

ZNAČAJ STRANIH INVESTICIJA ZA TURIZAM ISTRE

THE IMPORTANCE OF FOREIGN INVESTMENTS FOR TOURISM IN ISTRIA

ABSTRACT

Tourism represents one of the most important tourist activities not only in Istria but also in Croatia. The main goals of tourism development in Croatia are the profiling of the destination as one of the best high quality destinations on the Mediterranean and in Europe. In order to realize this goal we need to develop new forms of tourist offer and tourist products, create a recognizable tourist destinations image, raise the quality of accommodation and hospitality services in tourism while at the same time protecting the environment and preserving the cultural and historical heritage.

JEL: L83

Key words: foreign investments, investment policy, diversification of offer, quality improvement

1. UVOD

Hrvatska se usmjerava prema kvaliteti ukoliko želi biti konkurentna. Novi trendovi u turističkoj potražnji i ponudi pokazuju da su nužne promjene prema kvalitetnom turizmu. Tržišni položaj Hrvatske moguće je poboljšati samo ako se ponuda i način njezina izlaska na tržište prilagode suvremenim zbivanjima na međunarodnom turističkom tržištu.

Istra mora slijediti primjer ostalih europskih destinacija koje sve više naglašavaju svoje povijesno i kulturno naslijeđe te iskoristiti takav potencijal vlastite turističke ponude koji podrazumijeva visoku kvalitetu i bogat sadržaj boravka u određenoj destinaciji. Do punog izražaja moraju doći inovacije u turističkoj ponudi, novi programi i novi turistički sadržaji jer će oni između ostaloga biti odlučujući činitelji za putovanje u neko turističko odredište. Kao jedan od trendova na turističkom tržištu pojavljuje se specijalizacija turističke ponude. Na taj se način turistička odredišta diversificiraju novim uslugama i kvalitetom ponude.

Temeljita restrukturacija i modernizacija ponude i nova, bogatija i kvalitetnija struktura turističkog proizvoda zahtijeva priljev svježeg kapitala. Stoga se u narednom razdoblju predviđa oživljavanje investicijskog ciklusa i stalno podržavanje racionalne investicijske aktivnosti koja bi trebala utjecati na brži razvoj svih djelatnosti Istarske županije.

Ukazujući na akutne probleme nedostatka izvora financiranja u Republici Hrvatskoj, ovim se radom želi ukazati na značaj priljeva stranog kapitala za uspješno ostvarivanje

* prof. dr. sc., Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel ekonomije i turizma, e-mail: lenko.uravic@istra-istria.hr

** mr. sc., B-voda d.o.o. (kao dio koncerna grupe Puljanka), Sv. Ivan 6, Buzet, e-mail: martina.toncetti@puljanka.hr

Članak primljen u uredništvo: 10.09.2008.

procesa revitalizacije i repositioniranja istarskog turizma na velikim svjetskim emitivnim tržištima.

Kako je ovakav vid istraživanja u velikoj mjeri zapostavljen u turističkoj teoriji i praksi, jer nije na adekvatan način u potpunosti znanstveno istražen, žele se dati kvalitetni poticaji i odgovori drugima u razumijevanju procesa privlačenja stranih ulaganja kao neophodnoj nužnosti u uvjetima nedostatne raspoloživosti financijskih sredstava koja bi omogućila ostvarenje diversifikacije i sofisticiranosti ponude uz prepoznatljiv imidž destinacije.

Razvoj Istre najvećim dijelom odvijat će se pod izravnim utjecajem tržišnog mehanizma, privatnih inicijativa i interesa međunarodnog kapitala. Međutim, za njegovo privlačenje, poticanje, ubrzanje i usklađivanje, potrebna je određena podrška države i lokalne samouprave. Stoga je analiza stanja istarskog turizma sa znanstvenog stajališta neophodna upravo zbog različitosti shvaćanja metoda kojima bi se postigao dugoročni cilj makroekonomske stabilnosti u Hrvatskoj.

2. INVESTICIJSKA POLITIKA I KONKURENTNOST HRVATSKOG TURIZMA NA EUROPSKOM TRŽIŠTU

Na razini Republike Hrvatske do izrade i donošenja Razvojne strategije hrvatskog turizma nije postojala u znatnijem i razrađenijem kvantificiranom opsegu projekcija dugoročnog razvoja. Strategija Republike Hrvatske je tek u fazi izgradnje tržišnih institucija, mehanizama i instrumenata potrebnih modernom i učinkovitom gospodarstvu.

Slabosti hrvatskog turizma u odnosu na druge zemlje Mediterana predstavlja prvenstveno nedovoljna diversifikacija ponude koja ograničava rast ponude, prometa i prihoda izvan glavne turističke sezone. Temeljni pravci djelovanja moraju biti usmjereni na investicijsku politiku koja će za cilj imati povećanje kvalitete postojećih smještajnih kapaciteta i izgradnju novih kvalitetnih kapaciteta što jedino može dugoročno osigurati održiv rast prometa i prihoda. Razvojem selektivnih oblika turizma (golf, wellness, zimsko-planinski, kongresni, nautički, kulturni, ruralni itd.) te obogaćivanjem i diversifikacijom postojeće ponude novim uslugama i novom kvalitetom Hrvatska se može postupno transformirati u cjelogodišnje turističko odredište. Hrvatska se mora postupno i djelomično transformirati u cjelogodišnje turističko odredište usmjeravajući se na selektivne oblike turističke ponude iz više razloga – klimatske prilike, nepovoljna struktura smještajne ponude, velika konkurencija i drugo.

Osnovni bi se ciljevi takve investicijske politike i novog investicijskog ciklusa u hrvatsko hotelijerstvo i turizam mogli usustaviti u sljedećem:

- podizanje kvalitete smještajne ponude,
- unapređenje izvansmještajne ugostiteljske ponude, odnosno njezine raznolikosti,
- povećanje kvalitete i obogaćivanje strukture sadržaja zabave, sporta i trgovine,
- promjena strukture smještajne ponude.

Investicije u hrvatski turizam predstavljaju i prijetnje, kao što je npr. nepromišljeno prostorno planiranje koje bi moglo devastirati prostor, pasivnost u stvaranju prostorno-planskih i drugih preduvjeta za poželjan investicijski razvoj tradicionalnih i novih turističkih proizvoda. Stoga je nužno pristupiti odabiru projekata koji zadovoljavaju gore navedene ciljeve i koji moraju biti utemeljeni na pouzdanim studijama izrađenim od strane

kompetentnih institucija i u kojima se mora strogo poštivati razvojna procedura investiranja.¹ Isto će svakako pridonijeti bržem i kvalitetnijem pronalazanju potencijalnih investitora i financijera. Od razvojnih projekata koji su u tijeku, a predstavljaju povećanje kvalitete postojećih kapaciteta, ističe se privatizacija, program poticane gradnje obiteljskih hotela i transformacija privatnog smještaja u male obiteljske hotele. Slijede greenfield investicije i projekti javnog i privatnog partnerstva gradova, općina i županija, projekti prenamjene industrijskih zona u turističke zone.

