

Istarska županija kao turistička destinacija

Radešić, Nicole

Master's thesis / Diplomski rad

2022

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:836969>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-14**



Repository / Repozitorij:

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



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

NICOLE RADEŠIĆ

ISTARSKA ŽUPANIJA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA

Diplomski rad

Pula, rujan 2022.

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

NICOLE RADEŠIĆ

ISTARSKA ŽUPANIJA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA

Diplomski rad

JMBAG: 0303066753, Nicole Radešić, redoviti student

Studijski smjer: Poslovna ekonomija - Turizam i razvoj

Broj indeksa: 4646 - E, redoviti student

Predmet: Selektivni turizam

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Trgovina i turizam

Mentor: prof. dr. sc. Aljoša Vitasović

Pula, rujan 2022.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Nicole Radešić, kandidat za magistra ekonomije, smjera Poslovna ekonomija – Turizam i razvoj, ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, 23. rujan 2022. godine



IZJAVA o korištenju autorskog djela

Ja, **Nicole RADEŠIĆ**, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj Diplomski rad pod nazivom „**ISTARSKA ŽUPANIJA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA**“ 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, 23. rujan 2022. godine

Potpis

SADRŽAJ

1. UVOD.....	6
2. TURISTIČKO TRŽIŠTE I TURISTIČKA DESTINACIJA.....	8
2.1. Odrednice i funkcije turističkog tržišta	8
2.2. Turistička destinacija kao sustav	11
2.3. Životni ciklus turističke destinacije.....	12
2.4. Brend i turističko iskustvo destinacije.....	13
3. OBILJEŽJA TURIZMA ISTARSKE ŽUPANIJE.....	15
3.1. Istarska županija – turistički profil.....	15
3.2. Kvantitativna analiza turizma Istre.....	19
3.3. Turistički trendovi i potencijali razvoja turizma u Istri.....	28
3.4. SWOT analiza turizma Istre.....	32
4. KVALITATIVNA ANALIZA TURIZMA ISTARSKE ŽUPANIJE	
5. ZAKLJUČAK	
LITERATURA	
POPIS SLIKA	
POPIS TABLICA	
POPIS GRAFIKONA	

1. UVOD

Turizam je najsnažniji gospodarski sektor i ključan je za gospodarstvo jedne zemlje, a održivi razvoj turizma zahtijeva razumijevanje složenih međusobnih odnosa i interakcija između mnoštva okolišnih čimbenika i interdisciplinarnih snaga koje igraju ključnu ulogu u razvoju turizma. Pravilno pozicioniranje na dinamičnom i konkurentnom turističkom tržištu uvjetovano je praćenjem suvremenih trendova kroz koje se identificiraju kretanja potražnje, nove tržišne prilike, područja mogućih ulaganja i infrastrukturne potrebe. Turizam kao djelatnost obećava mnogo za cjelokupno gospodarstvo.

Istarska županija je najrazvijenija turistička destinacija Hrvatske i kao takva je prepoznata kao konkurentna i atraktivna na brojnim globalnim emitivnim turističkim tržištima. U percepciji turista, ima status prirodno očuvane i turističkim resursima bogate destinacije koja nudi brojne kapacitete za udobnost, zabavu i aktivan odmor. Bogata prirodnim resursima, poput potoka, valovitih brda, manjim gradićima smještenim na vrhovima u unutrašnjosti Istre, ali i stjenovitom obalom i šljunčanim plažama uz ponudu hotelskih kapaciteta visoke kategorizacije, kao destinacija je izvrsna opcija izbora turista za boravak i odmor. U svojoj turističkoj ponudi nudi obilje očaravajućih detalja: crkvena pročelja, malene seoske uličice sa svojim specifičnim arhitektonskim notama, žuborenje potoka, rascvjetalo bilje, šum mora i slično. Lokalno stanovništvo je srdačno, gostoljubivo i prijateljsko. Istra je najveća zelena oaza sjevernog Jadrana. Kao takva ima status bisera očuvane prirode, gdje turisti vole boraviti zbog njezinih netaknutih resursa, tišine i mira te gostoljubivosti domaćina.

Cilj ovog Diplomskog rada je prikazati Istru kao atraktivnu i snažno brendiranu turističku destinaciju, koja je na međunarodnim turističkim tržištima prepoznata kao atraktivna destinacija. Svrha Diplomskog rada je ukazati na potencijale razvoja Istre kao destinacije te kako je dosadašnjim iskustvom razvoja destinacije uspjela postići najviši konkurentan položaj na hrvatskom turističkom tržištu.

U radu su u različitim kombinacijama primijenjene znanstvene metode: metoda deskripcije, metoda analize i sinteze, metoda generalizacije, metoda indukcije i dedukcije te metoda analize i sinteze.

Struktura rada podijeljena je na pet poglavlja. U uvodu je objašnjena uvodna riječ, cilj i svrha rada, struktura rada te znanstvene metode. Drugo poglavlje opisuje teorijske odrednice turističkog tržišta i destinacije te njezin razvoj, životni ciklus i brend. U trećem poglavlju opisana su kvantitativna obilježja turizma Istarske županije, s prikazom njezinih trendova i potencijala u turizmu, kao i SWOT analize turizma Istre. Četvrto poglavlje obrađuje kvalitativnu analizu, navodi turistiške atrakcije i manifestacije u Istri i sadrži kritički osvrt na provedeno istraživanje. U zaključku će se dati zaključni osvrt o istraženom temi.

2. TURISTIČKO TRŽIŠTE I TURISTIČKA DESTINACIJA

Turističko tržište predstavlja mjesto susreta turističke ponude i potražnje, gdje se turistima nude brojne destinacije u koje žele putovati iz užitka ili posla. Predstavlja skup odnosa ponude i potražnje u području turističkih proizvoda i usluga. Na turističkom tržištu obavljaju se poslovi privlačenja, smještaja, vođenja tura i zabave turista. Turisti dolaze u odabranu turističku destinaciju kao mjesto odabira za svoj odmor i zabavu, gdje će doživjeti nezaboravno turističko iskustvo. U tom kontekstu su turističke destinacije i njihova ponuda osnova razvoja turističke ponude neke zemlje. U ovom poglavlju će biti riječi o odrednicama turističkog tržišta, razvoju, životnom ciklusu i brendu turističke destinacije.

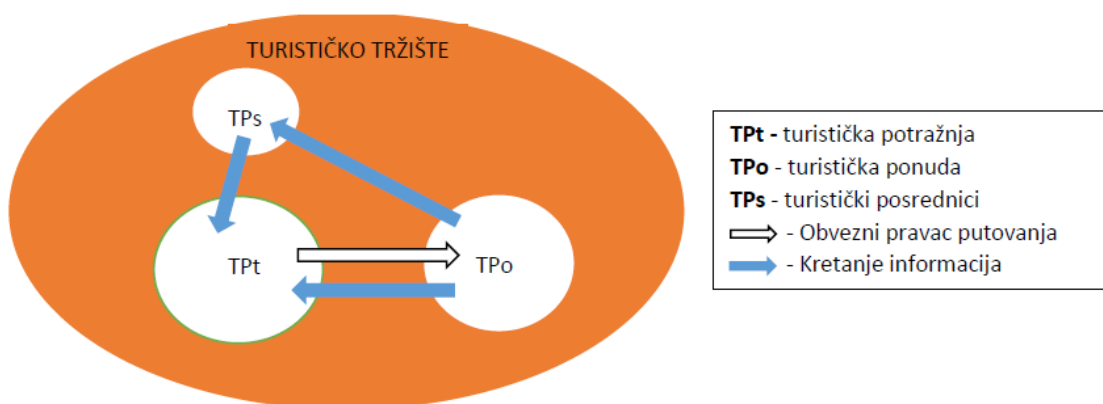
2.1. Odrednice i funkcije turističkog tržišta

Razvoj turističkog tržišta ovisi o turističkoj ponudi emitivnih i receptivnih zemalja na kojima se odvija turistička ponuda i potražnja. Na formiranje turističke ponude i potražnje utječu turisti koji potražnjom za turističkim proizvodima i uslugama formiraju turističku potražnju, a turistički subjekti ponudom paket – aranžmana formiraju turističku ponudu.

U takvom kontekstu turističko tržište je specifično mjesto gdje se susreću turistička ponuda i potražnja te predstavlja skup odnosa istih koje generiraju turisti, koji svojim novcem kupuju turističke paket – aranžmane koje potražuju i njima odlaze u turističke destinacije koje nude turistički subjekti (Čavlek i Vukonić, 2001.). Većina turističkih tržišta ima obilježje sezonalnosti, gdje turisti ispunjavaju svoje potrebe za putovanjem i dolaskom u željene destinacije. Ono se formira zahtjevima i potrebama turista za putovanjima u određenu destinaciju, kao i brojnim turističkim subjektima koji na turističkim tržištima nude svoje paket - aranžmane putovanja u određene destinacije.

Precizniju definiciju turističkog tržišta dao je Pirjavec (2008), prikazujući ga kao skup odnosa ponude i potražnje koji nastaju pod utjecajem turističkih kretanja. Kada se o njemu govori u smislu koncentracije turizma na tom tržištu, onda se prvenstveno misli na mjesto dominacije turističke ponude, a sekundarno turističke potražnje. Ono je uvjetovano predmetom razmjene na tom tržištu, što ovdje to predstavlja turistički proizvod i usluga te se isto znatno razlikuje od robnog tržišta. Taj je razlog što se na njemu primarno trguje uslugama koje su specifične za turistički sektor, a ne robom, kako je to uobičajeno na ostalim tržištima. Tako je turističko tržište prvenstveno tržište usluga, sa svim značajkama koje karakteriziraju tržišta usluga, ali i sa brojnim drugim posebnostima (Pirjavec, 2008.)

Slika 1. Interakcija ponude i potražnje na turističkom tržištu



Izvor: Pirjavec, B., Turizam - jučer, danas, ..., Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2008., str. 60

Iz slike 1. je vidljivo kretanje turističke potražnje i ponude, gdje turistička potražnja uvijek putuje ka turističkoj ponudi jer ustvari zahtjevi turista formiraju ponudu. Tako se ostvaruje komunikacija turističke ponude i potražnje na izravan ili neizravan način ili putem turističkih posrednika. Turistički posrednici, kako bi što uspješnije prodavali usluge ponude, nastoje se što više približiti svojim kupcima (Pirjavec, 2008.).

Formiranjem turističke ponude i potražnje na turističkom tržištu formirala su se emitivna tržišta. Ona su se prvenstveno formirala zbog dislociranosti same turističke ponude od turističke potražnje. Emitivno turističko tržište je ono na kojemu se nalazi velika koncentracija turističke potražnje (Galičić i Laškarin, 2015.). U turizmu danas najveća emitivna turistička tržišta predstavljaju Europa i Sjeverna Amerika jer su na tim kontinentima koncentrirane najposjećenije turističke destinacije. Najpoznatije pak emitivne turističke zemlje u svijetu u drugoj polovici dvadesetog stoljeća su Njemačka, SAD, Velika Britanija i Skandinavske zemlje (Vukonić i Čavlek, 2001.).

Obilježja turističkog tržišta utječu na njegovu atraktivnost, učinkovitost i postizanje ravnoteže ponude i potražnje. Budući da je turizam jedan od najznačajnijih turističkih sektora, njegova tržišta snažno utječu na gospodarski rast svake zemlje. To dokazuje zarada od prihoda međunarodnog turizma koji je dosegao 1,7 milijardi USD u 2018. godini (Rahmianti et. al., 2019.). Stoga su međunarodna turistička tržišta pet najboljih gospodarskih sektora na svijetu nakon kemijskog i naftnog, ali ispred prehrambene i automobilske industrije.

Turističko tržište treba biti u potpunosti iskoristivo u smislu kontinuirane potrošnje u kontekstu svoje proizvodnje. Time se želi naglasiti kako se neiskorišteni kapaciteti u turizmu ne mogu naknadno prodati. Turistička tržišta su često nedosljedna zbog velike diferencijacije turističkih proizvoda. Racionalni atributi proizvoda poput cijene, noćenja i dodatnih usluga mogu se usporediti samo u manjoj mjeri.

U turistička tržišta nužno je kontinuirano investirati da bi se njegova imovina mogla održavati. Hoteli predstavljaju velike kapitalne investicije u turizmu jer imaju namještaj, restorane, televizore, praonice rublja, bazene, saune itd. - uloženi kapital koji se mora isplatiti (Rahmianti et. al., 2015.). Svojom orijentacijom na ljude, turističko tržište generira interakciju između turističkog osoblja i turista pružajući im visoku kvalitetu turističkog proizvoda.

2.2. Turistička destinacija kao sustav

Turistička destinacija ima veliku ulogu u razvoju turizma neke zemlje. U njoj su kreirani turistički uvjeti koji pokreću turističku djelatnost te ima osnovne i izvedene elemente turističke ponude - osnovni elementi su prirodne ljepote i kulturna baština, a izvedeni obuhvaćaju izgrađenu infrastrukturu u destinaciji koja ju čini atraktivnom.

Definiciju turističke destinacije precizirao je Magaš (2008), gdje istu vidi kao optimalnu kombinaciju fiksnih i varijabilnih čimbenika te mogućnost turističkog djelovanja koji postoji na prostornoj jedinici. Turistička destinacija je stoga fleksibilan, dinamičan prostor čije granice određuje turistička potražnja, tj. sami turisti, neovisno o administrativnim granicama (Petrić, 2011.).

Svaka destinacija u svome razvoju kao kompleksni turistički sustav ima sljedeće razvojne cijeve (Magaš, 2000.): osigurati kvalitetu gostima i dugoročnu egzistenciju domaćeg stanovništva. Destinacija treba biti turistički atraktivan i poželjan prostor sa inkorporiranim sustavom naselja, interesantnim građevinama i ostalim privlačnostima, čime se dobiva prostorno atraktivna turistička cjelina uobličena kao turistički lokalitet.

