronomija kao važan dio turističke ponude u Hrvatskoj*, Praktični menadžment, Vol. 5 No. 1, dostupno na <https://hrcak.srce.hr/file/199011> (pristupljeno 26.03.2020.)
3. GONAN BOŽAC, M. (2008) *Swot analiza i tows matrica – sličnosti i razlike*, [Ekonomski istraživanja](#), Vol. 21 No. 1, dostupno na <https://hrcak.srce.hr/file/21453> (pristupljeno 22.4.2020.)

4. PESTEK, A., TIHI, B. (2009) *Razvoj dentalnog turizma na području Sarajeva*, Acta turistica, Vol. 21, No. 2 , dostupno na <https://hrcak.srce.hr/76243>(pristupljeno 1.4.2020.)

Strategije, zakoni i pravilnici

1. Akcijski plan energetske održivosti razvoja Grada Poreča (2019), dostupno na http://www.porec.hr/sadrzaj/dokumenti/2019_06_04_Revizija_SEAP_Grad_Porec_Parenzo.pdf (pristupljeno 27.2.2020.)
2. Master plan turizma Istarske županije 2015.-2025., TZIŽ, dostupno na <https://www.istra.hr/hr/business-information/tzi/master-plan-turizma-istre> (pristupljeno 24.2.2020.)
3. Strategija razvoja turizma Republike hrvatske do 2020. godine, dostupno na <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Strategija-turizam-2020-veljaca2013.pdf> (pristupljeno 15.3. 2020.)
4. Strategija razvoja kulture grada Poreča 2017. – 2022. (2017), Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, dostupno na <https://www.knjiznicaporec.hr/wp-content/uploads/2018/10/Strategija-razvoja-kulture-Grada-Poreča-2017.-2022..pdf> (pristupljeno 24.2.2020.)

SAŽETAK

Razvoj selektivnih oblika turizam započeo je usred sve većih pritisaka i uništavanja destinacija uzrokovane masovnim turizmom. S ciljem rasterećivanja destinacija, a ujedno i obogaćivanja ponude, stvarajući dodanu vrijednost s ciljem kvalitetnijeg boravka turista te stvaranja turističkog iskustva, selektivni oblici turizma bili su prilagođeni potrebama pojedinaca, krojeni upravo prema njihovoj mjeri. Glavni zadatak biva upravo zadovoljenje želja gostiju te pružanja osjećaja važnosti i bitnosti. Današnji selektivni turizam ima mnogo različitih oblika, a svakodnevno niču i novi oblici.

Grad Poreč je s ciljem izdizanja i isticanja svoje ponude razvio i vrši daljnja ulaganja selektivne oblike turizma, a najviše se ističu zdravstveni, dentalni, nautički, gastro, sportski te kulturni. Ono što je osigurano zasigurno je zadovoljavanje više ciljnih skupina čime se rasterećuje sama destinacija, pravomjerno razvrstavajući goste, i što se tiče lokacije i što se tiče vremenskog razdoblja dolaska. Time se ujedno osigurava i produživanje sezone te više prihoda od turizma. Svojom ponudom vrše diferencijaciju od konkurencije, usku povezanost s tržištem, osiguravaju rast i razvoj destinacije, ostvarujući ekonomske, socijalne i društvene blagodati. Daljnjim razvijanjem grad Poreč osigurat će očuvanje resursa i bogatstva uz sustavno inoviranje samog proizvoda i usluge, predstavljajući se kao specifična, ključna destinacija ciljnih skupina turista, ostvarujući na taj način porast dolazaka i noćenja uz povećanje prihoda.

SUMMARY

The development of selective forms of tourism began because of the increasing pressure and destruction that mass tourism have had on destinations. With the goal of depressuring the destinations, as well as the enrichment of the offer, creating added value with the quality of the tourists stay to create the tourist experience, the selective tourism was tailored for individuala and tailored exactly to their needs. The main task is to satisfy the wishes of the guests and to provide a sense of importance. Today selective tourism takes many different forms, with new forms emerging every day.

With the success of raising and highlighting its offerings, the city of Poreč has developed and made further investments in selective forms of tourism, in health, dental, nautical, gastro, sports and cultural tourism. What was provided certainly satisfied multiple target groups, who relieved the destination itself, sorted the guests in a timely manner, regarding the place and timing of arrival. At the same time, the season is secured and produced, and more revenue is generated from tourism. We offer high competition differentiation, take advantage of market connectivity, secure growth and development of destinations, achieving economic, social and social benefits. With further development, the city of Poreč ensures the preservation of resources and wealth by simply innovating the products and services itself, presenting itself as a specific, key destination of the target group of tourists, increasing arrivals and overnight stays while increasing revenues.