

UNIVERZITET SINGIDUNUM
Departman za posleddiplomske studije

POSLOVNI SISTEMI U TURIZMU I HOTELIJERSTVU
MASTER STUDIJSKI PROGRAM

MASTER RAD
STRATEGIJA RAZVOJA I ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA
GRADA ROVINJA

Mentor:

Prof. dr Jovan Popesku

Student:

Mirna Grahovac
br. indeksa:
405034/12

Beograd, 2014.

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
1.1. PROBLEM ISTRAŽIVANJA	2
1.2. STEPEN ISTRAŽENOSTI PROBLEMATIKE	2
1.3. HIPOTEZA ISTRAŽIVANJA.....	3
1.4. STRUKTURA RADA	3
1.5. CILJ ILI SVRHA ISTRAŽIVANJA	4
1.6. METODSKI POSTUPCI.....	4
I. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA GRADA ROVINJA.....	5
1. RESURSI ZA RAZVOJ TURIZMA ROVINJA	6
2. PRIRODNI.....	7
3. KULTURNI	9
4. SAOBRAĆAJNA POVEZANOST.....	11
5. KAPACITETI ZA SMJEŠTAJ I ISHRANU.....	12
6. ZABAVA, RAZONODA I SPORT.....	13
7. PROMOCIJA ROVINJA NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU	15
II. POLOŽAJ ROVINJA NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU.....	16
1. TURISTIČKI PROMET OD 2005. – 2011. GODINE.....	17
2. PROCJENA TURISTIČKE POTROŠNJE	23
3. ZNAČAJ TURIZMA ZA PRIVREDNI RAZVOJ	23
4. ORGANIZACIJA TURIZMA	26
III. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA GRADA ROVINJA.....	27
1. OSNOVNI CILJ BUDUĆEG RAZVOJA TURIZMA.....	30
2. NOVI RAZVOJNI TRENDovi GRADA ROVINJA	32
3. PRIJETNJE I SLABOSTI ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA	33
4. MOGUĆNOSTI I PREDNOSTI ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA.....	35
IV. SMJERNICE ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA GRADA ROVINJA.....	39
1. ZAŠTITA OKOLIŠA I KULTURNOG POVIJESNOG NASLJEĐA	40
2. RAZVOJ PODUZETNIČKE INICIJATIVE	41
3. POVEĆANJE KVALITETE U TURIZMU	41
4. RAZVOJ POLJOPRIVREDE I RIBARSTVA.....	42
5. SOCIJALNA SIGURNOST	43
6. DVOJEZIČNOST, MULTIKULTURALNOST I STANOVANJE.....	43
7. KULTURA	44
8. SPORT I REKREACIJA.....	44
9. PREDŠKOLSTVO, ŠKOLSTVO, RAZVOJ I EFIKASNE GRADSKJE UPRAVE....	45
V. MAISTRA D.D. VODEĆA KOMPANIJA ODRŽIVOG RAZVOJA	46
1. UPRAVLJANJE UTJECAJIMA NA OKOLIŠ I PRIRODNE RESURSE	49
2. POLITIKA UPRAVLJANJA OKOLIŠEM	51
3. LOKALNA ZAJEDNICA.....	52

4. ODNOS STANOVNIŠTVA PREMA ODRŽIVOM RAZVOJU	53
5. NAGRAĐIVANJE ODRŽIVOSTI U TURIZMU GRADA ROVINJA	56
VI. STRATEŠKI PRAVCI RAZVOJA TURIZMA ROVINJA.....	58
1. POVEĆANJE KVALITETE UKUPNE TURISTIČKE PONUDE.....	58
2. UNAPREĐENJE SAOBRAĆAJNE INFRASTRUKTURE.....	63
3. KULTURNE MANIFESTACIJE	65
4. KADROVI	65
5. POTREBNA SREDSTVA ZA FINANCIRANJE	65
6. OČEKIVANI EKONOMSKI EFEKTI	66
ZAKLJUČAK	68
LITERATURA.....	72
POPIS TABELA	74
POPIS GRAFIKONA	75
POPIS SLIKA	76

1. UVOD

Jedna legenda kaže: “ Nakon što je Bog stvorio Zemlju, oduševljen, ali i umoran, prošeće kako bi vidio ljepotu svog djela. Prolazeći Istrom, učini mu se kraj siromašan i pust. Ražalošćen, gotovo zaplače, a iz svakog oka mu kane suza, rasprši se i obogati pustu obalu ispred Rovinja – rovinjskim otočjem, biserima koji nadopunjuju ljepotu Rovinja.“

Zbog iznimno pogodnog geografskog položaja, Istarska obala najbliža je toplu obalu kontinentalnom europskom zaleđu od Alpa, nizinske Panonije do Skandinavije i Baltika. Zato je za stanovnike Austrije, Češke, Mađarske, Slovačke, južne Njemačke dolazak u Rovinj zračnim prijevozom ili suvremenim prometnicama privlačan za vikend - odmor, a pogotovo na ljetovanje.

Potreba za održivim razvojem turizma postala je danas imperativ u njegovom razvoju. Probuditi kod svih svijest o održivom razvoju turizma koji zadovoljava potrebe današnjih turista i lokalnog stanovništva, a istovremeno štiti i čuva turističke resurse za budućnost. Održivi turizam možemo nazvati i odgovornim turizmom jer osigurava kontinuitet lokalnom stanovništvu u ekonomskom, socijalnom smislu, a štiti fizičko okruženje tj. okoliš.

Grad Rovinj orijentiran je na održivi razvoj turizma što je vidljivo iz master plana razvoja turizma grada Rovinja. Cilj je promovirati Rovinj kao luksuznu eko- destinaciju za odmor, shvaćati turizam kao dio svakodnevnog života, pomnim planiranjem, zajedno s lokalnim stanovništvom, regionalnog razvoja i turizma podići kvalitetu turističkog proizvoda, ali u skladu s načelima održivog razvoja.

„Morate naučiti svoju djecu da je tlo pod njihovim stopama pepeo njihovih djedova. Tako da bi oni poštivali zemlju, recite vašoj djeci da je zemlja s nama u srodstvu. Učite vašu djecu kao što činimo mi s našom da je zemlja naša majka. Što god snađe nju snaći će i sinove zemlje. Ako čovjek pljuje na tlo pljuje na sebe samoga.

Ne znam. Naš način je drugačiji nego vaš. Izgled vaših gradova boli oči crvenog čovjeka. A možda je to jer crveni čovjek je divlji i ne razumije. Nema mirnog mjesta u gradovima bijelog čovjeka. Nema mjesta da se čuje otvaranje listova u proljeće ili drhtaj krilaca kukaca. To mi znamo: zemlja ne pripada čovjeku; čovjek pripada zemlji. Sve stvari povezane su kao krv koja ujedinjuje obitelj. Sve stvari su povezane. Što god snađe zemlju snaći će i sinove zemlje. Čovjek ne tka tkivo života; on je samo struk u tome. Što god čini tkanju čini i samom sebi.“

Nastavite prljati svoj vlastiti krevet i jedne noći ugušit ćete se u vlastitom smeću. Ali u vašoj propasti svijetlit ćete sjajno, potpaljeni snagom Boga koji vas je donio na tu zemlju i za neku posebnu svrhu dao vam vlast nad njome kao i nad crvenim čovjekom. Sudbina je misterija za nas jer mi ne znamo kad će svi bizoni biti poklani i svi divlji konji ukroćeni, kada će tajnovite šume zaudarati po ljudima i pogled na zrele brežuljke biti zamrljan brbljajućom žicom...Gdje su divljine? Nestale su. Gdje je orao? Nema ga više. Kraj je života i početak borbe za opstanak.“

Ove riječi mudrog indijanskog poglavice Seatlea napisane predsjedniku Sjedinjenih Američkih Država još u devetnaestom stoljeću ubrajaju se među najljepše tekstove o zaštiti okoliša i povezanosti svih živih bića i prirode. Trebale su proći godine i stoljeća da čovjek spozna istinitost ovih tvrdnji i svoj poguban utjecaj na okoliš pod idejom napretka i boljeg života.

1.1. Problem istraživanja

Tema ili problem master istraživanja na temu Strategija razvoja turizma grada Rovinja jest stanje i strategija razvoja turizma grada Rovinja do 2020. godine te održivi razvoj turizma grada Rovinja; koncepcija, načela i smjernice razvoja održivog turizma u Rovinju te uloga Maistre d.d. kao vodeće kompanije u razvoju turizma grada Rovinja. Izložit će mogućnosti, trenutno stanje i plan razvoja turizma u Rovinju za slijedećih deset godina.

1.2. Stepen istraženosti problematike

Sadašnje stanje turizma grada Rovinja istraživano je i dosada, ali nedovoljno, jer se tek sad prišlo izradi strategije razvoja i poboljšanja turističke ponude i boljem iskorištavanju mogućnosti koje ima Rovinj kao turistička destinacija. Problem održivog razvoja turizma grada Rovinja već je bio predmet istraživanja, ali važnost tog problema nameće potrebu daljnjeg istraživanja i buđenja svijesti o važnosti održivog razvoja.

1.3. Hipoteza istraživanja

Sustavnim izučavanjem i prikazom sadašnjeg stanja u turizmu Rovinja, ponudama i mogućnostima te ciljevima strateškog plana razvoja do 2020. godine definirati Rovinj kao luksuznu turističku destinaciju za cjelogodišnju turističku ponudu, te stanje i smjernice za održivi razvoj turizma grada Rovinja.

1.4. Struktura rada

Maser rad koncipiran je u nekoliko dijelova da kako bi se što bolje obradila tema istraživanja.

U UVODNOM dijelu su problemi koji istražujemo, stupanj dosadašnje istraženosti problema, zatim hipoteza istraživanja, struktura rada, cilj ili svrha istraživanja te metode koje se koriste u radu odnosno u istraživanju.

Prirodne i kulturne resurse, saobraćajnu povezanost, smještajnu i prehrambenu ponudu, mogućnosti zabave, raznote i sporta te promociju Rovinja na turističkom tržištu prikazani su u prvom dijelu pod naslovom STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA GRADA ROVINJA.

POLOŽAJ ROVINJA NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU donosi obrađene podatke o turističkom prometu od 2005. – 2012. godine, procjenu turističke potrošnje, značenje turizma za privredni razvoj te organizaciju turizma u gradu Rovinju.

ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA GRADA ROVINJA obuhvaća osnovne ciljeve, razvojne trendove, zatim mogućnosti i prednosti, a isto tako i prijetnje i slabosti održivog razvoja turizma grada Rovinja.

SMJERNICE ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA GRADA ROVINJA obuhvaćaju zaštitu okoliša i kulturno - povijesnog naslijeđa, razvoj poduzetničke inicijative, povećanje kvalitete turističkog proizvoda, razvoj poljoprivrede, ribarstva, socijalne sigurnosti, kulture, sporta i rekreacije, školstva i gradske uprave, te multikulturalnosti u Rovinju.

ULOGU MAISTRE d.d. kao vodeće kompanije u razvoju održivog turizma u Rovinju. STRATEŠKI PRAVCI RAZVOJA TURIZMA ROVINJA obuhvaćaju planove razvoja do 2020. godine: povećanje kvalitete turističke ponude, unapređenje saobraćajne infrastrukture, kulturne manifestacije, kadrove potrebne za razvoj turizma, potrebna financijska sredstva i očekivane ekonomske efekte.

U ZAKLJUČKU su još jednom predložene najvažnije točke strateškog plana razvoja turizma koje treba ostvariti da bi Rovinj postao luksuzna turistička destinacija s bogatom ponudom tokom cijele godine te se naglašavaju najvažnije karakteristike održivog razvoja turizma grada Rovinja.

1.5. Cilj ili svrha istraživanja

Svrha i cilj istraživanja jesu teorijski predložiti današnje stanje i planove razvoja turizma grada Rovinja do 2020. godine te ukazati na potrebu o važnosti održivog razvoja turizma i očuvanja čistog okoliša.

1.6. Metodski postupci

U radu se koriste sljedeće znanstvene metode: povijesna metoda, komparativna metoda, klasifikacijska, metode analize i sinteze, deskriptivna i matematička metoda, te statistička metoda.

I. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA GRADA ROVINJA

Turizam je pojava nezaobilaznog kulturnog kontakta kojim ima svoje pozitivne i negativne posljedice. Kontakt dvaju različitih identiteta. Turista i domaćina, donosi brojne promjene kako u samoj lokalnoj zajednici tako i u turističkom shvaćanju odredišta. Domaći turizam ima značajan utjecaj na razvoj turizma u svijetu i treba ga se promatrati komplementarno sa razvojem međunarodnog turizma.¹

Istarska županija je prema broju turista i noćenja vodeća u Republici Hrvatskoj, a destinacija Rovinja vodeća u Istri. Rovinj je turistički razvoj započeo u drugoj polovici 19. stoljeća kada su otvoreni prvi smještajni kapaciteti. Etapa otkrivanja i uključivanja u životom ciklusu trajala je sve do šezdesetih godina 20. stoljeća.²

Turizam grada Rovinja temelji se na prirodnim atrakcijama koje su pogodovale razvoju ljetnog, odmorišnog turizma s naglašenim vrednovanjem obale i mora, te antropogenim atrakcijama koje potiču kulturni i manifestacijski turizam. Vrhunac turističkog razvoja s najvećim brojem posjetitelja Rovinj bilježi sredinom 80 - ih godina. Nova etapa životnog ciklusa destinacije započela je nakon 2000. godine pa sve do danas čemu prethodi intenzivna izgradnja smještajnih kapaciteta te svremenom povećava broj turista i noćenja.

Strategija razvoja turizma grada Rovinja razvija se planski u skladu s postojećom infrastrukturom i turističkim potencijalima kako bi destinacija bila što konkurentnija na tržištu. Osnovni kvalitativni elementi potrebni za razvoj jesu podizanje starogradske jezgre, priroda kultura i običaji te gastronomski doživljaji. Strategije razvoja turizma usmjerene su na produženje sezone, podizanje prosječne godišnje iskorištenosti postojećih kapaciteta, podizanje potrošnje po turistu temeljem podizanja kvalitetne ponude, te podizanje prepoznatljivosti branda destinacije na europskoj razini.

Glavni prioriteti strategije razvoja turizma Rovinja:³

- Održiv razvoj turizma,
- Maksimalno korištenje postojećih resursa,
- Koordinirana nadogradnja nedostataka ponude.

¹ Hitrec Tomislav, Znanstveno stručni časopis: Turistička destinacija - pojam , razvitak, koncept, Institut za turizam, Zagreb, 1995., str. 43

² Josip Folo, Povijest rovinjskog turizma, Josip Folo, Rovinj, 2002., str. 12

³ www.rovinj.hr (pristup 9.03.2013.)

1. RESURSI ZA RAZVOJ TURIZMA ROVINJA

Turistički resursi su prirodna ili antropogena dobra koja se mogu gospodarski iskoristiti. Dio su cjeline razvoja određenog geografskog područja, a bogatstvo resursima komparativna je prednost u turističkom i gospodarskom razvoju. Cjelokupna ponuda u turizmu temelji se na atraktivnim svojstvima resursa kojima raspolaže.⁴

Rovinj se smatra jednim od najatraktivnijih i najljepših turističkih destinacija u Hrvatskoj, kao grad izvanrednih, prirodnih, ekoloških, arhitektonskih, povijesnih vrijednosti i naslijeđa. Njegove prednosti kao što su atraktivna arhitektonski sačuvana starogradska jezgra, mediteranski ugođaj, bogatstvo i dobra očuvanost prirodnih resursa, otoci, dugogodišnja turistička tradicija, blizina turističkih emitivnih tržišta, prepoznatljivost postojećeg turističkog proizvoda predstavljaju okosnice za buduće pozicioniranje koje se mora temeljiti na razvoju visokokvalitetnog turističkog proizvoda sa pripadajućim sadržajima, prirodnim ljepotama, nezagađenom okolišu i bogato kulturno povijesnoj baštini.

