

# Razvoj turizma u Istri

---

**Banović, Leonarda**

**Undergraduate thesis / Završni 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:137:719712>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-08-07**



*Repository / Repozitorij:*

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



SVEUČILIŠTE JURJA DOBRILE U PULI  
FAKULTET ZA INTERDISCIPLINARNE, KULTUROLOŠKE I TALIJANSKE STUDIJE

LEONARDA BANOVIĆ

RAZVOJ TURIZMA U ISTRI

Završni rad

Pula, 2020.

SVEUČILIŠTE JURJA DOBRILE U PULI  
FAKULTET ZA INTERDISCIPLINARNE, KULTUROLOŠKE I TALIJANSKE STUDIJE

LEONARDA BANOVIĆ

RAZVOJ TURIZMA U ISTRI

Završni rad

JMBAG: 03030712534, redoviti student

Studijski smjer: Kultura i turizam

Predmet: Ekonomija doživljaja

Mentor: Izv. Prof. dr. sc. Aljoša Vitasović

Pula, 2020.

## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Leonarda Banović, kandidatkinja za prvostupnicu Kulture i turizma izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz nekoga necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za neki drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Studentica

---

U Puli, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ godine

IZJAVA  
o korištenju autorskog djela

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

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

U Puli, \_\_\_\_\_ (datum)

Potpis

---

## SADRŽAJ

UVOD.....	1
1. ISTRA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA .....	3
1.1. ATRAKCIJSKA OSNOVA ISTRE .....	3
1.2. INFRASTRUKTURA I SUPRASTRUKTURA.....	6
1.3. SWOT ANALIZA ISTRE .....	9
2. STATISTIKA TURIZMA ISTRE .....	11
2.1. TEMELJNI TURISTIČKI POKAZATELJI .....	11
2.2. PRIHODI OD TURIZMA I ZNAČAJ TURIZMA U ISTRI.....	14
2.3. PROFIL TURISTA U ISTRI .....	15
3. KLAS TERIZACIJA I SELEKTIVNI TURIZAM U RAZVOJU TURIZMA DOŽIVLJAJA U ISTRI.....	17
3.1. EKONOMIJA DOŽIVLJAJA I TURISTIČKI DOŽIVLJAJ .....	17
3.2. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA ISTRE .....	19
3.3. KLAS TERI I SELEKTIVNI TURIZAM KAO INOVATIVNI TURISTIČKI PROIZVODI.....	22
3.4. TEMELJNA RAZVOJNA OGRANIČENJA TURIZMA ISTRE .....	26
ZAKLJUČAK.....	29
LITERATURA .....	31
POPIS SLIKA .....	33
POPIS TABLICA.....	34
POPIS GRAFOVA .....	35
SAŽETAK .....	36
SUMMARY .....	37

## UVOD

Istra je jedna od vodećih županija u Hrvatskoj. Nacionalni značaj ove županije očituje se u mnogočemu, a posebice treba istaknuti njezinu ekonomsku važnost u gospodarstvu ove države, a u kontekstu toga i vodeću poziciju u generiranju udjela turističke aktivnosti. Istra je vodeća turistička destinacija Hrvatske, ali i jedna od uspješnijih na čitavom Mediteranu pa i šire.

Na turizam Istre i dugogodišnji uspjeh u razvoju turizma utjecali su brojni čimbenici. Pri tome primarno treba istaknuti komparativne prednosti, odnosno jedinstvenu prirodnu i društvenu atrakcijsku osnovu, ali i tradiciju poslovanja u turizmu, kao i kvalitetne ljudske potencijale, a posebice sve istaknutiji angažman vodećih dionika u razvoju održivog turizma ove turističke destinacije.

Istra danas ima izgrađen imidž na međunarodnom turističkom tržištu. Iako je uglavnom pozicionirana u području kupališnog turizma, postoje i brojni drugi turistički proizvodi i selektivni oblici turizma koji privlače diverzificirane ciljne segmente, a turističku ponudu ove destinacije čine jedinstvenom, konkurentnom i stabilnom.

Cilj istraživanja je predstaviti Istru kao turističku destinaciju. Pri tome se obrađuju njezina osnovna obilježja, atrakcijska osnova na kojoj se zasniva turistička ponuda, kao i turistički promet koji svjedoči o kontinuiranom razvoju turizma na ovome području.

Svrha istraživanja je potvrditi iznimnu ulogu Istre u hrvatskom turizmu, kao i posvjedočiti o uspješnom razvoju ove turističke destinacije. Na taj način se nastoji potvrditi kako je riječ o jednom od uzornih primjera razvoja turističke destinacije na suvremen, održiv i dugoročno orijentirani način.

Rad se sastoji od uvoda, zaključka i tri poglavlja, koja su razrađena u nekoliko potpoglavlja. Nakon uvoda slijedi poglavlje koje istražuje osnovna obilježja ove turističke destinacije. Misli se na njezinu atrakcijsku osnovu, infrastrukturu i suprastrukturu te ostale značajke. U sljedećem poglavlju analizira se turistička

aktivnost Istre. Obrađuju se primarno temelji pokazatelji turističkog prometa, odnosno turistički dolasci i noćenja, no pažnja je posvećena i ostalim pokazateljima razvoja turizma. U poglavlju prije samog zaključka daje se analiza turističke ponude Istre s gledišta ekonomije doživljaja i suvremenih turističkih trendova.

Istraživanju ove teme i strukturiranju predočenog rada poslužile su metoda analize i sinteze, statistička metoda, metoda apstrakcije i metoda dokazivanja. Posebnu ulogu imaju metoda kritičkog promišljanja i metoda studije slučaja. Rad je uređen metodom opisivanja ili deskripcije.



# 1. ISTRA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA

Atraksijska osnova Istre njezina je vodeća komparativna prednost. Ona se podjednako odnosi na raznolikost prirodnih i društvenih atrakcija, a među vodećima, koje ovu destinaciju čine međunarodno poznatom, su Jadransko more i razvedena obala s brojnim otocima, netaknuta priroda, Pulski Amfiteatar, Eufrazijeva bazilika, kao i mnogi drugi elementi. Osim toga, kvaliteta turističke ponude generirana je razvijenom infrastrukturom i suprastrukturom, u koju se tijekom proteklih godina ulažu značajna financijska sredstva.

## 1.1. ATRAKCIJSKA OSNOVA ISTRE

Istra je već duži niz godina jedna od najposjećenijih i najuspješnijih turističkih destinacija Hrvatske i Mediterana. Iako je primarno poznata kao destinacija kupališnog turizma, a tome pogoduju čisto more i lijepe plaže, ona je ujedno poznata i kao „Nova Toscana“ te kao „zeleno-plava“ regija. Time se nastoji asocirati na njezine vodeće snage, odnosno jedinstvenu obalu i Jadransko more te očuvanu prirodnu baštinu (Istria Experience, 2020).

Danas postoji veliki broj turističkih vodiča i međunarodnih članaka koji se bave istraživanjem i prezentacijom Istre kao turističke destinacije. U svima se imperativ postavlja na njezinu atraksijsku osnovu koja je činitelj atraktivnosti čitave turističke destinacije. U tom se smislu ona može prezentirati u ovome radu kao vodeći motivator turističke potražnje ili privlačni čimbenik turista u ovoj destinaciji.

S obzirom da Istra podjednako raspolaže prirodnom i kulturnom atraksijskom osnovom, vrlo je teško istaknuti koja od ove dvije skupine ima veći značaj u turizmu Istre. Ono što je zasigurno moguće tvrditi jest da je atraksijska osnova vodeća komparativna prednost ove destinacije, a njezinom adekvatnom valorizacijom u turističke svrhe danas su formirani brojni selektivni oblici turizma i turistički proizvodi koji obogaćuju turističku ponudu ove destinacije, a na međunarodnom turističkom tržištu čine je konkurentnom jer privlače razne tržišne niše te optimalno zadovoljavaju zahtjeve, potrebe i interese suvremene turističke potražnje.

Istra je najzapadnija županija Republike Hrvatske i teritorijalno objedinjuje 41 jedinicu lokalne samouprave, odnosno na 10 gradova i 31 općinu sa sjedištem u Pazinu (Istarska županija, 2014). Vodeće turističke destinacije su smještene na obali, a to su primjerice Pula, Rovinj, Poreč, Pazin, Umag i mnoge druge. U proteklih nekoliko godina zabilježen je također sve intenzivniji razvoj kontinentalnih turističkih destinacija Istre, koje se pozicioniraju kao turističke destinacije ruralnog i kulturnog turizma (Slika 1.).

### Slika 1. Istra i vodeće turističke destinacije u Istri



Izvor: Rakalj (2020.) Istra. Dostupno na: <https://rakalj.wordpress.com/2018/02/13/istra/> (21.06.2020.).

Značajna prednost Istarske županije očituje se i u njezinu geostrateškom položaju, kao i povoljnoj klimi. Mediteranska klima pogoduje razvoju kupališnog turizma, a zaslužna je i za osebujnu prirodnu osnovu na ovome području. Bogatstvo i raznolikost biljnoga pokrova odraz su zemljopisnog smještaja i položaja, reljefa, tla i klime na ovome području. Istra obiluje jedinstvenim prirodnim lokalitetima i zaštićenim dijelovima.