Neophodno je kao primjer spomenuti krupnu prometnu infrastrukturu jer bez pravilnog investiranja u nju nije moguće očekivati kvalitetniji pomak u ukupnom turističkom proizvodu Hrvatske, kao i u povećanju ukupne produktivnosti i smanjenju troškova ukupne narodne privrede. Infrastruktura čini kotač privrednog razvoja pa razvijene zemlje investiraju u njezinu izgradnju 200 milijardi USD godišnje, što čini oko 4% njihova BDP-a, oko 20% njihovih ukupnih investicija i 40–60% javnih investicija.² Dobra infrastruktura jedan je od temelja razvoja turizma i uspješnog turističkog proizvoda u Hrvatskoj. Samo efikasne investicije, uključujući i investicije u infrastrukturu, pridonose privrednom rastu. Dakle, za optimalan privredni razvoj nužna je i optimalna infrastrukturna mreža, dobro planiranje, projektiranje i pravilan izbor investicijske varijante.³ Kvaliteta tog prostora, pa tako i kvaliteta izgrađene cestovne mreže, izravno utječu na snagu povezivanja s europskim prometnim putovima, ali i na razvoj drugih sektora, posebno turizma, brodogradnje i slično. Cestovna mreža u Istri razvijenija je od ostalih mreža u Republici Hrvatskoj, a njezina se kvaliteta znatno poboljšala izgradnjom i puštanjem u promet svih dionica Istarskog ipsilona koji ima izuzetno značenje za daljnji razvoj turističkog i ostalog gospodarstva Istre

Novom mrežom autocesta u Hrvatskoj, ne samo da se hrvatskom narodu otvorio kvalitetan i siguran pristup u jadranski prostor, nego je to postao magnet koji se već u nekoliko mjeseci dokazao kao jedan od najvećih argumenata naleta stranog kapitala koji je prepoznao da može brže doći na jadransku obalu.⁴

Hrvatska mora sačuvati svoju autentičnost i arhitekturu. Zbog velike važnosti mjera zaštite prostora, Vlada je donijela Uredbu o zaštiti obalnog područja, tzv. «ZOP», koji se prostire tisuću metara na kopno, odnosno tristo metara u more. To je uredba koju su prihvatili Talijani, Španjolci i svi oni koji nisu uspjeli sačuvati svoj prostor i koji danas imaju velikih problema s devastacijom tog prostora.⁵ Mediteran ne smije imati betonske sanduke na susretu plaže i mora, ogromne zgrade koje se rastežu kilometrima uz obalu, nego aglomerirane sustave u kojima se prepoznaje Mediteran, poglavito kroz njegovu arhitekturu.⁶

Sukladno utvrđenim mjerilima privatizacije, nastavit će se privatizacija hotelsko-turističkih društava u državnom vlasništvu, pri čemu će se voditi aktivna politika sa svrhom davanja prioriteta brandovima i onim vlasnicima koji će tvrtke dati na upravljanje uglednim brandovima. Prioritet imaju investicije u visokokvalitetne turističke objekte vezane uz otvaranje novih radnih mjesta. Trend brzog razvoja turizma, uvjetovan kretanjima inozemne turističke potražnje, pruža mogućnost različitih poduzetničkih inicijativa i investiranja u turizam kao gospodarsku djelatnost koja je u stalnom porastu.

¹ Blažević, B. (1996.) Efikasno investiranje – uvjet gospodarskog razvoja Hrvatske, Zbornik radova, Susreti na dragom kamenu, Pula, str. 485-489.

² Babić, M. Prometnice kao razvojni put, Privredni vjesnik - Hrvatska 2000., 23.lipnja 1997., str.3

³ Kalmeta, B. (2004.) Turizam i infrastruktura, Zbornik radova Dani hrvatskog turizma, Cavtat, 27.-29. listopada 2004., Hrvatska turistička zajednica, str. 5.

⁴ Salaj, M. (2004.) Prostorno uređenje u funkciji održivog razvoja turizma, Zbornik radova Dani hrvatskog turizma, Cavtat, 27.-29. listopada 2004., Hrvatska turistička zajednica, str. 58

⁵ Babić, M. Navedeno dj., str. 6

⁶ Kalmeta, B., Navedeno dj., str. 60

3. PROBLEMI INVESTIRANJA U HRVATSKI TURIZAM

Turizam se smatra najvažnijim gospodarskim sektorom u Hrvatskoj. Bio je teško pogođen političkom nestabilnošću i ratom sve do 1995. godine, a od tada je na putu oporavka. Stručne prognoze ocjenjuju Hrvatsku kao turističko odredište s najvećim potencijalom na Sredozemlju u sljedećem desetljeću.

Na prvi pogled hrvatski turizam čini se veoma zanimljiv sektor potencijalnim investitorima. Zanimanje pokazuju uglavnom velike međunarodne i domaće turističke korporacije kao i privatni investitori. Zanimanje je u pravilu veliko u početnoj fazi investicijskog procesa, ali u skladu s uobičajenim nalazima tijekom procesa dubinskog snimanja optimizam splašnjava. Tijekom tog procesa javljaju se ključni problemi:⁷

Financijski:

- Veći dio značajne imovine opterećen je postojećim, najčešće dospjelim dugovanjima. Često je nemoguće blokirati naknadne dugove.
- Ugovorni aranžmani (raspodjele) ostavljaju se za buduće razdoblje s neželjenim marginama.
- Značajan dio kapitalne investicije treba podići stanje objekata na razinu standarda turističke industrije. Zbog postojećih visokih dugovanja daljnja se kapitalna ulaganja odlažu.
- Troškovi zaposlenika u postotku troškova poslovanja su iznad normi turističke industrije u svijetu.
- Veoma često uvjeti privatizacije zahtijevaju zadržavanje postojeće radne snage minimalno 1 do 3 godine.
- Naknade zaposlenicima ponekad se isplaćuju na ruke kako bi se izbjegla oporezivanja te se na taj način iskrivljuju podaci o troškovima zaposlenika.
- Suvišna imovina – poduzeća posjeduju imovinu koja nije vezana uz glavnu aktivnost te bi se nje trebala osloboditi.
- Neevidentirana i potencijalna potraživanja su moguća.
- Većina turističkih društava ima porezne olakšice koje će isteći prije samog iskorištenja.

Pravni:

- Vlasništvo zemlje i/ili objekta često je nejasno ili nije pravno uneseno. Uz to zemlja, koja je registrirana u vlasništvu poduzeća, može biti pomorsko dobro.
- Pravni sporovi mogući su s bivšim zaposlenicima, dobavljačima, kao i vlasnicima prije «nacionalizacije».
- Koncesije za plaže, koje koriste hoteli, ponekad ne znače pravo uporabe za kompaniju.

Svi spomenuti problemi i brojni drugi imaju značajan utjecaj na odluku o investiranju. Potencijalni kupci često odustaju. Kod onih, koji ostaju u igri, utvrđeni se rizici odražavaju u njihovim ponudama.

Usprkos svim postojećim problemima i pitanjima s kojima se suočava hrvatski turistički sektor, dugoročni potencijal je fantastičan. Investitori, koji uspiju nadvladati trenutne probleme i odluče dodatno uložiti, mogu očekivati samo dobit u budućnosti.