Destinacija Rovinja svoje bogate resurse ne koristi dovoljno, iako ima sve preduvjete za postizanje razvoja resursa cjelogodišnjeg turizma. Većina događaja odvija se u razdoblju od mjeseca lipnja do rujna, bogati resursi nisu iskorišteni u zimskim mjesecima. Nedostaju ekskluzivni butici, svjetski događaji ponude elitnih sportova kako bi destinacija zadovoljila kriterije luksuzne destinacije.

Kako bi se turistički resursi Rovinja u budućnosti što bolje razvijali potrebni su rezultati organiziranog djelovanja lokalnog stanovništva u okviru zadovoljavanja svojih životnih potreba. Stanovnici koji bolje razvijaju i njeguju svoje mjesto i svoj kraj imaju veće šanse za razvoj resursa turizma.

Značajno je također istaknuti neizravni turistički resursi potrebni za razvoj turizma grada Rovinja:⁵

- Očuvani okoliš,
- Geoprometni položaj,
- Prometna povezanost,

⁴ Dragan Magaš, Turistička destinacija, Sveučilište u Rijeci, Hotelijerski Fakultet Opatija, Opatija, 1997., str. 57

⁵ Eduard Kušen, Turistička atrakcijska osnova, Znanstvena edicija instituta za turizam, Zagreb, 2001., str. 17

- Komunalna infrastruktura i objekti društvenog standarda,
- Kvaliteta prostorne organizacije,
- Oblikovanje objekata.

2. PRIRODNI

Prirodni resursi predstavljaju ukupnost svih prirodno – zemljopisnih uvjeta koji mogu utjecati na proizvodnju ali i cjelinu ekonomskog života jedne zemlje. S toga su veoma značajni za razvoj turizma i turističke djelatnosti. Prirodni resursi obuhvaćaju prekrasne krajolike. Iako je zapadna Istra po prirodnim vrijednostima cjelina, rovinjski krajolik ima osobitosti zbog kojih se ubraja u prirodne znamenitosti Hrvatske, posebno se ističe bogato razvedena obala te iznimno bujno zelenilo.

Rovinjski otoci i priobalno područje proglašeni su rezervatom prirodnih predjela zbog očuvanja prirodnih ambijenata, ljepote krajolika, bujne vegetacije, plaža, estetskog izgleda i turističkog značaja. Većina otoka bili su nekada privatno vlasništvo rovinjskih ribara ili bogatijih obitelji, da bi ih krajem stoljeća kupili pripadnici gornjeg austrijskog staleža. Na početku 21.stoljeća najvažniji problem našeg planeta predstavlja održavanje ravnoteže između sve većeg broja stanovnika i raspoloživosti prirodnih resursa koji bi mogli osigurati dostojan život svakom pojedincu.⁶

U Rovinjskom arhipelagu nalazi se 22 otoka i otočića i hridi. Dužina svih otoka iznosi 20,5 km , površina otoka je nešto više od 65 ha.

Najistaknutiji otoci jesu:

- *Sv. Katarina* - posjeduje bujnu vegetaciju, oko 450 vrsta različitog raslinja, pa je vrlo interesantan zaljubljenicima prirode, a jedna od posebnosti otoka je i to što se sa njega prekrasan pogled na stari dio grada Rovinja,
- *Sv. Andrija i Maškin* - Jedan od najljepših otoka rovinjskog arhipelaga, svakako najveći i najprivlačniji. Sačinjavaju ga dva otočića, Sveti Andrija i Maškin, povezani

⁶ Goldstein, I.,:Povijest- Suvremeno doba (1985- 2007.) i kronologija - 19.knjiga, Europapress holding, Zagreb,2008., str. 398.

nasipom. Wellness hotela Istre prvi je wellness centar na temu Mediterana ,najveći je wellness centar u Istri te jedan je od najvećih i najbolje opremljenih u Hrvatskoj,

- *Sv. Ivan na Pučini* - sam otok je bio naseljen od davnina, i danas postoje ostaci tornja i benediktinske crkvice Sv. Ivana,
- *Dvije sestrice* - Najveće gnjezdilište galebova na rovinjskom području,
- *Sturag* - Podvodni kanjon, nastao djelovanjem mora na stijene,
- *Banjol* - Interesantan je zbog spilje, koja je većim dijelom podvodna.

Zaštićena područja prirode grada Rovinja jesu:⁷

- *Limski kanal* – specijalni rezervat u moru,
- *Palud* - ornitološki rezervat,
- *Zlatni rt (Punta Corente)* - park šuma, najznačajnija perivojna površina na obali,
- *Kamenolom Monifiozenzo* - zaštićeni spomenik prirode,
- *Kamenolom Montauro* - Iz njega je vađen kamen za gradnju objekata Venecije,
- *Rt Škaraba* – park šuma, , smješten na najatraktivnijem dijelu rovinjske obale, Svojevremeno je bio poznat kao Međunarodni omladinski kamp u državnom vlasništvu,
- *Saline* - slana staništa i mjesto kamo navraćaju mnogobrojne raznolike ptice,
- *Dvije sestrice* - rezervat šumske vegetacije.

⁷ Hrvatski Jadran, Turistički vodič, Naprijed, Zagreb, 1998., str. 26

3. KULTURNI

Turizam kao suvremena pojava, naizgled je u suprotnosti s baštinom kao izrazom povijesti i tradicije jednog naroda/lokaliteta. Prikazivanje prošlosti u suvremenosti, međutim, može tvoriti savršenu osnovu za kreaciju kulturno - turističkog proizvoda, upotpunjeno trenutnim svjetskim trendovima koji idu u korist kulturnog turizma.⁸

Prvi arheološki tragovi Rovinja sežu u brončano doba, a starogradska se jezgra počela razvijati u 3.stoljeću. Početkom 18. stoljeća grad se širi izvan gradskih zidina i na kopno stari dio grada našao se na poluotoku. Skučeni prostor uvjetovao je zbijenu gradnju uskih kuća, uskih ulica i malenih trgova. Upravo zbog tih je posebnosti 1963. godine stari grad proglašen spomenikom kulture.⁹

Kulturno povijesnoj baštini grada Rovinja spadaju povijesne zgrade, povijesna mjesta, arheološki lokaliteti, rukotvorstvo, folklor, tradicija, muzeji, vizualna umjetnost te znanstveni i tehnološki resursi. Stari dio grada bogat je brojnim romaničko - gotičkim, renesansnim, baroknim, neoklasičnim prozorima, balkonima, balaturama, altanama (terasama na krovu), portalima, skalinadama. Neprocjenjiv povijesni spomenik su Sedam Starih gradskih vrata od kojih su samo troja sačuvana u originalnom obliku. To su: Vrata Sv. Benedikta, Vrata pod zidinama i Vrata Sv.Križa.

Najistaknutije povijesne zgrade i mjesta jesu:

- *Franjevački samostan* - radnja ovog prekrasnog baroknog zdanja započeta je 1702., dovršena 1710. godine,

- *Dvorac na otoku sv. Andrije* - samostan benediktinaca osnovan u 6. st. u 15.st. franjevci su ga proširili i povećali, a krajem 19. st, predio ga je barun Hutterott. Danas je dvorac pretvoren u hotel,

- *Crkva sv. Eufemije* - panorama Rovinja nezamisliva bez visokog vitkog zvonika crkve sa svetičnim kipom na vrhu, građena je 1728.g. do 1736.g.,

- *Romanička crkva Presvetog trojstva* - Najvažnija i najbolje sačuvana romanička građevina. Građevina je po svojoj formi sedmerokut, čija vanjska struktura u svojoj unutrašnjosti sadrži kružni prostor sa sedam niša i kupolom, a u sebi sadrži sve karakteristike prelaza romaničke umjetnosti u gotičku.

⁸ Hrvatski Jadran, Turistički vodič, Naprijed, Zagreb, 1998., str. 23

⁹ Boris Vuković, Povijest hrvatskog turizma, Prometej, Zagreb, 2005., str. 38

Arheološki lokaliteti:

- *Monkodonja* - Arheološko nalazište na uzvisini Monkodonja predstavlja ostatke značajnog gradinskog naselja smještenog u tipičnom istarskom krajobrazu,
- *Monšego* - Arheološko nalazište koji se nalazi kraj nalazišta Moncodogno. Pronađeni su tumuli odnosno nadzemne grobnice,
- *Karaštak* - Brončanodobna gradina, nalazi se na rubu plodnoga polja koje se proteže sjeveroistočno od Rovinjskog Sela u smjeru Limskog kanala.

Muzeji i vizualna umjetnost:¹⁰

- *Zavičajni muzej* - Rad i nastanak zavičajnog muzeja Rovinj usko je vezan za Likovnu koloniju, koja u Rovinju neprekidno djeluje već skoro pola stoljeća,
- *Eko-muzej* - "*Kuća o batani*" - Prvi je to eko muzej ne samo u Istri, već i u Hrvatskoj. Posvećen je istoimenoj ribarskoj brodici i lokalnoj rovinjskoj zajednici koja ju je prepoznala kao svoj simbol,
- *Mini muzej Hütterott* - Smješten je u bivšoj lugarevoj kućici parka šume Punta,
- *Centar vizualnih umjetnosti "Batana"* - Od 1990. djeluje kao Centar vizualnih umjetnosti. Udruga fotografskih stvaralaca CVU Batana ovdje organizira javne nastupe, izložbe, edukativne promotivne programe putem fotografije, projekcije, filmova, videa, informatičkih medija,
- *Kazalište "Gandusio"* - Kazalište Antonio Gandusio ostavština je jednog od rovinjskih gradonačelnika s kraja 19. stoljeća, Nicoloa de Califfija.

¹⁰ Rovinj-Rovigno, Turistička zajednica grada Rovinja, 2007., str. 13

4. SAOBRAĆAJNA POVEZANOST

Prometna dostupnost destinacije određena je razinom usluge koja pruža putniku u dolasku i odlasku, a obuhvaća prometne mreže, prometna sredstva, organizaciju prometa i cijenu prijevoza. Osim udaljenosti destinacije, koja je vrlo često opredjeljujući činitelj odabira pojedinoga prijevoznog sredstva, sigurnost, ekonomičnost, brzina prijevoza i udobnost su činitelji koje procjenjuju potencijalni turisti.

Do Rovinja se može doći na više načina: autobusom koji je dobrim vezama povezan sa svim mjestima u Hrvatskoj ali i šire; brodom koji povezuje sve istarske luke, glavnu luku Pula. Trajetna luka Rijeka udaljena od Rovinja 91 km i sve ostale veće luke na obali.¹¹

Također brodom je povezan lukom u Veneziji; osobnim automobilom kojim se može doći iz bilo kojeg smjera. Cestovna povezanost središnje Europe s Rovinjom sve je bolja. Grad je razvijen kao lučko središte. Rovinjska luka sastoji se od sjeverne i južne luke. Južna luka služi za putnički promet i kao sidrište (vezovi) jer je zaštićena od valova. Sjeverna luka služi pretežno za teretni promet.

Najbliže zračne luke su: Zračna luka- Pula udaljena 40-ak km od Rovinja povezana je preko Zagreba gotovo sa svim europskim središtima. Turistička zračna luka - Vrsar, Sportska zračna luka- Medulin. Najbliže željeznice su: Željeznička postaja Kanfanar i Željeznički kolodvor- Pula.¹²

Tabela 1: Cestovne udaljenosti između Rovinja i većih europskih gradova

Trst	90 km	Ljubljana	180 km	Beograd	650 km
Zagreb	320 km	Milano	510 km	Paris	1 300 km
Beč	560 km	Budapest	620 km	Berlin	1 200 km
Munchen	700 km	Prague	820 km	Amsterdam	1 400 km

Izvor: "Rovinj - Rovigno", Turistička zajednica grada Rovinja, 2007.

¹¹ www.tzgrovinj.hr (pristup 22.3.2013.)

¹² Boris Vuković, Turizam i razvoj, Mikroroad, Zagreb, 2001., str. 53

5. KAPACITETI ZA SMJEŠTAJ I ISHRANU

Ugostiteljstvo je privredna djelatnost koja se bavi pružanjem usluga smještaja i prehrane turista. Njezina kvaliteta izuzetno utječe na turistički promet u nekom mjestu. Prostori u kojim se nudi smještaj i prehrana turista moraju biti prilagođeni njihovim zahtjevima, estetski osmišljeni, osoblje stručno educirano, i nadasve, ljubazno.

Istarska gastronomija vjeran je odraz povijesnih, zemljopisnih i klimatskih značajki Poluotoka te rezultat ispreplitanja raznih tradicija s pučkom kuhinjom baziranom na samoniklom bilju, aromatičnim začinima, sezonskom povrću, plodovima mora, maslinovom ulju. Rovinjski restorani u toplim mjesecima sele na ulice, a svojim mirisima pozivaju da se kušaju svi gurmanski specijaliteti, ovdašnja riblja kuhinja je sve što čovjek poželi probati, te razgaliti dušu uz dobra istarska vina, da okusi slatku istarsku "supu" i još mnogo specijaliteta kao što su poznati istarski pršut, rovinjski pelinkovac (gorki liker prirodne boje, aromatiziran prirodnim aromom pelina), te još mnogo toga u ambijentu u kojem sve prija. U Rovinju se nalazi 44 restorana, 21 gostiona, 28 konoba, 17 pizzerija te mnoštvo kafića za ugodnu razbibrigu.¹³

Sa stanovništva karakteristika usluga koje se u okviru nje pružaju, djelatnost objekta za smještaj je vrlo široka. Osnovna djelatnost je vezana za pružanje usluga smještaja dok sve ostale predstavljaju osnovnoj djelatnosti i razlikuju se u zavisnosti od vrste i tipova objekta. Usluge smještaja, a vrlo često i prehrane, nude raznoliki hoteli, moteli, pansioni, turistički apartmani, odmarališta, kampovi.

Grad Rovinj ima 27.992 registriranih kapaciteta, najveći broj otpada na hotele 3 168 kreveta, turistička naselja 2 236, apartmani 4 935, kampovi 16 319, pansioni 163.

Nalazi se na 2. mjestu po turističkom prometu u Istarskoj županiji. U nastavku (tabelom 2) istaknuti su smještajni kapaciteti po vrsti objekta označeni kategorizacijom. Najpoznatiji i najluksuzniji hoteli s pet zvijezdica jesu Lone – jedinstveni design hotel u Hrvatskoj prožet sinergijom funkcionalnosti sklada i elegancije, te Monte Mulini – luksuzni boutique hotel. Zatim sljede hoteli od četiri zvijezdica dobro pozicioniran hotel Eden te boutique hotel Angelo D'oro. Vidljive su također kategorizacije kampova, dok najmanje smještajnih kapaciteta nude pansioni te turistička naselja.