Većina je turističkih destinacija amalgam sljedećih komponenti (Križman Pavlović, 2008.):

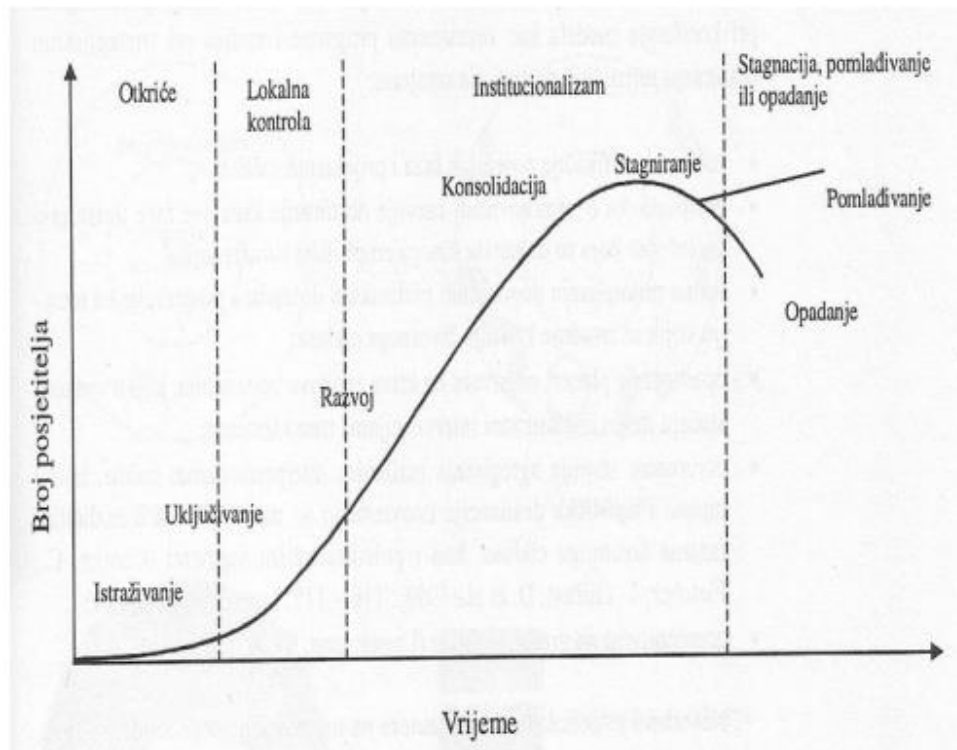
- Atrakcije – prirodne i društvene atraktivnosti značajne za osiguranje motiviranosti turista za dolazak u destinaciju,
- Receptivni sadržaji – obuhvaćaju smještajne i ugostiteljske objekte, trgovinu, zabavne sadržaje i ostale usluge,
- Pristupačnost – odnosi se na razvoj i održavanje prometnih veza s emitivnim tržištima,
- Dostupni paket – aranžmani – podrazumijevaju aranžmane koje su posrednici u prodaji unaprijed pripremili,
- Aktivnosti – odnose se na dostupne aktivnosti u destinaciji,
- Pomoćne usluge – uključuju aktivnosti koje provodi određena organizacija za upravljanje turističkom destinacijom.

Danas turistička destinacija ima specifične kriterije te kao takva predstavlja tržište na kojem se susreću turistička ponuda i potražnja. Na takvom tržištu se kupuje boravak u destinacijama, a taj boravak zadovoljava potrebe i preferencije turista. Da bi današnja destinacija mogla funkcionirati potrebno je osmisliti dobar suvremeni turistički model kojim će se odrediti kako se turistički proizvod može proizvesti i prodati.

2.3. Životni ciklus turističke destinacije

Svaka turistička destinacija od svog nastanka i tijekom razvoja prolazi kroz životni razvojni ciklus. U tijeku toga razvoja ona može dosegnuti određeni stupanj zrelosti, a ukoliko njezin razvoj počinje teći silaznom putanjom, tada se određuju njezine strateške alternative. Svaka je destinacija dinamična, a u tome je slijedi i njezin razvojni ciklus, gdje svojim oscilacijama životnog ciklusa destinacije doprinose i tipovi turista s jasnim preferencijama, motivima i željama. Tehnologija prožima razvoj destinacije na puno načina – od sustava komunikacije i osiguranja potrebne energije, kroz kompjutorski sustav rezervacija koji omogućava brže i bolje udovoljavanje potražnje (Magaš, 2000.).

Slika 2. Životni ciklus destinacije



Izvor: Magaš, D. (1997): Turistička destinacija, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija, 1997., str. 22

U svojim razvojnim fazama, destinacija započinje nastupom na tržištu i istraživanjem svojih resursa u turističkoj ponudi. Razvoj destinacije teče dalje sukladno broju posjetitelja i njenoj razvijenosti, pa tako ona kada dođe u fazu stagnacije i konsolidacije, to su odlučujuće točke gdje se može vidjeti da li će se destinacija dalje razvijati ili će propasti. U svakoj fazi životnog ciklusa destinacija ima različitu dužinu trajanja, ovisno o kompleksnosti destinacije.

2.4. Brend i turističko iskustvo destinacije

Da bi destinacija bila atraktivna, potrebno ju je brendirati, a time se ističe njezina originalnost, autentičnost i identitet. U procesu brendiranja destinacije potrebno je odrediti njezine komparativne prednosti, odnosno usporediti destinaciju sa svjetskim trendovima, vidjeti na koji način brendiranje vrše vodeće zemlje te postoji li neka negativna percepcija o destinaciji. Potrebno je osmisliti i ispričati priču o destinaciji koja oslikava njezin identitet. Učinci dobrog brendiranja mjere se posjećenošću destinacije, količinom potražnje za proizvodima i uslugama u toj destinaciji, rastu turističkih rezultata (broju noćenja i iskorištenosti kapaciteta) te u konačnici zadovoljstvom turista.

Pomoću brendiranja svaka destinacija gradi svoj imidž i percepciju u očima turista. Imidž destinacije upućuje na stavove, percepcije, iskustva, mišljenja, predodžbe, pa i na predrasude koje pojedina osoba ima o određenom geografskom području (Križman Pavlović, 2008.). Imidž destinacije se implementira kompleksnim planiranjem marketinških aktivnosti destinacije jer intenziviranjem konkurentnih odnosa među turističkim destinacijama sve značajnijim postaju i promotivni naponi u smislu stvaranja odgovarajućeg imidža turističke destinacije (Senečić, 2006.).

Posjet određenoj turističkoj destinaciji obično je manje motiviran razrađenim fizičkim karakteristikama mjesta nego snažnom mentalnom i emocionalnom slikom ili prediskustvom koje turist ima za očekivano iskustvo na destinaciji. Turisti su hrlili na mostove okruga Madison u ruralnoj Iowi kako bi se, barem privremeno, uronili u romantičnu fantaziju koja uključuje dvoje ljubavnika iz filma, a ne da bi vidjeli stvarne detalje mosta. Zapravo, ono što turisti prvenstveno traže i konzumiraju na destinacijama su angažirana iskustva popraćena komponentama robe i/ili usluge destinacije. Stoga se čitava turistička odredišta počinju pozicionirati kao doživljaji. Iskustvo je poslužilo kao ključna konstrukcija u istraživanju putovanja i turizma, kao i pozicioniranju destinacije. Koncept turističkog iskustva u destinaciji je turistova potraga za autentičnim iskustvom, a turističke se destinacije promatraju kao sredstvo za insceniranje autentičnosti koja se ne može pronaći u svakodnevnom životu turista.

3. OBILJEŽJA TURIZMA ISTARSKE ŽUPANIJE

Istarska županija, kao najveći poluotok u Hrvatskoj bogat atraktivnim prirodnim resursima, ima zahvalan geografski položaj i obilježja očuvane bioraznolikosti koji predstavljaju temelj za razvoj turizma i turističkih destinacija. Ovdje je prisutna snažna biološka raznolikost flore i faune ovog podneblja, a ekološki uzgoj poljoprivrednih proizvoda i druge gospodarske aktivnosti od velikog su značaja za razvoj turizma Istre. Kao takva, Istra se kao „*terra incognita*“ (HTZ, 2012.) u vrlo kratkom razdoblju preobrazila u Promised land turizma (HTZ, 2012.) te predvodnicu regionalnog razvoja i ogledni primjer gastronomskih i enoloških dostignuća koja su uzor mnogim drugim područjima u Hrvatskoj. U ovom poglavlju će biti riječi o kvantitativnoj analizi turizma Istre, njezinim trendovima i potencijalima razvoja turizma te će se prikazati SWOT analiza turizma Istre.

3.1. Istarska županija – turistički profil

Istarska županija je teritorijalna jedinica smještena na zapadu Hrvatske, ustanovljena 1992. godine. Njezin smještaj na sjeveroistočnom dijelu Jadranskog mora daje joj status povoljnog geografskog položaja i kontinuiran gospodarski i turistički razvoj. Temeljna je karakteristika istarskog podneblja sredozemna klima, koja se duž obale postupno mijenja prema unutrašnjosti i prelazi u kontinentalnu, zbog hladnog zraka koji struji s planina i zbog blizine Alpa (Bratulić, 1993: 37). Obala Istre duga je 539 km, a zbog nedovoljne količine otoka razvedenost je umjerena.

Prema stupnju ekonomske razvijenosti, Istarska županija je, uz Grad Zagreb, jedna od najrazvijenijih županija. Za takav stupanj razvijenosti treba zahvaliti prije svega povoljnoj klimi, geografskom položaju, prirodnim resursima pogodnim za eksploataciju i razvoj turizma, klimatske uvjete koji pogoduju pitomom reljefu, opsegu prirodnih i kulturnih kapaciteta, kao i bogatom razvojnom potencijalu i adekvatnoj infrastrukturi koja joj je doprinijela ovakav razvoj. Gospodarski je također jedna od najrazvijenijih županija, a

njezin se uspjeh očituje u velikim investicijskim poduhvatima, snažnim i izdašnim financijskim sredstvima u razvojne gospodarske sektore i poduzetništvo. U Istri je izražen značaj velikih mogućnosti privlačenja inozemnih investitora koji su u Istri prepoznali snagu uspjeha, kao i bogatstvo poduzetničke infrastrukture koji joj omogućuju ekspanzivan rast poduzetničke djelatnosti.

Sam položaj unutar Hrvatske je vrlo povoljan jer je Istra smještena na vratima zapadne Europe i kao takva povezuje Hrvatsku s Mediteranom. Istarska županija tako graniči sa zemljama Slovenijom na sjeveru, na jugu sa Primorsko – goranskom županijom, a s Italijom graniči morem na zapadu. Kao županija je najzapadnija točka Republike Hrvatske u Istarskoj županiji, odnosno tu točku obilježava rt Lako na Bašaniji, koji se nalazi na 45° sjeverne zemljopisne širine (Istarska županija, 2022.). Kao poluotok, smještena u sjeveroistočnom dijelu Jadranskog mora, Istra je s tri strane okružena morem, a sjevernu granicu prema kopnu čini linija između Miljskog zaljeva (Muggia) u neposrednoj blizini Trsta i Prelučkog zaljeva, u neposrednoj blizini Rijeke (Istarska županija, 2022.).

Slika 3. Geografski smještaj Istarske županije



Izvor: Matijašić, R. (2009): Poluotok Istra, dostupno na <https://www.istrapedia.hr/hr/natuknice/1260/istra-poluotok>, pristupljeno 10.04.2022.

Demografski profil Istarske županije je obilježen niskim udjelom stanovništva u ukupnom hrvatskom stanovništvu, gdje isti čine mješavina različitih etničkih skupina, sa dominacijom Hrvata, ali prizvukom i utjecajem talijanskih demografskih prilika. Tako u Istri živi 207.939 stanovnika, što je pad za 106 stanovnika naspram zadnjem popisu iz 2011. godine. Ovaj demografski pad nije toliko izražen u Istarskoj županiji u usporedbi s nacionalnom razinom, gdje je vidljiv gubitak od pola milijuna stanovnika u posljednjih deset godina, gdje se ova implikacija može negativno odraziti i na turistički razvoj Istre. Ova županija prosječno godišnje broji porast broja stanovnika od 1%, što ukazuje na sporost rasta, a razloge treba tražiti u smanjenom prirodnom priraštaju Istre kao i čestim migracijama stanovnika u druge županije ili inozemstvo.

Tablica 1. Stanovništvo Istarske županije sukladno popisu 2011. godine

Životna dob	Ukupan broj	Udio u ukupnom broju stanovnika u %
0-19	37804	18,2
20-39	55387	26,6
40-59	63154	30,4
60-79	42911	20,6
iznad 80	8799	4,2

Izvor: Istarska županija (2020): Stanovništvo, dostupno na <http://stariweb.istra-istria.hr/index.php?id=14>, pristupljeno 10.04.2022.

U Istri je slaba zastupljenost mladog stanovništva od 0 – 19 godina, kao i veća zastupljenost starog stanovništva od 60 i više godina, što Istru svrstava na šesto mjesto u Hrvatskoj po indeksu starenja. Danas prosječna gustoća naseljenosti u ovoj županiji iznosi 73,4 stanovnika po km², što je manje od nacionalnog prosjeka od 78 stanovnika po km². U Istri je tako najzastupljenije stanovništvo od 45 – 54 godine starosti. Sukladno narodnosti, ovdje najviše prebivaju Hrvati i to njih 68,3%, Talijani 6% te Srbi 3% (Istarska županija, 2022.).

Istarska županija jedna je od ekonomski najrazvijenijih u Hrvatskoj. Turizam je vrlo perspektivan činitelj razvoja ukupne istarske ekonomije, a isti se potiče snažnim investicijama i izgradnjom brojnih turističkih objekata visoke kategorizacije. Tvrtke kao

Valamar Riviera, Maistra, Arena Hospitality Group te ostale iz turističkog sektora u investicijskom su zamahu vrijednom nekoliko milijardi kuna (HGK, 2018.).

Turizam Istre uvelike je doživio procvat posljednjih desetljeća, udaljavajući se od ranije percipiranog koncepta masovnosti prema individualizaciji i selektivnim oblicima turizma. Turistička djelatnost se u Istri najsnažnije razvija na zapadnoj obali Istre u gradovima kao što su Pula, Rovinj, Poreč, Umag i Novigrad (Hrvatska turistička zajednica, 2012.). Ovi su gradovi jedni od najrazvijenijih hrvatskih destinacija te nude turistima privlačan model odmora i zabave.

Slika 4. Istarske destinacije na obali – Rovinj, Poreč, Pula i Umag



Izvor: prilagodba autorice prema dostupnim fotografijama na tražilici Google, pristupljeno: 11.04.2022.

Kontinentalna Istra počela je razvijati ruralni turizam jer su ovdje sve više prisutni brojni agroturizmi i obiteljska poljoprivredna gospodarstva gdje se uzgajaju isključivo certificirani ekološki proizvodi koji se nude turistima kada posjećuju Istru. Istra se na taj

način, uz pomoć brendiranja područja vina, maslina i tartufate pomoću vrhunske gastronomije i enokulture, razvila kao turistički primjer uspješnosti zbog autentičnosti.

