



UDC 338.48(497.5-3 Istra)

Subject review

Received: 29.04.2005

## ULOGA NAUTIČKOG TURIZMA U REPOZICIONIRANJU TURIZMA ISTARSKE ŽUPANIJE

Daniela Gračan

University of Rijeka, Croatia<sup>1</sup>

**Sažetak:** Istra se u posljednjem desetljeću profilirala u vodeću turističku destinaciju, a ideja vodilja je repositioniranje turizma Istre na inozemnom turističkom tržištu. Međutim, unatoč naporima koja se u tom smjeru ulažu, istraživanja pokazuju da je još uvijek glavni motiv dolaska turista u ovu destinaciju "sunce i more", a relativno je mali broj turista koji u Istarsku županiju dolaze zbog ostalih atraktivnosti i sadržaja, poput nautičkog turizma. Slikovitost istarske obale, te niz mjesta bogatih kulturno-povijesnom baštinom nude idealne preduvjete za razvoj ovog oblika turizma, kao i za ulazak u tržišnu nišu na području sporta, odmora i doživljaja. Ključni kriterij koji nautički turizam razlikuje od "općeg turizma" je rekreacija i rasonoda na plovnom objektu i vodi, kao motiv za turističko putovanje. No, za nautički turizam je vezana i široka lepeza sportsko-rekreacijskih sadržaja na vodi (jedrenje, jedrenje na dasci, ronjenje, skijanje na vodi, veslanje, plivanje, i sl.), ali i na kopnu, koji gostima pružaju mogućnost aktivno odmora, u skladu s potrebama suvremenog turista. U posljednja tri desetljeća nautički turizam pokazuje značajke jednog od najekspanzivnijih oblika turističke rekreacije, pa time i turističkog prometa, što turističkim destinacijama, kao što je Istra daje velike mogućnosti turističkog uzleta. U skladu s navedenim kao nužnost se nameće istraživanje potražnije na području nautičkog turizma te njegovo "jače" uključivanje u turistički proizvod Istre.

*Ključne riječi:* nautički turizam, repositioniranje, turistički proizvod Istarske županije.

**Zusammenfassung:** DIE ROLLE DES NAUTISCHEN TOURISMUS IN DER TOURISMUS REPOSITIONIERUNG DES KOMITATS ISTRIEN. In dem letzten Jahrzehnt hat sich Istrien zu einer führende touristische Destination profiliert mit dem Ziel, Istrien auf dem Tourismusmarkt im Ausland zu repositionieren. Trotz sämtlicher diesbezüglich aufgewandter Bemühungen zeigen die Untersuchungen, dass das Hauptmotiv für die Anreise der Touristen nach Istrien immer noch «Sonne und Meer» sind. Nur eine relativ geringe Zahl von Touristen kommt wegen anderen Attraktivitäten, wie zB. wegen nautischem Tourismus. Das malerische Ufer von Istrien und eine Reihe von Orten, die von großem kulturellen und geschichtlichem Erbe zeugen, bieten ideale Voraussetzungen für die Entwicklung dieser Tourismusform - besonders in Richtung als Öffnung und Start in die Marktnische im Bereich des Sports, der Erholung und des Erlebnisurlaubes. Hauptkriterien zur Unterscheidung des nautischen Tourismus vom «allgemeinem Tourismus» sind sowohl der Aspekt der Rekreation, wie auch das Vergnügen beim «Erleben» einer touristischen Reise auf einem schiffbaren Verkehrsmittel zu Wasser. Mit dem nautischen Tourismus ist ein breiter Fächer von sportlich-rekreativen Aktivitäten auf dem Wasser (Segeln, Windsurfing, Tauchen, Wasserschifahren, Rudern, Schwimmen in allen Disziplinen und ähnliches), wie auch auf dem Land verbunden. Es wird den Gästen eine Vielfalt von Aktivitäten geboten und zwar im direkten Einklang mit den Bedürfnissen des modernen Touristen. In den letzten drei Jahrzehnten zeigt der nautische Tourismus Charakteristiken sowohl einer der am meisten wachsenden touristischen Rekreationsform wie auch des damit verbundenen touristischen Verkehrs auf, was wiederum den touristischen Destinationen wie Istrien eine grosse Möglichkeit des Wachstums gibt. Diese Ergebnisse unterstreichen die Notwendigkeit der Durchführung einer Marktforschungsstudie im Bereich des nautischen Tourismus, um eine «stärkere» Eingliederung in das touristische Produkt Istrien zu ermöglichen.