¹³ Rovinj, Župa Sv. Eufemije, Zagreb, 2002., str 48

Tabela 2: Smještajni kapaciteti po kategorijama zvijezdica grada Rovinja

HOTELI	KAMPOVI	PANSIONI	TURISTIČKA NASELJA
Lone *****	Amarin ***	Petra *****	Valalta (naturist) *****
Monte Mulini *****	Polari ***	Esclusive ***	Villas Rubin ***
Eden ****	Veštar ***	Romano **	Amarin ***
Istra ****	Valdaliso ***	Baron Gantsch **	Studio Bungalovi Country Club ***
Angelo D'oro ****	Porton Biondi ***		
Casa Garzotto ****	Ulika **		
Villa Valdibora ****	Mon Paradiso *		
Adriatic ***	Salinjska Dolina *		
Villa Lili ***	Oaza *		
Park ***			
Valdaliso **			
Katarina **			

Izvor: Izradila autorica

6. ZABAVA, RAZONODA I SPORT

Kulturni, zabavni i sportski život, osobito u ljetnim mjesecima, prilagođen je gostima. U sklopu tradicionalnog Rovinjskog ljeta iz dana u dan nižu se različiti programi, folklorne priredbe, koncerti klasične i zabavne glazbe, kazališne predstave te pučke fešte. Rovinj posebno privlači međunarodnim sportskim susretima i prestižnim regatama.

Manifestacije na području grada Rovinja su raznolike za različite tipove gostiju i domaćeg stanovništva sve od sportskih, gastronomskih, kulturnih, romantičnih i drugih.¹⁴

U nastavku su navedene značajnije manifestacije:¹⁵

- Grano prix Rovinja - međunarodna biciklistička utrka (u veljači),
- Istarska riviera - ATP Tennis tournaments (u travnju),
- Regata Rovinj - Pesaro - Rovinj (u svibnju),
- Grisia - izložba slika na otvorenom (u kolovozu) - duž najpoznatije starogradske ulice svoje radove izlažu mnogi europski i hrvatski umjetnici,
- Sv. Eufemija (16. rujna), dan zaštitnice grada Rovinja popraćen bogatom gastronomskom i zabavnom ponudom te vatrometom,

¹⁴ www.istra.hr, (pristup 14.03.2013.)

¹⁵ Boris Vuković, Povijest hrvatskog turizma, Prometej, Zagreb, 2005., str. 41

- Rovinj photodays,
- Kultfestival - predstavljanje različitih glazbenih kultura svijeta, uz predstavljanje kulturne i turističke ponude grada Rovinja,
- Večeri ribarske tradicije - kulturno zabavne večeri u kojima je predložen život rovinjskih ribara i njihovih običaja i vještina uz gastro ponudu i glazbeni program,
- Black & White nights - Ekskluzivne večeri uz jazz glazbenike i vinare.

U turističkoj ponudi Rovinja značajno mjesto imaju sport i rekreacija. Organiziraju se natjecanja, turniri, sportske škole (tenisa, ronjenja, jedrenja na dasci i dr.) i pripreme sportaša. Od sportskih kapaciteta valja spomenuti nogometna igrališta, tenis terene, igrališta za košarku, rukomet i odbojku, polivalentnu sportsku dvoranu, osmostaznu kuglanu, otvoreni bazen (olimpijskih dimenzija) te zimski namijenjen plivanju i vaterpolu, trim - kabinete, trim - staze, vožnju biciklima. Rovinj ima 26 sportskih klubova sa 1600 registriranih sportaša.

Ronjenje je poznato u Rovinju, ne samo zbog raznolikog akvatorija s dvadesetak otoka i hridi, već najzanimljivijeg odredišta na sjevernom Jadranu. Birdwatching je moguć na dvije lokacije a to su Zlatni rt- park šuma i ornitološki rezervat Palud. Penjanje - Mjesni klub sportskog penjanja organizira rekreativno penjanje uz samo more, u napuštenu kamenolomu Montauro na Zlatnom rtu. Lov - Domaćim lovcima na raspolaganju je četiri tisuća hektara lovne površine, a za strane će goste Lovačko društvo Rovinj organizirati komercijalni lov od listopada do ožujka, i to na nisku divljač; zeca, jarebicu, fazana ili kolinku. Biciklizam - Rovinj i njegova okolica nalaze se na dvije već pripremljene rute na biciklističkim kartama Istre. Gotovo 40 kilometara biciklističkih staza okružuju i presijecaju Rovinj i njegovu okolicu.

Sportska ponuda u smještajnim objektima : fitness, sauna, masaža, zatvoreni bazen, otvoreni bazen, tenis tereni, tereni za mali nogomet, odbojku, rukomet, boće, kao i velika ponuda sportova na vodi kao što su iznajmljivanje čamaca s veslima, sandoline, pedaline, surfanje, ski- jet scooteri i sl. Sport i rekreacija mogu biti i motivom dolaska gostiju u destinaciju, ako su gosti prije dolaska informirani o sportsko- rekreacijskoj ponudi ili ako se radi o ponovljenom dolasku. Posebice u predsezoni i sezoni Rovinj posjećuju sportske grupe, pretežito ronilaca, biciklista i ribolovaca.

7. PROMOCIJA ROVINJA NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Promocija destinacije ima veliku važnost, a nadovezuje se na strategiju segmentaciju tržišta u kojem destinacija identificira tržišni segment, kojeg želi privući. Segmentacija uključuje podjelu tržišta na različite homogene grupe po geografskim, socio - demografskim, psihografskim ili biheviorističkim obilježjima. Nakon identifikacije tržišnih segmenata i izbora željenog slijedi razvoj odgovarajućeg pozicioniranja te upotreba elemenata marketinškog spleta.¹⁶

Rovinj se promovira na tržištu kao jedinstvena i prepoznatljiva destinacija koja nudi tradiciju, bogatstvo raznovrsnosti (aktivan odmor- sport i rekreacija), doživljaj šuma i očuvane prirode u neposrednoj blizini mora, na atraktivnim otocima sve na dohvat ruke. Diferencira se kao splet moderne rivijere, elegancije, rajskih plaža, nedirnute prirode, putova duge povijesti i bogatog nasljeđa, strasti i događaja, mira i ugodnog života.

Rovinj ulaže znatne napore u marketinške aktivnosti za domaće i strano tržište. Hrvatska turistička zajednica koristeći različite boršure, kataloge, časopise, novine, najnovija magazin izdanja koja se izlažu na sajmovima, različite prospekte o turizmu u Hrvatskoj između ostalog i grada Rovinja, svake godine obilazi najpoznatije sajmove poput Austrije, Belgije, Francuske, Španjolske, Velike Britanije, Nizozemske itd. te na najbolji način prezentira destinaciju Rovinj.

Elementi pozicioniranja na domaćem i stranom tržištu putem:¹⁷

- sajmovi – HTZ, TZGR i igrači u turizmu (nastup na općim turističkim sajmovima na svim važnijim emitivnim tržištima, nastupi na specijaliziranim sajmovima),
- on – line marketing – TZ grad Rovinj, HTZ (zajedničko oglašavanje na Googleu, web stranice ili on – line izdanja magazina, novina, članaka, usmjereno e - oglašavanje za kamping, wellness, congress, te specijalizirane skupine),
- klasični marketing – HTZ, TZ, igrači u turizmu (izdanja magazina, vodiča, magazina avio kompanija, lokalne, regionalne i državne novine. Outdoor – radio oglašavanje, letci u Hrvatskoj i Sloveniji),
- on – site marketing – grad Rovinj-Rovigno, TZ- Rovinj, igrači u turizmu (manifestacije, event, jumbo plakati, info punkt, brošure, katalogi, radio i tv oglasi).

¹⁶ Marko Paliaga, Branding & konkurentnost gradova, Marko Paliaga, Pula, 2012. str 63

¹⁷ www.gradrovinj.hr (pristup 17.3.2013.)

II. POLOŽAJ ROVINJA NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Rovinj je smješten na zapadnoj obali najvećeg Hrvatskog poluotoka – Istre. Zahvaljujući geografskom položaju idealna je baza za posjet cijeloj Istri. Nalazi se na 45° 04' geografske širine i 13° 38' geografske dužine. Nešto južnije od Rovinja Istru presijeca 45. paralela. Što znači da se Rovinj nalazi točno na pola puta između ekvatora i sjevernog pola - na najidealnijem zemljopisnom i temperaturnom prostoru sjeverne polutke. Zauzima površinu od 86 km². Stanovništvo grada Rovinja broji 14.234 stanovnika.¹⁸ Rovinj se smatra jednim od najatraktivnijih i najljepših turističkih destinacija u Hrvatskoj. Grad izvanrednih, prirodnih, ekoloških, arhitektonskih, povijesnih vrijednosti i naslijeđa.

Pristupnost destinacije je dobra u cestovnom segmentu te se i dalje unapređuje autodestinacija koja u svojoj 'catchment area' uključuje najprivlačnija tržišta kao što su

Austrija, Italija, Njemačka. Destinacija Rovinj je idealna vikend destinacija za susjede bogate regije (Sj. Italija, Austrija, Bavarska) koja su ujedno i najvažnija emitivna tržišta.

Slika 1: Pregled udaljenosti destinacije Rovinj



Izvor: <http://rovinj.hr/rovinj/dokumenti/2010/master-plan-2010.pdf> (pristup 7.4.2013.)

¹⁸ Turistički vodič Hrvatska, Masmedia, Zagreb, 1998., str 103

Priobalni gradovi Pula, Vrsar, Poreč jesu povoljniji uvjeti za posjetitelje iz dalekih destinacija. Navedeni gradovi imaju zračnu luku, te su bolje povezani sa autocestom. Priobalne županije Primorsko-goranska i Srednja i Južna Dalmacija konkuriraju sličnošću proizvoda te pristupačnijom cijenom.¹⁹

Rovinj ima prednost u prirodnim ljepotama, pejzažnoj slikovitosti i ekološkoj očuvanosti što su važna obilježja za razvoj i budućnost turizma ali to nije dovoljno.

Najveći konkurenti Hrvatskoj i gradu Rovinju u turizmu su ostale zemlje u Sredozemlju – Grčka, Španjolska, Francuska i Turska, Crna Gora. Navedene zemlje nude jeftiniju ponudu, turistička sezona je duža, te bolju zračnu povezanost tokom cijele godine.

Tržišni položaj destinacije Rovinj može se poboljšati jedino repozicioniranjem cjelokupnog turističkog proizvoda, a to bi trebala biti strateška odluka destinacije u cilju postizanja stabilnosti, podizanja kvalitete i dugoročnog tržišnog uspjeha.

1. TURISTIČKI PROMET OD 2005. – 2011. GODINE

Turistička djelatnost ako ne najprofitabilnija, zasigurno je najrasprostranjenija djelatnost u gradu Rovinju. Zajednički cilj grada i turističkog gospodarstva je da se turizam razvija u prvom redu kvalitativno, da se objekti i sadržaji rekonstruiraju i repozicioniraju na visokom nivou. U razdoblju od 2005. do 2009. godine vodeća hrvatska turistička tvrtka Maistra iz Rovinja uložila je 2,2 milijuna kuna u svoj razvojni ciklus.²⁰ Ostvareni su najopsežnije investicije u rovinjskoj uvali. Sagrađen najluksuzniji design hotel Lone - raskošan hotel s pet zvjezdica, trenutačno najveća turistička investicija u Hrvatskoj i jedno od najvećih izravnih ulaganja u hrvatski turizam u posljednjih nekoliko godina. Hotel Monte Mulini – luksuzni boutique hotel s vrhunskom uslugom i smještajem. Starteški plan uvodi izmjene u turistički promet Maistre, što znači da se mijenja turistički proizvod grada Rovinja.

Podaci o noćenju turizma grada Rovinja obrađeni su na temelju statističkih podataka dobivenih iz Turističke zajednice Rovinj. Noćenje turista prema tipu smještajnog objekta od 2005. do 2011. g. (tabela 3) jasno prikazuje da najviše turista noći u kampovima, sljede hoteli dok najmanje noće u vezovima (jahte, barke).

¹⁹ <http://rovinj.hr/rovinj/dokumenti/2010/master-plan-2010.pdf> (pristup 7.4.2013.)

²⁰ www.maistra.hr (pristup 19.3.2013.)

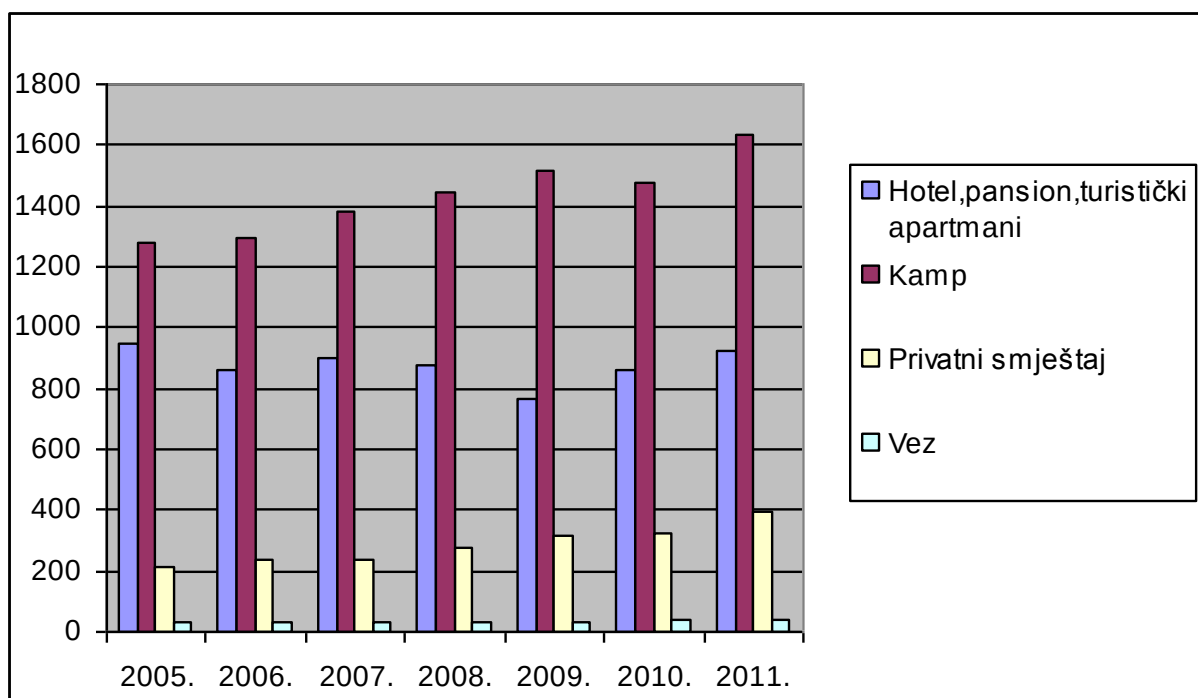
Tabela 3: Noćenje turista prema tipu smještajnog objekta od 2005. – 2011.g

TIP SMJEŠTAJNOG OBJEKTA	NOĆENJA TURISTA						
	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.
Hotel,pansion,turistički apartmani	944,418	861,543	896,859	873,890	763,586	857,159	924,597
Kamp	1276,713	1298,53	1379,09	1440,8	1513,28	1476,401	1635,921
Privatni smještaj	212,505	237,825	237,810	273,217	319,018	326,274	391,946
Vez	32,647	34,180	34,135	32,456	29,358	38,241	41,826
UKUPNO	2466,283	2432,08	2547,89	2620,364	2625,25	2698,075	2994,290

Izvor: Izradila autorica

U nastavku je grafikonom 1 predloženo je noćenje turista prema tipu smještajnog objekta od 2005. – 2011. g.