⁷ Javna dionička društva, Najveće hrvatske tvrtke, lipanj 2004., br.2, str. 27

4. NOVE ORIJENTACIJE U RAZVOJU HRVATSKOG TURIZMA

Današnja tržišna pozicija Hrvatske na europskom turističkom tržištu nije posljedica samo ratne agresije jer se zanimanje turista za boravak u našoj zemlji i prije rata smanjivao, a time i turistički promet, posebno inozemni. Razloge stagnacije i pada turističkog prometa u pojedinim godinama valja prije svega tražiti u zapostavljanju kvalitete usluga i neprilagođenosti ponude ukusu europskog potrošača. Određene su slabosti postojale i u primjeni ostalih elemenata marketinškog spleta. U dosadašnjoj su se praksi te aktivnosti rijetko temeljile na informacijama s tržišta, pa tako nisu dovoljno usmjeravane na zadovoljenje suvremenih zahtjeva turista. Zbog nedovoljnog praćenja tržišne situacije su u oštroj međunarodnoj konkurenciji smanjivale mogućnosti vođenja tržišne politike i donošenja kvalitetnih odluka za uspješan plasman na međunarodnom turističkom tržištu.

Danas se razvoj međunarodne turističke potražnje turističkog sektora usmjerava prema trima glavnim područjima:⁸

1. Konkurentnost odnosa kvalitete - cijene i veća proizvodnost.
2. Diversifikacija turističkog proizvoda.

Budućnost turističkog sektora u velikoj mjeri ovisi o prihvaćanju politike diversifikacije proizvoda i o razvoju novih oblika turizma. To su sofisticirani proizvodi dizajnirani da privuku visokoplatežne goste (tematski parkovi, fitnes i zdravlje, eko turizam i slično). Uvođenjem novih proizvoda mogu se ostvariti veće izravne i neizravne koristi od turizma (veća razina ponude, veća kvaliteta, produženje turističke sezone, smanjenje nezaposlenosti i povećanje životnog standarda stanovništva).

5. POVEĆANJE EKONOMSKIH UČINAKA OD TURIZMA

Hrvatska mora uvažavati sve promjene koje se zbivaju na međunarodnom turističkom tržištu, tj. mora se usmjeriti prema kvaliteti ako želi biti konkurentna jer novi trendovi u turističkoj potražnji i ponudi pokazuju da su nužne promjene prema kvalitetnom turizmu. Tržišni položaj Hrvatske moguće je poboljšati samo ako se ponuda i način njezina izlaska na tržište prilagode suvremenim zbivanjima na svjetskom turističkom tržištu, a posebno na području Europske unije jer se među tim zemljama nalaze najvažnije emitivne zemlje, ali i najjače receptivne zemlje međunarodnog turizma.

Različite mjere koje uvode zemlje članice Europske unije (ukidanje unutarnjih granica, poticanje turističke propagande, ujednačavanje mjera, politike i standarda u prometu, uvođenje informatičkih sustava itd.) bitno mijenjaju situaciju na turističkom tržištu Europe namećući način ponašanja nositeljima ponude na hrvatskom turističkom tržištu.

Hrvatska nudi manje kvalitetnu i diversificiranu ugostiteljsku ponudu i usluge od glavnih konkurenata (Italije, Španjolske, Grčke, Turske itd.), i bez obzira na visoku kvalitetu sveukupnih obilježja, jedino unapređenjem kvalitete cjelokupne ponude može potaknuti brži povratak na međunarodno turističko tržište.

6. ULOGA I ZNAČAJ TURIZMA ISTARSKE ŽUPANIJE U RAZVOJU ISTRE

Prostor Istarske županije značajan je za Republiku Hrvatsku s obzirom da predstavlja zapadna vrata prema europskim zemljama. Istra je po većini svojih obilježja (povoljan

⁸ Vellas, F., L. Bechelen, (1995.) International Tourism, Macmillan Press, London, str. 345.

geografski položaj, dobra prirodna osnova, razvijene brojne gospodarske grane, izvanredno bogata kulturna baština itd.) izuzetan perspektivan prostor za budući razvoj i najvredniji dio nacionalnog teritorija. Gospodarski razvoj Istarske županije, gledano u okviru razvoja Republike Hrvatske, nalazi se iznad njezina prosjeka za 33% ili više. Županija zagovara punu otvorenost za gospodarsku, kulturnu, obrazovnu, znanstvenu i drugu suradnju s ostalim županijama u Hrvatskoj, kao i s europskim regijama i zemljama u svojem susjedstvu. Stopa nezaposlenosti u Istarskoj županiji u 2005. godini iznosila je 6,1%, a do 2009. godine cilj je smanjiti nezaposlenost na 4%.⁹

Bruto domaći proizvod po stanovniku 2003. godine iznosio je u Republici Hrvatskoj 5.909 eura, dok je u Istarskoj županiji iznosio 8.122 eura, čime ona premašuje državni prosjek za 37,5%.¹⁰

Za budući razvoj turizma Istre veliku važnost predstavlja Master plan razvoja turizma Istre, dokument koji bi trebao biti instrument za promjenu strategije razvoja turizma, odnosno okvir za sliku novog istarskog turizma. Budući da se razvoj istarskog turizma od šezdesetih godina prošlog stoljeća temeljio na tzv. masovnom turizmu i unificiranosti ponude, posljednjih desetak godina pokušavaju se uobličiti novi segmenti ponude, poput agroturizma, vinskih i biciklističkih staza u unutrašnjosti Istre te odmora na selu i prirodi.

Master planom želi se postići diversifikacija ponude istarskih turističkih odredišta prema prirodnim i stečenim razvojnim predispozicijama te sukladno tome brzi razvoj novih proizvoda koji će na tržištu tražiti svoje ciljane skupine klijenata. Master planom prepoznaju se različitosti pojedinih cjelina čije se datosti oblikuju u nove proizvode koji moraju biti konkurentni na tržištu i međusobno komplementarni.

Prema raspoloživim resursima turizam je dugoročno najperspektivnija gospodarska grana u Istri, a produženje sezone omogućilo bi povećanje iskorištenosti kapaciteta i ostvarenje novih razvojnih ciklusa. Destinacijski proizvod omogućuje specijalizaciju ponudbenih sadržaja ili razvoj različitih oblika turizma (nautičkog, zdravstvenog, seoskog, lovnog, kulturnog, povijesno-arheološkog i slično). Međutim, ključni problem istarskog gospodarstva je pronalaženje izvora financiranja i reguliranja povoljnih uvjeta. Stoga je važno uvođenje nove politike poticanja stranih ulaganja i poboljšanje kvalitete turističke ponude. Treba ulagati u sve elemente turističke ponude kako se ne bi dogodilo da Istra gubi turiste s većom kupovnom moći, a da porast noćenja ostvaruje samo niskoplatežnim slojem turista.

Turizam je bitna sastavnica gospodarske strukture Istre, ima snažno multiplikativno djelovanje na razvoj čitave regije pa mu u budućem razvoju pripada istaknuto mjesto. Repozicioniranje ranije strateške orijentacije, izražene u obliku tzv. masovnog turizma, sastoji se u jasnom okretanju prema kvalitativnom razvoju turističke ponude, a time će se povećati i profitabilnost i opće gospodarsko značenje istarskog turizma. Pri tome se u nepovoljnim odnosima na tržištu može računati i na određene stimulativne mjere države u skladu s njenom turističkom strategijom.¹¹ Temeljni scenarij restrukturiranja i repozicioniranja turističke ponude leži u poboljšanju postojećih smještajnih kapaciteta, brзом kreiranju novih proizvoda namijenjenih gostu bolje platežne moći u sezoni koja će trajati od šest do osam mjeseci.