*Schlüsselwörter:* Nautischer Tourismus, Repositionierung, touristisches Produkt des Istrien Komitat.

<sup>1</sup> Daniela Gračan, Ph.D., Senior Assistant, University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija, Croatia.

## UVOD

Suvremeni način života u urbanim sredinama kao nužnost nameće humanizirani pristup odmoru koji se ogleda u turističkim kretanjima i bijegu od svakodnevnice. Teži se odmoru u mirnom, prirodnom ambijentu, uz promjene u turističkim trendovima. Turizam poprima nove pojavne oblike čija je osnovna zadaća zadovoljenje potreba suvremenog čovjeka. Rezultat je bogat i raznovrstan turistički proizvod. Boravak u turističkoj destinaciji ne svodi se više na pasivni odmor i dokoličarenje već na aktivno provođenje slobodnog vremena. Takav oblik provođenja godišnjeg odmora pruža nautički turizam, koji sjedinjuje sportsko–rekreativne aktivnosti i turizam u jednu cjelinu.

Istarska županija ima značajne pretpostavke za kvalitetan razvoj ovog oblika turizma, koji oko sebe okuplja velik broj zaljubljenika u more i brodove, ali i one koji nemaju ili ne moraju imati nikakva znanja i vještine iz područja nautike. Okuplja i brojne izletnike koji za vrijeme prebivanja u primorskim mjestima koriste vlastite ili unajmljene plovne objekte za boravak na moru ili prijatelje, članove obitelji koji na plovnim jedinicama tipa jahte provode odmor, i dr. Široka lepeza sportsko–rekreacijskih sadržaja na vodi i na kopnu vezana za nautički turizam pruža gostima mogućnost aktivnog odmora.

U Istri se danas nalazi 10 marina s ukupno 3.130 vezova u moru i kopnu, što sačinjava oko 22% turističke nautičke ponude Hrvatske. Međutim, smještajna ponuda nautičkog turizma ne prati ukupne mogućnosti razvoja ovog segmenta turističkog proizvoda Istre, što predstavlja ograničavajući čimbenik njegovog jačeg prodora na inozemno tržište.

## 1. TURIZAM ISTARSKE ŽUPANIJE

Dinamičan razvoj turizma na području Istre u proteklom razdoblju navodi na zaključak da ovo područje raspolaže prirodnim i društvenim atraktivnostima koja mogu zadovoljiti potrebe gostiju. U 2002. godini Istarska je županija raspolagala sa 235.519 postelja (uključujući i luke nautičkog turizma), što je u odnosu na ukupan broj smještajnih kapaciteta u Republici Hrvatskoj udio od 29,3%. Od ukupnog broja stalnih postelja, u kolektivnom smještaju nalazi se njih 82,6%, a ostalo je u privatnom smještaju.<sup>2</sup> Navedeni smještajni kapacitet ostvario je u 2004. godini 16,8 milijuna turističkih noćenja što je u odnosu na prethodnu godinu smanjenje za 0,5%. Inozemni turisti sudjelovali su sa 93,0%.

**Tablica 1.** Turistička noćenja u Istarskoj županiji u 2003. i 2004. godini

	Domaći	Inozemni	Ukupno
2003.	824.991	16.045.669	16.870.660
2004.	756.006	16.044.667	16.800.673
Indeks 2004./ 2003.	8,9	99,5	99,5

Izvor: Dokumentacija Turističke zajednice Istarske županije, Pula, 2005.