Grafikon 1: Noćenje turista prema tipu smještajnog objekta od 2005. – 2011.



Izvor: Izradila autorica

Sljede noćenja turista prema stranim zemljama (tabela 4). Vodeći strani turisti koji najviše borave u Rovinju jesu turisti iz zemalja Njemačke, Italije Austrije i Nizozemske.

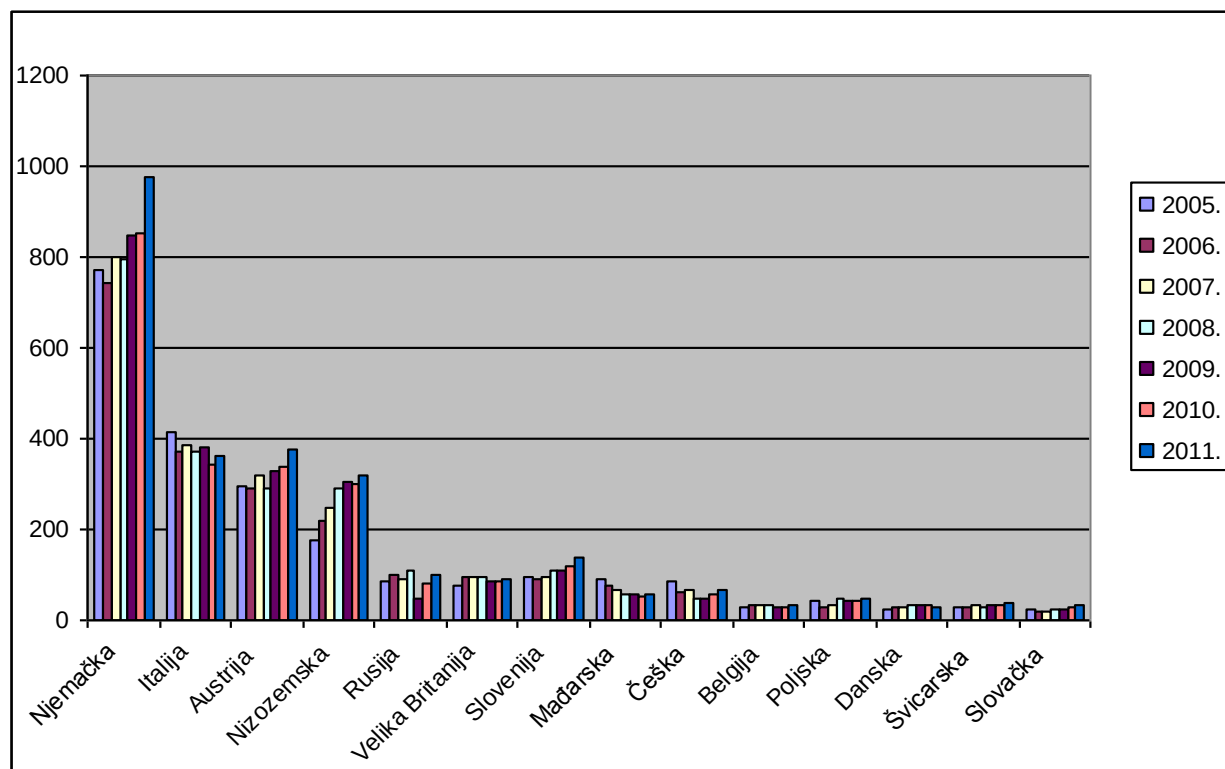
Tabela 4: Noćenje turista po zemljama od 2005. – 2011.g.

ZEMLJE	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.
Njemačka	772,171	741,613	800,817	794,607	847,239	851,870	977,743
Italija	413,581	372,791	386,883	372,977	381,006	341,073	362,264
Austrija	295,967	290,62	319,501	289,489	326,985	337,958	376,595
Nizozemska	177,662	221,345	245,978	291,359	307,010	301,406	321,385
Rusija	86,813	99,848	90,051	109,892	48,105	79,081	102,078
Velika Britanija	78,133	93,870	95,939	93,854	86,679	84,564	91,870
Slovenija	96,097	89,296	97,139	108,015	110,460	118,547	135,773
Mađarska	92,585	75,026	67,592	58,798	54,987	50,350	57,386
Češka	83,881	64,282	67,309	49,457	49,793	56,348	67,556
Belgija	30,626	32,145	32,056	30,993	29,660	28,112	32,702
Poljska	41,892	30,152	35,069	48,595	43,536	42,521	49,405
Danska	24,356	29,265	28,692	34,284	33,746	32,962	28,261
Švicarska	29,148	28,015	31,511	29,807	33,830	32,703	39,781
Slovačka	22,769	17,477	20,454	24,944	24,339	26,353	32,254
UKUPNO	2245,681	2185,745	2318,991	2337,071	2377,375	2383,848	2675,053

Izvor: Izradila autorica

Grafikon 2 u nastavku predočava noćenje stranih turista od 2005. – 2011.g.

Grafikon 2: Noćenje stranih turista od 2005. – 2011.g.



Izvor: Izradila autorica

Noćenje domaćih turista iz hrvatske u gradu Rovinju najviše je zabilježeno 2006.g. kada je boravilo 121, 975 tisuća turista dok je najmanje domaćih turista noćilo 2011.g. sa ukupno 15,198 tisuća turista. Podaci su vidljivi u tabeli 5.

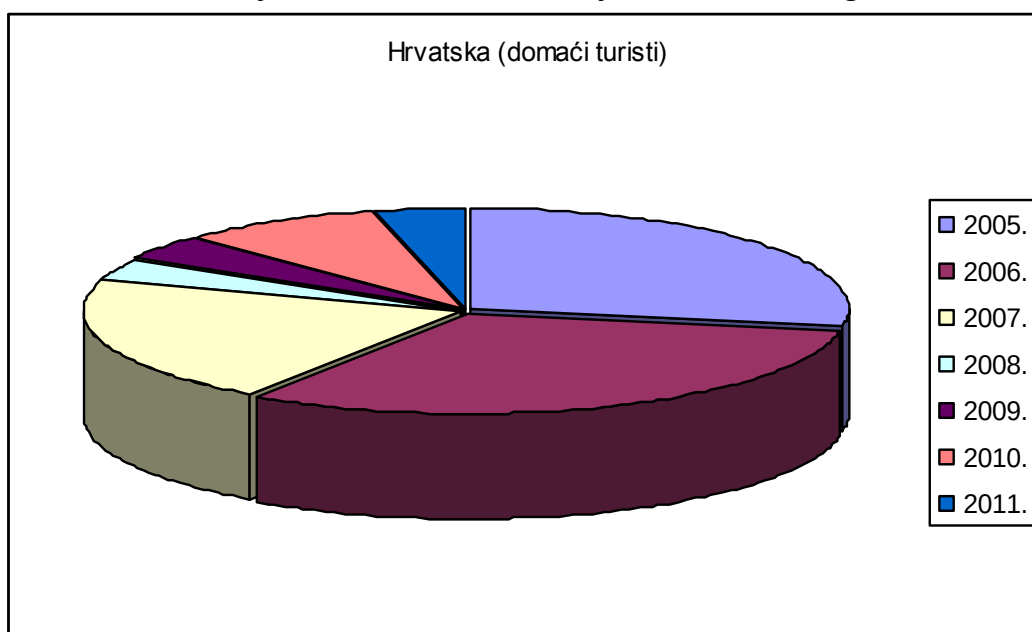
Tabela 5: Noćenja domaćih turista u Rovinju od 2005. – 2011.g.

ZEMLJA	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.
Hrvatska	106,777	121,975	79,012	12,914	16,585	32,474	15,198
UKUPNO	106,777	121,975	79,012	12,914	16,585	32,474	15,198

Izvor: Izradila autorica

Grafikonom 3 u nastavku su predložena noćenja domaćih turista u gradu Rovinju od 2005.- 2011. g.

Grafikon 3: Noćenja domaćih turista u Rovinju od 2005. - 2011.g.



Izvor: Izradila autorica

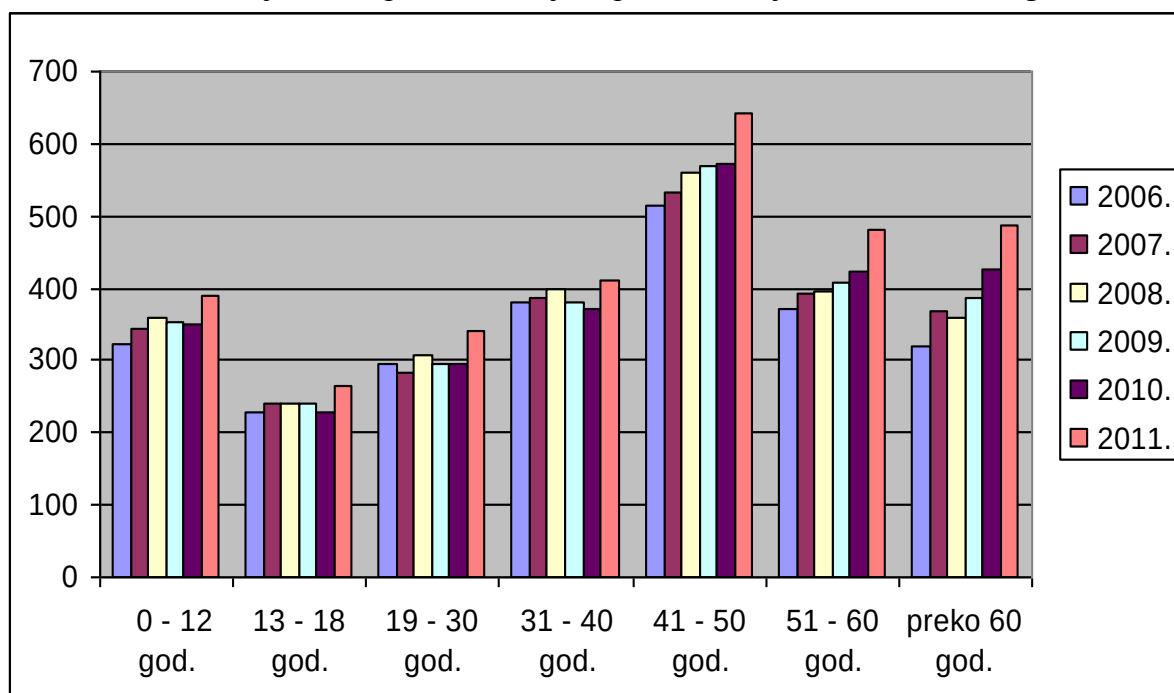
U nastavku (tabela 6 i grafikon 4) prikazano je noćenje turista prema dobnoj skupini. Najviše noćenja zabilježeno je u dobi od 41. – 50.g., sljedi noćenje u dobi od 51. – 60.g. dok je najmanje turista na području grada Rovinja noćilo od 13. – 18.g.

Tabela 6: Noćenje turista prema dobnoj skupini u Rovinju od 2005. – 2011.g.

DOBNA SKUPINA	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.
0 - 12 god.	321,158	344,567	358,962	353,879	348,558	388,623
13 - 18 god.	229,052	240,640	239,380	239,927	228,392	264,978
19 - 30 god.	296,319	283,120	307,356	294,931	294,171	340,884
31 - 40 god.	380,624	386,459	399,786	381,604	370,822	411,664
41 - 50 god.	512,884	531,398	559,469	567,743	571,768	641,732
51 - 60 god.	370,955	393,615	396,376	406,683	423,848	481,681
preko 60 god.	321,083	368,094	359,035	385,525	427,571	487,418
UKUPNO	2432,075	2547,893	2620,364	2630,292	2665,130	3016,980

Izvor: Izradila autorica

Grafikon 4: Noćenje turista prema dobnoj skupini u Rovinju od 2005. – 2011.g.



Izvor: Izradila autorica

Tabela 7 jasno prikazuje noćenja turista prema vrsti turista. Agencijski turisti najviše su noćili u 2011.g. ukupno 988, 736 tisuća, a najmanje u 2009.g. s ukupno 762, 337 noćenja. Individualni turisti najviše su noćili u 2011.g a najmanje u 2005.g. s ukupno 1. 532 877. Individualni turisti više su zabilježili noćenje u Rovinju od agencijskih turista.

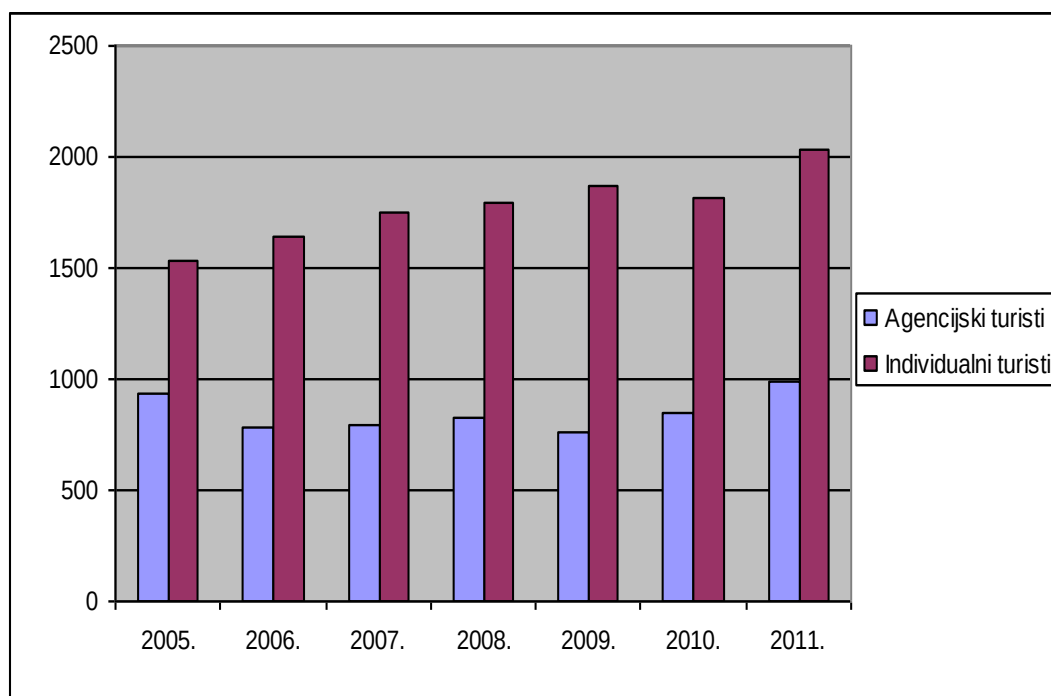
Tabela 7: Noćenja turista prema vrsti turista u Rovinju od 2005. – 2011.g.

VRSTA TURISTA	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.
Agencijski turisti	933,406	787,125	798,869	830,948	762,337	853,003	988,736
Individualni turisti	1.532,877	1.644,950	1.749,024	1.789,416	1.867,952	1.812,127	2.028,244
UKUPNO	2466,283	2432,075	2547,893	2620,364	2630,289	2665,130	3016,98

Izvor: Izradila autorica

U nastavku grafikonom 5 lijepo je vidljiva razlika noćenja po vrsti turista u Rovinju. Individualni turisti u velikoj su prednosti u noćenju od agencijskih.

Grafikon 5: Noćenja turista prema vrsti turista u Rovinju od 2005. – 2011.g.