Istra je iskoristila svoje obalne resurse gradova da ih pretvori u europski poznate destinacije koje se snažno promoviraju na europskim turističkim emitivnim tržištima, a svoj najslabije naseljen i zaboravljen dio unutrašnjosti pretvorila je u svoj najsnažniji turistički resurs, na kojem se temelji strateška turistička razvojna osnova Istre kao regije (Hrvatska turistička zajednica, 2012.).

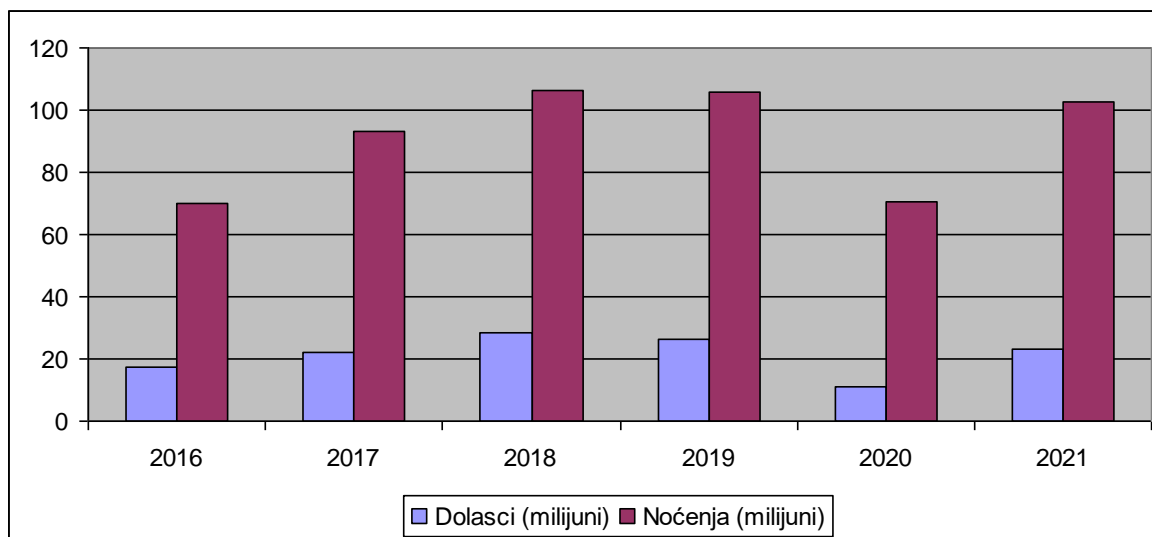
Rezultat takvog razvoja turizma Istre kroz posljednjih 50 godina rezultirao je razvojem selektivnih oblika turizma u Istri, gdje se gostu nudi individualizirana ponuda, i u vidu smještajnih kapaciteta, i u vidu atraktivnosti kulturne, sportske, rekreativne i shopping baštine, što predstavlja logičan odgovor na potražnju turističkog tržišta.

3.2. Kvantitativna analiza turizma Istre

Istra ima jedan od najvećih udjela u Hrvatskom turističkom prometu. Prosječno se od hrvatskog turizma ostvaruje više od 12 milijardi eura godišnjih prihoda, a oni imaju udio od 19% u hrvatskom BDP – u. Time je razvidno koliko je hrvatski turistički sektor razvijen, a u svemu tome Istra ima najviši udio jer upravo ona doprinosi najviše turističkom prometu, turističkoj potrošnji, broju noćenja i dolazaka turista u istarske destinacije.

Brojne i velike investicije u turizam Istre omogućile su Istri stabilnu poziciju na turističkom tržištu, osobito zato jer su strateški turistički stručnjaci svjesni da on najviše doprinosi hrvatskom turističkom sektoru. Usporedbe radi, 2003. godine je u istarski turizam uloženo 1,1 milijardu kuna, dok je 2018. uloženo 1,4 milijarde eura, što u razdoblju od 16 godina predstavlja ulaganja od samo 300 milijuna kuna (HTZ, 2012.) – takve investicije za ovako dugo razdoblje nisu progresivno rasle, što predstavlja bitnu karakteristiku s obzirom na to da se najmanje ulaže u turizam koji najviše doprinosi razvoju hrvatskog turističkog sektora.

Grafikon 1. Dolasci i noćenja turista u Istri od 2016. – 2021. godine



Izvor: izrada autorice prema dostupnim podacima TZ Istre

Iz grafikona 1. je vidljivo kako se dolasci i noćenja turista u Istri eksponencijalno povećavaju tokom promatranog razdoblja, uz intenzitet smanjenja tokom 2020. godine zbog utjecaja COVID – 19 pandemije. U 2016. godini je tako u Istri noćilo 70 milijuna, a došlo je 17 milijuna turista, dok je 2021. godine u Istru došlo 23 milijuna, a noćilo ih je 103 milijuna. Značajna odstupanja i trend pada dolazaka i noćenja turista u Istri očitovao se tokom 2020. godine, kao i u svim ostalim hrvatskim županijama zbog snažnih restriktivnih mjera tokom pandemije. Međutim, istarski turizam nije značajnije osjetio negativne efekte na svoj ekonomski napredak zbog pandemije.

Struktura investicija u Istarsku županiju je sljedeća (HGK, 2017.): 55% sredstava ulažu u hotelsko – turistička poduzeća u svoj napredak i razvoj, 20% jedinice lokalne samouprave, 10% ugostitelji i obrtnici te na kraju mali i srednji poduzetnici. Može se zaključiti da u turisrički razvoj Istre najviše ulažu sama hotelsko – turistička poduzeća jer ona ostvaruju najveći interes, i materijalni i financijski i ekonomsko – emotivni (u smislu ekonomije doživljaja i zadovoljavanja preferencija turista) u odnosu na druge dionike turizma Istre. Ipak bi JLS tu trebali biti ključni strateški razvojni dionici, koji će, ako ne financijski u tolikom omjeru, onda proaktivnim marketinškim aktivnostima vršiti promociju

Istre kao destinacije da bi privukli što više turista te da bi Istra ostvarila što veći broj dolazaka turista, noćenja i turističke potrošnje.

Tablica 2. Dolasci i noćenja turista u Istri 2020. – 2021. godine

DOLASCI I NOĆENJA TURISTA U ISTRI PO TURISTIČKIM ZAJEDNICAMA

TOURIST ARRIVALS AND NIGHTS, BY TOURIST OFFICES

Turistička zajednica Tourist Office				1-11/2021 - 1-11/2020			Indeksi Indices 2021/2020	
	Dolasci	Noćenja	%	Dolasci	Noćenja	%	Dolasci	Noćenja
	Arrivals	Overnights		Arrivals	Overnights		Arrivals	Overnights
1 Bale	50.760	337.122	1,44	27.556	192.958	1,43	184	175
2 Barban	12.768	100.590	0,43	7.846	68.876	0,51	163	146
3 Brtoniqla	69.127	559.117	2,39	34.733	320.448	2,38	199	174
4 Buje	34.476	174.557	0,75	16.132	82.584	0,61	214	211
5 Buzet	14.272	52.725	0,23	7.020	33.026	0,25	203	160
6 Fažana	112.074	865.009	3,69	67.542	519.934	3,86	166	166
7 Funtana	210.483	1.585.405	6,77	98.719	739.745	5,49	213	214
8 Grožnjan	5.412	24.603	0,11	2.884	16.842	0,13	188	146
9 Kanfanar	7.959	67.854	0,29	5.422	51.840	0,38	147	131
10 Kaštelir-Labinci	8.998	81.377	0,35	6.572	62.525	0,46	137	130
11 Kršan	7.793	62.367	0,27	5.536	55.479	0,41	141	112
12 Labin	162.893	976.541	4,17	71.026	452.506	3,36	229	216
13 Ližnjan	29.336	253.024	1,08	21.130	192.939	1,43	139	131
14 Marčana	36.417	309.051	1,32	27.110	242.822	1,80	134	127
15 Medulin	339.541	2.320.117	9,91	195.384	1.445.871	10,74	174	160
16 Molovun	20.116	53.922	0,23	9.690	27.819	0,21	208	194
17 Novigrad	169.942	1.043.720	4,46	104.206	639.290	4,75	163	163
18 Oprtalj	8.049	32.651	0,14	4.378	20.998	0,16	184	155
19 Pazin / Središnja Istra	40.661	301.835	1,29	27.856	221.065	1,64	146	137
20 Poreč	423.994	2.590.803	11,06	202.359	1.381.691	10,26	210	188
21 Pula	282.838	1.521.145	6,49	148.160	849.246	6,31	191	179
22 Raša	38.558	295.029	1,26	24.544	214.808	1,60	157	137
23 Rovinj	541.507	3.474.059	14,83	292.244	1.837.515	13,65	185	189
24 Sveta Nedelja	11.091	105.170	0,45	8.325	79.304	0,59	133	133
26 Svetvinčenat	17.932	155.244	0,66	12.269	108.697	0,81	146	143
26 Tar-Vabriga	185.287	1.538.218	6,57	90.053	804.520	5,97	206	191
27 Umag	347.748	2.142.146	9,15	183.068	1.269.264	9,43	190	169
28 Višnjan	11.053	89.129	0,38	7.211	61.822	0,46	153	144
29 Vižinada	6.008	50.028	0,21	4.628	39.275	0,29	130	127
30 Vodnjan	49.344	548.956	2,34	43.375	530.893	3,94	114	103
31 Vrsar	170.159	1.420.271	6,06	86.986	711.767	5,29	196	200
32 Žminj	10.081	84.920	0,36	6.859	59.163	0,44	147	144
Nautika Nautics	29.338	205.754	0,88	17.787	129.923	0,96	165	158
Ukupno Total	3.466.015	23.422.459	100,00	1.868.610	13.465.455	100,00	185	174

Izvor: TZ Istre (2022): Statistika, dostupno na <https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/statistika/arhiva-2021>, pristupljeno 15.04.2022.

Iz tablice 2. vidljivo je kako je najviše noćenja ostvareno u 2021. godini u Poreču, Rovnju, Umagu, Funtani, Vrsaru, Novigradu i Medulinu. Paralelno s tim pokazateljima isto je ostvareno u broju noćenja po istim navedenim istraskim destinacijama. U usporedbi sa 2020. godinom došlo je do snažnog porasta broja dolazaka i noćenja, gdje je razvidan oporavak istarskog turizma u 2021. godini nakon pandemije. Navedeni podaci govore u prilog činjenici da je turistička sezona 2021. godine, kao prve godine oporavka nakon

pandemije bila vrlo uspješna, ali i da turizam Istre nije značajnije stagnirao i u samoj pandemiji, što govori snažno u prilog opstanku istarskog turizma i u kriznim vremenima.

Tablica 3. Klasifikacija smještajnih kapaciteta Istarske županije

Vrsta smještaja	Broj objekata	Broj soba	Broj kreveta	Prosječan broj kreveta
Hoteli	58	13.360	27.840	480
Turistička naselja	36	7.041	21.817	603
Kampovi	35	33.359	102.879	2.939
Privatni smještaj	14.939		107.381	
UKUPNO	15.068		259.817	

Izvor: Master plan turizma Istarske županije 2015. – 2025., dostupno na www.istra.hr/app/upl_files/Master_Plan_turizma_Istarske_zupanije:2015-2025.pdf, pristupljeno 15.04.2022., str. 39

Što se tiče smještajnih kapaciteta Istre, turisti najviše borave u hotelima, i to onim s 3 zvjezdice, gdje ih boravak u Istri provede više od 50%, zatim slijede turistička naselja, kampovi, privatni smještaj u obliku apartmana, domaćinstava, i turističkih poljoprivrednih gospodarstava. S obzirom da se u Istri kao selektivni oblik turizma posljednjih 10 godina snažno razvio nautički turizam, u Istri je također zabilježen veliki broj boravaka u lukama nautičkog turizma, koji bilježi kontinuiran rast. Rast ovih smještajnih kapaciteta ukazuje

na sve veću potražnju za smještajem u Istri, osobito privatnim smještajem, a budući da se sve više traže vile za odmor, polako se napušta izgradnja apartmana te se turistima nude vile sukladno njihovoj potražnji.

U Istri turističku ponudu smještajnih kapaciteta čini 306.040 postelja. Ovakva opsežna ponuda smještaja daje Istri poziciju vodeće županije sukladno turističkoj ponudi smještajnih kapaciteta u odnosu na druge županije.

Tablica 4. Smještajni kapaciteti turizma po županijama i prikaz Istre

Smještajni kapaciteti po županijama (stanje 31. kolovoza)						
ŽUPANIJA	BROJ POSTELJA		INDEKS 20./19.	BROJ POSTELJA U HOTELIMA		INDEKS 20./19.
	2019.	2020.		2019.	2020.	
Zagrebačka	12.486	3.024	24,22	765	879	114,9
Krapinsko-zagorska	2.991	3.316	110,87	1.189	1.173	98,7
Sisačko-moslavačka	1.051	1.237	117,70	219	219	100,0
Karlovačka	14.334	8.607	60,05	825	755	91,5
Varaždinska	3.324	3.377	101,59	758	757	99,9
Koprivničko-križevačka	827	946	114,39	354	373	105,4
Bjelovarsko-bilogorska	894	1.051	117,56	218	213	97,7
Primorsko-goranska	190.064	179.722	94,56	21.053	18.975	90,1
Ličko-senjska	40.827	37.103	90,88	2.746	2.341	85,3
Virovitičko-podravska	712	920	129,21	141	141	100,0
Požeško-slavonska	894	1.074	120,13	19	19	100,0
Brodsko-posavska	1.001	1.084	108,29	259	287	110,8
Zadarska	142.678	137.365	96,28	6.947	6.445	92,8
Osječko-baranjska	2.958	3.502	118,39	887	918	103,5
Šibensko-kninska	81.619	75.542	92,55	6.958	5.934	85,3
Vukovarsko-srijemska	1.603	2.105	131,32	444	537	120,9
Splitsko-dalmatinska	230.816	211.660	91,70	22.459	21.225	94,5
Istarska	290.879	281.799	96,88	27.665	22.779	82,3
Dubrovačko-neretvanska	82.463	71.873	87,16	18.078	14.087	77,9
Međimurska	1.583	1.706	107,77	609	609	100,0
Grad Zagreb	22.016	22.096	100,36	7.531	7.896	104,8
UKUPNO	1.126.020	1.049.109	93,17	120.124	106.562	88,7

Izvor:

Hrvatska turistička zajednica (2020): Turizam u brojkama 2020., Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb, dostupno na https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR_%202020_0.pdf, prisutpljeno 16.04.2022. str. 33

Istru godišnje posjeti više od 26 milijuna turista, a u usporedbi sa dolascima u ostale županije, Istra se može pohvaliti najvećim brojem dolazaka i noćenja. Navedeni podaci govore da također najviše turista boravi u Istri u svim njezinim smještajnim kapacitetima.