<sup>2</sup> Turizam u 2002., Statistička izvješća br. 1195., Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Zagreb, 2003., str. 76.

Nakon turističkog uzleta tijekom šezdesetih i sedamdesetih godina 20. stoljeća, kraj osamdesetih godina u istarskom turizmu obilježen je stagnacijom i padom turističkog prometa. Gubljenje interesa za ovom destinacijom leži, u prvom redu u zastarjelosti turističkog proizvoda. Masovni turizam, kakav je dominirao u Istri, kao uostalom i u cijeloj Hrvatskoj i na čitavom Mediteranu, tek je sporadično nudio kulturne sadržaje, neznatno je koristio prirodne prednosti kao turističku atrakciju, uglavnom je bio bez atraktivnih zabavnih i shopping sadržaja kao i bez jasno definiranih rekreacijskih zona. Njegov razvoj bio je koncentriran na uskom obalnom pojasu uz zanemarivanje turističkih potencijala unutrašnjosti Istre. Unatoč činjenici da se u posljednjih desetak godina pokušavaju uobličiti novi segmenti ponude i kvalitativno poboljšati postojeći, rezultat takvog razvoja je sadašnje stanje koje pokazuje jednoobraznost i prosječnu kvalitetu.<sup>3</sup>

Jedini razvojni izlaz iz potrošenog proizvoda i tipa turizma koji je na tržištu definitivno out je diverzifikacija ponude istarskih turističkih odredišta prema prirodnim i stečenim razvojnim predispozicijama te sukladno tome brzi razvoj novih proizvoda koji će na tržištu tražiti svoje ciljne skupine klijenata.

Ključ za pozicioniranje i imidž Istre kao turističke destinacije predstavlja strukturiranje resursa i aktivnosti. Atributi u pozicioniranju moraju biti sljedeći:<sup>4</sup>

1. glavne koristi:
  - organizirani turistički doživljaj,
  - dobra kvaliteta hrane,
  - raznolikost aktivnosti uz odmaranje pokraj mora,
  - blizina glavnim europskim tržištima potražnje,
2. diferenciranje:
  - slikovitost prirode i naselja poput Toskane,
  - modernizirana smještajna ponuda,
3. imidž:
  - kvaliteta življenja i raznolikost doživljaja.

Turizam Istarske županije mora se razvijati u skladu s trendovima na tržištu razvijajući diferencirani proizvod koji će zadovoljiti različite segmente turističkog tržišta.

## 2. IMPLEMENTACIJA SELEKTIVNIH OBLIKA TURIZMA

Istra se u posljednjem desetljeću nastoji profilirati u vodeću hrvatsku destinaciju koja u skladu s trendovima na tržištu razvija različite oblike selektivnog turizma. Iako je selektivni turizam još u povojima po značaju odskaču: nautički, ruralni, zdravstveni, športsko–rekreativni turizam i naturizam.

Istra raspolaže izrazitim komparativnim prednostima za razvoj nautičkog turizma, no rezultati su znatno slabiji od realnih mogućnosti.

Posebnosti ruralnog turizma ogledaju se u prožimanju turizma i poljoprivrede. Podizanjem stupnja obradivosti zemlje i državnom stimulacijom ruralni turizam postaje dopunska djelatnost osnovnoj poljoprivrednoj proizvodnji. S obzirom na uvjete za razvoj ruralnih oblika turizma u Istri, ponuda je skromna a neki važni oblici potpuno su

<sup>3</sup> <http://www.istra-istria.hr> (09.04.2005.)

<sup>4</sup> Strateški marketinški plan hrvatskog turizma 2001.–2005., svezak 3, THR Barcelona, Horward Consulting Zagreb, Zagreb, 2002., str. 1.

izostali. Prirodni ambijent, klima, flora i fauna, a posebno zemljište i to obradivo, solidna su osnova za njegov razvoj ruralnog turizma.<sup>5</sup> Ponudu istarskog ruralnog turizma u 2001. godini činilo je 504 postelja. Broj smještajnih jedinica iznosio je 170 (55 apartmana i 115 soba). Za ugostiteljske usluge gostima je na raspolaganju bilo 4.511 sjedećih mjesta (2.302 mjesta na otvorenom i 2.209 na natkrivenim terasama).