Izvor: Izradila autorica

2. PROCJENA TURISTIČKE POTROŠNJE

Turističku potrošnju čine svi troškovi i izdaci za robe i usluge koje turisti, ali i izletnici plaćaju u određenom vremenu, sredstvu i mjestu radi odmora, rekreacije, posjeta, posla, liječenja itd. Riječ je o troškovima i izdacima za putovanja, smještaj, prehranu, kulturne, zabavne, rekreacijske, zdravstvene i ostale robe i usluge koje turist ili izletnik koristi u svim fazama putovanja, odnosno privremenog napuštanja mjesta boravka.²¹

U hrvatskim uvjetima i već desetljećima ne postoji pouzdan i konzistentan sustav mjerenja turističke potrošnje koji bi na optimalan način utvrdio utjecaj, naravno najviše receptivnog turizma, odnosno turističke potrošnje na nacionalnu ekonomiju, domaći bruto proizvod, zapošljavanje i gospodarski rast.²²

Također kontaktirajući turističku zajednicu grada Rovinja, došli smo do saznanja kako ne postoje statističke analize, procjene niti podaci o turističkoj potrošnji. Analize su veoma skupe i trenutno nitko ne radi na podacima za turističku potrošnju budući da je to veoma širok obuhvat.

3. ZNAČAJ TURIZMA ZA PRIVREDNI RAZVOJ

Kada se govori o ekonomskim funkcijama turizma pretpostavlja se da zemlja ima razvijene neophodne djelatnosti kao što su: ugostiteljstvo, saobraćaj, trgovina, turističke agencije kao i djelatnosti koje direktno i indirektno zadovoljavaju potrebe domaćih i stranih turista.²³

U suvremenom turizmu veliki broj turističkih destinacija nastoji da, pored osnovnih turističkih usluga zbog promijenjenih zahtjeva potražnje, razvije i ostale turističke usluge (zabava, razonoda, rekreacije, sport, obrazovanje, avanture i sl.).

Kao uslužna djelatnost, turizam ne stvara materijalna dobra, pa se ne stvara ni društveni proizvod kao na primjer industrija i poljoprivreda, kao proizvodne djelatnosti. Ako se radi o domaćem turizmu, onda dolazi do preraspodjele dohotka, kojim raspolaže turistička potražnja iz jednog u drugo područje nacionalne teorije.

²¹ Vesna Mikačić, Sanda Weber, Osnove turizma, Školska knjiga Zagreb, Zagreb, 2001., str 74

²² Christian S.: Konceptije i strategija razvoja u turizmu, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2006., str. 41

²³ www.znacajturizma.hr (pristup 25.3.2013.)

Kada je riječ o razvoju stranog turizma, onda raspoloživa novčana sredstva, koja stranci troše, direktno utiču na povećanje našeg društvenog proizvoda i nacionalnog dohotka. To je dohodak stvoren van naše nacionalne teritorije, u privrednim potencijalima zemalja iz kojih turisti dolaze, a putem turističke ekonomije se prelijeva u našu ekonomiju.²⁴

Kod indirektnih uticaja turizma na privredu riječ je o činjenici da finansijska sredstva koja se troše u određenoj zemlji prouzrokuju djelatnosti koje su indirektno povezane sa turizmom. Industrija, građevinarstvo, poljoprivreda i druge djelatnosti preko turizma proširuju tržište za plasman svojih proizvoda. Na primjer: industrija namještaja, tepiha, stakla i razne druge opreme opskrbljuju turističke objekte; građevinarstvo gradi nove turističke objekte; poljoprivreda plasira značajan dio svojih proizvoda.

Razvoj turizma u određenom području pruža značajnu mogućnost za direktno zaposlenje u djelatnostima turističke privrede (smještaj, ishrana, prevoz), ali i u djelatnostima koje su u turizmu uključene na indirektan način. Pojedina zanimanja u turizmu, posebno u ugostiteljstvu (hotelijerstvo i restoraterstvo), su pogodna za zaposlenje ženske radne snage, pa u nekim razvijenim turističkim zemljama, u spomenutoj djelatnosti, zaposlena ženska radna snaga iznosi i do 70% od ukupnog broja zaposlenih.²⁵

Turizam omogućava zaposlenje ljudi raznih obrazovnih profila od onih koji u procesu proizvodnje neposredno pružaju usluge, koji rade u tehničko-tehnološkim procesima do kreativnih kadrova koji formiraju moderne turističke proizvode i bave se razvojnom politikom.

²⁴ Dragan M: Turistička destinacija, Adamić, Fakultet Opatija, Rijeka, 1997., str

²⁵ www.znacajturizma.hr (pristup 28.3.2013.)

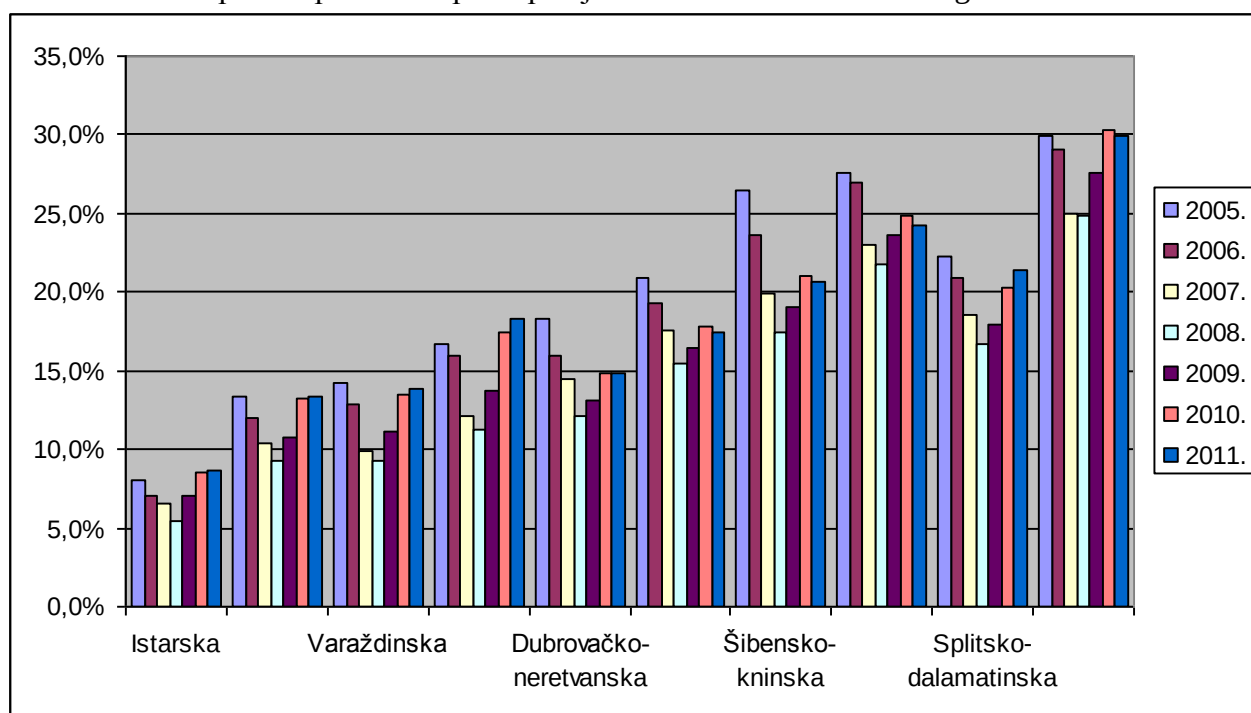
U nastavku je u tabeli 8 i grafikonu 6 prikazana stopa nezaposlenosti prema Županijama u Republici Hrvatskoj od 2005. – 2011. g. Najmanje nezaposlenih ima u Istarskoj Županiji a najviše nezapsolenosti u Sisačko – moslovačkoj Županiji.

Tabela 8: Nezaposlenost prema županijama u RH od 2005. – 2011. g

ŽUPANIJE	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.
Istarska	8,0%	7,0%	6,6%	5,5%	7,1%	8,5%	8,6%
Primorsko-goranska	13,4%	12,0%	10,4%	9,3%	10,8%	13,2%	13,4%
Varaždinska	14,2%	12,9%	9,9%	9,3%	11,1%	13,5%	13,8%
Zagrebačka	16,7%	15,9%	12,1%	11,2%	13,7%	17,5%	18,3%
Dubrovačko-neretvanska	18,3%	16,0%	14,5%	12,1%	13,1%	14,8%	14,8%
Zadarska	20,9%	19,3%	17,6%	15,5%	16,5%	17,8%	17,5%
Šibensko-kninska	26,5%	23,6%	19,9%	17,4%	19,0%	21,0%	20,6%
Karlovačka	27,6%	26,9%	23,0%	21,8%	23,6%	24,9%	24,2%
Splitsko-dalomatinska	22,3%	20,9%	18,5%	16,7%	17,9%	20,3%	21,4%
Sisačko-moslovačka	29,9%	29,1%	25,0%	24,8%	27,6%	30,3%	29,9%
UKUPNO	197,8%	183,6%	157,5%	143,6%	160,4%	181,8%	182,5%

Izvor: Izradila autorica

Grafikon 6: Stopa nezapsolenosti po Županijama u RH od 2005. – 2011. g.



Izvor: Izradila autorica

4. ORGANIZACIJA TURIZMA

Sve organizacije koje se pojavljuju u turizmu moguće je podjeliti u sektorske organizacije i turističke organizacije. Zajedničko im je da se mogu stvarati na svim razinama u kojima djeluje turistički sustav, dakle na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i internacionalnoj razini.

Međutim, dok sektorske organizacije ne moraju biti hijerarhijski u okomitoj podređenosti, turističke organizacije uobičajeno slijede takav organizacijski model.²⁶

Nacionalna turistička organizacija uspostavljanje je marketinških funkcija i njihovo provođenje što podrazumijeva predstavljanje zemlje kao turističke destinacije. Rovinj u nacionalnoj organizaciji surađuje sa Hrvatskom turističkom zajednicom za koju možemo reći da je krovna organizacija koja poduzima marketinška istraživanja i prognozira potražnje. HTZ uz distribuciju različitih promocijskih materijala, informativnih centara promovira Rovinj na domaćem i stranom tržištu.²⁷

U sektorske organizacije mogu se ubrojiti udruženja hotelijera, agencija i prijevoznika. Grad Rovinj nema sektorsku organizaciju, već ugostiteljsko – hotelijerski obrtnici, privatna turistička poduzeća, privatne agencije zasebno razvijaju planove poslovanja i ne povezuju se s drugim poslovnim partnerima.

Rovinj ima lokalnu turističku organizaciju koja se osniva na razini grada ali i šireg područja. Lokalnu organizaciju usmjerava turistička zajednica grada Rovinja, koja nudi informacije, promocije, različite organizirane razonode, te zaštićuje interese lokalnog stanovništva u različitim turističkim projektima.²⁸

²⁶ Vesna Mikačić, Sanda Weber, Osnove turizma, Školska knjiga Zagreb, Zagreb, 2001., str. 194

²⁷ Tourism and Hospitality Management, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Opatija, 2007., str. 116

²⁸ Marko P.: Branding & konkurentnost, Marko Paliaga, Pula, 2012., str 32

III. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA GRADA ROVINJA

Razvijati turizam na održivi način znači osigurati kontinuitet koristi lokalnom stanovništvu u ekonomskom i socijalnom okruženju i fizičkom okolišu. Nužno je izbjeći dugoročno sve vrste šteta i zagađenja u socijalnom i fizičkom okruženju te na konkurentnosti određenog gospodarskog sektora s druge strane, ostvariti neto korist u kojoj niti jedna šteta ili nepotrební trošak nisu konstantni i moguće ih je otkloniti smišljenim aktivnostima. Održivi razvoj turizma je potreba bez koje je nemoguće nastaviti njegov daljní rast. Želi se upozoriti na promjenu primjene načela održivosti u svakodnevni život čovjeka kako bi se postigla bolja kvaliteta života svakog pojedinca, bilo da je riječ o lokalnom stanovniku ili turistu, sadašnjim ili budućim generacijama.

Upravljanje turističkim razvitkom, ovisno o razini izgrađenosti tržišnih odnosa i institucija, moguće je odgovarajućom turističkom politikom i tzv. glavnim planovima turizma na razini zemlje, njenih regija ili destinacija.

Tamo gdje su uspostavljeni jasni odnosi i uloge između poduzetničkog i javnog sektora, turistička politika kao sastavni dio nacionalne ekonomske politike svodi se na instrumente fiskalne, kreditno- monetarne, vanjsko- trgovinske, radno- socijalne, komunalne, zemljišne, ekološke i kulturne procese. Unutar samog sektora turizma regulira se i politika nacionalne turističke promocije, te specifični standardi i kontrola kvalitete direktne turističke ponude.²⁹

Ispravnom strategijom utječe se na kvalitetu života gostiju turističke destinacije, na kvalitetu života domicilnog stanovništva i svih poslovnih subjekata uključenih u turističku ponudu.

Cilj pronalaženja ispravne strategije je osiguranje dugoročne uspješnosti destinacije i sposobnosti zadovoljenja želja gostiju i zahtjeva društva. Dakle, strategije trebaju konkretizirani predodžbe o ciljevima, te utvrditi smjernice za mjere koje se moraju poduzeti na svim hijerarhijskim razinama.³⁰

²⁹ Konceptija dugoročnog razvitka Hrvatskog turizma, RH, Ministarstvo turizma, Zagreb, 1998., str. 9 - 10.

³⁰ Magaš, D.: Razvoj hrvatskog turizma - koncepcija dugoročnog razvoja, Adamić, Rijeka, 2000., str. 67.

Održivi razvoj zadovoljava sadašnje potrebe postojećih turističkih regija, istodobno štiteći i poboljšavajući prilike za budućnost.

Zamišljen je na takav način da upravlja svim resursima, tako da se zadovolje ekonomske, društvene i estetske potrebe, uz istodobno održavanje kulturalnog integriteta, osnovnih ekoloških procesa, biološke raznolikosti i sustava za održavanje života. (WTO).³¹

Primjena održivog razvoja posebno je važna za turizam, jer razvoj turizma uglavnom ovisi o atraktivnostima vezanim za prirodno okruženje, povijesnom nasljeđu i kulturnim dobrima. Ukoliko se ovi resursi unište ili degradiraju, turistička područja neće moći privući turiste i razvoj turizma neće biti uspješan.

U slučajevima nekontroliranog turističkog razvoja i neefikasnog turističkog menadžmenta, turizam može uništiti „sebe samoga“, uništavajući resurse i elemente turističke ponude na kojima se i zbog kojih se počeo inicijalno razvijati.³²

Koncepcija održivog razvoja obuhvaća:³³

- Ekološku održivost,
- Ekonomsku održivost,
- Društvenu održivost,
- Tehnološku održivost.

Pojam održivog razvoja sadržava spoj znanstvenih načela i načela ljudskih vrijednosti. Kada ljudske aktivnosti počnu djelovati na ekosustave i prirodne procese, tada se počinju primjenjivati različite vrijednosti temeljem kojih se vrednuju koristi i štete.³⁴

Održivost izražava načelo koje označava trajan opstanak prirodnih resursa, a razvoj označava koncepciju u sklopu društvene znanosti koja se odnosi na poredak ljudskih resursa.

³¹ Cooper C., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., Wanhill S.: Ekonomija turizma-načela i praksa, Ekokon, Split, 2008., str. 200.

³² Magaš, D.: Razvoj Hrvatskog turizma, Adamić, Rijeka, 2000., str. 102.

³³ o c. , str. 100.