7. RAZVOJNO-INVESTICIJSKI CIKLUS U ISTRI

U razradi koncepcije i strategije budućeg razvoja turizma, turistički proizvod Istre promatra se kao složeni proizvod koji će se finalizirati i plasirati u djelatnost turizma i

⁹ Razvojni projekti Istarske županije, Mandat 2005-2009, Istarska županija, Pula, rujan 2005.

¹⁰ www.dzs.hr

¹¹ Grupa autora (1996.) Razvoj Županije istarske od 1996. do 2010. godine, FET "Dr. Mijo Mirković" Pula, str. 200.

ugostiteljstva, ali će se u fazama njegove proizvodnje uključiti i druge gospodarske i društvene djelatnosti i grane koje sudjeluju u stvaranju ukupne turističke ponude.

Za razliku od ljudi i prirodnih resursa, koji još nisu dovoljno iskorišteni u odnosu na potrebe stanovništva i tržišta, kapital je u Istarskoj županiji trajno oskudan resurs, osobito novčani kapital potreban za oživljavanje gospodarstva i njegov budući razvoj.

Dinamika razvoja Istarske županije ogleda se i u stalnom porastu dugotrajne materijalne imovine koja se povećava novim investicijama. Prema procjenama, bruto vrijednost te imovine povećat će se u prognoziranom razdoblju s 19,1 mld kuna 1994. godine na 43,8 mld kuna 2010. godine.¹² Nove će se investicije većim dijelom usmjeravati u rekonstrukciju postojećih i izgradnju novih objekata, posebno u novu opremu, u znanstveno-tehnološka istraživanja, u modernizaciju obrazovanja i u druge nematerijalne čimbenike razvoja.

Prosječni hrvatski hotel je velik objekt s više od 200 soba. To je relativno star objekt (u prosjeku 44 godine) ali je nedavno obnovljen. To je hotel srednje kvalitete, siromašan dodatnim sadržajima.¹³ U hrvatskoj turističkoj ponudi još uvijek nema dovoljno hotela koji raspolažu bazenom, konferencijskim sadržajima, fitnessom i wellness sadržajima. Istarska županija raspolaže s ukupno 91 hotelom, od čega su 19 sa četirima zvjezdicama, 55 hotela s trima i 15 hotela s dvjema zvjezdicama. U Istarskoj županiji vlada nepovoljna struktura smještajne ponude: na hotele otpada 11%, turistička naselja 13%, dok na komplementarne smještajne kapacitete, odnosno kampove i privatni smještaj, otpada 70%, što je jedan od ključnih razloga izrazito sezonskog poslovanja, zaposlenosti i ukupne turističke potrošnje koja se ostvaruje.

Međutim, Hrvatska je u 2006. godini u turizam uložila gotovo 800 milijuna eura. Najveći dio odnosi se na preuređenje smještajnih kapaciteta i izgradnju potpuno novih luksuznih objekata kakvih nedostaje duž cijelog Jadrana. Sve su traženiji hoteli koji imaju wellness i slične rekreacijske sadržaje pa se turisti sve više okreću destinacijama koje im upravo to nude. Takvi će moderni objekti zasigurno produžiti sezonu.

Investicijski ciklus najranije je krenuo u Istri. U tom se smislu Istra izdvaja kao regija koja ima možda najbolju zastupljenost određene vrste sadržaja jer je u njih počela ulagati najranije. Kad se hotelijerstvo Istre usporedi s prosjekom hotela u Hrvatskoj, nalazi se iznad prosjeka.

Turizam Istre je u godinama smanjenja potražnje zanemario izgradnju onih sadržaja, pretežno zabavnih i sportskih, u koje su ulagale druge mediteranske zemlje. Budući da jedno od osnovnih načela u stvaranju turističke ponude predstavlja maksimiziranje mogućnosti izbora svakom turistu na temelju čega on bira sadržaje i aktivnosti koje želi. Zaostajanje Istre u tom pogledu trebalo je nadoknaditi u najbržem mogućem roku. Privatna inicijativa manjih ulagača u tome je imala odlučujući utjecaj.

Investicije su najvažniji motor razvoja i gospodarskih i društvenih djelatnosti. Stoga se u narednom razdoblju predviđa oživljavanje investicijskog ciklusa i stalno održavanje racionalne investicijske aktivnosti koja bi trebala utjecati na brži razvoj svih djelatnosti Istarske županije. Turistička ulaganja su zadnjih godina bila usmjerena na rekonstrukciju postojećih kapaciteta i izgradnju komplementarnih kao i izgradnju malih privatnih pansiona. U narednim se godinama očekuje da će ulaganja biti usmjerena na proširenje i izgradnju novih smještajnih i drugih kapaciteta a posebno kapaciteta viših kategorija.

U razdoblju od 2007. do 2008. godine Istra je zasjala u najsajnijem ruhu. Otvoren je rovinjski hotel Istra sa četiri zvjezdice. Hotel je obiteljskog tipa, ima wellness centar i kongresnu dvoranu. Umaški Istraturist otvorio je novoizgrađeni resort Garden Istra, luksuzno

¹² www.dzs.hr

¹³ Cabrini, L. (2005.) Hrvatska u svjetskom turističkom okruženju, Zbornik radova Dani hrvatskog turizma, Cavtat, Hrvatska turistička zajednica, 26.-28. listopada 2005., str. 8.

hotelsko naselje u kojem dominiraju hoteli sa četiri zvjezdice. Osim toga, u Umagu se uređuje i kamp Park s luksuznim parcelama i bazenom. Porečka Plava laguna uložila je u potpunu rekonstrukciju hotela Albatros (s dvije na četiri zvjezdice), dok je Rivijera uložila u renoviranje hotela Rubin (također s dvije na četiri zvjezdice). U Savudriji niče luksuzni kompleks Crveni vrh kojeg gradi Rezidencija Skiper. Vrijedan je 100 milijuna eura, a obuhvatit će hotel i vile s pet zvjezdica, bazene, turističko naselje, spa i wellness centar, golf igralište te kongresni centar.

Već zacrtani turistički projekti pokazuju da bi 2010. godina mogla biti prijelomna za hrvatski turizam. Podići će se kvaliteta usluga na više zvjezdica, nuditi još nešto osim sunca i mora. Prognoze Ministarstva turizma govore da će ta ulaganja Hrvatskoj u 2012. godini pribaviti 12 milijuna gostiju i 10 milijardi eura prihoda od turizma.

U idućih pet godina u projekte u Istri (kako na obali, tako i u unutrašnjosti) uložiti će se preko 2 milijarde eura. Brijuni Rivijera zacijelo je projekt broj jedan u cijelom hrvatskom priobalju, u kojem će niknuti vile, apartmani i razni turistički sadržaji. Projektom je predviđeno ulaganje od čak milijardu eura. Slijedi projekt vrijedan 207 milijuna eura – Kempinski hotel Porto Mariccio u Barbarigi. Tu će se graditi hotel s pet zvjezdica, apartmani, vile, golf igralište i marina. Dovršenje projekta predviđeno je za sam kraj 2008. godine. Umag će dobiti turističko naselje Terra Istriana (na mjestu stare tvornice cementa). U njegovu će se izgradnju uložiti 110 milijuna eura, a imat će hotele sa četirima zvjezdicama, apartmane i marinu. Dovršenje projekta zacrtano je za 2009. godinu. Maistra Rovinj investitor je u još tri rovinjska projekta – Resort Monte Mulini (četiri hotela), Amarin Resort (tri hotela, vile, marina i golf igralište) i Villas Rubin (hotel, apart-hotel i bungalovi). Kroz tri do četiri godine trebali bi biti završeni radovi na sva tri projekta. U porečki Resort Lanterna projekt Rivijera Holding uložiti će 100 milijuna eura, a svi hoteli i vile imat će četiri zvjezdice.