Tablica 5. Deset gradova s najvećim turističkim prometom 2020. godine

Deset gradova i općina s najvećim turističkim prometom						
GRAD/ OPĆINA	TURISTI (u 000)		INDEKS 2020./ 2019.	NOĆENJA (u 000)		INDEKS 2020./ 2019.
	2019.	2020.		2019.	2020.	
Zagreb	1.454	342	23,5	2.639	780	29,6
Rovinj	711	288	40,5	3.874	1.747	45,1
Dubrovnik	1.440	220	15,3	4.295	776	18,1
Split	941	202	21,5	2.735	812	29,7
Poreč	571	189	33,1	3.189	1.208	37,9
Medulin	415	183	44,1	2.544	1.237	48,6
Zadar	610	178	29,2	2.020	822	40,7
Umag	489	159	32,5	2.415	894	37,0
Pula	440	146	33,2	2.067	784	37,9
Opatija	452	143	31,6	1.372	500	36,5

Izvor: Hrvatska turistička zajednica (2020): Turizam u brojkama 2020., Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb, dostupno na https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR_%202020_0.pdf, prisutpljeno 16.04.2022. str. 33

Iz tablice 5. vidljivo je kako od 10 gradova Hrvatske s najvećim turističkim prometom pet destinacija se nalazi u Istarskoj županiji, gdje ukupno njih pet ostvaruje godišnje 3,2 milijna noćenja u odnosu na drugih pet gradova Hrvatske. Najveći turistički promet je dakako ostvario grad Zagreb, gdje je 2017. u grad došlo 1,2 milijuna turista te je ostvareno 2,2 milijuna noćenja. Međutim, u pet gradova Istre, koji su redom (Hrvatska turistička zajednica, 2020.): Rovinj, Poreč, Umag, Medulin i Pula, došlo je zajedno 2,5 milijuna turista, 2017. a u svih pet gradova Istre je 2020. godine zajedno ostvareno 17,5 milijuna noćenja. U prilog ovim činjenicama govori sama situacija kako je Istra u Hrvatskoj

turistički najrazvijenija regija po svim turističkim pokazateljima, te kako se vodeće istarske destinacije svrstavaju među top 10 posjećenih destinacija u Hrvatskoj.

Slika 5. Primjer vile za odmor u Istri – Fažana



Izvor: Nekretnine Rovinj (2019): Kuća za odmor u Istri – Fažana, dostupno na <https://www.nekretnineistrarovinj.com/novo-u-ponudi--vila-s-bazenom-u-istri.aspx>, pristupljeno 16.04.2022.

Osim privatnog smještaja turisti u Istri često borave u kampovima. Ovaj oblik smještaja ima dugu tradiciju, a kampovi su danas tako infrastrukturno uređeni u Istri da nude visoko kvalitetan infrastrukturni sadržaj u obliku sanitarnih čvorova, tuševa, te cijelog kompleksa gdje se turisti mogu ponašati kao kući, a često su u sklopu kampova implementirani i restoran sa tradicionalnom istarskom gastronomijom. Smještaj u kampovima organiziran je tako da oni nude mobilne kućice, bungalove, kampere, lodges i slične smještaje koji se sve više temelje na luksuznosti i modernizaciji smještajne ponude. Nedostatak je kampova ugroženost okoliša jer turisti još uvijek nemaju dovoljno

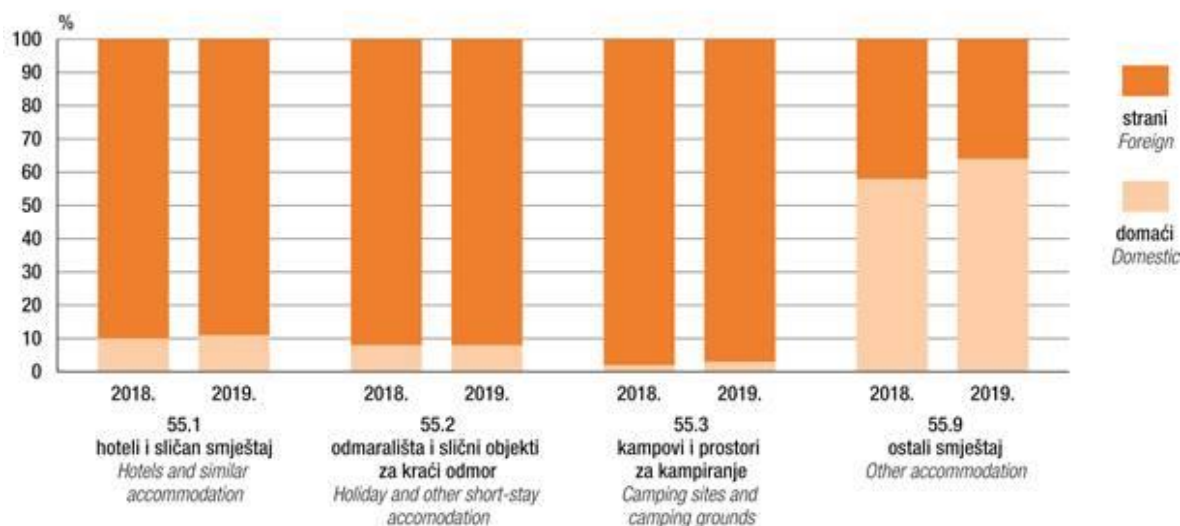
razvijenu svijest o očuvanju prirode kampa, iako postoje pravilnici o odlaganju otpada. Okoliš kampova u Istri nije još uvijek uređen sukladno standardima kvalitete kakvu turisti traže, a i sanitarni čvorovi su kreirani za veliku skupinu ljudi te ujedno i nema dodatnih popratnih sadržaja u kampovima poput sportskih atrakcija, animacija turista i slično, na čemu bi strateški turistički stručnjaci trebali poraditi ukoliko žele povećati smještajne kapacitete kamping turizma Istre.

Svi ti pokazatelji su posljedica činjenice da je Istra smještena vrlo povoljno geografski, međutim, to je Županija koja je od nekad nerazvijene regije, odnosno „terre ingognite“ postala regija s najpoželjnijim turističkim atrakcijama za svakog turista, zahvaljujući optimalnom strateškom marketinškom razvoju vlastitog vizualnog identiteta, imidža i brenda destinacija koje su snažno prepoznate na regionalnim i međunarodnim turističkim tržištima. U tih pet istarskih gradova smješteno je osam glavnih nositelja razvoja turizma koji su turističke najnaprednije istarske kompanije, a one su (Hrvatska gospodarska komora, 2017.): Istraturist d.d. Umag, Laguna d.d. Novigrad, Riviera Holding d.d. Poreč, Plava Laguna d.d. Poreč, Maistra d.d. Rovinj, Arena Hospitality Group Pula te Rabac d.d. i Maslinica d.d. iz Rabca.

Turisti koji najviše posjećuju Istru dolaze iz Njemačke, Italije, Slovačke i Austrije. Sukladno njihovim dolascima u Istru i doprinosu ostvarenja turističkog prometa u Županiji, kao i po, veličini smještajnih kapaciteta, Istra je najrazvijenija turistička regija u Istri.

Slika 6. Struktura noćenja turista u Istri 2018. – 2019. godine

G-2. STRUKTURA NOĆENJA TURISTA PREMA NKD-u 2007., ODJELJAK 55 U 2018. I 2019.
STRUCTURE OF TOURIST NIGHTS, ACCORDING TO DIVISION 55 OF NKD 2007, 2018 AND 2019



Izvor: DZS (2019): Dolasci i noćenja turista u 2019. godini, dostupno na https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-02_01_2019.htm, pristupljeno 17.04.2022.

Iz slike 6. je vidljivo da najviše turista u Istri boravi u hotelima i kampovima te se ti trendovi nastavljaju iz godine u godinu. Sve se više preferira privatni smještaj, ali su još uvijek hotelski kapaciteti optimalan izbor turista koji dolaze u Istru. U strukturi turista koji posjećuju Istru dominiraju inozemni turisti. Osim privatnog smještaja turisti u Istri često borave u kampovima. Ovaj oblik smještaja ima dugu tradiciju, a kampovi su danas tako infrastrukturno uređeni u Istri da nude visoko kvalitetan infrastrukturni sadržaj u obliku sanitarnih čvorova, tuševa, te cijelog kompleksa gdje se turisti mogu ponašati kao kući, a često su u sklopu kampova implementirani i restorani sa tradicionalnom istarskom gastronomijom.

Noćenja i dolasci u Istri posljednja dva desetljeća zabilježila su eksponencijalan porast. Tako je 2002. godine u Istri boravilo 2,2 milijuna inozemnih i 160 tisuća domicilnih turista, a 2014. godine se taj broj popeo na 3,1 milijuna inozemnih i 185 tisuća domicilnih turista (Master plan IŽ, 2015.). Inozemni turisti prosječno u Istri ostvare više od 3,5

milijuna dolazaka te više od 24 milijuna noćenja u svim smještajnim kapacitetima Istre – od ukupno prikazanih noćenja 95% ih čine inozemni turisti, a ostatak su domicilni turisti iz unutrašnjosti Hrvatske koji dolaze u Istru na more. Od inozemnih turista najbrojniji su Nijemci, čiji je udio u ukupnoj strukturi inozemnih turista 30%, a ostali inozemni turisti su Talijani, Slovaci i Austrijanci.

Istraženi podaci ukazuju na činjenicu da je turistička ponuda Istre u smislu smještajnih kapaciteta unaprijeđena, obogaćena te da je sve više u porastu trend potražnje za privatnim, umjesto za hotelskim smještajem. Porast broja noćenja od dolazaka turista povećava i turističku potrošnju u Istri, a to povećanje je uzrokovano povećanjem smještajnih kapaciteta, i to privatnih, gdje se turisti komfornim ponašanjem isto odnose i prema potrošnji, za razliku od uniformiranih pravila smještaja u hotelu.

3.3. Turistički trendovi i potencijali razvoja turizma u Istri

Turistički trendovi u Istri obilježeni su snažnom digitalnom promocijom putem Interneta, gdje se generira najviše potražnje za boravkom u turističkim destinacijama Istre. Pretražujući željene destinacije u Istri, turisti kreiraju viziju gdje žele ići i što istarske destinacije nude. Ono što najviše utječe na utjecaj turističke potražnje Istre na formiranje njezine ponude je gastronomija Istre, koja je karakteristična, autohtona, tradicionalna te je jedna od presudnih čimbenika odluke turista da posjete Istru kao destinaciju jer je istarska hrana presudna u doživljaju Istre kao turističke destinacije.

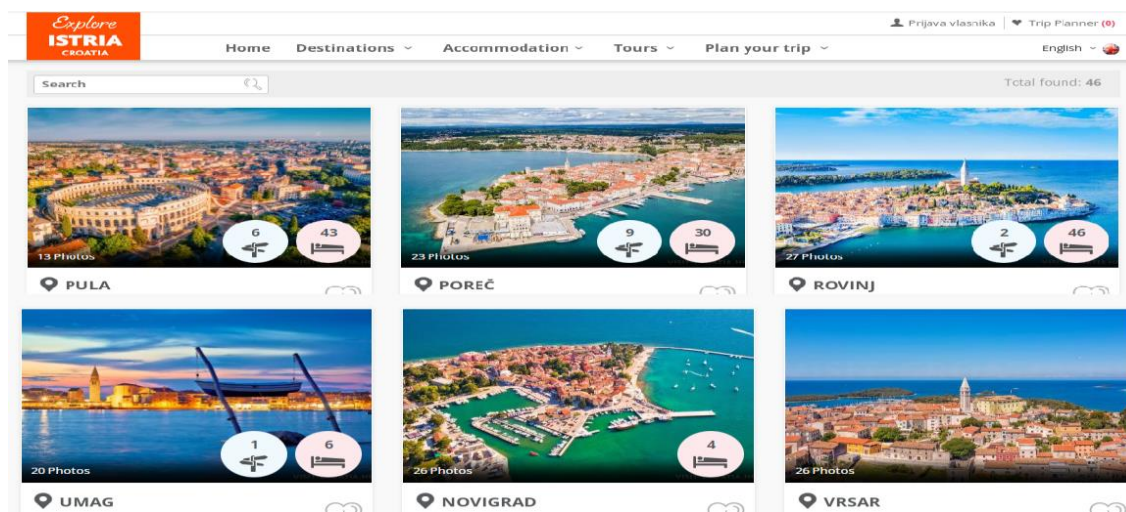
Danas je Internet omogućio toliki napredak u razvoju turizma da se Istra kao turistička destinacija počela promovirati i online te su kreirane mnoge web aplikacije koje omogućuju turistu mnoge informacije o Istri kao o destinaciji, a virtualne aplikacije turistima omogućuju da i vizualno predoče sve čari istarskog turizma, čime direktno njihova potražnja utječe na turističku ponudu Istre u smislu povećanja svih turističkih proizvoda i usluga u Istri, od smještajnih kapaciteta, do atraktivnosti destinacije i drugo. Na taj način je internetska turistička potražnja znatno utjecala na turističku ponudu Istre

jer uvidom u internet aplikacije koje se odnose na turističku ponudu Istre utječu na njega da on sam formira svoju ponudu.

Internet je omogućio Istri napredak turizma u tako snažnom smislu da se njezina ponuda može promovirati online na određenim turističkim web stranicama, kao i razvojem aplikacija koji su razvijene samo u svrhu promocije istarskog turizma povećavajući tako znatno njezinu ponudu.

Današnji turist nije naivan, već je veoma internetski obazovan i informiran. Pojavom pametnih telefona, tableta i ostalih informacijskih tehnologija turistima su informacije o Istri i ponudi njezina turizma postale dostupne svugdje i u svako doba. Razvojem mobilne aplikacije „Explore Istra“, omogućeno je unapređenje turističke ponude Istre jer su u toj aplikaciji objedinjene sve informacije o istarskoj turističkoj ponudi, od aktivnosti, odredišta, atrakcija do smještaja, ponude turističkih destinacija i hotela u Istri i mnoge druge informacije. Navedena aplikacija ne sadrži dostatan broj jezika gdje se turisti mogu snaći, međutim, ostvarena je i ista web stranica promocije turističke ponude Istre, gdje je na više jezika omogućeno turistu da odabere Istru kao svoju destinaciju putovanja te na taj način kreira potražnju za istom.