Agroturistička domaćinstva u većini slučajeva paze na estetiku objekata i vrednovanje seoske gradnje i kulture. Uz pružanje smještaja i prehrane domaćinstva većinom pružaju mogućnost šetnji u bližjoj okolici i biciklističke staze. Primjetna je i određena inventivnost u ponudi, pa tako pojedina domaćinstva nude mogućnost odlaska u branje tartufa s psima ili organiziraju slikarske radionice. Međutim, nezadovoljavajuće je što su to uglavnom izolirane akcije. Poneka domaćinstva organiziraju i posjete većih skupina turista i tada uz folklorne predstave pružaju tradicionalnu prehranu i degustaciju vina poznatih istarskih vinara. Neka su od domaćinstva ujedno i proizvođači kvalitetnih vina.

Istra posjeduje brojne mogućnosti prirodnog liječenja, objekte za oporavak i rekreaciju, što joj daje pretpostavke za razvoj zdravstvenog turizma. Za sada ovaj oblik selektivnog turizma prakticiraju samo Istarske toplice kraj Buzeta. Jedan segment preventivnog zdravstvenog turizma nude hoteli u svojoj wellness ponudi. Istri predstoji temeljitija rekonstrukcija postojećeg sustava turističke ponude, s naglaskom na diferenciranje "proizvoda", kako bi se popravio imidž i pozicija na međunarodnom turističkom tržištu. Jedna od najprihvatljivijih varijanti, koju bi mogli nazvati strategijom 3 Z, temelji se na tri međusobno povezane komponente: zdravoj prirodi, zdravoj prehrani i zdravoj dokolici (kvalitetan turistički život). Polazi se, naime od potrebe formiranja posebnog tipa turističke ponude, koja uključuje integralne rekreacijske usluge s dodatnim medicinsko zdravstvenim tretmanom.

Konkretna se ponuda oblikuje uz pomoć posebnog centra za preventivno zdravstvo, oporavak i usvajanje kreativnog načina življenja. Pojedini programi, odnosno modeli ponašanja osiguravaju najpovoljniji rekreacijski učinak na turističkog posjetitelja (njegovu psihičku i fizičku obnovu) i to kombinacijom medicinsko-zdravstvene njege/usluga, tjelesnih vježbi i blagotvornog utjecaja klime, zraka i drugih ljekovitih sredstava. Time se napušta tradicionalna shema odmora, a glavna pozornost se usmjerava na pažljivom izboru i oblikovanju određenih sadržaja i aktivnosti, koje su dobrim dijelom koncipirane u uskoj suradnji s neposrednim korisnicima usluga, kao i usvajanje primjerenih, kvalitetnijih načina života u nekoliko aspekata.

Ponuda športsko-rekreativnih i zabavnih sadržaja ima veoma značajnu ulogu u ukupnoj turističkoj ponudi, i to ne samo radi ekonomskih efekata već i kao motiv dolaska gostiju u turistička središta. U Istri se na vrijeme shvatio značaj športsko-rekreativskih i zabavnih sadržaja, pa se paralelno s razvojem i izgradnjom smještajnih kapaciteta i drugih sadržaja ponude razvijao i ovaj segment ponude.

Duž čitave obale u turističkim naseljima i mjestima izgrađena su brojna igrališta za tenis, nogomet, mini golf, rukomet, kuglane, trim kabineti, bazeni i sl. Organizirane su i razne škole za savladavanje športskih vještina na kopnu i moru. Športsko-rekreativna ponuda u Istri je razvijena do te mjere da se gotovo jedna trećina gostiju može istovremeno koristiti raznim sadržajima na kopnu i moru. Od svih športova koje turistički centri u Istri razvijaju najtraženiji je tenis.