³⁴ Črnjar M., Črnjar K., : Menadžment održivog razvoja, Sveučilište u Rijeci; Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji, Rijeka 2009., str. 81.

Uzmu li se oba pojma zajedno održivi razvoj se može definirati kao odnos između dinamičkih gospodarskih sustava koje osmišljava čovjek, i većih dinamičkih sustava koje se sporo mijenjaju i koji moraju biti u ekološkoj ravnoteži.³⁵

Načela održivog razvoja su:³⁶

- Poštovanje i briga za životnu zajednicu,
- Pобољшanje kakvoće života,
- Zaštita vitalnosti i raznolikosti Zemlje,
- Minimaliziranje iscrpljivanja neobnovljivih resursa,
- Poštovanje granica prihvatljivog kapaciteta Zemlje,
- Promjene u osobnim stavovima i postupcima,
- Omogućavanje zajednicama da skrbe o vlastitom okolišu,
- Stvaranje nacionalnog okvira za integraciju razvoja i zaštite,
- Stvaranje globalnog saveza.

Održivi razvoj podrazumijeva i ponovno određivanje pravila kako bi se rasipna potrošnja i onečišćenje zamijenili štednjom i očuvanjem, a privilegije i protekcionizam pravičnim i ravnopravnim mogućnostima za sve ljude. Kamen temeljac održivog razvoja je sustav otvorenih, konkurentnih tržišta na kojima cijene odražavaju i ekološke troškove, a ne samo troškove ostalih resursa.

³⁵ Črnjar M., Črnjar K., : Menadžment održivog razvoja, Sveučilište u Rijeci; Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji, Rijeka 2009., str. 81.

³⁶ o. c., str. 84. -87.

1. OSNOVNI CILJ BUDUĆEG RAZVOJA TURIZMA

Održivi razvoj imperativ je današnjice pa tako i grada Rovinja. On podrazumijeva ekološku ravnotežu između gospodarskih aktivnosti ljudi i fizičkog okoliša koji ih okružuje. Ljudska proizvodnja i potrošnja ne smije ugrožavati prirodni okoliš. Osim toga, održivi razvoj treba biti takav čuva i štiti prirodne resurse i kulturnu baštinu. Odgovornim poslovanjem štite se interesi grada, ali i svakog pojedinca i unapređuje kvaliteta života cijele lokalne zajednice.

Razvoj održivog turizma u Rovinju ima za cilj da dugoročnim planiranjem, uz uvažavanje svih zainteresiranih čimbenika, postigne uravnoteženost između kvalitete i ekološki čistog okoliša. Plan održivog razvoja podrazumijeva i kontinuirani monitoring ključnih indikatora zagađenosti okoliša. Održivi turizam mora rezultirati i ekonomskim prosperitetom lokane zajednice, osigurati kontinuitet zapošljavanja lokalnog stanovništva, društvenu pravednost u raspodjeli dobiti i boljitak gradu i regiji. Podizanjem kvalitete turističke usluge i povećanjem turističkih kapaciteta u skladu s načelima održivog razvoja kreirati prepoznatljiv, originalan turistički proizvod za različite dobne skupine i interese budućih turista. Stručnost gradske uprave i zaposlenika u turizmu pridonijet će ostvarenju razvojnih ciljeva. Samo tako očuvat će se okoliš i tradicionalan način života stanovništva Rovinja.

Osnovne smjernice razvoja održivog turizma u Rovinju možemo svesti na nekoliko najvažnijih točaka:

- održivi razvoj s naglaskom na usmjeravanje svih resursa k zaštiti, konzerviranju i unapređenju korištenja povijesnih dijelova grada, spomenika kulture, vraćanje mediteranskog šarma života u staru gradsku jezgru,
- zaštita okoliša podrazumijeva da sve gospodarske i negospodarske aktivnosti i infrastrukturni sustavi ne narušavaju prirodnu ravnotežu, očuvanje prirodne baštine(park Punta Corente, močvara Palu, Limski kanal, Salina, Cave di Monfioorenzo, Moncodogno),

- zaštita kulturno- povijesnog naslijeđa rekonstrukcijom i revitalizacijom stare gradske jezgre,

- razvoj poduzetničke inicijative obuhvaća podržavanje i promoviranje inovativnih i konkurentnih gospodarskih aktivnosti s ciljem razvoja malih i srednjih poduzeća koja će u radu koristiti visokokvalitetnu tehnologiju, naglasak je na metaloprerađivačkoj, građevinskoj industriji, proizvodnji vlastitih poljoprivrednih proizvoda, keramike, obradi drva, suvenira; turizam, ribarstvo i duhan su ključne djelatnosti,

- povećanje kvalitete u turizmu i promoviranje Rovinja kao destinacije za ležerni odmor, odmor u duhu s prirodom, u duhu tradicije, kulture, romantike, naglasak je na cjelogodišnjem turizmu, poticanju lokalne poljoprivrede i plasmanu zdrave hrane,

- razvoj poljoprivrede i ribarstva- moto „ zdrava hrana za zdrav život“, u poljoprivredi uzgoj maslina, vinove loze, a u stočarstvu stimuliranje uzgoja koza, ovaca i sitne stoke, a u ribarstvu otvaranje ribarnice, burze riba i zadruga ribara,

- socijalna sigurnost znači osiguravanje višeg standarda socijalne sigurnosti, briga za starije i nemoćne, otvaranje novih radnih mjesta za mlade kroz podršku i razvoj novih tehnologija, te osiguranje stanova za mlade,

- dvojezičnost, multikulturalnost, tradicija su nosioci uspješnog suživota pripadnika različitih nacionalnih zajednica i kultura,

sport i rekreacija nosioci i promotori zdravog načina življenja i aktivne borbe protiv droge i apatije,

- predškolsko i školsko- povećati standard ulaganjem u objekte školstva i predškolskog, ulaganje u opremljenost jer je 21. stoljeće stoljeće informacijskog radnika,

- razvoj moderne, efikasne i transparentne gradske uprave uvođenjem modernih sustava upravljanja razvojem, suradnja s ostalim gradovima u Hrvatskoj i Europi i korištenje njihovih iskustava, racionalno gospodarenje gradskom imovinom u korist svih građana, transparentno upravljanje gradskim proračunom.

2. NOVI RAZVOJNI TRENDOWI GRADA ROVINJA

Novi razvojni trendovi svake destinacije koja se razvija pa tako i grada Rovinja moraju poštivati načela održivog razvoja i trendove razvoja određene na turističkom tržištu praćene turističkom potražnjom. U skladu sa tim saznanjima treba pripremiti adekvatne mjere i strategije budućeg razvoja destinacije ka cilju.

Najznačajniji očekivani trendovi u turizmu mogu se sažeti u sljedeće opće trendove:³⁷

- Ekologija ekološki sadržaji iznimno su važni za turističku potražnju. Za imidž u turizmu veoma je važno da se provode adekvatne mjere i primjerena tehnologija koja će jamčiti zaštitu okoliša.

- Priroda- boravak u prirodi (planine, more, podmorje, doživljaji, uzbuđenja...) sve su traženiji i imati će prednost pred onim oblicima ponude koji nemaju toliko sadržaja vezanih za čistu, izvornu prirodu.

- Avanturistički sadržaji - u sebi sadrže sve više profinjene opreme i sve složenije sustave za sigurnost turista; raste im privlačnost na turističkom tržištu. Uzbuđenje postaje osnova potražnje.

- Zdravstveni sadržaji - SPA, Wellness - programi i opći trend porasta broja osoba koje žele turističku ponudu koja uključuje različite oblike zdravstvenih sadržaja.

- Kongresni sadržaji i incentive ponuda- bit će sve traženiji, napose razni vezani programi koji u sebi združuju više raznovrsnih sadržaja i doživljaja.

- Kružna ili vezana putovanja avion - brod - autobus, posjet više destinacija u paket aranžmanu.

- Posjeti gradovima i velikim događajima (sportski, kulturni, vjerski, poslovni i dr.) u porastu su.

- Diversifikacija smještajnih objekata (hoteli, kampovi, apartmani) i njihova prilagođenost ciljnim skupinama turista, nužan su preduvjet uspjeha na turističkom tržištu. Smještajni objekti moraju biti prepoznatljivi i zajamčene kvalitete.

- Turisti zahtijevaju integralnu kvalitetu turističkih sadržaja destinacija.

³⁷ Glavni plan razvoja turizma Primorsko- goranske županije; Sveučilište u Rijeci; Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Rijeka 2005. str. 40

3. PRIJETNJE I SLABOSTI ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA

Prijetnje grada Rovinja se mogu ogledati u sadašnjim i budućim uvjetima okoline koji imaju ili mogu imati negativan utjecaj na samo poslovanje ili na resursnu osnovu destinacije. Grad Rovinj ima prijetnje koje s vremenom rastu, samo ih je potrebno na vrijeme prepoznati i naći adekvatno rješenje za njihovu eliminaciju ukoliko je moguća, u slučaju da nije treba uvesti promjene koje će prijetnju svesti na minimalnu razinu kako ne bi bila ugrožena sama destinacija te narušen njen kulturni i prirodni identitet.³⁸

▪ *konkurencija ostalih hrvatskih priobalnih destinacija (Kvarner, Dalmacija)*

Ono što grad Rovinj nudi suvremenom gostu ne razlikuje se bitno od konkurentske ponude Kvarnera i Dalmacije, a specifičnosti su nedovoljno istaknute i iskorištene.

▪ *sve veći broj «novih» destinacija na svjetskom turističkom tržištu*

Svjetsko turističko tržište prepuno je destinacija koje nude najnovije, najmodernije, tematske, specijalne sadržaje. Da bi turistička odredišta opstala u izmijenjenom okružju moraju prestrukturirati svoju ponudu, i kao najbitnije uvijek treba biti ispred turističke potražnje te ponuditi ono što će oni tek poželjeti.

▪ *potencijalno zagađenje*

Potencijalno zagađenje prijeti cijelome svijetu pa tako i Rovinju. Treba organizirati seminare i educirati stanovništvo o nadolazećim prijetnjama, te zajedničkim snagama organizirati više ekoloških akcija, te biti ekološki osviješteni.

▪ *prekomjerna izgradnja (betonizacija)*

Mnoge destinacije pa tako i Rovinj, su se suočile s ubrzanom, stihijskom gradnjom smještajnih kapaciteta da bi mogle prihvatiti što veći broj turista. Tu postoji velika opasnost od pretjerane betonizacije, socijalnog ugrožavanja sredine, a kao najveća prijetnja, izgradnja može promijeniti ili trajno narušiti prirodne i kulturne resurse i rezultirati smanjenjem turističke potražnje.

³⁸ "Rovinj - Rovigno", Turistička zajednica grada Rovinja, 2009., str. 36.

▪ ***povećana turistička potražnja (aktivni turisti, moderni sadržaji)***

Zbog želje da gosti tijekom svog odmora budu aktivni, potrebno je uz klasičnu ponudu, ponuditi i određene moderne sadržaje koji goste čine aktivnijima. (tematske igraonice, tematske večeri, dječje igraonice, razni tečajevi, pučke fešte, razne manifestacije).

Suvremena potražnja je sve zahtjevnija, profinjenija, racionalnija i selektivnija. Potrebno je uložiti mnogo truda u planiranje razvoja, u stvaranje dobrog i prepoznatljivog brenda same destinacije. Segmentiranjem tržišta trebamo odrediti kome je turistički proizvod namijenjen za koji tip turizma, koji tip gostiju i drugo. Grad Rovinj teži razvoju elitnog turizma te se želi pozicionirati na tržištu kao grad namijenjen za posjete turista sa većom platežnom moći. Sukladno tome smatram da su ovo nedostaci u postizanju cilja kojem teži:

▪ ***nedovoljna turistička opremljenost***

U skladu s potražnjom i samim razvojem destinacije moraju nuditi kvalitetnu nezastarjelu opremu i novije sadržaje. Razvitak tehnologije u svijetu je zadao nove probleme, samim time tehnologija, telefonija i Internet postaje svakodnevnicom te bi objekti, odnosno destinacije koje nude suvremenu, modernu ponudu morali uvesti i takav tip ponude kako bi zadovoljili turističku potražnju.

▪ ***infrastruktura nedovoljno razvijena - prometni problemi – zračna luka, lokalni promet, željeznički promet***

Grad nema svoju zračnu luku i željeznicu, te ti nedostaci već nekim posjetiteljima smetaju, međutim zračna luka udaljena je od grada svega četrdesetak kilometara, te željeznica petnaestak kilometara. Veći problem predstavlja lokalni promet koji nije dovoljno razvijen i funkcionira vrlo loše. Autobusi imaju svoje redovne linije za veće gradove, ali nema lokalne linije, kojom bi se prevozilo putnike unutar okolice. Problem nedostatka parkirališta već je uočen te se planira građenje novih s većim kapacitetima.

- ***sezonalnost turističkog proizvoda***

Unatoč vrlo povoljnoj klimi za zimski odmor umirovljenika, trening sportaša ili za vikend boravke gostiju, grad je još uvijek okrenut ljetnoj sezoni. Treba razviti vrlo dobru ponudu kojom će se prepoznati na tržištu u zimskoj sezoni. Grad bi mogao razviti i kongresni turizam i sportski turizam, što bi uvelike pridonijelo cjelogodišnjem poslovanju određenih objekata.

4. MOGUĆNOSTI I PREDNOSTI ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA

Formuliranjem koncepcije razvoja same destinacije definira se mogući budući razvoj kao i novo moguće pozicioniranje. Odgovor promjene i razvoj novih mogućnosti u rukama države organizacije odgovorne za razvoj turizma u destinaciji. Rovinj ima mnogo mogućnosti razvoja:

- ***novi turistički proizvodi***

Sve oštrija tržišna konkurencija i promjene u okolini uvjetuju rušenje tradicionalne ponude. Selektivni turizam prevladava sve više od masovnog turizma. to je turizam po mjeri suvremenog čovjeka. Grad ima velike preduvjete za razvitak različitih oblika selektivnog turizma kao što su ekološke vrste, alternativne vrste, edukativno-komunikacijske vrste, ekskluzivne vrste, zabavn - rekreativne vrste turizma te njima stvara novi turistički proizvod.

- ***bolja pozicioniranost na tržištima***

Grad se može bolje pozicionirati na tržištu nudeći novi jedinstven odmor u romantičnom okruženju, uz veliku ponudu aktivnih sadržaja.

- ***promocija lokalnog kulturnog identiteta***

Rovinj World Music Festival će svakako pridonijeti promociji istarskog i hrvatskog kulturnog identiteta, ali će isto tako nastojati prezentirati kulturne vrijednosti drugih naroda kroz jedinstveni izričaj glazbe svijeta.

Upravo javne biblioteke mogu objediniti informativnu i kulturnu ulogu te biti izvanredni posrednici u jačanju uloge ovih kulturnih institucija u promociji turističke ponude, kulturnog identiteta ili imidža mjesta u kojem djeluju.

Potrebno je kreiranje novih područja i atraktivnih mjesta kulturne baštine, edukacija, zaštita i promocija lokalnog životnog stila, promocija i razvijanje imidža pojedine lokalne zajednice, digitalizacija građe i njena prezentacija.³⁹

▪ *povećanje i proširenje zaštićenih područja prirode*

Sve značajniji motivi turističkih putovanja su boravak u nedirnutoj prirodi, upoznavanje prirodnih ljepota koje afirmiraju pozitivan odnos prema prirodi. Potrebno je identificirati, vrednovati i valorizirati sve potencijalne i realne turističke prirodne atrakcije u cilju kreiranja novih doživljaja za turiste.