Aktiviranje postojećih kapaciteta i povećanje investicija vodi do povećanja razine turističkog prometa što dalje vodi do porasta zaposlenosti i bruto domaćeg proizvoda.

8. UTJECAJ SVJETSKIH TRENDOVA NA TURIZAM U ISTRI

Sve oštrija tržišna konkurencija i promjene u okolini nameću rušenje dosadašnje tradicionalne ponude. Razvoj čovjekovih ukupnih i turističkih tokova iziskuje razvoj turističke ponude u kvalitativnom smislu. Selektivni oblici turizma sve više potiskuju masovni turizam. Sve više dolazi do napuštanja koncepta velikog, uniformiranog, konfekcijskog, bezličnog turizma, a podržava se razvoj koji se temelji na odabranim selektivnim sadržajima. Selektivni turizam je po mjeri suvremenog čovjeka.

Kada je riječ o turizmu, prema svim prognozama, u narednih dvadeset godina dogodit će se velike promjene. Nove tehnologije, novi gospodarski uvjeti i drugo, utjecat će na ponašanje potrošača i nastanak novih tržišta. Doći će i do značajnije promjene turističke populacije s porastom udjela starijih osoba. Preferirat će se individualni godišnji odmori i programi obrazovanja. Svijest i briga za okoliš neprestano će rasti i odražavati se na novu turističku potražnju kao i na ekološki pristup u turističkom planiranju. Doći će do porasta zahtjeva turista za visokim standardima u dizajnu, učinkovitosti i sigurnosti proizvoda. Tome će se prilagoditi destinacije s jakim brandingom turističkog proizvoda i njegovim prilagođavanjem određenim tržišnim segmentima. Kada je u pitanju budućnost turizma, poznati teoretičar i znanstvenik L. Mountinho kaže da bismo izašli na kraj s planiranjem, upravljanjem i istraživanjem u turizmu, turistički stručnjaci morat će biti poput ljudi

renesanse. Potrebe za promišljanjem, percipiranjem i ocjenjivanjem budućnosti najvažnije su karakteristike turističkih stručnjaka budućnosti.¹⁴

Globalizacijski proces je nezaustavljiv pa je nepotrebno postaviti pitanje treba li se uključivati u taj proces, već jedino kako se uključiti. Da bi se iskoristili pozitivni efekti globalizacije, potrebno je stvoriti domaći turistički proizvod koji će biti prepoznatljiv na svjetskom tržištu i koji će zadovoljavati svjetske standarde i kriterije. Isto tako, važno je definirati odnose globalizacije prema turističkom i kulturnom identitetu Republike Hrvatske, pa tako i Istarske županije, kako bi se na vrijeme izbjegli ili barem minimalizirali negativni efekti.

Povećanje kvalitete osnovnih turističkih usluga i diversifikacija tržišnih interesa, umjesto dosadašnje količine i jednodimenzionalnosti, temeljna je ciljna funkcija prilagodbe Republike Hrvatske, kao i Istarske županije, dominantnim trendovima na svjetskom turističkom tržištu.

Istarski turizam kao važan, a za mnoge i najvažniji dio hrvatskog turizma, mora preuzeti odgovarajuće funkcije u daljnjem razvoju za koje Istra ima objektivno odlične mogućnosti, možda i bolje od svih drugih hrvatskih turističkih županija, s obzirom na njen vrlo dobar geografski i prometni položaj u odnosu na potencijalna turistička tržišta.

Turizam Istarske županije mora voditi računa o pomaku u razvoju svjetskog turizma prema kvaliteti i nastojati da u vlastitoj turističkoj strategiji postupno kvantitetu zamijeni kvalitetom. Takvo određenje vodi do naglašavanja vrijednosti povijesne i kulturne baštine kao turističkog potencijala, do čuvanja, zaštite i promicanja za turizam relevantnih prirodnih atraktivnosti i konačno do uvođenja svjetskih standarda u hotelsku i svaku drugu ponudu turizma u Županiji.

Danas se s relativno visokim stupnjem sigurnosti može govoriti o trima dominantnim elementima razvoja svjetskog turizma koje Istarska županija također mora svjesno i s velikom pažnjom ugraditi u vlastitu turističku ponudu. To su: ekologija, kultura i zdravlje. Sva ta tri elementa traže zaokret u ponašanju jer bez njih turizam Istre, kao i turizam Hrvatske, neće se moći uklopiti u svjetska turistička kretanja.

Povećana turistička ponuda posljednjih godina u međunarodnim razmjerima odražava se na turističkom tržištu sve jačom konkurencijom novih destinacija.

Na bolje rezultate i stjecanje povoljnijeg položaja Istra i Hrvatska ne mogu računati bez temeljitog restrukturiranja ugostiteljsko-turističke i ostale ponude, bez novih prometnica, stručno osposobljenog kadra, suvremenog marketinga i drugog. Dakle, opredjeljenje daljnjeg razvoja istarskog turizma mora biti sadržano u supstituciji dosadašnjeg kvantitativnog razvoja u kvalitetnije oblike turističkih sadržaja i ponude. Taj je cilj dakako zahtjevan i teško izvediv bez značajnijih investicija, posebno kad je u pitanju svođenje kvalitete smještajnih kapaciteta na mjeru kakvu iziskuje tržište.

Doprinos rekonstrukciji i modernizaciji istarske turističke ponude mogu dati i pojedini lokaliteti iz unutrašnjosti Istre njihovim uključivanjem u turistički promet. Ti atraktivni akropolski gradići idealni za užu i specijaliziranu turističku namjenu, odgovaraju potrebama da se diversificiranoj potražnji Istra suprotstavi odgovarajućim diversificiranim proizvodom.

9. ZNAČAJ PRILJEVA STRANOG KAPITALA ZA ISTARSKI TURIZAM

Istra uživa izvrsno prirodno okruženje zahvaljujući zaštićenim ekološkim vrijednostima obale i zaleđa. Unatoč ovim prednostima, istarski je turistički proizvod pozicioniran na tržištu kao jeftin i orijentiran ka masovnoj klijenteli. Ovakvo je pozicioniranje ojačano dominacijom hotela i kampova s dvjema i trima zvjezdicama na strani turističke

¹⁴ Mounthino, L. (2005): Strateški menadžment u turizmu, Masmedia, Zagreb str.33.

ponude. Kao posljedica toga, rezultati istarske turističke industrije siromašni su u usporedbi s onima kod glavnih konkurenata. Razvoj Istre kao turističkog odredišta praćen je nedostatkom turističkih atrakcija kao što su tematski parkovi, golf naselja, wellness centri, rekreacijski sadržaji i slično, odnosno nerazvijenošću turističkih proizvoda koji su u stanju konkurirati na internacionalnim tržištima. To može ozbiljno poremetiti konkurentnost Istre jer postoji rizik da se Istra pozicionira u svijesti potrošača kao masovno turističko odredište za klijente slabe kupovne moći koji umanjuju potrebu regije za konstantnim poboljšanjem turističke ponude.