<sup>5</sup> Bošković, D.: *Tržišne mogućnosti razvoja agroturizma u Istri*, Hrvatski turizam na pragu 21. stoljeća, Znanstveni skup, Institut za poljoprivredu i turizam, Poreč, 1999.

U Istri je izgrađen međunarodni teniski centar Stala Maris Umag koji je svoj ugled postigao organiziranjem turnira iz svjetske ATP serije. Pokazalo se međutim, da pored tako razvijene masovne ponude sporta i rekreacije u Istri nedostaju pojedini kvalitetniji sadržaji ponude, kao golf igrališta, a u pojedinim mjestima i športske dvorane, nogometna igrališta, fitness, programirani aktivan odmor, a napose športska animacija. Dakle, restrukturiranjem ukupne ponude nameće se pitanje razvoja kvalitetnije ponude športa, zabave i rekreacije.

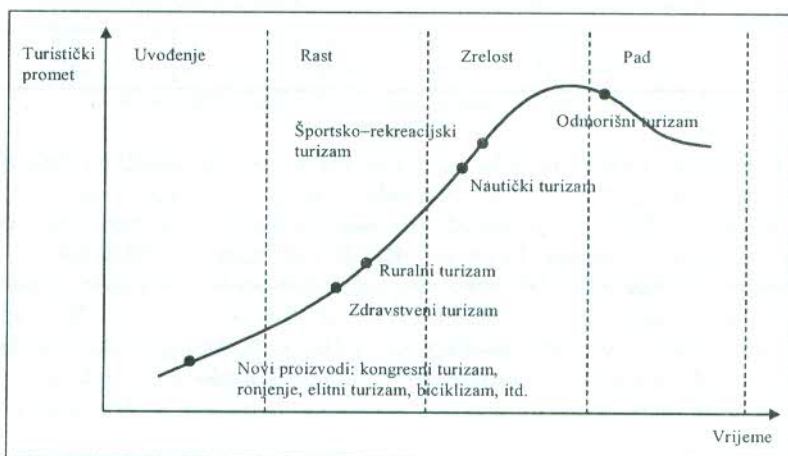
Unatoč relativnoj razvijenosti nekih turističkih središta u turističkoj ponudi Istre, kulturno–umjetnički sadržaji posebno su nedovoljno zastupljeni. Kulturno–umjetničke vrijednosti i sadržaji općenito su slabije izraženi u motivaciji turista za putovanje, pa tako i za dolazak na područje Istre. Izuzetak je pulska Arena i filmski festival. Posebna je neophodnost valorizacije i revalorizacije gradića u unutrašnjosti Istre, te da se njihove povijesne vrijednosti odnosno kulturno–umjetnički sadržaji, kulturno–povijesni spomenici kao i razne kulturne manifestacije uključe u turističku ponudu Istre.

Posebno značajan oblike selektivnog turizma u Istri je naturizam. Od 1957. godine do danas u Istri je izgrađeno blizu 10.000 postelja za smještaj turista u apartmanskim naseljima i 9 kampova od ukupno 39 koliko ih ima u Istri. Ukupni naturistički kapaciteti u Istri danas iznose preko 45.000 postelja. Glavni posjetitelji istarskih naturističkih centara su pretežno inozemni gosti. Naturisti su znatno zahtjevniji od drugih gostiju, ali i veći potrošači. Stoga je nužno postojeću ponudu naturizma poboljšati kroz restrukturiranje postojećih kapaciteta i sadržaja ponude.

Za razvoj kongresnog turizma u Istri postoje značajni potencijali, kao što su kvalitetna smještajna ponuda, ali i drugi sadržaji koji omogućuju razvoj ovog oblika turizma, kao što su prometna infrastruktura, kulturni sadržaji, zabava, športski sadržaji i dr. Destinacije u kojima bi se mogao razvijati kongresni turizam su Pula, Brijuni i Poreč.