Slika 7. Internet stranica promocije istarskog turizma „Explore Istra“



Izvor:

Turistička zajednica Istarske županije (2022): Explore Istra, dostupno na <https://www.istra.hr/en/experience-istra>, pristupljeno 17.04.2022.

Istru obilježava bogata i prepoznatljiva tradicionalna gastroponuda koja se sastoji od domaćih i tradicionalnih istarskih jela i kuhinje. Istarsku kuhinju, koja je prepoznatljiva u svijetu i čest je motiv dolazaka turista čine morski specijaliteti, mesna jela te tradicionalne domaće tjestenine (njoki, fuži, pljukanci) jer je tradicija spremanja ovih jela naučenih od starih stanovnika kreirala vrhunsku ponudu istarske gastronomije, što je omogućilo Istri konkurentan plasman na turističkom tržištu.

Tako potražnja turista iziskuje sve veći broj internetskih aplikacija gdje turist ima priliku upoznati se ne samo s gastronomijom Istre, već i s njezinim selektivnim oblicima turizma, ponudi u unutrašnjosti Istre, kulturno – povijesnoj baštini i svemu što ga interesira. Stoga je utjecaj potražnje na turističku ponudu kompleksan, a uvelike je danas ovisan o internetskoj promociji Istre kao destinacije jer turist jednom kad dođe u Istru, aplikativne internetske promocije mu omogućuju da spozna gdje se nalazi te da se lakše snalazi u Istri kao destinacijskoj sredini koja nudi sveobuhvatan spektar ponude. Na taj način se turistička ponuda i potražnja Istre uravnotežuju, a potražnja utječe na turističku ponudu Istre na način da ju turist kreira sam jer se putem Interneta sve više informira o svim mogućim mjestima i atrakcijama. Istra u svojoj turističkoj ponudi nudi sve više dodatnih aktivnosti poput biciklizma, planinarenja, pješaćenja, kulturnih rezervata i slično, što samo potiče potražnju turista za Istrom kao destinacijom utječući na njezinu ponudu da je kontinuirano unapređuje i da sve više turista dolazi u Istru u budućnosti.

Istra nudi visoku kvalitetu svoje turističke usluge i njezin ukupni turistički proizvod predstavlja kompleks ponude, što snažno motivira turiste za dolazak u Istru. Na taj se način stvara vizualni identitet Istre kao destinacije, njezino brendiranje, imidž te konkurentnost iste prema drugim regijama Hrvatske. Kao glavni motivi dolaska turista u Istru mogu se navesti sljedeći (Vitasović, 2014.): prirodne ljepote (47%) i kulturni sadržaji (12%), dok su kao ostale motive naveli ponudu kulturnih sadržaja, zabavu, more, plaže, kulturno – povijesnu baštinu, manifestacije, te posjete obitelji, prijateljima i rođacima (10%). Razvidno je da Istra svoju turističku ponudu temelji na tradiciji gastronomije, prirodnim resursima i bogatstvu kulturnih sadržaja.

Razvojem Master plana turizma Istarske županije za razdoblje od 2015. – 2025. godine, definirani su glavni ciljevi razvoja istarskog turizma u budućnosti. Ti razvojni ciljevi su sljedeći (Master plan turizma Istarske županije 2015. – 2025, 2015.):

- Osim sada postojećih sunca i mora kao primarnog turističkog proizvoda Istre, razviti još tri primarna po kojima se Istra ističe, a to su: touring/kultura, manifestacije i kratki odmori u Istri,
- Istru promovirati i nametnuti ju turistima kao „Green Mediterranean Hideway“, odnosno vršiti promociju iste kao zelenu i plavu Istru (zelena Istra se odnosi na razvoj unutrašnjosti Istre, gdje postoji mir, ljepota i povijest netaknute prirode, a plava Istra se odnosi na gradove uz obalu Istre koji su bogati obalom, šljunkovitim plažama i čistim morem).
- Lokalne Turističke zajednice moraju preuzeti odgovornost za postojeće nedostatke istarskog turizma te se njihovim umrežavanjem i zajedničkim djelovanjem može poboljšati upravljanje istarskim turizmom i marketing samog turizma
- Potrebno je Istru raspodijeliti na 7 turističkih klastera, putem kojih bi se razvijali turistički proizvodi za određenu destinaciju u Istri
- Potrebno je udvostručiti smještajne kapacitete Istre u vidu hotela i turističkih naselja, a smanjiti iste u okviru kampova, a kad se već radi o kampovima, potrebno je povećati njihovu kvalitetu u turističkoj ponudi,
- U navedenom razdoblju ostvariti 27 definiranih ključnih projekata konkurentnosti Istre
- Ostvariti minimalno 2 milijarde kuna ukupnih investicija u istarski turizam.

3.4. SWOT analiza turizma Istre

SWOT analiza je značajno sredstvo kojim se analizira situacija neke turističke destinacije na tržištu te se pomoću nje analiziraju resursi te destinacije. Temeljem SWOT analize dobiva se uvid u aktualno stanje konkurentnosti neke destinacije na tržištu te pomoću nje poduzeće bolje razumije svoje snage i slabosti, ali i prepoznaje prilike i prijetnje iz okoline s kojima se suočava. SWOT analiza daje poduzeću odgovore koji mu mogu pomoći u donošenju važnih poslovnih odluka.

Tablica 5. SWOT analiza turizma Istre

PREDNOSTI	NEDOSTACI
<ul style="list-style-type: none">• obilnost prirodnih potencijala za razvoj turizma: obala, čisto more, šljunkovite plaže, razvoj maslinarstva i vinarstva• trendovi u turizmu europskih emitivnih tržišta (bliske destinacije, lako dostupne, sigurne, zaštićena priroda, visoki zdravstveni standardi)• Bogata kulturno – povijesna baština Istre• Bogata eno i gastro ponuda Istre• Razvoj selektivnih oblika turizma: kulturnog, nautičkog, zdravstvenog, ruralnog, sportskog i lovnog• Zaštita obalnog područja i unutrašnjosti Istre u okviru zaštite	<ul style="list-style-type: none">• Nije u potpunosti izvršena privatizacija hotela, što koči njihovu obnovu i podizanje kvalitete usluge• Nema idealnog rješenja za produženje sezone jer su smještajni kapaciteti opremljeni sukladno sezonskom karakteru i spremni su za prihvata gostiju u vrijeme ljetne sezone• Privatni smještaj nije na raspolaganju tokom cijele godine u Istri, a razlog tomu jest slaba intenzivnost prometa u zimskim mjesecima

<p>okoliša i odgovornog upravljanja turizmom</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brojnost manifestacija u toku ljetne sezone • Ulaganja u edukacije turističkih djelatnika da što kvalitetnije pruže uslugu turistima te njihov profesionalni odnos prema turistima • Otvorenost i gostoljubivost domicilnog stanovništva • Velika osobna sigurnost turista u današnje vrijeme • Ulaganje u prirodne resurse i tehnologiju kao potencijale za razvoj turizma 	
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • Investicije u napredak istarskih hotela u obliku privatizacije ili dobivanja koncesije sa ciljem podizanja kvalitete hotelske usluge • prirodne ljepote, čisto more, razvedenost obale, brojni otoci Istarskog arhipelaga • povoljna klimatska obilježja, pitoma mediteranska klima • biološka raznolikost, ekološki očuvan krajolik i podmorje 	<ul style="list-style-type: none"> • Klimatski, politički i ekološki utjecaji sa europskih i međunarodnih turističkih tržišta koji donose negativne aspekte • Mogućnost pojave ratova, a posebice ekoloških katastrofa • Uplovljavanje velikih preoceanskih brodova u istarske luke koji ispuštanjem nafte ugrožavaju biljni i životinjski svijet istarskog mora

<ul style="list-style-type: none"> • razvijene destinacije na obali Istre, kao i unutrašnjosti Istre • Investicijama u hotele i istarsku turističku infrastrukturu moguće je produljenje sezone van ljetnih mjeseci • Mogućnost zapošljavanja turističkih djelatnika Istre tokom cijele godine • Razvoj vikend turizma jer se u Istri često vikendima odvijaju različite manifestacije u svim dijelovima Istre neovisno o godišnjem dobu ili sezoni • Osmišljavanje paket aranžmana koji će biti ponuđeni gostima bliskih zemalja za posjet Istri – to zahtijeva rad na marketinškim aktivnostima turizma Istre • Posebnosti ugostiteljske i hotelijerske ponude • Tradicija u turističkoj djelatnosti 	<ul style="list-style-type: none"> • Mogućnost terorističkih napada koji ugrožavaju sigurnost turista • sukobi s drugim korisnicima resursa (ostali oblici turizma, marikultura, plovni put itd.) • zagađenje okoliša • preizgrađenost obale • nedovoljno razvijena svijest o potrebi zaštite okoliša i očuvanja bioraznolikosti
---	---

Izvor: izrada autorice

Od 2015. do sada, kapaciteti hotela se nisu udvostručili, ali se u tom razdoblju povećala kvaliteta postojećih hotela, kao što su Hotel Adriatic u Rovinju, Hotel Park Plaza u Puli te Valamar Isabella Island Resort u Poreču. Iako u obradi i nastanku, sam projekt istarskog turizma „Green Mediterranean Hideway“, još nije ostvario prioritetni identitet i

ciljeve, ali strateškim aktivnostima i Master planom turizma Istre nastoji se ostvariti i taj dio.

Promet kao turistička komponenta Istre je jedan od nedostataka razvoja istarskog turizma. Slaba zračna povezanost Istre, osim pulskog aerodroma koči istarski turizam da privuče turiste iz udaljenih zemalja svijeta. Zrakoplovnim putem u Istru najčešće dolaze Britanci, Rusi, Norvežani i Francuzi koji su prepoznali Istru kao atraktivnu destinaciju. Cestovni promet bilježi rast i investicije u cestovnu infrastrukturu, pogotovo nadogradnju Istarskog ipsilona, dok se željezničkim prometom gotovo više ni jedan turist ne koristi jer se on u Istri smatra povijeću, a i Istra je tim načinom prometa slabo povezana s ostatkom svijeta. Morski promet omogućuje Istri dolazak turista iz Italije i to osobito ljeti, ali i mnogih brodova koji se neko vrijeme zadržavaju u istarskim lukama.

Ako Istra želi postati destinacija kojoj će sezona trajati cijelu godinu, mora turistima ponuditi autohtone, inovativne i kompleksne turističke ponude karakteristične za istarsko podneblje. Ovdje je stoga potreban isključivo kompleksan i produktivan turistički menadžment koji će omogućiti kvalitetan napredak istarskog turizma.

Istri je potrebno da razvije destinacijski menadžment sustav koji bi putem implementacije suvremenih tehnologija unaprijedio turizam Istre kao turističke destinacije (Gržinić i Floričić, 2015: 124). Stoga je razvijen koncept destinacijskog menadžment sustava Istre, odnosno DMS – a, pod nazivom „Kontakt i prodajni centar Istre“. DMS objedinjuje različite kanale (Gržinić i Floričić, 2015:124): od online bookinga za krajnje korisnike do prodaje smještaja putem kontaktnog centra, odnosno putem telefona, pošte i faks uređaja. Sustav se temelji na modularnosti te je moguće u određenom trenutku koristiti isključivo sustav koji je u tom trenu dostupan, a u ponudi su informacijski i rezervacijski sustav IRS, te podrške korisnicima CRM i CMS. Najvažnije karakteristike DMS – a za Istru predstavljaju jedinstveno rješenje i lako korištenje modularnog sustava i stabilne baze podataka za cjelokupnu ponudu Istre kao destinacije.

U Istri bi lokalne zajednice i općine trebale više poraditi na razvoju svojih turističkih aktivnosti u svrhu privlačenja što većeg broja turista. Potrebne su velike investicije u već postojeća turistička bogatstva. Pojedini restorani i ugostiteljski objekti Istre su okarakterizirani kao turistički subjekti koji koriste zastarjeli i potrošeni model poslovanja.

Ambicija je istarskog turizma kreiranog Master planom da se do 2025. godine ostvari 3 milijarde eura investicija u istarski turizam, povećati udio hotela i hotelskih naselja na 30%, da se poveća popunjenost smještajnih kapaciteta hotela do 30%, a turističkih naselja do 50%. Cilj je doseći turističku dnevnu potrošnju po osobi do 100 eura i ostvariti godišnji prihod od istarskog turizma minimalno 3 milijarde eura (Master plan turizma Istarske županije 2015. – 2025, 2015.).

4. KVALITATIVNA ANALIZA TURIZMA ISTARSKE ŽUPANIJE

Istra ima bogatu turističku ponudu, značajne i atraktivne turističke atrakcije te brojne turističke manifestacije koje su razlog učestalih i brojnih posjeta Istri kao destinaciji. Stoga će se u ovom poglavlju obraditi turističke atrakcije Istre, njezine turističke manifestacije te uloga lokalnog stanovništva u budućim perspektivama turističkog razvoja Istre.

4.1. Turističke atrakcije Istre

Istra je prekrasna turistička regija koja je geografski kompaktna i laka za istraživanje. Istra je dom brojnim povijesnim i prirodnim atrakcijama, sa zabavnim sadržajima, uključujući istraživanje ulica srednjovjekovnih starih gradova i kupanje ili ronjenje u čistim, plavim vodama Jadrana. U povijesti je Istra dugo bila naseljena, s ruševinama i tragovima stanovanja koje su ostavili i Iliri i Rimljani (TZ Istre, 2022.). Zapravo, jedan od najvećih svjetskih preostalih rimskih amfiteatara nalazi se u Puli, koja je ujedno i jedan od najpopularnijih gradova u regiji.

Vjerojatno jedna od najljepših stvari za vidjeti u Istri je impresivni grad Pula na jugu poluotoka. Značajna atrakcija je šarmantan stari grad s mnogim povijesnim atrakcijama, prije svega rimskim amfiteatrom, koji se čak smatra jednim od znamenitosti Istre. Okolica Pule svakako je vrijedna posjeta i nudi bezbroj mogućnosti za izlete i aktivnosti. Pula ima vrlo atraktivne i brojne šljunčane plaže koje se nalaze u okolini grada i čak su među najljepšima u cijeloj turističkoj regiji – to je još jedan razlog zašto je Pula postala jedno od najpopularnijih ljetovališta u Istri.