Među vodećim prirodnim atrakcijama u Istri svakako se nalazi nacionalni park Brijuni (Slika 2.), no treba izdvojiti i zaštićene prirodne lokalitete kao što su planinski masiv Učka, Motovinska šuma i šuma Kontija, Limski kanal, uvala Kuje, te park šume Zlatni rt, Šijana, Škaraba, Busoler, poluotok Kašteja i brdo Soline kod Vinkurana, te devet zaštićenih dijelova krajolika, uglavnom u unutrašnjosti poluotoka (Istarska županija, 2014).

## Slika 2. Nacionalni park Brijuni



Izvor: Nacionalni park Brijuni (2020.) Fotografije. Dostupno na: <https://www.np-brijuni.hr/hr/fotografije> (20.06.2020.).

Osim prirodne atrakcijske osnove, svakako treba spomenuti i društvenu (antropogenu), koja se često na ovome primjeru razmatra u domeni istarske povijesti, identiteta i povijesne spomeničke građe. Povijest u Istri istražuje se još od prapovijesti, od kada datiraju najstariji pronađeni ostaci. Međutim, povijesno istražujući, vodeći značaj na ovome poluotoku pridaje se antičkim spomenicima, koji su mnogobrojni i adekvatno konzervirani te valorizirani u turističke svrhe.

Istra je tijekom čitave povijesti bila mjesto prožimanja mnogih kultura. Na ovome području živjeli su Liburni, Histri, Grci, Kelti, Rimljani, Ostrogoti, Bizantinci, Langobardi, Hrvati, Franci, Mlečani, Austrijanci, Talijani, Slovenci i drugi narodi, koji

su svojom su prisutnošću, običajima i radom utjecali na raznolikost kulturnu baštinu Istre. Svako povijesno razdoblje na ovome području ostavilo je vrijedna nalazišta i dokaze u vidu spomenika, raznih objekata i sličnih elemenata.

Bogata prapovijesna nalazišta su Šandalja i Romauldova spilja. O brončanom dobu pak svjedoče Nesactium i Monkodonja, a među glavnim rimskim spomenicima izdvajaju se Arena, Slavoluk Sergijevaca, Augustov hram, rimske vile i ostali lokaliteti. Kompleks Eufrazijeve bazilike u Poreču iz 6. stoljeća uvršten je u UNESCO-ovu listu zaštićene kulturne baštine, a na čitavom poluotoku smještena je i druga vrijedna sakralna baština, uglavnom u unutrašnjosti područja. Posebnu vrijednost danas imaju i srednjovjekovni kašteli te utvrde u Dvigradu, Svetvinčentu, Pazinu, Puli, Momjanu i Buzetu (Istra, 2020).

Osim ovih elemenata materijalne baštine u Istri, svakako treba spomenuti i brojne muzeje, kazališta, galerije i ostale objekte društvene atrakcijske osnove. Međutim, svakako treba istaknuti da Istra, posebice tijekom proteklih godina, sve više obiluje i nematerijalnom baštinom, koja ima posebnu ulogu u turizmu, u smislu produljenja turističke sezone i reduciranja sezonalnosti. Pri tome se misli na razne kulturne i povijesne manifestacije, gastronomska događanja, radionice, folklorne susrete i slično. Istarski identitet i govor, kao i tradicijski glazbeni izričaj poznati su diljem svijeta i turistima na ovome području pružaju jedinstveni turistički doživljaj i nezaborano iskustvo.

## **1.2. INFRASTRUKTURA I SUPRASTRUKTURA**

Infrastruktura i suprastruktura svake turističke destinacije bitni su činitelji njezine turističke ponude, kvalitete proizvoda, ali i atraktivnosti destinacije. Misli se na sve prometne putove, veze i sustave koji osiguravaju osnove usluge u turizmu poput povezanosti emitivnih tržišta s destinacijom, boravka i sigurnosti u destinaciji te slično. Suprastrukturni objekti uvjetuju raznolikost i kvalitetu smještaja u destinaciji i čine, uz infrastrukturu, jednog od vodećih podsustava destinacijskog sustava.

Pod pojmom infrastrukture u ovome se radu misli na prometnu povezanost i veze Istarske županije s vodećim turističkim emitivnim prostorima. Tijekom proteklih

nekoliko godina u Istri se veliki naponi i izdašna financijska sredstva ulažu u međuregionalno povezivanje te integriranje u širi europski prostor. Iako se najviše razvija cestovni promet posljednjih godina sve se više ulaže u održavanje i izgradnju lučke infrastrukture, ali i zračnog prometa. Svi investicijski procesi i razvojni projekti u skladu su sa zahtjevima prostornog uređenja i gospodarenja prostorom, ali i načelima održivog razvoja.

Jedan od važnijih pokretača investicija u izgradnju prometnica svakako je turizam Istre. On predstavlja jedan od važnijih oslonaca njezina gospodarstva, ali i razvoja lokalne zajednice. U okviru prometne infrastrukture najviše se razvija i unapređuje cestovni promet. On vrlo učinkovito zadovoljava potrebe županije i države, ali i doprinosi skladnijem razvoju priobalnog dijela i unutrašnjosti Istre (Istra, 2020.). Poseban značaj s gledišta cestovnog prometa ima Istarski ipilon, koji uspješno povezuje dijelove poluotoka, ali i vodeće europske putove.

Osim spomenutog, važno je izdvojiti i unapređenje stanja te razvoj lučke infrastrukture. Ovi investicijski procesi potaknuti su integriranjem Hrvatske u Euopsku uniju. Istarska županija ima 445 metara morske granice pa pomorski promet ima veliki značaj, a još veći potencijal u budućnosti. U ovoj županiji smješteno je sedam luka, a to su Pula, Brijuni, Poreč, Novigrad, Umag i Plomin (Istra, 2020).

U suvremeno doba zračni promet postaje sve važniji, a jednaki trend očekuje se i u budućnosti. Iako on postoji, smatra se kako je nedovoljno razvijen, neadekvatno opremljen i neusklađen s realnim potrebama međunarodnog tržišta. Pri tome se misli da nedostaje redovnih jeftinih linija i suradnje s takvim prijevoznicima. Od zračnih luka treba spomenuti Pulu, manju zračnu luku Vrsar koja je značajna za male zrakoplove u okviru turizma te Medulin koji je poznat po sportskom letenju.

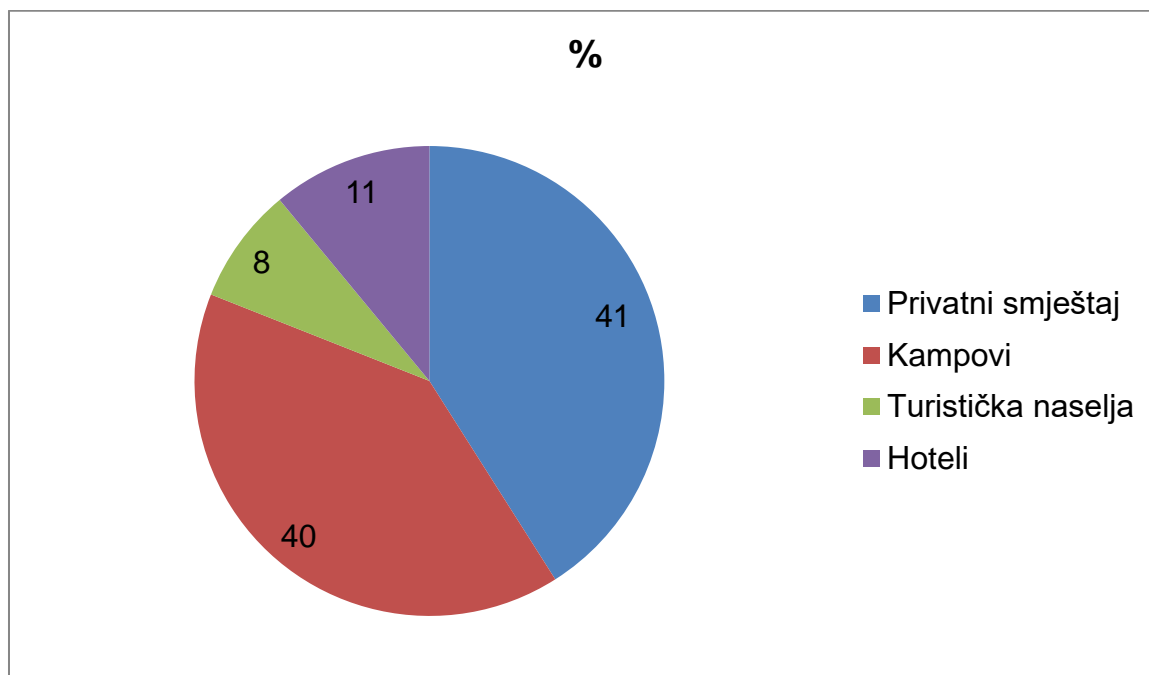
Željeznički promet je vrlo slabo razvijen, no posjeduje potencijal. Potreba za njegovim unapređenjem odavno je identificirana, no još uvijek ne postoje konkretni projekti, kao ni inicijative. Osim toga, njihov opstanak i razvoj ovise o direktnom integriranju s hrvatskim prugama i europskim željezničkim sustavom.