Pored navedenih oblika selektivnog turizma, kao novi proizvod u Istri se javljaju: lovni turizam, vikend turizam, ronilački turizam, biciklistički turizam, elitni turizam itd. Razvoj selektivnih oblika turizma u Istri mogu se prikazati slikom 1.

Slika 1. Životni ciklus turističkih proizvoda Istarske županije



Izvor: Obrada autora

Važno je na koncu o implementaciji selektivnog turizma istaknuti da se njegove vrste sve više razvijaju i prevladavaju u turističkoj ponudi Istarske županije.

### 3. STANJE I MOGUĆNOSTI NAUTIČKOG TURIZMA U ISTRI

Nautička putovanja (iznajmljivanje vezova i plovila) danas predstavlja najznačajniji turistički proizvod Istre koji može značajno utjecati na repositioniranje Istarske županije na inozemnom turističkom tržištu. Istarska županija raspolaže s izrazitim komparativnim prednostima za razvoj nautičkog turizma, međutim, rezultati su značajno slabiji od realnih mogućnosti. Ima 10 marina i luka nautičkog turizma (od kojih četiri pripadaju ACI sustavu) s ukupnim kapacitetom od 3.130 vezova u moru i 800 mjesta na kopnu (suhih vezova).<sup>6</sup> To sačinjava 22,3% ukupne nautičke ponude Hrvatske. Marine su smještene u sljedećim destinacijama – Umag, Novigrad, Poreč (tri marine), Rovinj (dvije marine) i Pula (tri marine) – s kapacitetima koje uglavnom koriste individualni vlasnici plovila na godišnjoj osnovi (parking), te oko 300 plovila u čarteru kojima upravlja 15 čarter kompanija. U 2001. godini devet od deset istarskih marina je bilo kategorizirano kako slijedi: dvije marine I. kategorije, šest marina II. kategorije i jedna marina III. kategorije.

U 2004. godini u navedenim lukama nautičkog turizma Istarske županije ostvareno je 109.938 turističkih dolazaka, odnosno 4,3%, ukupno ostvarenih turističkih dolazaka na području Istarske županije, ili odnosno 14,1% ukupno ostvarenih dolazaka nautičara u Republiku Hrvatsku. Iste godine luke nautičkog turizma u Istarskoj županiji ostvarile su 200.713 turističkih noćenja, što je u odnosu na ukupno ostvareni broj turističkih noćenja u Republici Hrvatskoj udio od 17,8. Ovi podaci potvrđuju da Istarska županija zauzima značajno mjesto u nautičkom turizmu Republike Hrvatske.

**Tablica 2.** Dolasci i noćenja turista u lukama nautičkog turizma Istre u 2004. godini

	Ukupno	Domaći	Inozemni	Indeks 2004./2003.		
				Ukupno	Domaći	Inozemni
Republika Hrvatska						
turisti	783.029	40.090	742.939	114	129	113
noćenja	1.129.157	48.714	1.080.443	113	137	112
Istarska županija						
turisti	109.938	616	109.322	102	67	102
noćenja	200.713	1.286	199.427	98	92	98

Izvor: Priopćenje 4.4.2./11.2004., Državni zavod za statistiku RH, Zagreb, 2005., str. 15.

U strukturi turističkih dolazaka i noćenja u lukama nautičkog turizma Istre dominiraju inozemni gosti, s više od 90% udjela, što prati kretanje strukture turista u "općem turizmu". Zamjetno je, također da Istarska županija ne prati trend kretanja nautičara na razini Republike Hrvatske; dok je broj turističkih dolazaka u znatno manjem porastu od Republike Hrvatske, broj turističkih noćenja pokazuje smanjenje.

Statističke spoznaje o kretanju broja nautičara nedovoljne su da bi se spoznale značajke zadovoljstva i potreba nautičara, kao i dale strateške odrednice strukturiranja adekvatne ponude u nautičkom turizmu Istre. U tom kontekstu provedena su tržišna istraživanja koja daju uvid u nautičku turističku potražnju u Istarskoj županiji.