Jedini razvojni izlaz iz potrošenog proizvoda je upravo diversifikacija ponude istarskih turističkih odredišta prema stečenim razvojnim predispozicijama i sukladno tome brzi razvoj koji će na tržištu tražiti svoje ciljane skupine klijenata. Potrebno je unaprijediti istarsku turističku ponudu razvojem novih proizvoda i unapređenjem kvalitete usluga. To nije moguće pokrenuti bez ubrizganja značajnijih investicija u privatnom i javnom sektoru. Značajne investicije bit će nužne da bi se u praksi ostvario razvojni model turizma na efikasan način kao i efikasno praktično unapređenje i jačanje turističke konkurentnosti. Investicije su potrebne za novu i bolju infrastrukturu, opremu, usluge te istovremeno za unapređenje efikasnosti procesa proizvodnje i rast kvalitete usluga.

Najbrži put ka podizanju konkurentnosti predstavljaju strana direktna ulaganja kroz koje, osim kapitala, dolaze patentni, znanje, tehnologija i poslovna organizacija.

Tablica 1**Inozemna vlasnička ulaganja u Istarsku županiju od 1993. do 2005. godine**

GODINA	mil. eura
1993.	13,5
1994.	13,2
1995.	12,4
1996.	2,9
1997.	21,4
1998.	18,0
1999.	35,3
2000.	68,3
2001.	29,5
2002.	50,3
2003.	-1,8
2004.	9,6
2005.	8,9
UKUPNO	281,4

Izvor: Istarska županija

Istra pripada u gospodarski najatraktivnije područje za mnoge poslovne poduhvate te se prema raznim statističkim izvorima nalazi na top-listi hrvatske uspješnosti u vanjskotrgovinskom poslovanju, intelektualnom kapitalu, turističkom prometu, indeksu poduzetničke aktivnosti, itd.

Iz tablice 1. može se vidjeti da su izravna ulaganja u Istarsku županiju iznosila 1993. godine 13,5 milijuna eura, 1994. 13,2 milijuna eura i 1995. 12,4 milijuna eura. Godine 1996. dolazi do naglog pada ulaganja te ona iznose 2,9 milijuna eura, dok 1997. godine dolazi do ponovnog naglog rasta te se ona kreću od 21,4 milijuna eura 1997. godine do 50,3 milijuna 2002. godine.

Tablica 2**Inozemna vlasnička ulaganja u Istarsku županiju od 1993. do 2005. godine**

ZEMLJA	1993. - 2005. (udio u postocima)
Italija	56,75
Luksemburg	17,24
Švicarska	17,23
Slovenija	4,52
Danska	2,71
Švedska	0,78
Velika Britanija	0,68
Poljska	0,04
Makedonija	0,02
Bosna i Hercegovina	0,01
Ostale zemlje	0,01
UKUPNO	100,0

Izvor: Istarska županija

Godine 2003. došlo je pad ulaganja i ona čak dobivaju negativan predznak, odnosno 2003. godini više su istarski gospodarstvenici ulagali u inozemstvo, nego što su strani ulagači investirali u istarsko gospodarstvo. Od 2004. godine inozemna ulaganja u Istarsku županiju drže konstantu i kreću se od 9,6 milijuna eura u 2004. godini do 8,4 milijuna eura u 2005. godini.

Prema statistikama Istarske županije vodeće zemlje iz kojih potječu strane investicije u Istri su: Italija 56,75%, Luxemburg 17,24%, Švicarska 17,23%, Slovenija 4,52% i Danska 2,71%.

Iz tablice 3 je vidljivo da se najviše ulaže u ugostiteljsko-hotelijerske djelatnosti 56,1%, poslovanje nekretninama 16,5%, u prateće i pomoćne djelatnosti u prijevozu 5,5%, u rekreacijske, kulturne i sportske djelatnosti 4,7% te ostale poslovne djelatnosti.

U Istri se posljednjih godina bilježi porast potražnje za nekretninama. Posebno su tražene stare kamene kuće koje se obnavljaju i restauriraju te pretvaraju u velebne i raskošne vile za odmor. Osim toga, postoji velika potražnja za kupnjom atraktivnog građevinskog zemljišta u idiličnom i pitoresknom području unutrašnjosti Istre. Trend je gradnje skupocjenih i luksuznih vila s nezaobilaznim bazenom namijenjenih iznajmljivanju dobrostojećoj klijenteli, a popunjenost vila je više od 150 dana u godini.

Agencije koje se bave ponudom luksuznih vila, osim organizacije smještaja gostiju i njihova boravka u vili, osiguravaju usluge prehrane, organizacije izleta cestama vina i maslinovog ulja te kompletno servisiranje i održavanje vila. Na ovaj način zadovoljavaju se sve „karike“ u lancu ponude i potražnje na tržištu zemljištem i nekretninama, uključujući u konačnici i jedinice lokalne samouprave, koje se na taj način brže infrastrukturno, gospodarski i turistički razvijaju.

Tablica 3

Inozemna vlasnička ulaganja u Istarsku županiju od 1993. do 2005. godine

DJELATNOST	2005. (udio u postocima)
Hoteli i restorani	56,1
Poslovanje nekretninama	16,5
Prateće i pomoćne djelatnosti u prijevozu	5,5
Rekreacijske, kulturne i sportske djelatnosti	4,7
Ostale poslovne djelatnosti	3,8
Građevinarstvo	3,7
Proizvodnja motornih vozila, prikolica i poluprikolica	2,6
Proizvodnja električnih strojeva i aparata	1,9
Iznajmljivanje strojeva i opreme	1,6
Proizvodnja proizvoda od metala	1,4
Proizvodnja namještaja, ind. preradevina	1,0
Reciklaža	0,9
Proizvodnja strojeva i uređaja	0,2
UKUPNO	100,0

Izvor: Istarska županija

Nakon što se izrade projekti koji nude najbolje mogućnosti, dizajniraju se najbolje mogućnosti investiranja i pronalaze se izvori financiranja i potencijalni investitori. Pritom se misli da proces ulaska stranog kapitala mora uključivati stručnjake koji kroz objektivna i stručna mišljenja prate proces stranih ulaganja kroz sve faze, od samog ulaska do oplodnje

konkretnog projekta, tj. potrebno je uvesti mehanizme kontrole ulaganja i praćenja njihove dinamike.

Ulazak investicija u turistički sektor ovisi i o kreiranju povoljnih uvjeta i stvaranja poticaja za privlačenje domaćeg i stranog kapitala. Pažljivo planiranje i investiranje u turistički razvoj omogućit će uživanje lokalnog pučanstva u turističkim atrakcijama regije, nove mogućnosti zapošljavanja u vodećim sektorima te poboljšanje kvalitete života. Uz inicijative za ponovnim ulaganjima značajnog dijela ostvarenog profita značajno će se poticati nova domaća i strana ulaganja te sudjelovanje u turističkoj industriji, uz uvjet da su takva ulaganja u skladu s ciljevima ove strategije te da se koriste i razvijaju domaći proizvodi, poduzetnici, menadžeri i zaposlenici.