U kontekstu suprastrukturalne opremljenosti treba istaknuti kako u Istri dominira privatni smještaj, kako po broju smještajnih jedinica i ležaja, tako i po broju noćenja te prosječnoj popunjenosti. U proteklih nekoliko godina sve se više ulaže u razvoj hotelskog smještaja i kampova, posebice onih veće kategorije. Time se nastoji maksimizirati prihode u turizmu, ali i reducirati problem sezonalnosti.

Tijekom 2018. godine Istra je raspolagala s nešto više od 312 tisuća postelja, dok je ta brojka u 2017. godini iznosila 306 tisuća. Rast broja postelja u smještajnim objektima pratio je rast turističke potražnje. Broj postelja u hotelima u istom razdoblju zabilježio je blagi pad, a ukupan broj postelja u 2018. godini iznosio je oko 29 tisuća (Hrvatska turistička zajednica, 2019).

U nastavku slijedi prikaz udjela pojedinih vrsti smještaja u ukupnoj smještajnoj ponudi Istre (Grafikon 1.).

**Grafikon 1. Struktura smještajne ponude Istre 2018. godine**



Izvor: *Ekonomski institut Zagreb (2019.) Turizam. Dostupno na: [https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa\\_turizam\\_2019.pdf](https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa_turizam_2019.pdf) (20.06.2020.).*

Vidljivo je kako u smještajnoj ponudi Istre dominira privatni smještaj, a slijede kampovi. Najmanji udio imaju hoteli i turistička naselja. U kontekstu privatnog smještaja dominiraju apartmani u kućanstvima, dok kampovi, hoteli i turistička naselja najviše posjeduju kategoriju 3 zvjezdice. Tijekom proteklih nekoliko godina provedeni su investicijski projekti kojima su razvijene kvalitete ovih smještajnih objekata pa neki od njih dobivaju veću razinu kategorizacije i time nude veću kvalitetu gostima.

Tijekom proteklih 5-6 godina u Istri, kao i ostatku Hrvatske zabilježen je pad prosječnih dana boravaka u destinaciji. Unatoč tome, on je relativno blag pa prosječna duljina boravka danas iznosi oko 5 dana. Treba istaknuti kako je to odraz međunarodnih promjena na strani turističke potražnje, koju sve više obilježavaju učestalija i kraća putovanja.

### 1.3. SWOT ANALIZA ISTRE

Na temelju analiziranih osnovnih obilježja Istre kao turističke destinacije moguće je generirati nekoliko osnovnih zaključaka. Riječ je o turistički poznatoj i vrlo uspješnoj turističkoj destinaciji, koja svoj razvoj temelji na jedinstvenoj prirodnoj i društvenoj, materijalnoj i nematerijalnoj baštini. Pored toga, razvoj ove destinacije determiniran je i komparativnim prednostima, kao što su geostrateški položaj, klima i slično. od ostalih pozitivnih razvojnih čimbenika treba istaknuti kvalitetnu i izgrađenu infrastrukturu i suprastrukturu, kao i razvojne projekte u ovome području tijekom proteklih nekoliko godina.

U nastavku se daje prikaz SWOT analize Istre kao turističke destinacije (Tablica 1.).

**Tablica 1. SWOT analiza Istre**

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komparativne prednosti – geostrateški položaj, klima, atrakcije;</li> <li>• Jedinstvena atrakcijska osnova –</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pretjerano oslanjanje gospodarstva na turizam – eksploatacija turizma;</li> <li>• Usmjerenost prema profitu u</li> </ul>

<p>atraktivnost prostora;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Heterogena atrakcijska osnova – bogata turistička ponuda;</li> <li>• Sustav valorizacije resursa;</li> <li>• Znanja i vještine u turizmu;</li> <li>• Tradicija poslovanja u turizmu;</li> <li>• Dugogodišnji međunarodni imidž;</li> <li>• Lojalnost europskih turista;</li> <li>• Blizina emitivnih tržišta;</li> <li>• Brojnost turističkih proizvoda koji zadovoljavaju razne tržišne niše.</li> </ul>	<p>turizmu;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Devastacija pojedinih lokaliteta uslijed pretjeranog turističkog eksploatiranja;</li> <li>• Ovisnost o turističkoj sezoni;</li> <li>• Dugoročna neizvjestno;</li> <li>• Turizam srednje klase;</li> <li>• Nepredvidivost turističkog okruženja;</li> <li>• Slab razvoj domaćeg turizma.</li> </ul>
<p><b>PRILIKE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Razvoj novih turističkih proizvoda;</li> <li>• Podizanje turizma na razinu veće kvalitete, održivi razvoj;</li> <li>• Ostvarenje većih prihoda uz manji turistički promet;</li> <li>• Jačanje međunarodne konkurentnosti;</li> <li>• Osvajanje novih tržišta;</li> <li>• Povezivanje turizma i ostalih djelatnosti – kultura, sport, poljoprivreda;</li> <li>• Jačanje međunarodnog imidža i opravanje lojalnosti dionika.</li> </ul>	<p><b>PRIJETNJE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vanjski negativni utjecaji – gubitak turističke sezone;</li> <li>• Neuspjeli turistički projekti i proizvodi;</li> <li>• Pojava i rast novih konkurenata;</li> <li>• Nemogućnost konkuriranja cijenom;</li> <li>• Destabilizacija turizma onemogućuje daljnje projekte.</li> </ul>

*Izvor: Izrada autorice.*

Ovime se sistematiziraju neka od osnovnih obilježja ove turističke destinacije. Također identificiraju se interni i eksterni činitelji njezina razvoja. U skladu s mogućim strategijama budućeg razvoja, smatra se korisnim primijeniti strategiju minimiziranja slabosti i prijetnji iz okoline. Smatra se naime da je Istra destinacija koja ima brojne snage i koja je nekoliko puta dokazala svoj uspjeh u turizmu. Oni s čime se u budućnosti treba suočiti, kako bi osigurala veću stabilnost turističkog sustava i



njegova dugoročnog razvoja, jestusmjeriti se prema minimiziranju i otklanjanju slabosti, a s time i prijatnji iz okoline.

## 2. STATISTIKA TURIZMA ISTRE

Kada se uopće raspravlja o turizmu nekog prostora, to jest turističke destinacije, te kada se nastoji obraditi problematika razvijenosti njezina turizma, nezaobilazno je obraditi kvantitativne podatke u svezi turističkog prometa. Primarno se misli na podatke o kretanju ukupnih turističkih dolazaka i noćenja tijekom točno određenog razdoblja, kao i o ostalim pokazateljima, kao što su na primjer prihodi od turizma.

### 2.1. TEMELJNI TURISTIČKI POKAZATELJI

U radu je već spomenuto kako je Istra turistička destinacija koja kontinuirano bilježi rast ukupnog turističkog prometa tijekom dužeg niza godina. S ciljem dokazivanja ove tvrdnje u nastavku se daje prikaz kretanja ukupnih turističkih dolazaka i noćenja tijekom proteklih deset godina (Tablica 2.).

**Tablica 2. Turistički promet u Istri 2010.-2019. godine**

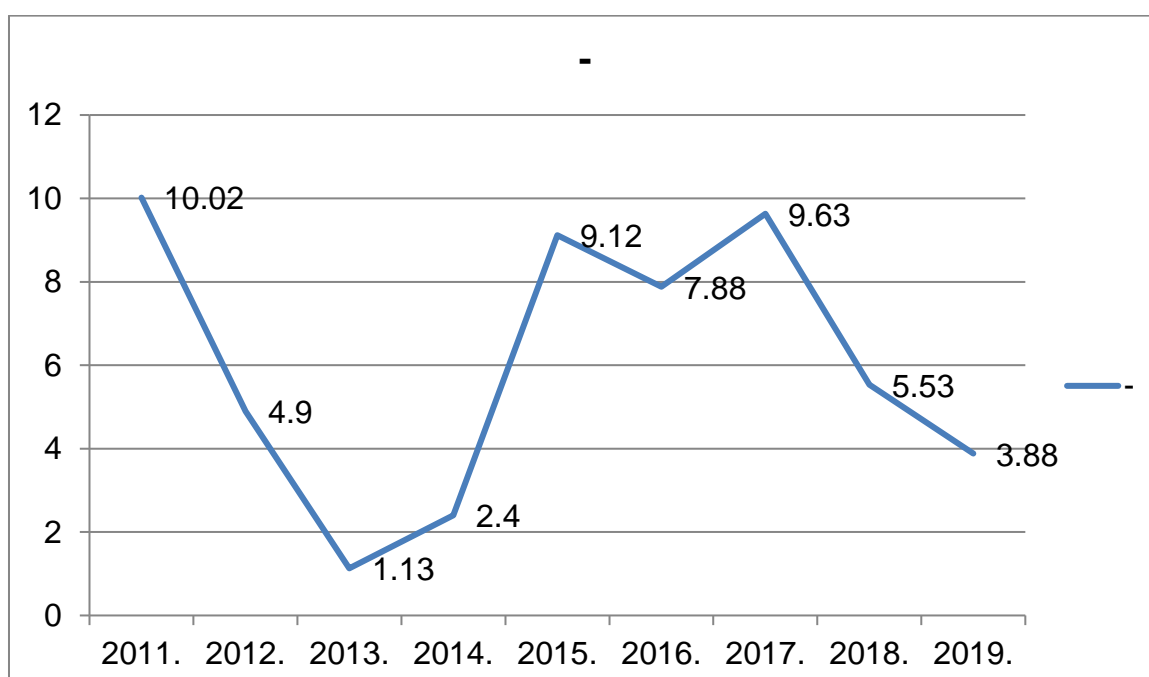
<b>Godina</b>	<b>Ukupni turistički dolasci</b>	<b>Ukupna turistička noćenja</b>
2010.	2 737 779	19 041 644
2011.	3 012 204	20 646 728
2012.	3 159 985	21 992 869
2013.	3 195 564	22 032 695
2014.	3 272 280	22 274 541
2015.	3 570 665	23 668 568
2016.	3 852 114	25 010 890
2017.	4 223 233	27 511 615
2018.	4 456 792	28 443 129
2019.	4 609 820	28 709 938

Izvor: Istra (2020.) Statistika – arhiva. Dostupno na: <https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/statistika/arhiva> (21.06.2020.).