<sup>6</sup> Strateški marketinški plan hrvatskog turizma 2001.–2005., svezak 3, op. cit., str. 23.

Istraživanja su provedena na četiri marine u sastavu ACI-a (Umag, Rovinj, Pula i Pomer).<sup>7</sup> Podaci su prikupljeni anketnim upitnicima, a za istraživanje stupnja zadovoljstva gostiju ponudom u marinama, korištena je Likertova 5–stupanjska ljestvica.

Rezultati istraživanja pokazali su da se radi uglavnom o stalnim gostima koji se često vraćaju u Istru; 19% nautičkih turista dolazi svake godine, a neki čak i preko trideset godina sa redom. Većina nautičkih turista (38%) u Istri boravi vikendom, što je vjerojatno uzrokom pristupačne destinacije kao i blizine i dobre povezanosti s emitivnim tržištem Italije i Austrije. Njih 21% u Istri boravi tjedan dana, 16% njih dva tjedna, a čak njih 21% i više od dva tjedna. Pri tome se većina nautičara koristi vlastitim plovilom (54%), što ukazuje na potrebu za dodatnim uslugama kao što su čuvanje, servisiranje, održavanje i slično, a koji omogućavaju boravak plovila tijekom cijele godine u Istri. Glavni motiv dolaska nautičara je prirodno bogatstvo, što je ujedno i jedna od glavnih konkurentskih prednosti Istre na tržištu nautičkog turizma. Veliki postotak ispitanika (njih čak 23%) izabrao je Istru zbog blizine, a 9% nautičara zbog kvalitete usluga koje se pružaju u marinama. Navedeno ukazuje da nautički turizam u Istri posjeduje dobre elemente konkurentnosti na koje se da utjecati, a isto tako i obiluje prirodnim resursima koji su postojeći i nije ih moguće mijenjati, već je potrebno veću pažnju posvetiti njihovom održavanju i očuvanju. Prema istraživanju u ACI marinama Istarske županije, većina se nautičara slaže, da se osjeća zaštićeno i sigurno, da je osoblje u marinama ljubazno, da su egzaktne informacije o vremenu, da je osoblje pouzdano i uvijek spremno biti na usluzi te da je stručno osposobljeno. Najviše njih nezadovoljno je pruženim popratnim sadržajima, parkirališnim prostorom, a naročito trgovinama i ugostiteljskom ponudom.

Istraživanja Tomas 2004 – Stavovi i potrošnja nautičara u Hrvatskoj, pokazuju da većina nautičara tijekom boravka u Hrvatskoj koristi usluge ugostiteljskih objekata, odlazi na izlete i šetnje u prirodu. Također su im interesantne kulturne znamenitosti i aktivnosti na vodi. Manji je interes za zabavom i sportskim aktivnostima na kopnu.

**Tablica 3.** Aktivnosti nautičara u 2004. godini

		u %
1.	Odlazak u restorane	95,5
2.	Odlazak u slastičarnice, kafiće i sl.	94,8
3.	Odlazak u kupnju	88,3
4.	Izleti	76,1
5.	Posjet lokalnim zabavama	72,2
6.	Šetnje u prirodi (pješačenje)	69,9
7.	Razgledavanje znamenitosti, posjet muzejima i izložbama	66,8
8.	Ronjenje	60,5
9.	Ostale sportsko–rekreacijske aktivnosti na moru	50,9
10.	Ribolov	49,7
11.	Ples ili disco	49,0
12.	Posjet koncertima, kazalištu i priredbama	45,1
13.	Sportsko–rekreacijske aktivnosti na kopnu	43,7

Izvor: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – Tomas 2004, Institut za turizam, Zagreb, 1005., str. 41.