▪ *razvoj ekoturizma*

Eko- hoteli i eko -objekti postaju hit ponuda koja odudara od svih tradicionalnih oblika ponude s ciljem valorizacije i očuvanja prirode. Pa tako bi i u Rovinju nosioci eko ponude mogli biti objekti tog tipa koji bi nudili određene ekološki usmjerene sadržaje. Treba zadovoljiti stroge standarde ekološkog poslovanja, trebalo bi urediti uvale, brinuti o otpadu i otpadnim vodama (pročišćivači), ekološka javna rasvjeta itd. (arheološki turizam, ruralni, sportsko - rekreacijski turizam, pješački...)

▪ *razvoj ekskluzivnog turizma*

Grad Rovinj teži razvitku grada s pet zvjezdica, a to će mu omogućiti gradnja novih ugostiteljskih sadržaja visoke kategorizacije te prestrukturiranje tradicionalne ponude. Grad će promijeniti svoju infrastrukturu, uložiti će u okolna mjesta zbog povećanja same ponude destinacije i razvitka grada s pet zvjezdica. Potencijalni turisti destinacije su oni veće platežne moći.

³⁹ "Rovinj - Rovigno", Turistička zajednica grada Rovinja, 2009., str. 38.

▪ *razvoj kruzing i nautičkog turizma*

Kruzing turizam se u svijetu pojavio relativno kasno u odnosu na druge vrste, odnosno oblike turizma. Tako je prvi brod izgrađen isključivo za kružna putovanja Oceanic, porinut u more 1965. godine. Razvoj kruzing turizma u svijetu u zadnja dva desetljeća je impresivan. U 2006. godini ukupan broj putnika na kruzerima procjenjuje se na oko 16 milijuna, što u odnosu na 1995. godinu ukazuje na povećanje potražnje od oko 2,5 puta. Sličan se trend očekuje i u budućnosti te se procjene za 2011. godinu kreću do 20 milijuna putnika na kruzing putovanjima u svijetu.⁴⁰

Razvedenost rovinjske obale je uz veliki broj otoka jedan od glavnih aduta za razvoj nautičkog turizma. Nautički turizam daje mogućnost produžene sezone .

Produžena sezona je nešto za čime teži Rovinj, a samim time i Hrvatska. Međutim, izgleda da se to još nije prepoznalo budući da dosta marina radi samo u sezoni.

Ključni faktori uspjeha, koji će biti osnovom za stvaranje konkurentskih prednosti i budućeg pozicioniranja grada Rovinja na turističkom tržištu sa ciljem da bude vodeća turistička destinacija sa efikasnim korištenjem svojih resursa i kvalitetnom strategijom održivog razvoja.

Kao prednosti su u nastavku navedeni izravni i neizravni resursi koji se smatraju prednošću nad konkurencijom i kao dobra osnova za turističku motivaciju koja je ključna za razvoj same destinacije.

▪ *blizina i laka dostupnost glavnim europskim emitivnim tržištima*

Blizina emitivnih tržišta važna je snaga destinacije Rovinj. Najbrojniji gosti grada Rovinja su Nijemci, Talijani, Austrijanci i Nizozemci. Ta blizina omogućuje buduću jači razvoj selektivnih oblika turizma, kao što su sportski turizam, ribolovni turizam, kongresni turizam itd.

▪ *mediteranska klima*

Posjetitelji koji dolaze iz hladnijih krajeva mogu uživati u mediteranskoj klimi. Rovinj se nalazi na najidealnijem zemljopisnom i temperaturnom prostoru.

⁴⁰ "Rovinj - Rovigno", Turistička zajednica grada Rovinja, 2012., str. 51.

▪ ***prirodna i kulturno-povijesna baština***

Ljepota prirodnog ambijenta i sjaj povijesnog habitata izbijaju iz rovinjskog urbanog tijela i slikovitih prostora njegova područja.

▪ ***turistička tradicija***

Turizam u gradu Rovinju broji već 115 godina, danas je Rovinj vodeća destinacija u Istri. Što se tiče tradicije, prisutna je u raznim elementima od gastronomska tradicionalne hrane, do tradicionalnih manifestacija.

▪ ***dobro očuvan okoliš***

Uređenju okoliša se posebice zadnjih godina pridaje velika važnost, gosti su sve više ekološki osvješteniji. Velika pažnja se poklanja edukaciji stanovništva koje organizira ekološke akcije.

▪ ***turističko i sportsko kreativni uvjeti***

Grad je poznat po sportskoj infrastrukturi. Uz tri nogometna igrališta i pet sportskih dvorana ima kuglanu, otvoreni i zatvoreni bazen.

▪ ***smještajni kapaciteti u neposrednoj blizini grada i mora***

To je velika prednost za posjetitelje Rovinja, koji prilikom dolaska mogu parkirati svoje vozilo i do odlaska ga ne moraju koristiti. Do plaže je samo nekoliko minuta hoda, a starogradska jezgra, dućani i restorani su također vrlo blizu.

▪ ***jedinstveni otočni arhipelag***

Specifičnost destinacije i element koji je bitno diferencira od konkurentskih destinacija je svakako i otočni arhipelag od 22 otoka, otočića i hridi, jedinstven u ovom dijelu Jadrana. Otoci destinaciji daju posebnu draž, a gostu uživanje u netaknutoj prirodi.

IV. SMJERNICE ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA GRADA ROVINJA

Bez određivanja cilja, ne možemo taj cilj ni ostvariti. Zbog toga je grad Rovinj donio smjernice strateškog razvoja grada. Bitna odrednica u tom planu je održivi razvoj, tj. uvažavanje čovjeka-pojedinca, interesa grada, gospodarski razvoj, društvena pravednost, socijalna sigurnost i zaštita okoliša. Posebno je važno da korištenje postojećih resursa bude takvo da čuva i razvija sadašnje vrijednosti i ekosustav.

Održivi razvoj obuhvaća: poboljšanje kvalitete života i poštivanje svakog pojedinca, interesi grada i građana se ne razdvajaju, grad je strateški orijentiran na očuvanje i zaštitu prirodnih i kulturnih vrijednosti. Inovacije i nova znanja temelj su buduće uspješnosti grada i njegovih stanovnika.

Posebna pozornost pridaje se očuvanju okoliša. Zajednička međuovisnost svih; od gospodarstva do gradske uprave i građana te ostalih subjekata pridonijet će poboljšanje mjera za zaštitu i čuvanje ekosustava. Ključna područja održivog razvoja jesu: zaštita okoliša, zaštita voda, društvena pravednost, socijalna sigurnost i gospodarski razvoj.

Održivi razvoj je osnovni cilj i nositelj budućeg dugoročnog usmjerenja Rovinja racionalnim širenjem grada, s naglaskom na izrazito gradski karakter grada, te na usmjeravanje svih raspoloživih resursa zaštititi, konzerviranju i unapređenju korištenja povijesnih dijelova grada, spomenika kulture te održavanju istih u postojećem stanju.

Gospodarenje i ukupno korištenje prostora grada Rovinja i šire mora biti u središtu interesa stanovnika grada u slijedećih 10 godina. Starogradskoj jezgri potrebno je vratiti mediteranski šarm življenja te omogućiti povratak svih funkcija grada i provođenje potrebnih akcija za uvrštavanje u Unesco - vu svjetsku kulturnu baštinu.

1. ZAŠTITA OKOLIŠA I KULTURNO POVIJESNOG NASLJEĐA

Cilj zaštite okoliša i kulturno-povijesnog nasljeđa je da sve gospodarske i negospodarske aktivnosti i infrastrukturni projekti ne ugroze ekosustav i prirodnu ravnotežu. Educiranjem lokalnog stanovništva da čuva biološku raznolikost i mnogobrojne kulturno-povijesne spomenike, poticanje ekološke poljoprivrede poboljšat će provođenje programa održivog razvoja.

Očuvanje prirodne baštine i spoja netaknute prirode, osobito u neposrednoj blizini grada, Zlatni rt je najznačajnija površina na našoj obali Jadrana zbog velikog broja biljnih vrsta, kao što su zajednice crnike i alepskog bora, a tu su još i cedar, pinija te desetak vrsta čempresa koji pridonose njenom sredozemnom ugođaju. U uvali Palud, osam kilometara jugozapadno od Rovinja, nalazi se prvi i za sada jedini “specijalni ornitološki rezervat” u Istri gdje živi više od 200 vrsta ptica.

U neposrednoj blizini područja Valalte nalaze se Saline, laguna, muljevitog tla, bogate flore, gdje se mogu vidjeti mnogobrojne i raznolike ptice. Kamenolom Fantazija je geološki “zaštićeni spomenik prirode” svjetske vrijednost, u njemu možemo vidjeti geološke pojave i strukture koje su ga oblikovale. Svi ovi prirodni fenomeni obogaćuju turističku ponudu uživanjem u netaknutoj prirodi i zato gospodarske aktivnosti ne smiju narušiti te prirodne ljepote.

Zaštita kulturno povijesnog nasljeđa – Bogatstvo kulturno - povijesnog nasljeđa još je jedan vid obogaćivanja turističke ponude u gradu Rovinju. Zato ga je potrebno obnoviti i održavati za buduće generacije. Svi zahvati koji se izvode unutar stare gradske jezgre moraju biti u skladu s prostorno-planskim dokumentima i konzervatorskim uvjetima poštujući estetska i arhitektonska rješenja te tradicionalne načine gradnje ovog područja.⁴¹

⁴¹ <http://rovinj.hr/rovinj/gospodarstvo/ekonomija/smjernice-razvoja> pristup (22.10.2014.)

2. RAZVOJ PODUZETNIČKE INICIJATIVE

Razvoj poduzetničke inicijative podrazumijeva inovativne gospodarske aktivnosti kroz razvoj srednjih i malih poduzeća, industrijskih i poduzetničkih zona. Razvojni projekti se moraju temeljit na upotrebi kvalitetnih tehnologija u proizvodnom procesu. Treba poticati građevinsku, metaloprerađivačku proizvodnju, trgovinu, izradu keramike i suvenira, poljoprivrednu proizvodnju, obradu drva i drvene galanterije.

Osim toga, tradicionalne djelatnosti kraja su turizam, ribarstvo, poljoprivreda i prerada duhana i zato razvojna politika mora uvažavati i omogućiti njihov kontinuitet tradicije.

3. POVEĆANJE KVALITETE U TURIZMU

Obogaćivanje turističkih sadržaja kvalitetnom ponudom i raznovrsnim sadržajima odrednica je strateškog razvoja rovinjskog turizma. Rovinj - kao odredište za opušteni odmor u skladu s prirodom, kvalitetna cjelogodišnja ponuda uvjet je za povećanje zaposlenosti i razvoj Grada.

Posebno je bitan razvoj seoskog (ruralnog) turizma zbog očuvanja zavičajnih, tradicionalnih vrijednosti. Sve to upotpuniti proizvodnjom i ponudom zdrave hrane lokalnih poljoprivrednih proizvođača.

Izbjegavati gradnju novih smještajnih kapaciteta uz samu obalu. Poticati razvoj malih hotela i pansiona u pojedinim naseljima zbog zapošljavanja mladih osoba u turizmu. Razvijati rovinjski turizam i Rovinj kao destinaciju kvalitetne ponude, a ne kvantitete moguće je ostvariti dugoročnim mijenjanjem strukture turističkih i ugostiteljskih objekata, raznovrsnim i visokokvalitetnim sadržajima prilagođenim različitim interesima stranih i domaćih gostiju. Za podizanje kvalitete turističke usluge važni su i ljudski resursi i zato je potrebno poboljšati njihovu razinu obrazovanja i motivaciju za posao koji obavljaju.⁴²

⁴² <http://rovinj.hr/rovinj/gospodarstvo/ekonomija/smjernice-razvoja> pristup (22.10.2014)

4. RAZVOJ POLJOPRIVREDE I RIBARSTVA

Pod motom «zdrava hrana za zdrav život» potrebno je razvijati poljoprivredu i ribarstvo. Poljoprivreda je veoma važna i strateška grana za grad Rovinj osobito u smislu proizvodnje i prodaje zdrave hrane ali i opskrbe tržnice grada svježim proizvodima. Važnost proizvodnje zdrave hrane obogatit će turističku ponudu i smanjiti troškove nabave koji nastaju dopremanjem hrane iz uvoza.

Poljoprivrednu proizvodnju treba mehanizirati, opskrbljivati hotele i restorane domaćom hranom s malih seoskih gospodarstava, te poticati uzgoj koza i ovaca. Unaprijediti ribarstvo otvaranjem ribarnica, burze riba i zadruga ribara i tako podići kvalitetu ponude svježe ribe. Zbog obogaćivanja turističke ponude i mediteranskog ambijenta grada Rovinja potrebno je sačuvati flotu malih ribarskih brodica.

U poljoprivredi treba poticati i usmjeravati proizvođače na sadnju dugogodišnjih nasada (masline, vinova loza) i na razvoj zadruga i mogućnosti otvaranja posebnih fondova za financiranje projekata u poljoprivredi kao što su mini tvornice maslinovog ulja ili podrumi i punionice kvalitetnog vina.⁴³

Sječu kao i obradu drveta potrebno je svesti na najnužnije zahvate zaštite prostora i čišćenja obale u cilju protupožarne zaštite.

⁴³ <http://rovinj.hr/rovinj/gospodarstvo/ekonomija/smjernice-razvoja> pristup (22.10.2014.)

5. SOCIJALNA SIGURNOST

Briga za starije i nemoćne, izgradnja doma za starije, uređenje kluba umirovljenika važna je zadaća gradske uprave. Poticanje društvene stanogradnje, zapošljavanje mladih i obrazovanih stručnjaka preduvjet su za dugoročni razvoj grada Rovinja. Uza sve to, upotreba modernih tehnologija omogućit će kvalitetniji život građana i povećati socijalnu sigurnost za sve stanovnike Rovinja. Otvaranje novih radnih mjesta kroz podršku i razvoj novih modernih tehnologija, te upotreba istih u svakodnevnom životu građana za kvalitetniji i bogatiji život.

Aktivirati i zadržati mlade, sposobne i obrazovane stručnjake preduvjet je osiguranja dugoročnog razvoja grada što treba ostvariti kroz adekvatnu stimulaciju zapošljavanja i osiguranja stanovanja.

6. DVOJEZIČNOST, MULTIKULTURALNOST I STANOVANJE

Dvojezičnost, tradicija, različitosti, multikulturalnost osnovni su nosioci uspješnog suživota pripadnika različitih nacionalnih zajednica i kultura koji žive i rade na području grada Rovinja.

Rovinj, kako u prošlosti, tako i u budućnosti, mora biti jedan od vodećih gradova u Hrvatskoj, po pitanju položaja nacionalnih manjina te održavanja i poboljšanja postojećeg nivoa suživota. Važnost očuvanja i njegovanja tradicije, jezika, kulture i običaja različitih zajednica mora se još poboljšati i podići na viši nivo.⁴⁴

Prostornim i razvojnim planom grada potrebno je kontrolirati daljnje naseljavanje i širenje samoga grada, a ukupan broj stanovnika poželjno je zadržati u okvirima prirodne stope priraštaja te je sukladno mogućnostima potrebno rješavati stambeno - poslovna pitanja u cilju osiguranja i razvoja humanijih i suvremenijih uvjeta stanovanja i poslovanja.