Ovi podaci svjedoče o kontinuiranom rastu turističkog prometa u Istri tijekom prošlog desetogodišnjeg razdoblja. Kontinuitet rasta zabilježen je na razini ukupnih turističkih dolazaka, kao i ukupnih turističkih noćenja.

U nastavku slijedi prikaz prosječnih godišnjih stopa rasta turističkih dolazaka u Istri (Grafikon 2.).

**Grafikon 2. Prosječne godišnje stope rasta turističkih dolazaka 2010.-2019. godine(%)**

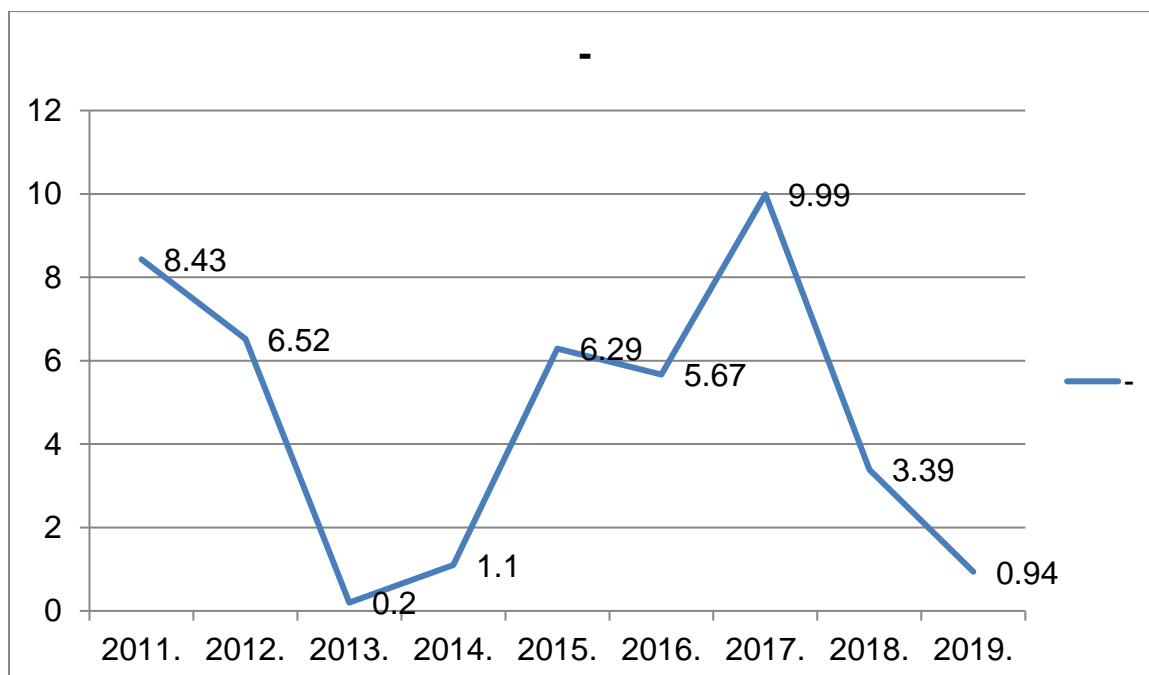


Izvor: Istra (2020.) Statistika – arhiva. Dostupno na: <https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/statistika/arhiva> (21.06.2020.).

U prvim godinama promatranog razdoblja Istra bilježi visoke stope rasta turističkih dolazaka. One bilježe manje vrijednosti u razdoblju 2013. i 2014. godine, no nakon toga ponovno rastu. Vjeruje se kako je na pad prosječnih stopa rasta turističkog prometa djelom utjecala svjetska ekonomska kriza i posljedice koje je izazvala. Oporavak je zasigurno determiniran pristupanjem Hrvatske Europskoj uniji i pojednostavljenjem putovanja u ovu državu.

Pregled prosječnih stopa rasta turističkih noćenja u Istri predočen je Grafikonom 3.

**Grafikon 3. Prosječne godišnje stope rasta turističkih noćenja 2010.-2019. godine(%)**

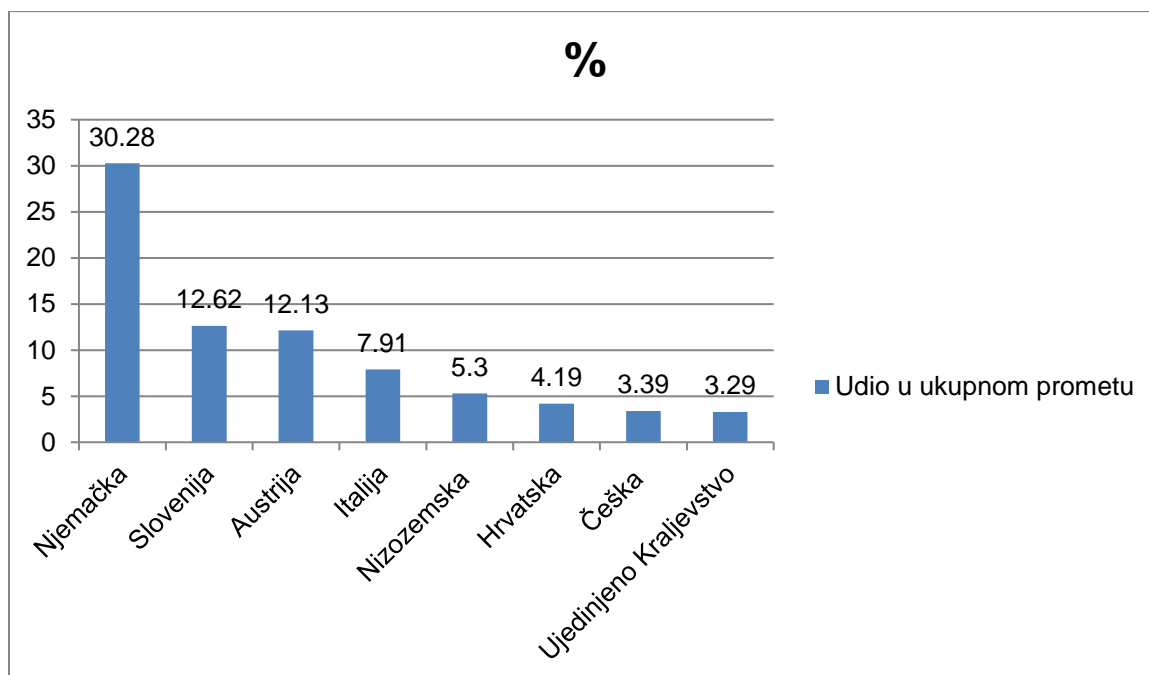


Izvor: Istra (2020.) Statistika – arhiva. Dostupno na: <https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/statistika/arhiva> (21.06.2020.).

Slično kao i na primjeru ukupnih turističkih dolazaka i prosječnih stopa rasta ovog pokazatelja, vidljivo je kako su najviše godišnje stope rasta turističkih noćenja u Istri zabilježene na početku i kraju promatranog razdoblja. Najniže, ali pozitivne, vrijednosti, zabilježene su tijekom 2013., 2014., te 2019. godine.

Treba istaknuti kako su Istru tijekom 2019. godine, kao i u prošlim razdobljima, najviše posjećivali inozemni gosti i to više od 95% njih. Prevladavaju gosti s europskog emitivnog tržišta, a udio vodećih u ukupnim turističkim dolascima i noćenjima prikazuje se Grafikonom 4.

**Grafikon 4. Dominirajuća inozemna tržišta u generiranju turističkog prometa Istre 2019. godine**



Izvor: Istra (2020.) Statistika – arhiva. Dostupno na: <https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/statistika/arhiva> (21.06.2020.).

Treba istaknuti kako je u Istri zabilježen trend dominacije navedenih tržišta od ranije povijesti razvoja turizma na ovome području. Tek se u novije vrijeme otvaraju nova tržišta, među kojima je i tržište Ujedinjenog Kraljevstva.