Slika 7. Pulski amfiteratar kao najpoznatija istarska atrakcija



Izvor: Places of juma (2022): 15 Best Places to Visit in Istria, Croatia, dostupno na <https://www.placesofjuma.com/top-things-to-do-istria/>, pristupljeno 24.05.2022.

Amfiteatarska arena, koja je mogla primiti više od 20.000 gledatelja, služila je za borbe gladijatora, a kasnije i za natjecateljske turnire. Predmet velikih restauratorskih radova, lokalitet još uvijek može primiti 5000 ljudi i ljeti se koristi kao mjesto za festivale i predstave, dok se u njegovim podzemnim prolazima nalaze arheološki nalazi i izložci o lokalnom maslinarstvu (Planetware, 2022.).

Za Pulu je zanimljiv i antički rimski forum, pješačka zona koja još uvijek funkcionira kao jedno od središnjih okupljališta u gradu. Najbolje očuvani dio foruma je hram Rome i Augusta (Augustov Hram) na sjevernoj strani trga s brojnim rimskim skulpturama.

Smješten na komadu zemlje koji strši u Jadran koji su uspostavili Rimljani, Rovinj je prekrasan srednjovjekovni grad i dom brojnih atrakcija koje su privlačne turistima. Najznačajnija je barokna katedrala Svete Eufemije iz 18. stoljeća s ogromnim zvonikom, koji se nalazi na najvišoj točki u gradu. Na glavnom trgu (Trg Marsala Tita) nalazi se stara gradska vijećnica, poznata i kao Komunalna palača. Ovdje turisti mogu vidjeti Balbijev luk (Arco dei Balbi), koji se otvara prema luci s brojnim ugodnim restoranima i kafićima. Barokni luk sagrađen je u drugoj polovici 17. stoljeća i ističe se po svom razrađenom

ukrasu, uključujući i rezbarenu glavu Turčina na vanjskom zidu, dok je na unutarnjem zidu uklesana glava Mlečana. Iznad luka nalazi se grb obitelji Balbi i reljef Lava svetog Marka, simbola Venecije.

Slika 8. Srednjovjekovni Rovinj kao turistička atrakcija sa crkvom sv. Eufemije



Izvor: Places of juma (2022): 15 Best Places to Visit in Istria, Croatia, dostupno na <https://www.placesofjuma.com/top-things-to-do-istria/>, pristupljeno 24.05.2022.

Poreč je jedno od najljepših mjesta u Istri u posljednjem destljeću zahvaljujući brojnim investicijama u turističke inovacije i obogaćivanje turističke ponude da bi privukao što veći broj turista. Posebno je očaravajući romantični stari grad, smješten na malom poluotoku i okružen slikovitom šetnicom uz obalu. Centar grada krije posebno lijepe atrakcije, od kojih neke potječu još iz rimskog doba. Većina ih se nalazi na lijepim povijesnim trgovima. Jedna od glavnih atrakcija obalnog grada je prekrasna Eufrazijeva bazilika, koja je uvrštena na UNESCO-ov popis mjesta svjetske baštine.

Danas je grad živopisno i moderno mjesto koje savršeno balansira između povijesti i sadašnjosti. U Poreču se govori hrvatski, ali zbog njegove povijesti nije neobično čuti talijanski jezik na ulicama. Posljednji zabilježeni broj stanovnika Poreča pokazao je da

ima oko 16.700 stanovnika (DZS, 2021.), glavno zanimanje su maslinarstvo i voćarstvo, ribarstvo i turizam.

Poreč je popularno turističko odredište poznato po prekrasnom prirodnom krajoliku, dugoj turističkoj tradiciji i nekoliko dobro opremljenih turističkih naselja. Mediteranska klima s blagim zimama i toplim ljetima čini grad ugodnim za posjetitelje tijekom cijele godine. Ljetna sezona je savršena za zabavu na plaži, kupanje i sunčanje, dok izvan sezone možete izbjeći gužvu i mirno uživati u gradu.

Slika 9. Eufrazijeva bazilika u Poreču



Izvor: My porec (2022): Eufrazijeva bazilika, dostupno na <https://www.myporec.com/hr/otkrijte-porec/eufrazijeva-bazilika/25>, pristupljeno 25.05.2022.

Posjet Parku prirode Kamenjak pruža turistima viziju netaknute prirode Istre. To je zavidljivi rezervat prirode na rubu ljetovališta Premantura. Impresivnih 30 kilometara krševite obale, na kojoj se nalaze vjerojatno najspektakularniji hridi u cijeloj Istri, su spektakularni. Uz to, kroz park vodi bezbroj pješačkih i biciklističkih staza, uz fantastičan krajolik gdje turisti mogu istražiti malu stazu dinosaura u prirodi i predahnuti u safari baru s pustolovnim igralištem. Prekrasne su i brojne male skrivene uvale i plaže koje su među najljepšima u Istri.

Nekada malo ribarsko mjesto na Kvarnerskom zaljevu, Rabac je posljednjih godina izrastao u popularno ljetovalište, poznato po šljunčanim plažama i čistom, plavom moru. Plaža Girandella jedna je od najboljih plaža zbog izrazite bistrine vode te je izvrsno mjesto

za kupanje ili ronjenje. U samom gradu turisti mogu pronaći turistički ugođaj i povijesni osjećaj, a tu je i duga šetnica. Šetnicom vozi električni vlak koji povezuje razna naselja i centar mjesta. U ovoj skromnoj destinaciji za odmor također postoji mnogo kafića, trgovina i restorana.

Slika 10. Uvala grada Rabca

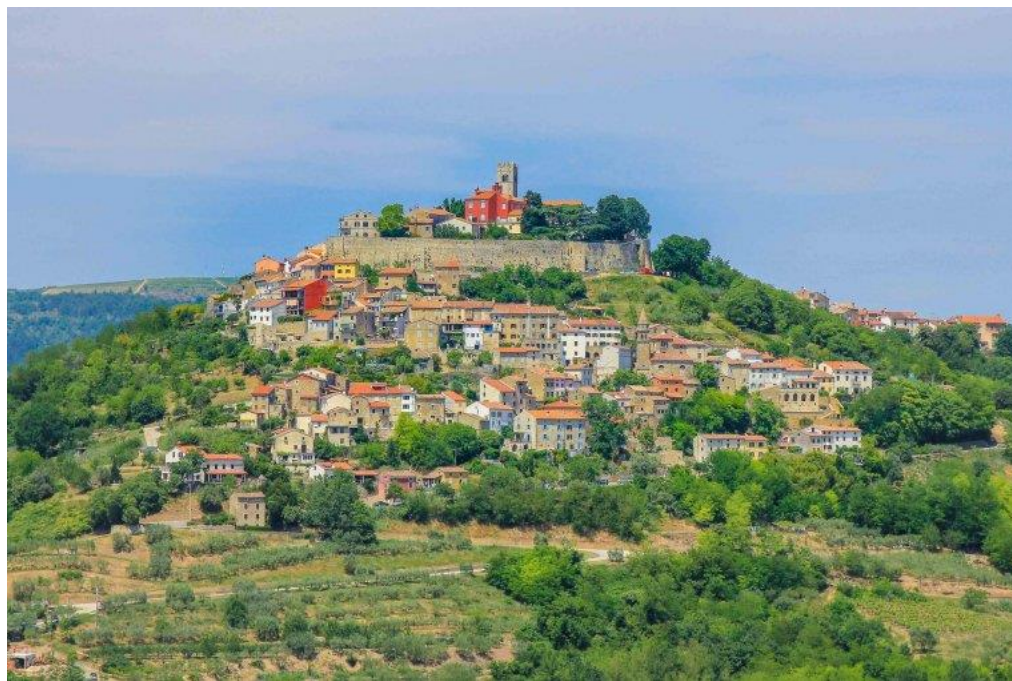


Izvor: Places of Juma (2022): 15 Best Places to Visit in Istria, Croatia, dostupno na <https://www.placesofjuma.com/top-things-to-do-istria/>, pristupljeno 25.05.2022.

Smješten visoko na brežuljku u dolini rijeke Mirne, Motovun je prekrasan, slikovit, stari grad opasan zidinama koji datira iz 14. stoljeća kada su Mlečani podigli dva niza debelih zidina kako bi ga utvrdili (Places of Juma, 2022.). Okružen slikovitim krajolikom s vinogradima i zelenim poljima doline Mirne, Motovun oduševljava prije svega svojom lijepom starom jezgrom. Smještena je na strmom brežuljku visokom 277 metara s kojeg se pruža prekrasan pogled na brežuljkasti krajolik Istre. Među glavnim atrakcijama nisu samo povijesne gradske zidine i šarmantne srednjovjekovne uličice, već i brojni izvrsni restorani i tradicionalne konobe. Danas je poznat po tome što svakog ljeta ugošćuje popularni filmski festival te po svojoj umjetničkoj atmosferi i dobrom izgledu iz bajke. U centru grada turisti mogu pronaći mješavinu gotičkih i romaničkih zgrada u kojima se

nalaze umjetnički studiji, butici, restorani i kafići. Motovun se nalazi u podnožju Motovunske šume, koja je dom slavni istarskih tartufa.

Slika 11. Motovun kao ruralna destinacija u Istri



Izvor: Places of juma (2022): 15 Best Places to Visit in Istria, Croatia, dostupno na <https://www.placesofjuma.com/top-things-to-do-istria/>, pristupljeno 27.05.2022.

Nacionalni park Brijuni (Nacionalni park Brijuni) sastoji se od dva velika i 12 malih otoka i otočića, a koristio ga je kao ljetnu rezidenciju maršal Tito, predsjednik Jugoslavije, od 1949. do svoje smrti 1980. godine (Planetware, 2022.). Osim što je ovdje zabavljao predsjednike država i filmske zvijezde, Tito je na otoke uveo niz neobičnosti, uključujući afričke životinje poput slonova, zebri i antilopa, te vrste biljaka koje nisu autohtone u Hrvatskoj. Danas su jedini otoci otvoreni za javnost dva glavna otoka Veli Brijun i Mali Brijun. Iako je pristup još uvijek ograničen, park se može posjetiti u sklopu obilaska osim ako ne odsjedate u nekom od hotela. Glavne znamenitosti Nacionalnog parka Brijuni su

ostaci bizantske utvrde iz drugog stoljeća, rimska vila, crkva sv. Germane, safari park i zanimljiva izložba o Titu.

Slika 12. Nacionalni park Brijuni – otoci Veliki i Mali Brijun



Izvor: Places of juma (2022): 15 Best Places to Visit in Istria, Croatia, dostupno na <https://www.placesofjuma.com/top-things-to-do-istria/>, pristupljeno 27.05.2022.

Opatija je dugo jedno od vodećih turističkih mjesta u Hrvatskoj, prekrasno odredište za odmor zahvaljujući brojnim elegantnim starim hotelima koji se nižu uz ugodnu obalu i privlače posjetitelje tijekom cijele godine. Klima je ovdje blaga, čak i zimi, jer je grad zaštićen planinom Učkom od bure, sjevernog vjetrova koji puše s Jadrana.

Osim što pruža zaklon, planina Učka, najviša točka istarskog poluotoka, može se pohvaliti i obiljem prekrasnih krajolika. Zahvaljujući blagoj klimi, Opatija ima brojne mogućnosti objedovanja na otvorenom, a većina restorana i hotela nudi ugodne terase, od kojih su mnogi otvoreni tijekom cijele godine. Posebna atrakcija je šetnja šetnicom Lungomare koja se proteže na oko 12 kilometara, usput omogućujući poglede na neke od najspektakularnijih obalnih krajolika u zemlji.

Slika 13. Opatijska obala



Izvor: Places of juma (2022): 15 Best Places to Visit in Istria, Croatia, dostupno na <https://www.placesofjuma.com/top-things-to-do-istria/>, pristupljeno 28.05.2022.

Jedan od najvećih gradova u unutrašnjosti Istre, glavna atrakcija Pazina je njegov vrhunski srednjovjekovni kaštel (Kaštel) i spektakularno okruženje. Izgrađen u devetom stoljeću, dvorac je postavljen dramatično visoko na vrhu litice s pogledom na klanac, sa svojim ulazom preko pokretnog mosta. Trenutni raspored datira iz 14. stoljeća kada su četiri krila spojena u dvorište. Dvorac danas služi kao dom Etnografskog muzeja Istre (EMI) s brojnim izložbama narodnih nošnji, tekstila, poljoprivrednih alata, ribarske opreme, glazbenih instrumenata i kućanskih potrepština. U dvorcu je i Građanski muzej sa svojim brojnim arheološkim nalazima, kao i zbirka zvona i oružja. Ostale zanimljive atrakcije u Pazinu su srednjovjekovna crkva sv. Marije i crkva sv. Franje (Sv. Frane) iz 15. stoljeća.

Slika 14. Građanski muzej u Pazinu



Izvor: Places of juma (2022): 15 Best Places to Visit in Istria, Croatia, dostupno na <https://www.placesofjuma.com/top-things-to-do-istria/>, pristupljeno 28.05.2022.

Lovran je jedno od najtraženijih ljetovališta u Hrvatskoj. Zaštićen od hladnih zimskih vjetrova planinom Učkom i raširen uz obalu oceana, Lovran uživa u blagoj klimi koja osigurava da je prometan tijekom cijele godine. Poželjno je istražiti stari utvrđeni dio grada, gdje su ostali dijelovi izvornog zida.

Popularne atrakcije u ovom povijesnom području uključuju romanički zvonik i baroknu crkvu sv. Jurja (Sv. Juraj) iz 14. stoljeća na glavnom trgu. Popularne godišnje manifestacije koje se održavaju u Lovranu uključuju Jurjevske proslave u travnju, Ribarske fešte tijekom ljetnih mjeseci, Marunadu u listopadu i jahtinsku regatu u studenom.

Slika 15. Starovjekovni Lovran



Izvor: Places of juma (2022): 15 Best Places to Visit in Istria, Croatia, dostupno na <https://www.placesofjuma.com/top-things-to-do-istria/>, pristupljeno 28.05.2022.

Lungomare je lijepa šetnica od 12 kilometara, koja se proteže cijelom jadranskom obalom od Voloskog do Lovrana. Izgrađena krajem 19. stoljeća kada se Opatija počela razvijati kao turističko odredište, danas je jedan od vrhunaca ovog kraja. Lungomare je dobro mjesto za šetnju ili pronalaženje dobrog mjesta za odmor gdje turisti mogu uživati u sunčanim šetnjama uz obalu na bilo kojoj od mnogih stjenovitih točaka koje strše u more.