Jedan od najznačajnijih problema današnjice u Hrvatskoj je nezaposlenost. U sadašnjim uvjetima značajnije zapošljavanje je najčešće moguće samo u novim gospodarskim subjektima jer su postojeći u pravilu opterećeni viškom radne snage. Predloženi program predstavlja značajni potencijal za otvaranje novih radnih mjesta te će to doprinijeti prosperitetu i bogatstvu uže i šire društvene zajednice. Strana ulaganja prvenstveno su motivirana profitom, usporedo s osvajanjem novih tržišta, približavanjem proizvodnih pogona resursima i jeftinijom radnom snagom. Međutim, strana ulaganja donose i nove, moderne tehnologije, porast zaposlenosti i kvalitete radne snage, nova znanja, a sve to povećava nacionalni dohodak i životni standard.

10. PROJEKTI ISTARSKJE ŽUPANIJE

S ciljem povećanja konkurentnosti istarskog gospodarstva, smanjenja nezaposlenosti i povećanja socijalnog standarda svojih građana Istarska županija provodi niz projekata u turizmu. Među njima se ističu:

- *Operacionalizacija projekta Brijuni rivijera*

Projekt Brijuni rivijera jedan je od onih koji mogu i trebaju značajno promijeniti sadašnju sliku istarskog i hrvatskog turizma. Projekt je potaknula Istarska županija s osnovnim ciljem kvalitetnog vrednovanja Brijunskog otočja s njegovim priobaljem. Zamišlja se kao jedinstveno, ekskluzivno i najprestižnije turističko odredište Mediterana, a funkcionira kao izrazito prepoznatljiv resort od sjeverne morske granice Općine Bale do rta Marlera u Ližnjanu. Brijuni rivijera predstavlja model aktiviranja napuštenih državnih resursa u korist snažnog gospodarskog rasta. To je zajednička tvrtka u 67% vlasništvu Republike Hrvatske i 33% vlasništvu Istarske županije.

- *Razvoj projekata izgradnje golfa u Istri*

Izgradnja golf igrališta u Istri od strateškog je interesa za razvoj hrvatskog turizma. Pod pojmom golf projekta podrazumijeva se izgradnja ne samo golf igrališta, već kompletnih golf centara s mnogostrukim pratećim i smještajnim sadržajima. Radi se o stvaranju jednog sasvim novog i vrlo konkurentnog turističkog proizvoda, a to znači otvaranje novih tržišta, dolazak novih gostiju te stvaranje sasvim novog imidža Istre kao turističke regije. Broj potencijalnih lokacija za realizaciju golf projekata u Istarskoj županiji iznosi 22. Među najznačajnijima su: golf resort Crveni vrh (grad Umag), resort Barbariga, golf resort Motovun i golf resort Marlera (općina Ližnjan) čiji se završetak investicije predviđa do 2008. godine.

11. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Turizam, kako u Hrvatskoj tako i u Istarskoj županiji, predstavlja jednu od najznačajnijih gospodarskih djelatnosti i prioritet je njezinog dugoročnog razvoja. Izrastao je

u djelatnost od posebnog značaja te ostaje i u budućnosti njezino osnovno strateško razvojno opredjeljenje.

Osnovni ciljevi razvoja turizma Hrvatske su profiliranje destinacije Hrvatske kao jednog od najkvalitetnijih turističkih odredišta Mediterana i Europe te povećanje učinaka turizma kao jedne od najprofitabilnijih gospodarskih grana Hrvatske povećanjem prihoda od turizma (povećanje turističke potrošnje, izvanpansionske potrošnje, produljenje sezone). Za realizaciju navedenih ciljeva kroz politiku razvoja turizma potreban je razvitak novih oblika turističke ponude i turističkih proizvoda, kreiranje prepoznatljivog imidža turističkih odredišta i regija Hrvatske, podizanje razine kvalitete pružanja smještajnih i ugostiteljskih usluga u turizmu, uz zaštitu prirodnog okoliša i očuvanje kulturno-povijesne baštine.

Hrvatska mora uvažavati sve promjene koje se zbivaju na međunarodnom turističkom tržištu, tj. mora se usmjeriti prema kvaliteti ako želi biti konkurentna jer novi trendovi u turističkoj potražnji i ponudi pokazuju da su nužne promjene prema kvalitetnom turizmu. Tržišni položaj Hrvatske moguće je poboljšati samo ako se ponuda i način njezina izlaska na tržište prilagode suvremenim zbivanjima na svjetskom turističkom tržištu.

Budućnost turističkog sektora Istarske županije u velikoj mjeri ovisi o prihvaćanju politike diversifikacije proizvoda i o razvoju novih oblika turizma. To su sofisticirani proizvodi dizajnirani da privuku visokoplatežne goste (tematski parkovi, fitness i zdravlje, eko turizam i slično). Uvođenjem novih «proizvoda» mogu se ostvariti veće izravne i neizravne koristi od turizma te konkurirati na internacionalnim tržištima. Potrebno je unaprijediti istarsku turističku ponudu razvojem novih proizvoda i unapređenjem kvalitete usluga.

Značajan doprinos formiranju kvalitetnije turističke ponude mogu dati turističke zajednice koje ostvarivanjem svojih zadaća mogu u velikoj mjeri ukloniti dosadašnje slabosti naše ponude koje se prema ocjeni inozemnih posjetitelja odnose prije svega na zabavu, sport, rekreaciju, kulturu, itd. Naime, unapređenjem općih uvjeta boravka, posebno turističkog gostoprimstva, što je jedna od osnovnih zadaća turističkih zajednica, organiziranjem kulturnih, sportskih i umjetničkih manifestacija, iniciranjem radova za poboljšanje estetskog izgleda javnih površina i objekata, uređenjem i održavanjem plaža, sportskih terena, organiziranjem akcija s ciljem očuvanja okoliša, obavljanjem receptivno-informativnih i drugih poslova, povećat će se kvaliteta i obogatiti ponuda turističkog odredišta. Istra mora ponuditi tržištu raznovrstan turistički proizvod koji će zadovoljiti zahtjeve različitih turističkih segmenata i uvažavajući vlastite specifičnosti, tržištu prilaziti selektivno.

Istra mora slijediti primjer ostalih europskih destinacija koje sve više naglašavaju svoje povijesno i kulturno naslijeđe te iskoristiti takav potencijal vlastite turističke ponude jer više nije osnovno pitanje: gdje provesti odmor, budući da se standardi u pogledu smještaja, prehrane i prijevoza mogu manje-više svugdje ispuniti, već je pitanje: kako provesti odmor, a ono podrazumijeva visoku kvalitetu i bogat sadržaj boravka u određenoj destinaciji. Sve to upućuje na činjenicu da do punog izražaja moraju doći inovacije u turističkoj ponudi, novi programi i novi turistički sadržaji jer će oni, između ostaloga, biti odlučujući činitelji za putovanje u pojedino turističko odredište. Stoga nositelji turističke ponude i turističke politike moraju podržavati sve akcije koje naglašavaju komparativne prednosti pojedinih turističkih odredišta i formirati takav proizvod koji je karakterističan za konkretnu destinaciju.