Daljnja analiza kvantitativnih podataka o turizmu ove turističke destinacije nastavlja se u narednom dijelu poglavlja. Pri tome se daje osvrt na ekonomski značaj turizma u Istri pri čemu se istražuju prihodi od turizma, udio zaposlenih i slični pokazatelji.

## **2.2. PRIHODI OD TURIZMA I ZNAČAJ TURIZMA U ISTRI**

Ekonomski značaj turizma razmatra se na temelju ekonomskih funkcija koje generira. Međutim, kada se prati njego gospodarski značaj na razini neke turističke destinacije najveća pažnja usmjerena je prema udjelu turizma u ukupnom BDP-u promatrane destinacije, to jest vrijednost prihoda koji su generirani u nekom godišnjem razdoblju. Također, vrijedan pokazatelj razvijenosti i ekonomskog značaja turizma jest broj

zaposlenih, to jest udio zaposlenih u turizmu u ukupno zaposlenima na razini promatrane destinacije.

Tijekom 2018. godine turizam Hrvatske je uprihodovao čak 10.096 milijuna eura, što je čak 19,6% udjela ukupnog BDP-a hrvatskog gospodarstva. Najuspješnija turistička destinacija s gledišta ovog pokazatelja ponovno je Istra, u kojoj je zabilježena čak jedna trećina prihoda koja je ostvarena na razini Hrvatske. Ta brojka iznosila je oko 3,3 milijuna eura (Istra, 2020).

Na razini Istarske županije udio zaposlenih u turizmu iznosi oko 22%, a vjeruje se da je ta brojka i nešto veća. Naime, u turizmu se udio zaposlenih razmatra s gledišta izravno i neizravno zaposlenih u turizmu pa je istu vrlo teško precizno odrediti. Ono što je zasigurno jest činjenica da se turizam u Istri razvija tolikim intenzitetom da turistička destinacija u razdoblju turističke sezone ima potrebu za uvozom radne snage iz susjednih zemalja.

### **2.3. PROFIL TURISTA U ISTRI**

Istraživanje Instituta za turizam TOMAS 2014 rezultiralo je opisivanjem profila turista koji posjećuju Istru, što je dalo kvalitetnu osnovu za buduće marketinške i generalno razvojne aktivnosti i planove. Prema dobivenim podacima istaknute su sljedeće značajke (Istarska županija, 2014):

- U Istru dolazi sve manji broj gostiju srednje dobi, ali oni koji dolaze sve su obrazovaniji i većih primanja;
- Oko 8,4% gostiju je najveće platežne skupine (preko 3 500 eura mjesečno po osobi);
- Zabilježen je blagi pad gostiju koji na odmor u Istru putuju s obitelji;
- Evidentan je lagani porast gostiju koji putuju s grupom prijatelja;
- Kao primarni razlog dolaska u Istru i dalje su sunce i more koji jačaju u odnosu na druge motive;
- Zabilježen je rast motiva kao što su gastronomija i priroda, dok svi ostali motivi padaju;

- Internet je glavni izvor informacija, prijašnje iskustvo je i dalje vrlo bitno, dok je najveći pad vidljiv u važnosti tiskanih medija;
- Istra je i dalje dominantno drive-in tržište s padom gostiju koji dolaze zrakoplovom;
- Tijekom 2014.godine prosječna je dnevna potrošnja po gostu iznosila 64 eura te bila za 10% manja u odnosu na 2010. godinu;
- Jedini porast potrošnje je vidljiv na smještaju, ostale kategoriju bilježe pad.

Treba istaknuti da je ovo istraživanje ponovljeno 2017. godine i ne pokazuje značajnije promjene u profilu turista. Ono je pokazalo kako je prosječna dob turista oko 41 godinu, te kako je nastavljen rast udjela visoko obrazovanih turista. Nadalje, a posebice značajno za budući razvoj turizma, istaknuto je značajniji rad udjela turista veće platežne moći, a time i rprosječne potrošnje po turistu (Institut za turizam, 2018).

Najviše turista i dalje dolazi u paru s partnerom, a slijede obitelji. Svaki treći turist već je jednom posjetio destinaciju pa je riječ o lojalnim gostima. U kontekstu prijevoza i dalje dominira cestovni promet, a zabilježen je i rast zračnog prometa. Vodeći motivi dolaska u Istru i dalje su more, kupanje i relaksacija, a slijede iskustva i doživljaji te gastronomija (Institut za turizam, 2018).

### **3. KLAS TERIZACIJA I SELEKTIVNI TURIZAM U RAZVOJU TURIZMA DOŽIVLJAJA U ISTRI**

Uspješni razvoj turizma svake turističke destinacije ne može u praksi biti zasnovan samo na postojanju komparativnih prednosti i jedinstvene te bogate atrakcijske osnove. Ukoliko ne postoji adekvatan sustav i nadzor upravljanja razvojem turizma na tom području nemoguće je govoriti o uspješnom razvoju. Pored toga, on kontinuirano mora biti popraćen praćenju i adekvatnom odgovaranju na međunarodne tržišne trendove i izazove. S obzirom na razvoj selektivnih oblika turizma u Istri, kao i klasterizaciji čitavog područja, moguće je zaključiti kako ova turistička destinacija ima uspješan, međunarodno orijentiran i održiv sustav upravljanja turizmom.

#### **3.1. EKONOMIJA DOŽIVLJAJA I TURISTIČKI DOŽIVLJAJ**

Ekonomija doživljaja ozbiljnije se počinje istraživati u suvremeno doba. S obzirom na činjenicu da je turizam socio-ekonomska pojava, a time ima osobit ekonomski smisao i značaj, jasno je da se s ekonomijom doživljaja intenzivno raspravlja i o turizmu doživljaja. Međutim, unatoč činjenici da je riječ o pojmovima relativno novijeg datuma, začeci razvoja ekonomije doživljaja sežu u raniju povijest ekonomske misli i prakse, no tada im se nije pridavao konkretniji značaj.

Ekonomija doživljaja može se pojmiti kao napredna ili suvremena faza razvoja ekonomije, a tada se misli posjednako na misao i praktične koncepcije. U ovoj fazi ekonomija nadilazi nekadašnje, tradicionalne granice i poprima šire značenje, a time i ulogu na razini neke države i lokalne zajednice. Nastavno tome, danas je moguće govoriti o novim paradigmama i široj percepciji ekonomije i svih njezinih podsustava, a time i turizma.

Ekonomija doživljaja je kompleksna kategorija, koja zahtijeva interdisciplinarni pristup istraživanja, a osim ekonomskim ciljevima i interesima, sve više je usmjerena onim socio-kulturnim i ekološkim. Time ona predstavlja i održivu ekonomiju s obzirom da

se snažno oslanja na dimenzije i vrijednosti održivosti. U skladu s time, turizam doživljaja može se percipirati na podjednaki način.

Kako bi se optimalno predstavilo značenje ovih termina pažnju je važno usmjeriti prema doživljaju, kao središnjem pojmu ove problematike. Psihološki gledano, on se segmenira na tri osnovne kategorije, a to su (Vitasović, 2012):

1. Kognitivne ili spoznajne – djelovanje objektivnog svijeta i načina na koji se on emocionalno doživljava;
2. Emocionalne ili čuvstvene – to su reakcije na vanjske prilike koje izazovaju ugodu ili neugodu;
3. Motivacijske – misli se na reakciju ili nastavak emocionalne kategorije doživljaja.

S gledišta turističkog doživljaja treba istaknuti da je njegovo ostvarenje u praksi jedan od najizazovnijih zahtjeva u suvremeno doba, a s njim se suočavaju dionici u turizmu, kao i turističke destinacije. Kako bi se on ostvario i poprimio pozitivne implikacije važno je da u proces njegova stvaranja budu integrirani svi dionici, a time se misli i na same turiste, koji su značajnim dijelom kreatori turističkog doživljaja.

Ekonomija doživljaja prepoznaje tri osnovne vrste turističkih proizvoda, a to su (Vitasović, 2012):

1. Formalni turistički proizvod ili proizvod koji turisti percipiraju da su kupili;
2. Generički turistički proizvod je stvarni proizvod koji je konzumiran od strane turista;
3. Prošireni turistički proizvod predstavlja kombinaciju generičkog proizvoda i dodane vrijednosti u turizmu.

Značaj istraživanja turističkog doživljaja u okviru strategije razvoja turizma neke destinacije ili sustava upravljanja razvojem njezina turizma očituje se u činjenici da turistički doživljaji danas predstavlja segment turističkog proizvoda. Time je zapravo svaki turistički proizvod agregirani skup niza turističkih doživljaja. Onda kada su ti doživljaji pozitivni moguće je tvrditi kako je turistički proizvod uspješan (Križman Pavlović, 2008).



Sastavni elementi turističkog proizvoda koji se razmatra u okviru ove suvremene koncepcije su sve one faze i inputi prije, tijekom i nakon putovanja turista u turističku destinaciju. Turistički doživljaj time je uvjetovan iskustvom i autentičnom prezentacijom destinacije. Uvelike je riječ o subjektivnim kategorijama, koje je moguće osigurati na način da se atrakcijska osnova adekvatno valorizira i prezentira na objektivno autentičan način.