Slika 16. Pogled na stari Vrsar



Izvor: Places of juma (2022): 15 Best Places to Visit in Istria, Croatia, dostupno na <https://www.placesofjuma.com/top-things-to-do-istria/>, pristupljeno 28.05.2022.

Vrsar (Orsera), nekoć utvrđeno ribarsko mjesto s podrijetlom još iz rimskog doba, sadrži mnoge stare rimske ruševine, uključujući ostatke stare vile i kamenoloma Montaker, koje kipari i njihovi studenti još uvijek koriste kao izvor kamena. Još uvijek se mogu vidjeti ostaci starih rimskih utvrda, ponajviše morska vrata iz tog razdoblja, dok se iz kasnijih razdoblja izdvaja romanička crkva sv. Marije (Sv. Marije) iz 10. stoljeća u blizini rive. Zanimljiv je i dvorac Vergottini iz 12. stoljeća, poznat i kao Biskupska palača, te obližnja crkva sv. Martina iz 19. stoljeća. Ovdje turisti mogu vidjeti Park skulptura Dušana Džamonje samo malo dalje od grada.

4.2. Turističke manifestacije u Istri

U Istri se tokom godina, a najviše u ljetnoj sezoni održava niz turističkih manifestacija u brojnim istarskim poznatijim destinacijama i manjim istarskim gradićima koje svake godine privlače brojne turiste. Takve manifestacije postale su i međunarodno poznate i jedan su od motiva dolaska u Istru.

Najpoznatija ljetna manifestacija koju posjećuju brojne svjetske slavne ličnosti i turisti je Pulski filmski festival. Ovaj je festival jedan od najpoznatijih filmskih manifestacija prepoznat na međunarodnoj razini, koji je sa svojim održavanjem započeo 1954. godine te se od tada svake godine održava jednom godišnje, traje prosječno sedam dana u srpnju. Na festivalu se premijerno prikazuju novi domaći i strani filmovi, od kojih se najbolji nagrađuju Zlatnom arenom. Iako su se na festivalu nekada prikazivali samo domaći filmovi isključivo hrvatskog karaktera, sve se više u natjecanje implementiraju brojne filmske izvedbe inozemnih autora.

Slika 17. Pulski filmski festival



Izvor: Pula.hr (2022): 67. Pulski filmski festival – 16 filmskih naslova u utrci za Zlatne Arene, dostupno na <https://www.pula.hr/hr/novosti/detail/20822/67-pulski-filmski-festival-16-filmskih-naslova-u-utrci-za-zlatne-arene/>, pristupljeno 30.05.2022.

Poreč je ostvario uspjeh u održavanju ljetne turističke manifestacije Poreč Open Air Festival, koji se održava svake godine i svaki dan u razdoblju od 15. lipnja do 15. rujna. U okviru ovog festivala, na ulicama Poreča osmišljeni su brojni atraktivni događaji koji svakodnevno zabavljaju turiste, čineći tako Poreč kao destinaciju još posjećenijom. Od najvažijih turističkih aktivnosti tokom ovog festivala potrebno je istaknuti Street Performance, Music Nights, Cinema and Theatre i Special Events, a moto festivala jest slaviti život, njegovu ljepotu i uživanje u malim stvarima.

Slika 18. Ulične aktivnosti i barokne večeri na Poreč Open Air Festival



Izvor: Poreč Open Air (2022): Galerija, dostupno na <https://porecopenair.com/hr/>, pristupljeno 30.05.2022.

Ljetni festival pršuta u Tinjanu svake godine privlači brojne turiste i izlagače, gdje se pršut promovira kao autohtoni gastro proizvod specifičan za Hrvatsku. Posjetitelji iz cijele Hrvatske i Europe, ali i s drugih kontinenata, dolaze svake godine u Tinjan na tri dana, opisujući ovaj veliki događaj kao nešto što se očekuje tijekom cijele godine i ne smije se propustiti. Na nje su se na svakom koraku topili komadići vrhunskog pršuta, zaliveni najboljim istarskim vinom i nadopunjen brojnim drugim domaćim i autohtonim proizvodima iz sajamske ponude. Za ljubitelje istančanih okusa ovaj događaj je vrhunac, a šunka je ponovno potvrdila da ima nezamjenjivo priznanje u gastronomskoj ponudi Istre i cijele Hrvatske. ISAP je još jednom pokazao da je riječ o

jednom od najvećih i najvažnijih gastro događanja u našoj zemlji, međunarodnog karaktera, a o kvaliteti i uspješnosti događanja najbolje govore brojke koje su oborile sve dosadašnje rekorde. Osim kategorije istarskog pršuta, na festivalu se ocjenjuju i kategorije „Dalmatinski pršut“, „Drniški pršut“, „Krčki pršut“, „Bezdimni pršut bez kožice“, „Bezdimni pršut s korom“ i „Dimljeni pršut“. Posjetitelji su stoga mogli kušati široku paletu okusa Kralja delacija, te sa svim finoćama koje ove vrhunske proizvode čine različitim, s obzirom na njihovo zemljopisno podrijetlo i način proizvodnje. Predstavilo se pedesetak izlagača šunke iz Hrvatske, Austrije, Španjolske, Italije, Mađarske, Slovenije, dok je zemlja partner bila Crna Gora.

Slika 19. Festival pršuta u Tinjanu



Izvor: Taste of Adriatic (2019): Wealth of prosciutto in Tinjan, dostupno na <https://www.tasteofadriatic.com/post/wealth-of-prosciutto-in-tinjan>, pristupljeno 30.05.2022.

Vinistra predstavlja međunarodnu tradicionalnu izložbu vina i vinske opreme koja se od 1994. godine održava u Poreču. Prilikom manifestacije, koja se održava svake godine od 29. travnja do 02. svibnja, vrši se degustacija vinskih delacija. Na Vinistri tradicionalno sudjeluju sudjeluju izlagači iz Hrvatske, Slovenije, Italije i Mađarske. Osim

istarskih vina, od kojih je najpoznatija malvazija, na ovoj se manifestaciji izlažu istarsko maslinovo ulje, pršut, sir, skuta i med.

Slika 20. Festival Vinistra u Poreču



Izvor: Vinistra (2022): Home, dostupno na <http://www.vinistra.com/>, pristupljeno 01.06.2022.

U Vodnjanu se tokom listopada tradicionalno odvijaju Dani mladog maslinovog ulja. O kvaliteti maslinovog ulja s područja Vodnjana svjedoči i to što se ovaj sajam odvija redovno svake godine, a do sada se već održao 16 puta. Manifestacija je međunarodnog karaktera i okuplja proizvođače vrhunskih ekstra djevičanskih maslinovih ulja. Manifestacija iz godine u godinu nastavlja podizati svijest o dobrobitima konzumacije mladih maslinovih ulja. Manifestacija posebno pridonosi sveukupnoj reputaciji Vodnjana za ekstra djevičansko maslinovo ulje kao autohtoni brend, koji je postao međunarodno priznat kao jedan od najboljih u svijetu.

Svake godine na Dane maslinovog ulja dolazi oko 20.000 posjetitelja gdje se festival maslinovog ulja odvija u šatoru površine 1600 m² tijekom tri dana održavanja. Više od 100 proizvođača maslinovog ulja i drugih domaćih poljoprivrednih proizvoda sa posjetiteljima dijeli svoje iskustvo i domaće proizvode.

Slika 21. Dani mladog malinovog ulja u Vodnjanu



Izvor: Vodnjan.hr (2022). Dani mladog maslinovog ulja, dostupno na <https://www.vodnjan.hr/hr/manifestacije-/dani-mladog-maslinovog-ulja>, pristupljeno 01.06.2022.

U Livadama se tradicionalno održavaju dani tartufa. Tartuf je vrhunska delicija u kojoj su uživali mezopotamski vladari prije 4000 godina, a i danas je jedna od najprestižnijih namirnica u svjetskoj gastronomiji. Ovu kraljevsku gljivu intenzivnog okusa poznavali su još stari Grci i rimski carevi, a služila se i na francuskom dvoru i među austro-ugarskom aristokracijom. Vrlo je rijedak i raste samo na nekoliko lokacija u Europi - u pojedinim dijelovima Francuske i Italije te u Istri, kojoj pogoduju blaga klima, male temperaturne varijacije i siva glinena zemlja.

Bijeli i crni tartuf imaju svoje prirodno stanište u istarskom tartuf 'Bermudskom trokutu' između Pazina, Buja i Buzeta, posebice u dolini rijeke Mirne i Motovunskoj šumi.

Rastu pod zemljom, a za njima tragaju posebno dresirani psi. Listopad je vrhunska sezona bijelih tartufa, koji su ujedno i najskuplji i najvrijedniji tartufi. U to se vrijeme svakog vikenda održavaju brojne manifestacije u čast ovog neprikosnovenog kralja gljiva u Livadama, poznatom centru tartufa kraj Motovuna. No, prije i nakon tog razdoblja, kroz veći dio jeseni, Istra živi u ritmu tartufa uz obilje fešta posvećenih ovoj plemenitoj gljivi.

Gostima koji dolaze iz cijele regije prezentiraju se tipična jela od tartufa: fuži, pljukanci, njoki, fritade i razne mesne kombinacije. Tu su i brojne izložbe i sajmovi, s mnoštvom izvrsnih prilika za upoznavanje svijeta ovog čarobnog, aromatičnog gomolja poznatog po svojim afrodisijačkim svojstvima.

Slika 22. Dani tartufa u Livadama



Izvor: TZ Istre (2022): Dani tartufa u Istri, dostupno na <https://www.istra.hr/hr/gourmet/tartuf/dani-tartufa-u-istri>, pristupljeno 02.06.2022.

U Lovranu se svake godine tokom listopada održava tradicionalna marunada. Lovranski maruni glase za jednu od najkvalitetnijih vrsta kestena na svijetu. Tada svi posjetitelji mogu uživati u tradicionalnoj gastro ponudi lovranskih ugostitelja, od

kojih se najviše ističu topli i pečeni lovranski maruni, zbog kojih mnogi turisti dolaze upravo ovdje.

Slika 23. Marunada u Lovranu



Izvor: Visit Opatija (2022): 45. Marunada u Lovranu, dostupno na <http://www.visitopatija.net/hr/dogadjanja/marunada>, pristupljeno 02.06.2022.

Plava Laguna Croatia Open Umag više je nego samo izvanredan ATP Tour teniski turnir. Događaj je pomogao da se Umag učvrsti kao simbol kvalitetnog hrvatskog turizma. Favorit Goran Prpić osvojio je prvo izdanje turnira 1990. godine, a Marin Čilić postao je drugi Hrvat koji je podigao trofej 2012. godine. Jedinstven oblik školjke središnjeg stadiona te položaj teniskog centra uz samu plažu, kombinacija dnevnog programa s teniskim mečevima, noćnom zabavom i brojnim koncertima, uz raznovrsnu gastronomsku ponudu, čine ovaj turnir jedinstvenim u svijetu. Uspješna organizacija turnira, atraktivni program te brojni posjetitelji, učinili su da ovaj športski događaj postane simbol grada Umaga.

Slika 24. ATP turnir tenisa u Umagu



Izvor: ATP Tour (2022): Plava Laguna ATP Umag, dostupno na <https://www.atptour.com/en/tournaments/umag/439/overview>, pristupljeno 02.06.2022.

Advent u Istri postao je značajna manifestacija koja se svake godine sve snažnije razvija, a ima ga gotovo svaki gradić u Istri. Tokom prosinca prije Božića, mnogi istarski gradovi nude na ulicama brojnu zabavu, koncerte, muziku, gastro ponudu, zabavu za djecu te ponudu brojnih božićnih delicija na uličnim štandovima. Istarski adventi su od malih lokalnih manifestacija sve više postali prepoznati zbog bogatstva adventske ponude pa se i povećao broj dolazaka turista u Istru tokom adventskih događanja.

Istarske manifestacije odvijaju se tokom cijele godine, a postojanje brojnih manjih lokalnih manifestacija, poput tradicionalnih istarskih sajмова, ljetnih večeri po istarskim selima i ostalih kulturnih i gastro manifestacija učinili su Istru atraktivnom destinacijom u kontekstu manifestacijskih događanja.

4.3. Uloga lokalne zajednice u razvoju turizma Istre

Povećavajući socio-ekonomske učinke uzrokovane razvojem turizma kod lokalnog stanovništva Istre, isti usvajaju određene stavove prema izravno ili neizravno uočenim utjecajima. Međutim, neki od tih utjecaja mogu se smatrati pozitivnim ili negativnim, prema različitim perspektivama.

Lokalno stanovništvo Istre cijeni tradiciju svoje zemlje i vrlo je posvećeno očuvanju istarske kulturne, prirodne i gastro baštine. U turističkoj ponudi Istre najviše se njeguje njezina kultura i gastronomija, koje čine poseban ponos lokalnog stanovništva jer su oni izvorni tvorci istih i utječu na zadovoljstvo gostiju prilikom konzumacije brojnih istraskih tradicionalnih specijaliteta.

Istarsko stanovništvo je prema turistima iznimno ljubazno i gostoljubivo te im omogućava komforan i zabavan provod. Svojim pozitivnim utjecajima lokalno stanovništvo je prepoznalo značaj turizma za kontinuiran ekonomski napredak Istre jer im to osigurava izvore zapošljavanja i prihoda. U sezoni, gostoprimstvo istarskih stanovnika prema turistima pruža mogućnosti za zadržavanje stanovništva u područjima koja bi inače mogla doživjeti depopulaciju, te omogućuje istarskim područjima koja nisu toliko vitalna van sezone da budu ponovno naseljeni te da se postignu ukupni multiplikativni učinci, iako su u ruralnim područjima oni obično niži.

Istarsko stanovništvo posebno je ponosno na bogatu i tradicionalnu istarsku kulturu koju nastoji prenijeti turistima prilikom boravka u Istri. Time ono nastoji ponovno osnažiti lokalnu kulturu, usaditi osjećaj lokalnog ponosa, samopoštovanja i identiteta. Međutim, ponekim djelovanjem može doći do negativne percepcije kod turista, odnosno do iskrivljene lokalne kulture radi komodifikacije i iscenirane autentičnosti te do uništavanja autohtone kulture. Ipak, istarsko stanovništvo svijesno je da je turizam perspektivna djelatnost koja im može pružiti napredak i kontinuiranu atraktivnost regije, pa su isti ocijenjeni kao gostoljubivi i iznimno ljubazni prema turistima.