U 2004. godini nautičari su u Hrvatskoj bili zadovoljni s dva aspekta provođenja odmora: “ljepota prirode i krajolika” i “osobna sigurnost”. Ovim

<sup>7</sup> Obrada autora.

elementima pridružen je nešto lošije ocijenjen element koji se odnosi na ponudu u marinama i to "uslužnost osoblja u marini." Svim ostalim elementima ponude u nautičkom turizmu Hrvatske, ispitanici su bili nezadovoljni. Među njima nešto su bolje ocijenjeni – "prihvat u marini" za nautičare u čarteru, "bogatstvo gastronomske ponude" i "prometna dostupnost polazne luke", dok su ostali elementi u skupini "vrlo niskog" stupnja zadovoljstva. U toj su skupini pretežito usluge u marinama, ali i "usluge na putovima" i "raznolikost kulturnih manifestacija" kao elementi cjelokupne turističke ponude.<sup>8</sup> Nezadovoljni su pretežno gosti iz visokorazvijenih zemalja Europe iz kojih u Istru dolazi najveći broj nautičara: Italija, Njemačka, Austrija, dok su nautičkom ponudom zadovoljni turisti iz istočne Europe: Česi, Poljaci,...

Navedeni rezultati upućuju na nužnost redizajniranja ovog segmenta turističke ponude, kako na razini Istarske županije, tako i na razini Republike Hrvatske, jer upravo je nautički turizam najperspektivniji segment turističkog proizvoda Hrvatske i Istre koji može znatno poboljšati poziciju Hrvatske na inozemnom turističkom tržištu.

## ZAKLJUČAK

Budućnost istarskog turizma je nadogradnja postojeće ponude (sunce i more) selektivnim sadržajima. Pri tome se posebno ističe razvoj nautičkog turizma i svih sadržaja koje ovaj oblik turizma podrazumijeva. Smještaj na Jadranskoj obali daje Istarskoj županiji izrazite komparativne prednosti za razvoj nautičkog turizma, kao što su: blizina emitivnih tržišta, raritetni prirodni resursi koji su posebno važni za aktivnosti u nautičkom turizmu, razvedenost obale, pogodna klima, povoljni vjetrovi, zaštićene uvale, raznolikost prirodnog, pomorskog i podmorskog pejzaža, raspored malih i većih naselja te luka i lučica koje omogućavaju krstarenje i malim plovnim jedrilicama, pogodan geografski položaj prema turistički emitivnim zemljama Europe i drugo. Razvoj nautičkog turizma treba polučiti rezultate u skladu s navedenim resursima. Stoga je u budućem razvoju nautičkog turizma u Istarskoj županiji nužno dizajniranje nautičko-turističkog proizvoda u svrhu maksimalnog zadovoljavanja potreba nautičara. S obzirom da su nautičari uglavnom gosti veće platežne moći njihove želje i zahtjeve treba uskladiti te s tim vrednovati. Cijena mora izražavati vrijednost odnosno kvalitetu pružene usluge, dok razina usluge ne smije biti slabija od one u konkurentnim zemljama. Kvalitetna ponuda nautičkog turizma i njezino adekvatno prezentiranje na turističkom tržištu može poboljšati položaj Istre na inozemnom turističkom tržištu te omogućiti i drugim oblicima selektivnog turizma brži razvoj.

## LITERATURA

1. Bošković, D.: *Tržišne mogućnosti razvoja agroturizma u Istri*, Hrvatski turizam na pragu 21. stoljeća, Znanstveni skup, Institut za poljoprivredu i turizam, Poreč, 1999.
2. Priopćenje 4.4.2./11.2004., Državni zavod za statistiku RH, Zagreb, 2005.
3. Strateški marketinški plan hrvatskog turizma 2001.–2005., svezak 3, THR Barcelona, Horward Consulting Zagreb, Zagreb, 2002.
4. Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – Tomas 2004, Institut za turizam, Zagreb, 1005.
5. Turizam u 2002., Statistička izvješća br. 1195., Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Zagreb, 2003.
6. <http://www.istra-istria.hr> (09.04.2005.)

<sup>8</sup> Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – Tomas 2004, Institut za turizam, Zagreb, 1005., str. 41.