Postoje mnoge odrednice koje danas doprinose ostvarenju turističkog doživljaja u turizmu. Neke od ključnih su (Lekić, 2018):

- Kvaliteta;
- Autentično iskustvo i objektivna prezentacija atrakcijske osnove;
- Visoka specijalizacija u turizmu;
- Razvoj selektivnih oblika turizma;
- Pružanje dodane vrijednosti u turizmu.

Treba istaknuti da se selektivni oblici turizma s opravdanjem danas razmatraju kao integrirani turistički proizvodi, tematske prirode. Danas postoji veliki broj selektivnih oblika turizma koji su usmjereni prema određenim tržišnim nišama. Brojnosti takvih proizvoda svjedoči o heterogenoj atrakcijskoj osnovi destinacije, kao i o bogatstvu njezine turističke ponude.

### **3.2. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA ISTRE**

Strateški razvoj turizma Istarske županije predočen je krovnim strateškim dokumentom, Master planom razvoja turizma Istarske županije za razdoblje 2015.-2025. godine. Polazište dokumenta jest situacijska analiza, kao i tržišna analiza. Time se identificiraju aktualna događanja na užem i širem turističkom tržištu, kao i internoj te eksternoj okolini. Pored toga, istaknute su i uspješne prakse razvoja vodećih konkurenata i bližih turističkih tržišta Republike Hrvatske.

U strateškom dijelu ovoga dokumenta, koji ima izniman značaj u definiranju budućeg razvoja predmetne turističke destinacije istaknuto je kako su generičke opcije njezina dugoročnog razvoja zapravo specijalizacija na dominantnom proizvodu, te širenje

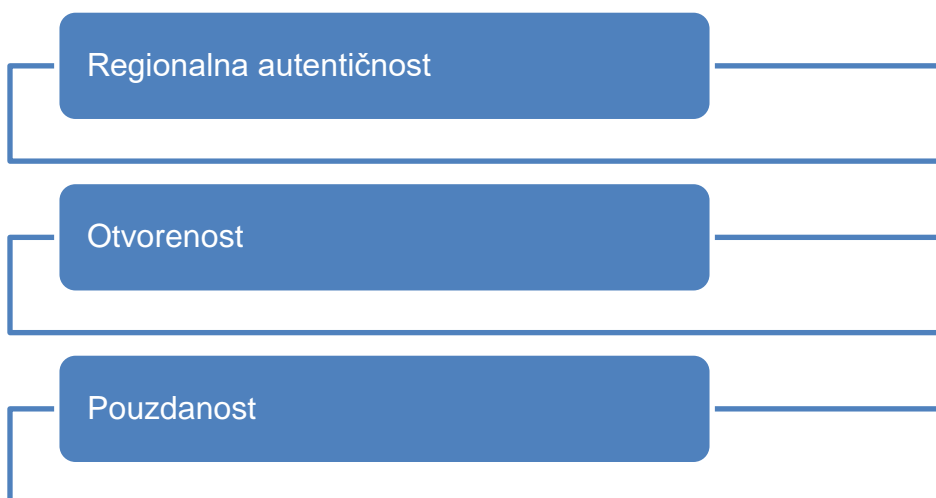
sezone na osnovu modela višedodane vrijednosti. Nastavno tome definirana su sljedeća strateška uporišta (Istarska županija, 2014):

- Istarski je turizam nastao državno induciranim modelom šezdesetih i sedamdesetih
- godina prošlog stoljeća, no početkom ovog stoljeća neovisno se počeo odvijati organski model razvoja kroz kvalitetne poduzetničke klime i inovacija u području gastronomije, vina, maslina, malih obiteljskih hotela i interpretacija specifičnosti destinacije;
- Danas postoji niz prirodnih i kulturnih resursa koji još uvijek nisu formirani u komercijalne turističke proizvode, a ukazuju na zavidan potencijal razvoja;
- Glavni dionici danas su svjesni da je prethodno razdoblje iscrpilo potencijale rasta na fizičkom prometu i povećanju cijena postojećih kapaciteta pa se podiže svijest da dosadašnju individualnu borbu za maksimiranje vlastitih interesa mora zamijeniti timski rad u turizmu;
- Dionici privatnog sektora turizma prepoznaju poslovno okruženje kao jednu od glavnih mana turizma ove destinacije;
- Članstvo Hrvatske u Europskoj uniji donijelo je nove razvojne mogućnosti, posebice zbog mogućnosti korištenja financijskih sredstava iz Europskih strukturnih i investicijskih fondova. Osim toga, Istra je postala turistička regija EU čime ona postaje integriranija u globalno tržište, a također je uveden nadzor nad poslovnim praksama i kriterijima održivog razvoja.

Strateška uporišta ujedno predstavljaju smjernice budućeg razvoja ove destinacije. Pored njihvažno je izdvojiti viziju i misiju budućeg razvoja. Vizija glasi: „Istra 2025. je globalno prepoznata turistička regija koja je svoje autentične vrijednosti uspješno integrirala u udoban i poželjan životni prostor. Istarski način života određuje njenu autentičnu regionalnost, koja na otvoren i pouzdan način razvija originalne, inovativne i konkurentne turističke proizvode kroz suradnju svih aktera (Istarska županija, 2014: 115)“.

Misija razvoja turizma ove turističke destinacije može se predočiti na sljedeći način (Slika 3.).

### Slika 3. Misija razvoja turizma Istarske županije



Izvor: Istarska županija (2014.) Master plan razvoja turizma Istarske županije 2015.-2025. godine. Dostupno na: <https://www.istra.hr/hr/business-information/tzi/master-plan-turizma-istre> (23.06.2020.).

Tri su temelja misije razvoja turizma ove turističke destinacije. Svaki od njih ima nekoliko uporišta. Regionalna autentičnost Istre počiva na gastronomiji, regionalnoj kulturi i prirodi, lokalnim atrakcijama i doživljaju te arhitekturi. Ujedno su to i vodeće snage ove destinacije.

Kategorija otvorenosti podrazumijeva prisutnost na globalnom tržištu, zadovoljstvo gostiju i zaposlenika, ali i inovativnost. Na ovim se uporištima temelji poslovni nastup predmetne turističke destinacije.

Posljednji temelj misije je pouzdanost, a ona podrazumijeva brigu za resurse, kvalitetu proizvoda i usluga, edukaciju i društvenu odgovornost. Može se istaknuti kako se ovim uporištima osigurava kvalitetan, dugoročan i održivi razvoj turizma.

Strategija pozicioniranja Istre na međunarodnom turističkom tržištu u budućnosti bi trebala osigurati razvoj strateških ciljeva ove turističke destinacije. Može se tvrditi kako je ona vrlo inovativna i međunarodno orijentirana, što se potvrđuje činjenicom da se podjednaka pažnja posvećuje racionalnim i emocionalnim čimbenicima.

Racionalni čimbenici pozicioniranja Istre su (Istarska županija, 2014):

- Poduzetna;
- Po mjeri;
- Kvaliteta proizvoda i usluga;
- Autentična;
- Odgovorna;
- Raznovrsna.

Nadalje, emocionalni čimbenici, koji nadopunjuju prethodne su (Istarska županija, 2014):

- Gostoljubiva;
- Progresivna;
- Otvorena;
- Raznovrsna;
- Objektivna;
- Svježā i prirodna;
- Vitalna;
- Aktivna.

Kako bi se ova strategija provela na optimalni naćin, a time ujedno potvrdila inovativnost u razvoju turizma ove turistićke destinacije, imperativ je postavljen na razvoj tematskog turizma, odnosno selektivne oblike turizma i klastere ili klasterizaciju. Rijeć je o strateškim koncepcijama kojima se nastoji inovirati u turizmu, ali i zadovoljiti suvremene međunarodne trendove i izazove. Smatra se kako je klasterizacija jedan od vodećih ćimbenika razvoja ove turistićke destinacije.

### **3.3. KLASTERI I SELEKTIVNI TURIZAM KAO INOVATIVNI TURISTIĆKI PROIZVODI**

Klasterizacija se najjednostavnije mođe pojmiti kao smisljena i teritorijalna podjela nekog prostora na klastere. Pripadnost općina pojedinom klasteru u domeni je odluka klastera i samih jedinica lokalne samouprave. U Istri je klasterizacija obrađena i

prethodnim Master planom razvoja turizma, no nešto veći značaj daje joj se u okviru trenutno važećeg.

Razvoj klastera u Istri ima nekoliko ciljeva. Moguće je govoriti o:

- Uspostavi boljeg sustava upravljanja razvojem;
- Učinkovitiji sustav kontrole i nadzora;
- Pozicioniranje;
- Uravnoteženje razvoja ruralnih i urbanih prostora;
- Valorizacija u turizmu;
- Razvoj novih integriranih proizvoda;
- Generiranje nekolicine vodećih i niza dodatnih selektivnih oblika turizma;
- Obogaćenje turističke ponude i slično.

Predmetnim planom postavljene su osnove tržišnog pozicioniranja i turističkog razvoja šest osnovnih klastera u Istri, koji čine strateške turističke destinacije nešto širih granica, ali i integrirane turističke proizvode koji imaju za cilj pružanje autentičnog doživljaja i dodane vrijednosti u turizmu.