4.4. Kritički osvrt na provedeno istraživanje

Istra je najrazvijenija županija u Hrvatskoj. Ima bogate prirodne i kulturne resurse, tradiciju gastronomije i autohtonih jela, brojne kulturne atrakcije, šljunkovite plaže i brojne hotelske objekte visoke kategorizacije. Istarske destinacije prepoznate su kao jedne od najposjećenijih u Hrvatskoj i kao takve imaju atraktivan položaj i konkurentski status u odnosu na druge hrvatske destinacije.

Istra je nekad bila zemlja sunca i mora koju su često posjećivali inozemni gosti iz kontinentalne Europe tokom ljeta, a njen glavni turistički proizvod bio je sunce i more. Ovaj turistički koncept nije bio dugoročno održiv jer je smjer razvoja turizma išao uvijek u kontinuitetu iskorištavanja prirodnih resursa bez turističkih inovacija. Mnoga istarska područja dugo su vremena bila turistički nezanimljiva i zapuštena, a posjedovala su veliki potencijal za napredak razvoja turizma, uglavnom ona koncentrirana u ruralnoj Istri.

Danas je turizam Istre doživio veliku transformaciju jer se razvojem selektivnih oblika turizma isti prenamijenio u turizam individualnih potreba, gdje je razvoj naročito ruralnog, kulturnog, vjerskog i poslovnog turizma, uz ljetnikovski, doprinio statusu Istre kao poželjne i vrlo posjećene turističke destinacije.

Danas je Istra kao destinacija vrlo posjećena, nudi veliki broj smještajnih kapaciteta, atrakcija i manifestacija. Ukupan turistički proizvod Istre temelji se na sinergiji mnogih učinaka koje sačinjavaju istarska gastronomija, prirodni i kulturni resursi, bogata hotelska ponuda i ljubazno gostoprimstvo lokalnog stanovništva. Stoga se Istra može opisati kao najpoželjnija hrvatska turistička destinacija sa optimalnom eksploatacijom turističkih resursa koji uvjetuju progresivan rast turističkog prometa Istre u budućnosti.

5. ZAKLJUČAK

Istra je nekad bila posjećena samo zbog univerzalnog ljetnog turističkog proizvoda sunca i mora i mnogi turisti su je posjećivali masovno, a odmor na moru bio je autentičan doživljaj bez dodatnih turističkih sadržaja. Međutim, to je prepoznato kao glavno ograničenje razvoja istarskog turizma te se turistički razvoj Istre počeo usmjeravati prema individualnim potrebama turista i selektivnim oblicima turizma. Istarski turizam današnjice stoga je postao prepoznat kao snažna ekonomska razvojna komponenta, koja ima pozitivan utjecaj i na Istru kao turističku regiju, na njezine turističke resurse, kapacitete te lokalno stanovništvo.

Istru kao turističku destinaciju prepoznali su brojni turisti na međunarodnim emitivnim tržištima kao prirodno netaknutu regiju, s čistim morem te atraktivnim kontinentalnim dijelom. Stoga se na obalnom području Istre pretežito razvija ljetnikovski turizam s brojnim manifestacijama i atrakcijama za turiste, osim klasične ponude sunca i mora. Unutrašnjost Istre sve snažnije obilježava razvoj ruralnog turizma, gdje su u ponudi agroturizmi, OPG – ovi i kuće za odmor u tišini ruralne Istre.

Turistički stručnjaci su prepoznali neiskorištene potencijale Istre kao „terre incognite“ te ju pretvorili u Promised Land turističkog provoda, zahvaljujući provedbi snažnih marketinških aktivnosti i primjenom strategija razvoja zaboravljene istarske tradicije, od koje su isti učinili prepoznatljiv i atraktivan turistički proizvod, kako na nacionalnom, tako i na međunarodnim turističkim tržištima.

Istra svoju turističku ponudu temelji na brojnim prirodnim resursima, ali je postala i svjesna da produžetak turističke sezone može doprinijeti percepciji Istre kao poželjne destinacije i zbog drugih atrakcija, a ne samo ljetne ponude plaža i zabave. Investicije u kontinuitet održavanja postojećih istarskih atrakcija čine ih vrlo konkurentnima i posjećenima. Organizacija brojnih turističkih manifestacija diljem Istre tijekom cijele godine potiče i motivira turiste na dolazak u Istru ne samo ljeti, a to doprinosi razvoju Istre kao cjelogodišnje aktivne i funkcionalne destinacije.

Istarska enogastronomija sve je snažnije zastupljena te u svojoj ponudi istarski ugostitelji često ističu istarsku gastro ponudu kao jednu od najboljih i autentičnih u Europi jer se njezina gastro ponuda temelji na tradicionalnim i starinskim istarskim jelima. Zbog iznimno razvijene atraktivnosti istarske gastronomije i njezinog stvorenog identiteta u

turističke svrhe Istra je počela konkurirati na međunarodnim turističkim tržištima kao gastro destinacija, razvijajući ovaj selektivni oblik turizma kao specifičan dio istarske turističke ponude.

Istra kao turistička destinacija svoju atraktivnost i konkurentnost temelji na prirodnim resursima, netaknutoj prirodi, bogatoj kulturnoj baštini i tradiciji gastronomije što je čini ikonom hrvatskog turizma kojima privlači brojne turiste i održava kontinuirano poziciju vodeće hrvatske turističke županije.

LITERATURA

Knjige:

1. Bratulić, J. (1993). Istra – atlas s turističkim i poslovnim vodičem. Zagreb: Naklada Zadro
2. Čavlek, N., Vukonić, B. (2001): Rječnik turizma, Masmedia, Zagreb.
3. Galičić, V., Laškarin, M. (2015): Principi i praksa turizma i hotelijerstva, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka.
4. Križman Pavlović, D. (2008): Marketing turističke destinacije, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za ekonomiju i turizam „Dr. Mijo Mirković“, Pula.
5. Magaš, D. (2000): Razvoj hrvatskog turizma, Adamić, Rijeka.
6. Petrić, L. (2011): Upravljanje turističkom destinacijom, Ekonomski fakultet Split, Split.
7. Pirjevec, B. (2008): Turizam - jučer, danas,, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac.
8. Senečić, J. (2006): Marketing menadžment u turizmu, Mikorad, Zagreb
9. Vitasović, A. (2014): Konkurentsko pozicioniranje Republike Hrvatske u Gržinić, J., Bevanda, V. (2014): Suvremeni trendovi u turizmu, poglavlje u knjizi, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet za Ekonomiju i turizam „DR. Mijo Mirković“, Pula.
10. Gržinić, J., Floričić, T. (2015): Turoperatori i suvremeni trendovi u hotelijerstvu, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula.

Publikacije:

1. Hrvatska gospodarska komora (2017): Gospodarski profil istarske županije, HGK – Županijska komora Pula, Pula.
2. Hrvatska turistička zajednica (2012): Hrvatska eno – gastronomija, Radin Print d.o.o., Zagreb.
3. Hrvatska turistička zajednica (2020): Turizam u brojkama 2020., Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb, dostupno na https://www.htz.hr/sites/default/files/202106/HTZ%20TUB%20HR_%202020_0.pdf, prisutpljeno 24.04.2022.

Znanstveni članci:

1. Kaiser, S. (2018): Characteristics of the Tourism Industry, dostupno na <https://sebastiankaiser.wordpress.com/2012/05/21/characteristics-of-the-tourism-industry/>, pristupljeno 24.04.2022.
2. Rahmiati, F. et. al. (2019): Exploring the Characteristics of Tourism Industry and Antecedents to Competitive Advantage Creation, Advances in Social Science, Education and Humanities Research, Vol. 377, No. 2, str. 305 – 308

Online izvori:

1. DZS (2019): Dolasci i noćenja turista u 2019. godini, dostupno na https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-02_01_2019.htm, pristupljeno 24.04.2022.
2. Places of juma (2022): 15 Best Places to Visit in Istria, Croatia, dostupno na <https://www.placesofjuma.com/top-things-to-do-istria/>, pristupljeno 24.04.2022.
3. Planetware (2022): 12 Top-Rated Attractions & Things to Do in Istria, dostupno na <https://www.planetware.com/tourist-attractions-/istria-hr-is-i.htm>, pristupljeno 26.04.2022.
4. Pula.hr (2022): 67. Pulski filmski festival – 16 filmskih naslova u utrci za Zlatne Arene, dostupno na <https://www.pula.hr/hr/novosti/detail/20822/67-pulski-filmski-festival-16-filmskih-naslova-u-utrci-za-zlatne-arene/>, pristupljeno 20.05.2022.
5. TZ Istre (2022): Destinacije, dostupno na <https://www.istra.hr/hr/destinacije>, pristupljeno 20.05.2022.
6. Poreč Open Air (2022): Galerija, dostupno na <https://porecopenair.com/hr/>, pristupljeno 30.05.2022.

7. Taste of Adriatic (2019): Wealth of prosciutto in Tinjan, dostupno na <https://www.tasteofadriatic.com/post/wealth-of-prosciutto-in-tinjan>, pristupljeno 30.05.2022.
8. Vinistra (2022): Home, dostupno na <http://www.vinistra.com/>, pristupljeno 25.02.2022. Vodnjan.hr (2022). Dani mladog maslinovog ulja, dostupno na <https://www.vodnjan.hr/hr/manifestacije-/dani-mladog-maslinovog-ulja>, pristupljeno 01.06.2022.
9. TZ Istre (2022): Dani tartufa u Istri, dostupno na <https://www.istra.hr/hr/gourmet/tartuf/dani-tartufa-u-istri>, pristupljeno 01.06.2022.
10. ATP Tour (2022): Plava Laguna ATP Umag, dostupno na <https://www.atptour.com/en/tournaments/umag/439/overview>, pristupljeno 02.06.2022.

POPIS SLIKA

Slika 1. Interakcija ponude i potražnje na turističkom tržištu.....	4
Slika 2. Životni ciklus destinacije.....	6
Slika 3. Istarske destinacije na obali – Rovinj, Poreč, Pula i Umag.....	13

Slika 4. Primjer vile za odmor u Istri – Fažana.....	20
Slika 5. Struktura noćenja turista u Istri 2018. – 2019. godine.....	22
Slika 6. Internet stranica promocije istarskog turizma „Explore Istria“.....	24
Slika 7. Pulski amfiteratar kao najpoznatija istarska atrakcija.....	27
Slika 8. Srednjovjekovni Rovinj kao turistička atrakcija sa crkvom sv. Eufemije.....	33
Slika 9. Eufrazijeva bazilika u Poreču.....	34
Slika 10. Uvala grada Rabca.....	35
Slika 11. Motovun kao ruralna destinacija u Istri.....	36
Slika 12. Nacionalni park Brijuni – otoci Veliki i Mali Brijun.....	37
Slika 13. Opatijska obala.....	38
Slika 14. Građanski muzej u Pazinu.....	39
Slika 15. Starovjekovni Lovran.....	40
Slika 16. Pogled na stari Vrsar.....	41
Slika 17. Pulski filmski festival.....	42
Slika 18. Ulične aktivnosti i barokne večeri na Poreč Open Air Festival.....	43
Slika 19. Festival pršuta u Tinjanu.....	44
Slika 20. Festival Vinistra u Poreču.....	45
Slika 21. Dani mladog malinovog ulja u Vodnjanu.....	46
Slika 22. Dani tartufa u Livadama.....	47
Slika 23. Marunada u Lovranu.....	48
Slika 24. ATP turnir tenisa u Umagu.....	49

POPIS TABLICA

Tablica 1. Stanovništvo Istarske županije sukladno popisu 2011. godine.....	12
Tablica 2. Klasifikacija smještajnih kapaciteta Istarske županije.....	17
Tablica 3. Smještajni kapaciteti turizma po županijama i prikaz Istre.....	18
Tablica 4. Deset gradova s najvećim turističkim prometom 2020. godine.....	19
Tablica 5. SWOT analiza turizma Istre.....	24

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Dolasci i noćenja turista u Istri od 2016. – 2021. godine.....	15
--	----

SAŽETAK

Istarska županija je najrazvijenija turistička destinacija Hrvatske i kao takva je prepoznata kao konkurentna i atraktivna na brojnim globalnim emitivnim turističkim tržištima. U percepciji turista ima status prirodno očuvane i turističkim resursima bogate destinacije koja nudi brojne kapacitete za udobnost, zabavu i aktivan odmor. Bogata prirodnim resursima, poput potoka, valovitih brda, manjim gradićima smještenim na vrhovima u unutrašnjosti Istre, ali i stjenovitom obalom i šljunčanim plažama uz ponudu

hotelskih kapaciteta visoke kategorizacije, kao destinacija je izvrsna opcija izbora turista za boravak i odmor.

Istra svoju turističku ponudu temelji na brojnim prirodnim resursima, ali je postala i svjesna da produžetak turističke sezone može doprinijeti percepciji Istre kao poželjne destinacije i zbog drugih atrakcija, a ne samo ljetne ponude plaža i zabave. Investicije u kontinuitet održavanja postojećih istarskih atrakcija čine ih vrlo konkurentnima i posjećenima. Organizacija brojnih turističkih manifestacija diljem Istre tijekom cijele godine potiče i motivira turiste na dolazak u Istru ne samo ljeti, a to doprinosi razvoju Istre kao cjelogodišnje aktivne i funkcionalne destinacije.

Ključne riječi: Istra, turizam, destinacija, ljetno, brend

SUMMARY

Istria County is the most developed tourist destination in Croatia and as such is recognized as competitive and attractive in many global emitting tourist markets. In the perception of tourists, it has the status of a naturally preserved and rich in tourist resources destination that offers numerous facilities for comfort, entertainment and active vacation. Rich in natural resources, such as streams, rolling hills, small towns located on peaks in the interior of Istria, but also rocky shores and pebble beaches with the offer of

high-capacity hotel facilities, as a destination is an excellent option for tourists to stay and rest.

Istria bases its tourist offer on numerous natural resources, but has also become aware that the extension of the tourist season can contribute to the perception of Istria as a desirable destination because of other attractions, not just summer beaches and entertainment. Investments in the continuity of existing Istrian attractions make them very competitive and visited. The organization of numerous tourist events throughout Istria throughout the year encourages and motivates tourists to come to Istria not only in summer, and this contributes to the development of Istria as a year-round active and functional destination.

Keywords: Istria, tourism, destination, summer, brand