Temeljita restrukturacija i modernizacija ponude i nova, bogatija i kvalitetnija struktura turističkog proizvoda zahtijeva priljev svježeg kapitala. Investicije su najvažniji motor razvoja gospodarskih i društvenih djelatnosti. Stoga se u narednom razdoblju predviđa oživljavanje investicijskog ciklusa i stalno podržavanje racionalne investicijske aktivnosti koja bi trebala utjecati na brži razvoj svih djelatnosti Istarske županije. Povećanje investicija vodi do povećanja razine turističkog prometa, a to dalje vodi do porasta zaposlenosti i bruto domaćeg proizvoda, uz uvjet da su takva ulaganja u skladu s navedenim ciljevima i da se

koriste domaći proizvodi, poduzetnici i zaposlenici. Hrvatska je mala zemlja s malim tržištem pa je otvorenost prema svjetskom tržištu jedini put njenog gospodarskog razvoja. Ulaz stranog kapitala znači i transfer tehnologije, poduzetničkog ponašanja i modernog menadžmenta što vodi gospodarstvo prema svjetskoj razini razvijenosti.

Treba vršiti daljnje pozicioniranje Hrvatske kao sigurnog, mirnog i privlačnog turističkog odredišta s onom pravom ravnotežom cijene i kvalitete te daljnji oporavak emitivnih tržišta. Turizam je interes i javnog i privatnog sektora, a konkurentan i prepoznatljiv turistički proizvod ne može biti samo briga države, nego i strukovnih udruga, instituta, fakulteta, stručnjaka, regionalne i lokalne samouprave, turističkih zajednica, agencija, medija i u konačnici svakog pojedinca.

LITERATURA

- Aćimović, M. (1991.) Međunarodna privredna suradnja, Privredni vjesnik, Zagreb.
- Aćimović, M. (1992.) Marketing, ATR/TABES, Pula.
- Avelini Holjevac, I. (2002.) Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji, Sveučilište u Rijeci, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija.
- Babić, A. (2001.) Program privrednog razvoja Hrvatske, Ekonomist, br.12.
- Benner, M. (1994.) Management, Informator, Zagreb.
- Blažević, B. (1997.) Investicijska politika i konkurentnost hrvatskog turizma, Temeljni procesi i tendencije u hrvatskom turizmu, III znanstveni skup, Dubrovnik.
- Blažević, I. (1983.) Povijest Istre i Kvarnera, Otokar Keršovani, Opatija.
- Blažević, I., Pepeonik, Z. (1993.) Turistička geografija, Školska knjiga, Zagreb.
- Bošković, D., Šerović, Š. (2000.) Restrukturiranje i prilagođavanje turističke ponude Hrvatske europskim i svjetskim trendovima, Turizam, br. 2, Institut za turizam, Zagreb.
- Božina, L. (2000.) Financijska struktura monetarnih institucija i likvidnost gospodarstva, Ekonomski pregled, br. 1/2, Zagreb.
- Competition of Croatia's Tourism in the European Markets, Steigenberger Consulting GmbH, Frankfurt, 1997.
- Cuculić, M. (2000.) Zdravstveni turizam nekad i danas, Turist plus, br. 11/12.
- Curić, D. (1998.) Razvoj turizma u Hrvatskoj, Turizam – najbolji hrvatski proizvod, osnovne smjernice, Istarska županija, Odjel za turizam i trgovinu, Poreč.
- Gorenc, V. (1995.) Trgovačko pravo – ugovori, Školska knjiga Zagreb, Zagreb.
- Grupa autora (1996.) Razvoj Županije istarske od 1996. do 2010. godine, FET «Dr. Mijo Mirković» Pula, Pula.
- Grupa autora, P mix 2000, Turistička zajednica Istarske županije.
- HGK, Županijska komora Pula, Odsjek sektora za ugostiteljstvo i turizam.
- Javna dionička društva (lipanj 2004.) Najveće hrvatske tvrtke, br. 2.
- Jordan, P. (2000.) Hrvatski turizam pred izazovima globalizacije, Turizam, Institut za turizam, Zagreb.
- Knego, N. (2003.) Promjene u turističkoj potrošnji – nova kvaliteta ili nešto drugo, Suvremena trgovina, br. 2(28).
- Master plan razvoja turizma Istre, THR, Horwath Consulting Zagreb.
- Matošević, D. (1999.) Razvojni pravci turizma grada Pule (vizija), Turistička zajednica grada Pule.
- Razvojni projekti Istarske županije (rujan 2005.) Istarska županija, Pula.
- Strategija razvitka Republike Hrvatske, Hrvatska u 21. stoljeću, 2003.
- Škudar, A. (2003.) Pregled i analiza izravnih ulaganja u Republiku Hrvatsku, Suvremeno poduzetništvo, br. 6.

Štoković, I., Škuflić, L. (2000.) Analiza situacije u hrvatskom turizmu i njegova ekonomska važnost, Turistički i hotelski menadžment: Trendovi i izazovi za budućnost, Opatija, Tourism and hospitality management, Hotelijerski fakultet Opatija, volume 3, number 2, Opatija, 2000.

Uravić, L. (1996.) Perspektive obnove i razvoja gospodarstva Županije istarske s težištem na putnički promet zračne luke Pule, Zbornik radova, Znanstveni skup "Susreti na dragom kamenu", Fakultet ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković" Pula.

Uravić, L. (1997.) Mogućnosti i šanse ulaganja stranog kapitala u Istru, Međuregionalni i sindikalni odbor Veneto – Friuli Venezia Giulia – Istria Croatia, Trst, Italija.

Uravić, L. (ožujak 1990.) Međusobna zavisnost turističkog prometa i prometnih grana u Istri, Gospodarstvo Istre.

Vukonić, B. (2000.) Microeconomics aspects of macroeconomic problems in Croatia's tourism, Tourism and transition, Znanstveni skup, Dubrovnik.

Vukonić, B. (2002) Može li turizam postati čimbenik stabilnog gospodarskog razvoja Hrvatske?, Znanstveni skup, Stabilizacija-participacija-razvoj, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb.

Zakon o trgovačkim društvima, Zagreb, 1994.

Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, N.N. 30/1994.

Zbornik «Dani hrvatskog turizma», Cavtat, 26. - 28. listopada 2005. godine, Hrvatska turistička zajednica.

Zbornik radova «Turizam u Hrvatskoj na prijelazu stoljeća», Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu, Dubrovnik, 1996.

Župan-Rusković, P. (2003.) Hrvatski turizam između masovnih i elitističkih želja, Euro forum, Zagreb, Ministarstvo za europske integracije, br.3.

www.hnb.hr

www.hgk.hr

www.dzs.hr

www.hrvatska.hr

ZNAČAJ STRANIH INVESTICIJA ZA TURIZAM ISTRE

SAŽETAK

Turizam, kako u Hrvatskoj tako i u Istarskoj županiji, predstavlja jednu od najznačajnijih gospodarskih djelatnosti. Osnovni cilj razvoja hrvatskog turizma je profiliranje destinacije Hrvatske kao jedne od najkvalitetnijih turističkih odredišta Mediterana i Europe. Za realizaciju ovog cilja potreban je razvitak novih oblika turističke ponude i turističkih proizvoda, kreiranje prepoznatljivog imidža turističkih odredišta, podizanje razine kvalitete pružanja smještajnih i ugostiteljskih usluga u turizmu, uz zaštitu prirodnog okoliša i očuvanje kulturno-povijesne baštine.

JEL: L83

Ključne riječi: strana ulaganja, investicijska politika, diversifikacija ponude, povećanje kvalitete.