Klasteri Istre su (Istarska županija, 2014):

- Umag:
  - Karakter: aktivna Istra;
  - Dominantni proizvodi su sunce i more, sport i aktivnosti, enogastronomija;
- Poreč:
  - Karakter: živahna Istra;
  - Dominantni proizvodi su sunce i more, sport i aktivnosti, kratki odmori;
- Rovinj:
  - Karakter: istarski šik;
  - Dominantni proizvodi su kratki odmori, sunce i more, touring, kultura;
- Pula:
  - Karakter: inspirirajuća Istra;
  - Dominantni proizvodi su sunce i more, kratki odmori, touring i kultura, sport i aktivnosti;

- Labin:
  - Karakter: ležerna Istra;
  - Dominantni proizvodi: sunce i more, touring i kultura, događaji;
- Središnja Istra:
  - Karakter: skrivena, autentična Istra;
  - Dominantni proizvodi su enogastronomija, kratki odmori, touring i kultura.

Vidljivo je kako se svaki od navedenih klastera pozicionira na osnovu temeljnih obilježja i atrakcija svakog zasebnog prostora. Time se ističu karakteri ili pozicionirajući imidži ovih klastera. Ujedno su određeni i dominantni turistički proizvodi, u skladu s time. Vidljivo je da svaki od klastera, izuzev Središnje Istre, kao jeda od proizvoda razvija proizvod sunce i more, koji se može smatrati i dalje strateškim proizvodom ove turističke destinacije generalno.

Smatra se kako je predmetne klastere moguće razmatrati kao integrirane turističke proizvode Istre, koji se razvijaju u skladu sa specifičnostima prostora i mogućnostima razvoja, uz kontinuirano praćenje i zadovoljanje međunarodnih turističkih trendova i zahtjeva. Poseban značaj klastera očituje se u tendenciju zadovoljenja suvremenih izazova u turizmu, koji se odnose na specijalizaciju, dodanu vrijednost, a posebice pružanje turističkog doživljaja i autentičnog iskustva.

U kontekstu selektivnih oblika turizma, moguće je identificirati nekoliko osnovnih. Oni su i prethodno istaknuti, u smislu svakog od navedenih klastera, međutim u Istri postoje i brojni drugi. Svi oni čine portfolio ove turističke destinacije.

Vodeći strateški turistički proizvod u Istri, kao što je i istaknuto je proizvod sunce i more. On generira čak preko 85% ukupnog fizičkog prometa sasuboptimalno razvijenim turističkim lancem vrijednosti.

Fokus su pri tome kampovi i smještaju domaćinstvu bez značajne dodane vrijednosti u doživljajima ili makroekonomskim efektima. Iako ovaj turistički proizvod maksimizira prihode i zaposlenost u turizmu, često je pitanje koliko on odgovara ekonomiji doživljaja i dugoročnoj stabilnosti. Osnovne prijetnje koje se uznjega vežu su

sezonalnost u turizmu, senzibilnost s obzirom na vremenske i ostale prilike, te problematika zasićenosti tržišta.

Od ostalih turističkih proizvoda u smislu selektivnih oblika turizma izdvajaju se (Istarska županija, 2014):

- Kratki odmori koji čine oko 5% ukupnog fizičkog prometa i usko su povezani s ključnim praznicima glavnih emitivnih tržišta, poput Slovenije i Italije, Bosne i Hercegovine;
- Sport i aktivnosti kao proizvod koji realizira oko 3% ukupnog fizičkog prometa i koji je uposljednih pet godina unaprijedio vlastiti lanac vrijednosti, no još uvijek nije dovoljno atraktivan niti konkurentan na Mediteranu;
- Touring i kultura, proizvod koji sudjeluje u ukupnom fizičkom prometu sa 2% i kojije neopravdano podcijenjen u Istri;
- Industrija sastanaka ili MICE turizam je proizvod koji bez značajnog razvoja ostvaruje oko 2% ukupnog turističkog prometa, a usko povezanog sa organizacijom manjih i srednjih konferencija i kongresa u primarno hotelskim kapacitetima;
- Događaji ili event turizam ostvaruje oko 1% ukupnog fizičkog prometa i rezultat je individualnih napora hotelskih poduzeća ili manjih poduzetnika u stvaranju festivala i događaja koji su razlog dolaska u Istru;
- Vino i gastronomija javljaju se kao glavni razlog dolaska u Istru, a ovaj proizvod je na razini oko 1% ukupnog fizičkog prometa;
- Zdravlje i wellness je proizvod koji realizira nešto manje od 1% ukupnog fizičkog prometa zahvaljujući individualnim naporima poduzeća, a line kao profesionalnog proizvoda koji se komercijalizira na emitivnim tržištima prijesvega zbog nedostatka kvalitetnog hardvera.

Od ostalih selektivnih oblika turizma treba istaknuti kulturni i povijesni turizam, avanturistički turizam, golf turizam i ronilački turizam koji u proteklih nekoliko godina bilježi sve veću inozemnu turističku potražnju. Smatra se ako izletnički turizam također ima osobit potencijal razvoja, no nije na adekvatan način organiziran i promoviran. Snage ovog proizvoda očituju se u mogućnosti produljenja turističke sezone i reduciranju sezonalnosti, te maksimizaciji domaćeg turizma.

### 3.4. TEMELJNA RAZVOJNA OGRANIČENJA TURIZMA ISTRE

Istra se tijekom razvoja turizma suočava s nekoliko temeljnih ograničenja. Neka od njih su dugoročnog karaktera, dok ostatak čini manje zahtijevne probleme razvoja. Reduciranje i postupno rješavanje tih problema ili ograničavajućih čimbenika predstavlja zapravo smjernice budućeg razvoja ove destinacije, a o njima se raspravlja u okviru razvojnih programa i projekata Istarske županije.

Operativne strategije razvoja Istre usmjerene su prema reduciranju ovih problema i ograničavajućih čimbenika razvoja. One su predočene i sistematizirane u okviru krovnog strateškog dokumenta, koji je predmetn interesa ovog rada. One se odnose na (Istarska županija, 2014):

- Razvoj turističkih proizvoda;
- Razvoj smještaja i upravljanje smještajnim kapacitetima;
- Razvoj turističke infrastrukture;
- Povlačenje sredstava iz EU fondova;
- Zaštitu prostora i kulturnih vrijednosti;
- Razvoj ljudskih resursa;
- Inovacije.

Najjednostavnije je istaknuti da svako od ovih područja zahtijeva manje ili više hitne intervencije i unaprijeđenje opće situacije te prilika. U kontekstu razvoja turističkih proizvoda potrebno je promišljati o dugoročnoj konkurentnosti i inovativnosti te modernizaciji proizvoda.

Neopravdano je i dugoročno neodrživo oslanjati se na jedan strateški proizvod i isti samo dopunjavati onim ostalima, kako je trenutno navedeno. Smatra se potrebnim osnažiti perspektivne proizvode i iste jače promovirati na međunarodnom turističkom tržištu.

To su primjerice ruralni turizam, kulturni turizam, kongresni i nautički turizam te sličnim oblici. Kako bi se isti intenzivnije razvili, važno je poticati investicijske cikluse



u jačanje specifične turističke infrastrukture, promociju ovih turističkih proizvoda, ali i u njihovo povezivanje u okviru turističkih tura.

U području razvoja i upravljanja smještajnim kapacitetima važno je ulagati sredstva u razvoj njihove kulture ipovećanje kategorizacije. Također, treba promišljati o povećanju popunjenosti hotelskog smještaja koji donosi veće prihode i smanjuje sezonalnost. Osim toga, korisno je usmjeriti se na ponudu novih smještajnih objekata kao što je glamping turizam.

O problematici razvoja turističke infrastrukture već je bilo riječi. Ona je usko povezana s jačanjem investicija i unaprjeđenjem poduzetničke klime u destinaciji. Također, veliki poticaj tome daju fondovi Europske unije, a u tu svrhu važno je jačati inovativne projektne ideje.

Zaštita prostora i kulturnih vrijednosti povezana je s jačanjem održivog razvoja u Istri. Smatra se kako su učinjeni ozbiljni koraci u tom smjeru, a s istima je važno nastaviti i u budućnosti. Veliku podršku tome dati će razvoj ljudskih potencijala i ulaganje u razvoj ljudskih resursa.

U svrhu provedbe ovih operativnih strategija, a time i u svrhu jačanja konkurentnosti te kvalitete poslovanja predmetne turističke destinacije, važno je provoditi informiranje javnosti o koristima turizma i optimalnim strategijama njegova razvoja. Ključna je i participacija svih dionika, posebice lokalne zajednice i poduzetnika. Kako bi se čitav proces pojednostavio i učinio efikasnijim važno je jačati suradnju među dionicima, posebice u području javnog i privatnog partnerstva, ali i malog te srednjeg poduzetništva.

Vjeruje se kako turizam Istre raspolaže zavidnim resursima i potencijalom, koji je važno prepoznati, valorizirati i komercijalizirati. Osim toga, sustav kontrole i nadzora osigurati će održivost i dugoročnu isplativost ovog procesa. Povezivajući sve navedne elemente i usmjeravajući se u smjeru reduciranja temeljnih ograničenja moguće je dodatno ojačati konkurentnost ove turističke destinacije na međunarodnom turističkom tržištu, te ju učiniti suvremenom, inovativnom i održivom turističkom destinacijom.

S obzirom na to, u budućnosti bi Istra mogla postati globalni primjer uspješne prakse turističkog razvoja. Time bi mogla poslužiti kao konceptualni primjer za održivo upravljanje prostorom i resursima u turističke svrhe, kao i primjer destinacije koji lojalnim i novim turistima pruža visoku kvalitetu, autentičan doživljaj, jedinstveno iskustvo i dodanu vrijednost.

## ZAKLJUČAK

Istra je najkonkurentnija turistička destinacija u Republici Hrvatskoj i jedna od konkurentnijih na Mediteranu. Konkurentnost njezina turizma i dugogodišnji uspjeh turističkog poslovanja možemo potvrditi konkretnim turističkim pokazateljima. Primarno se misli na kontinuitet rasta ukupnih turističkih dolazak i noćenja, čije su vrijednosti i godišnje stope rasta predočene i analizirane u ovome radu.

Osim turističkog prometa, kao argument koji dokazuje iznimni značaj turizma ove destinacije, mogu se izdvojiti prihodi od turizma i udio zaposlenih u turizmu. S obzirom da Istra generira oko jedne trećine ukupnih prihoda hrvatskog turizma činjenica je kako je riječ o najperspektivnijoj turističkoj destinaciji na ovom nacionalnom prostoru.

Turizam Istre uspjeh može potvrditi i u kontekstu lojalnosti gostiju, s obzirom da značajni udio inozemne turističke potražnje ovu destinaciju posjećuje već nekoliko puta pa čak i duži niz godina. Na takve rezultate zasigurno utječu atraktivnost prostora, ali i ostali čimbenici koji ukazuju na temeljne snage ove turističke destinacije.

Aktualni strateški koncept razvoja turizma Istre temelji se na praćenju i zadovoljavanju međunarodnih turističkih trendova i izazova, koji postaju sve dinamičniji i nepredvidivi. Način na koji se ona nastoji optimalno pozicionirati na međunarodnom turističkom tržištu, a time i realizirati strateške ciljeve, očituje se u jačanju razvoja selektivnog turizma i provedbi klasterizacije. Vjeruje se kako je to kvalitetna strategija razvoja, uz poštivanje niza operativnih strategija koje su istražene i pripadajućih mjera.

Kao i svaka turistička destinacija, Istra se suočava s konkretnim ograničenjima i prijetnjama iz okoline. Na većinu njih moguće je utjecati, no unatoč tome mnoga ograničenja egzistiraju na ovome prostoru već duže vrijeme. Misli se primjerice na sezonalnost u turizmu, koja se javlja kao posljedica pretjeranog oslanjanja na jedan turistički proizvod, sunce i more.

Vidljivo je kako je Istra svjesna svojih snaga i slabosti, te prilika i prijetnji, što potvrđuju operativne strategije kojima se nastoje reducirati osnovni nedostaci. Misli se na potrebu za učinkovitijim razvojem portfolia, ulaganjima u razvoj ljudskih potencijala, razvoj infrastrukture i unaprjeđenje investicijske klime, kao i učinkovitije povlačenje i iskorištavanje financijskih sredstava iz Europskih strukturnih i investicijskih fondova.

Uz poduzimanje analiziranih aktivnosti i dosljednost viziji temisji razvoja, Istra bi u budućnosti mogla postati još konkurentnija i uspješnija turistička destinacija. U tom smislu moguće ju je sagledati kao uzoran primjer razvoja turizma u Hrvatskoj, ali i šire.

## LITERATURA

Knjige i članci:

- Blažević B. (2007.) Turizam u gospodarskom sustavu. Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija
- Jadrešić, V. (2001.) Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni, Zagreb, Školska knjiga
- Križman Pavlović, D. (2008.) Marketing turističke destinacije. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za ekonomiju i turizam "Dr. Mijo Mirković". Zagreb: Mikrorad d.o.o.
- Magaš, D. (2000.) Razvoj hrvatskog turizma, Rijeka
- Orlić, I. (2013.) Istra kroz tri generacije. Izdanja etnografskog muzeja Istre, Pazin
- Ružić, P. (2013.) Ruralni turizam Istre. Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Pula
- Vitasović, A. (2012.) Ekonomija doživljaj i konkurentnost hrvatske turističke ponude – doktorska disertacija. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“

Internet izvori:

- Ekonomski institut Zagreb (2019.) Turizam. Dostupno na: [https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa\\_turizam\\_2019.pdf](https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa_turizam_2019.pdf) (20.06.2020.)
- Hrvatska turistička zajednica (2019.) Turizam u brojkama 2018. Dostupno na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR\\_%202018\\_0.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR_%202018_0.pdf) (20.06.2020.)
- Institut za turizam (2018.) Tomas ljeta 2017. Dostupno na: [http://www.iztg.hr/UserFiles/file/novosti/2018/TOMAS-Ljeta-prezentacija-2017-06\\_02\\_2018-FIN.pdf](http://www.iztg.hr/UserFiles/file/novosti/2018/TOMAS-Ljeta-prezentacija-2017-06_02_2018-FIN.pdf) (22.06.2020.)

- Istra (2020.) Istra-regija kulture. Dostupno na: <http://www.istra-istria.hr/index.php?id=258> (20.06.2020.)
- Istra (2020.) Priopćenja. Dostupno na: <https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/priopcenja/2341> (20.06.2020.)
- Istra (2020.) Prometna infrastruktura. Dostupno na: <http://www.istra-istria.hr/index.php?id=259> (20.06.2020.)
- Istria Experience (2020.) Istra. Dostupno na: <https://www.istriaexperience.com/hr/istra/> (20.06.2020.)
- Lekić, R. (2018.) Volontiranje kao proizvod iskustva i doživljaja u suvremeno doba. Dostupno na: [https://www.volonturizam.info/images/doc/Volonturizam\\_Leki.pdf](https://www.volonturizam.info/images/doc/Volonturizam_Leki.pdf) (23.06.2020.)
- Rakalj (2020.) Istra. Dostupno na: <https://rakalj.wordpress.com/2018/02/13/istra/> (23.06.2020.)

## POPIS SLIKA

Slika 1. Istra i vodeće turističke destinacije u Istri.....	4
Slika 2. Nacionalni park Brijuni .....	5
Slika 3. Misija razvoja turizma Istarske županije.....	21

## POPIS TABLICA

Tablica 1. SWOT analiza Istre .....	9
Tablica 2. Turistički promet u Istri 2010.-2019. godine .....	11



## POPIS GRAFOVA

Grafikon 1. Struktura smještajne ponude Istre 2018. godine .....	8
Grafikon 2. Prosječne godišnje stope rasta turističkih dolazaka 2010.-2019. godine (%).....	12
Grafikon 3. Prosječne godišnje stope rasta turističkih noćenja 2010.-2019. godine (%) .....	13
Grafikon 4. Dominirajuća inozemna tržišta u generiranju turističkog prometa Istre 2019. godine.....	14

## SAŽETAK

Istra je vodeća turistička destinacija u Hrvatskoj, ali i jedna od uspješnijih na Mediteranu. O njezinu uspjehu i učinkovitom razvoju svjedoče kvantitativni pokazatelji o turističkom prometu, koji već duži niz godina raste. Osim ovih podataka, treba istaknuti i lojalnost gostiju, kao i rastuću konkurentnost destinacije na međunarodnom turističkom tržištu.

Osnovna ograničenja u razvoju turizma Istra nastoji reducirati inovativnošću, investicijama i praćenjem međunarodnih turističkih zahtjeva. Temeljne strateške odrednice njezina razvoja su kvaliteta, selektivni oblici turizma, klasterizacija i održivi razvoj. Osim ovih uporišta treba istaknuti i niz operativnih strategija koja nude rješenja za osnovne probleme današnjeg razvoja.

Prioriteti ove turističke destinacije su ulaganje u infrastrukturu i ljudske potencijale, razvoj turističkih proizvoda, jačanje investicija i inovacija, zadovoljenje međunarodne turističke potražnje i iskorištavanje EU fondova. Istra se nalazi na dobrom putu da postane međunarodnim primjerom spješne prakse razvoja održivog, inovativnog i doživljajnog turizma.

*Ključne riječi: Istra, turistički razvoj, održivost, turistički doživljaj.*

## SUMMARY

Istria is the leading tourist destination in Croatia, but also one of the most successful on the whole Mediterranean. Its success and efficient development has been confirmed by quantitative indicators of tourist traffic that has been growing for many years. In addition to these data, we should emphasize the loyalty of guests, as well as the competitiveness on the international tourism market.

Basic limitations in the development of Istrian tourism should be reduced by innovation, investments and monitoring the international tourism requirements. Basic strategy is determined by quality, selective tourism, clusters and sustainable development. In addition to these strongholds, it should be highlighted in a number of operational strategies that offer solutions to the basic problems of today's development.

The priorities of Istrian tourism are investments in infrastructure and human resources, development of tourist products, strengthening of investments and innovations, satisfaction of international tourist trips and use of EU funds. Istria will become an excellent example of sustainable, innovative and experiential tourism destination.

*Keywords: Istria, tourism development, sustainability, tourism experience.*