⁴⁴ <http://rovinj.hr/rovinj/gospodarstvo/ekonomija/smjernice-razvoja> pristup (22.10.2014.)

7. KULTURA

Bogatstvo kulturnih spomenika materijalne i duhovne baštine rezultat je ljudskog stvaralaštva kroz mnoga stoljeća postojanja grada Rovinja. Zato je potrebno održavati i obnavljati građevine i sadržaje važnog povijesnog značenja. Da bi se to ostvarilo potrebna je suradnja svih gradskih i gospodarskih čimbenika.

Osobitu pažnju potrebno je usmjeriti na daljnji razvitak i očuvanja autohtonih običaja i tradicije karakterističnih za grad Rovinj s osobitim naglaskom na povijesne komponente, revitalizaciju i promicanje rovinjskog dijalekta, starih zanata, folklorne i muzičke baštine te daljnje organizacije i podržavanja umjetničkih kolonija, ateljea te razvoja grada Rovinja kao "grada umjetnika".

8. SPORT I REKREACIJA

Sport mora biti nositelj i promotor zdravog života i borbe protiv ovisnosti i ugrađen u cjelokupnu turističku ponudu. Omasovljenje sportskih aktivnosti uključivanjem velikog broja djece i mladih mora biti prioritet, a isto tako, i poticanje vrhunskog sporta i sportaša. Zato je potrebno izgraditi nove sportske dvorane, atletski poligon, zatvoreni bazen te dječjeg igrališta.

Cilj je stimuliranje programa "Sport za sve" i širenje sportsko-rekreacijskih aktivnosti na sve čimbenike rovinjskog društva, te stavljanje sporta i rekreacije u funkciju turizma kroz sportsko rekreacijske zone Monvi` - Cuvi.⁴⁵

⁴⁵ <http://rovinj.hr/rovinj/gospodarstvo/ekonomija/smjernice-razvoja> pristup (22.10.2014.)

9. PREDŠKOLSTVO, ŠKOLSTVO, RAZVOJ MODERNE I EFIKASNE GRADSKE UPRAVE

Ulaganja i standard predškolskih ustanova potrebno je povećati u odnosu na dosadašnju razinu planskim i redovitim ulaganjem u objekte školstva i predškolskih ustanova radi održavanja istih i povećanja njihove ukupne upotrebljivosti i opremljenosti. U slijedećim godinama potrebno je intervenirati na području razvoja i uporabe informatike i Interneta kroz gradsku učionicu, organizaciju posebnih seminara i tečajeva s ciljem razvoja buduće informacijske generacije, jer 21. stoljeće je stoljeće informacijskog radnika i računalna pismenost bit važan segment u konkurentnosti rovinjskog turizma na zahtjevnom turističkom tržištu.⁴⁶

Racionalno gospodarenje gradskom imovinom u korist svih građana, transparentnost i javnost upravljanja gradskim proračunom, shvaćanje grada kao zajednice svih njegovih građana bez isticanja pojedinačnih gospodarskih ili drugih interesa pojedinaca ili grupa cilj je gradske uprave. Ulaganje sredstava u projekte koji su u skladu s ekološkim standardima, a istodobno potiču razvoj Rovinja ima primarnu važnost za gradsku upravu.

Kroz primjenu međunarodno priznatih standarda kvalitete, uvođenjem i primjenom modernih sustava upravljanja te razvojem, zapošljavanjem mladih, a i suradnjom s ostalim gradovima, međunarodnim institucijama te aktivnom i praktičnom primjenom znanja i iskustava drugih modernih gradova diljem Europe i svijeta grad Rovinj obogatit će svoju turističku ponudu i prilagoditi je najraznovrsnijim zahtjevima gostiju.

⁴⁶ <http://rovinj.hr/rovinj/gospodarstvo/ekonomija/smjernice-razvoja> pristup (22.10.2014.)

V. MAISTRA D. D. VODEĆA KOMPANIJA ODRŽIVOG RAZVOJA

Vodeća turistička kompanija Maistra permanentno usmjerena na razvoj kongresne ponude zbog značajnih sredstva koja su uložena u razvoj sadržaja i ponude kongresnog turizma, dokazuje i pozicioniranje rovinjskog hotela Lone kao najboljeg kongresnog hotela s pet zvjezdica u Europi u 2012. godini prema International Hotel Awardsima. Njegova glavna dvorana ima kapacitet 650 sudionika, a moguća je podjela u tri manja prostora. Ostale dvorane u hotelu pogodne su za organizaciju sastanaka i kongresa za skupine od 15 do 150 sudionika. Ponudu hotela obogaćuju usluga restorana, noćnog kluba, wellness centra i sl.

Otvorenjem hotela 2011. godine zaokružena je ponuda kongresnog centra Cap Aureo (hoteli Lone, Monte Mulini, Eden i Park) koji ima 20 dvorana kapaciteta od 1.600 sudionika, dok u smještajnom dijelu hoteli mogu primiti gotovo 2.000 gostiju. Kongresni centar smješten je u neposrednoj blizini stare gradske jezgre i zaštićene park šume Zlatni rt nadomak obale. Vrhunska usluga i najsuvremenija oprema osiguravaju uvjete za najkvalitetniju organizaciju i najzahtjevnijih kongresa i konferencija.

Maistra u svom portfelju ima i kongresni centar Adris koji se nalazi u samom centru Rovinja u prostorima bivše tvornice duhana. Taj kompleks prostire se na površini od 30.000 četvornih metara, sastoji se od suvremeno uređene koncertne dvorane i galerije, izložbenih prostora prikladnih za organizaciju velikih manifestacija i kongresa. Glavna dvorana ima maksimalni kapacitet od 1.500 sjedišta, a manja dvorana 1.000 sjedišta. Unutar centra je još desetak dvorana različitih kapaciteta, posebni prostor za registraciju sudionika, press centar, brojni uredi i sobe za sastanke, velika banketna sala u kojoj se može poslužiti večera za preko 1.000 osoba, mogućnost postavljanja lounge terasa i barova, različitih zabavnih punktova i slično.

Posebnu kvalitetu kongresnoj ponudi Maistre, daju i ostali hoteli koji raspolažu sa kongresnim sadržajima – hotel Istra na otoku Sv. Andrija u Rovinju i hotel Pineta u Vrsaru. Za konferencijski turizma Maistra pruža raznovrsne sadržaje i usluge.

Tu je i potrebna infrastruktura, prateći sadržaji, dovoljan broj osoblja educiranog posebno za ovu skupinu gostiju. Sadržaji koji bitno utječu na zadovoljstvo cjelokupnom ponudom korisnika kongresnog turizma su komunikacijska povezanosti Internetom, pa sve do izbora vrhunskih restorana, sportskih i tematskih wellness sadržaja, zabavnih sadržaja, mogućnošću doživljaja grada, kulture i običaja, kao i mogućnošću kupnje autohtonih delacija ili suvenira.

Osim kvalitete kongresnih kapaciteta i sadržaja, ono što Maistru karakterizira, je i geografski položaj Rovinja kao jedne od najbližih mediteranskih kongresnih destinacija za zemlje srednje i zapadne Europe. Dobra cestovna povezanost i blizina šest međunarodnih zračnih luka, svakako je prednost koju cijene svi organizatori i sudionici kongres i stručnih seminara.

Maistra d.d. jedna je od vodećih hoteljerskih kompanija u Hrvatskoj. Od nekadašnjeg Rovinj turista čije je hotele i kampove Maistra kupila, tvrtka danas nudi mnogobrojne sadržaje za različite skupine turista koji dolaze u prekrasni istarski grad Rovinj. Cilj poduzeća je da dobije na kvaliteti ponude i da svaki zaposlenik bude obrazovan za svoj posao. U osam godina svog poslovanja Maistra bilježi brojne uspjehe, a konstantno ulaže u poboljšanje svoje ponude.

Maistra d.d. je osnovana u ožujku 2005. godine nasljedivši 50 godina iskustva u turističkom poslovanju koje u kombinaciji s primjenom novih tehnologija i međunarodnih standarda turističke industrije, te puno uvažavanje svih normi održivog razvoja i poseban senzibilitet prema očuvanju okoliša kao najvažnijeg resursa, predstavljaju temelj budućeg razvoja tvrtke.⁴⁷

⁴⁷ <http://www.maistra.hr/O nama-Profil tvrtke-> (Pristup 20.02.2014.)

Maistra d.d. pred sebe je postavila ambiciozne planove održivog razvoja i izgradnju vlastitih turističkih proizvoda najviše kvalitete sadržaja i usluga. U skladu s postavljenim planova Maistra d.d. je postala predvodnik nacionalnog turističkog razvoja.

Cilj Maistre je biti prvoklasna i prepoznatljiva turistička kompanija te promovirati Rovinj kao destinaciju na jadranskoj obali koja će pružanjem autentičnih istarskih, hrvatskih i mediteranskih turističkih proizvoda, visokom kvalitetom usluge, poticanjem održivog razvoja i modernih konkurentnih sadržaja, omogućiti stvaranje istinskih doživljaja u cilju zadovoljenja potreba i zahtjevnijih gostiju. Tako će Maistra postati prepoznatljiva na turističkom tržištu Mediterana i Europe.

U cilju realizacije svojih razvojnih planova Maistra d.d. je formirala strateški plan razvoja koji uključuje unapređenje svih projekata za održiv razvoj turizma, izgradnju i obnovu novih turističkih objekata i kompleksa, razvoj komplementiranih sadržaja, poput kongresnih sala, sportskih sadržaja, wellnessa, te ostalih sadržaja namjenjenih segmentu posebnih kupaca. Svota koja je uložena iznosi oko 1,7 milijarde kuna, što predstavlja i najveću investiciju u turizmu regije.

1. UPRAVLJANJE UTJECAJIMA NA OKOLIŠ I PRIRODNE RESURSE

U kvalitetnoj provedbi sustava upravljanja zaštitom okolišem Maistra odnosno njezina uprava koja je nadležna za provedbu ima podršku svih zaposlenih čija je osobna odgovornost sastavna karika u lancu kvalitete i uspješnosti cijelog sustava. Primjerice, novoizgrađeni hotel u sklopu je zaštićenog parka šume, a rovinjsko more slovi za jedno od najčišćih djelova hrvatske obale. Svaka nova investicija podrazumijeva i zaštitu svog njenog okoliša, jer bez obzira što se ponude i pogledi potrošača mjenjaju s obziron na destinaciju prema provedenim anketama i statistikama još uvijek najviše turista dolazi zbog 3S – sunca, mora i pijeska.⁴⁸

U Eruopi se od 1987. godine uspješno provodi program zaštite okoliša mora i priobalja pod nazivom Plava zastava za plaže i marine. Nositelj i međunarodni voditelj programa je Europska zaklada za okoliš i odgoj i obrazovanje, utemeljena 1981. godine pri Vijeću urope. U program je danas uključeno preko dvadeset država kojima je turizam jedan od starteških ciljeva. Plava zastava simbolizira očuvan, siguran i ugodan okoliš namjenjen odmoru, zabavi i rekreaciji, dobro razrađen sustav gospodarenja obalnim područjem i održivi razvoj u turizmu.

Nositi Plavu zastavu za plažu i marinu znači vrhunsku turističku promidžbu, koja se temelji na visokoj kakvoći usluge, čistoći mora i obale te opremljanosti i uređenosti plaža. Nagrada vrijedi godinu dana i svake se godine mora iznova zaslužiti. Čak i tijekom godine u kojem je dodjeljena, Plava zastava se može ukloniti s plaža na kojima su se uvjeti pogoršali.

Maistra odnosno grad Rovinj je 2007. godine te 2011. godine dobio plavu zastavu za sljedeće plaže:⁴⁹

- Plaža Sv. Andrija Crveni otok, Rovinj,
- Plaža Zabavni centar T. N. Villas Rubin, Rovinj,
- Plaža autokampa Polari, Rovinj,

⁴⁸ Črnjar, M.: Ekonomika i politika zaštite okoliša, Ekonomski Fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka, 2002., str. 184.

⁴⁹ <http://www.maistra.hr/O nama-Profil tvrtke-> Pristup 20.02.2014.

- Plaža TN, Amarin, Rovinj,
- Plaža autokampa Veštar, Rovinj
- Plaža turističkog naselja Belvedere, Rovinj
- Plaža autokampa Poto Sole, Vrsar.

Turistički proizvod Maistre d.d. u 2014. godini sastoji se od deset hotela s 1.782 smještajnih jedinica, osam naselja s 1.948 smještajnih jedinica i sedam kampova s 7.606 parcela. Ukupan kapacitet Maistre iznosi 11.336 smještajnih jedinica u kojima se može smjestiti gotovo 33.000 gostiju.

Uprava Maistre d.d stoga je definirala politiku zaštite okoliša koja:

- je primjerena opsegu i utjecaju na okoliš njenih aktivnosti i usluga,
- uključuje opredjeljenje za permanentno poboljšavanje i sprječavanje onečišćenja,
- uključuje usklađivanje s odgovarajućom zakonskom regulativom i s ostalim zahtjevima na koje se tvrtka obavezala, a koji se odnosi na aspekte zaštite okoliša,
- predstavlja okosnicu za postavljanje i ocjenjivanje općih i pojedinačnih ciljeva,
- se dokumentira, provodi i održava, i unapređuje,
- se priopćava svim zaposlenicima i osobama koji rade za i u ime organizacije, u cilju poboljšanja zaštite okoliša,
- je dostupna javnosti i svim zainteresiranim čimbenicima.

Kao vodeća turistička tvrtka u hrvatskoj s objektima na lokacijama u gradu Rovinju i Vrsaru, iza kojih je više od pedeset godina rada u turističkom poslovanju, svjesna svoje uloge i dogovornosti u okruženju u kojem djeluje, a u svrhu očuvanja okoliša i prirodnih dobra, Maistra d.d. također ima i svoju politiku upravljanja okolišom.

2. POLITIKA UPRAVLJANJA OKOLIŠEM

Uprava društva obezjuje se da će profesionalno i odgovorno pratiti i upravljati svim aspektima svojih procesa i usluga, smanjujući time negativne utjecaje na okoliš na namanju moguću mjeru. Poticanjem razvoja i suvremenim vođenjem poslovnih procesa i općenito poslovanja u cilju smanjenja štetnih utjecaja na okoliš, kod svih zaposlenika razvija se svijest o stalnoj potrebi zaštite okoliša.

Uprava ima odgovornost u uspostavljanju i promoviranju politike upravljanja zaštitom okoliša. Maistra d.d. kontinuirano prati, poboljšava i preventivno djeluje, kako bi spriječila sva moguća onečišćenja okoliša. Iz tog razloga podstavlja sljedeća pravila:

- Uvođenjem novih ekološki prihvatljivih materijala i zamjenskim djelovanjem na tvari koje direktno ili indirektno utječu na okoliš, smanjuju se štetni utjecaji na okoliš, povećava se stupanj iskoristivosti energije te upravljanjem otpadom smanjuje se količina svih vrsta otpada koji nastaju u našim procesima i na površinama na kojima se nalaze maistrini objekti, čime daje svoj doprinos na čelu održivog razvoja.

- Maistra d.d. kontinuirano planira, provodi, provjerava i ocjenjuje učinkovitost poduzetnih aktivnosti usmjerenih ka zaštiti okoliša kroz ispunjenje zahtjeva sadržanih u međunarodnim normama i propisima, te propisima Republike Hrvatske u cilju poboljšanja kvalitete okoliša i smanjenja štetnih utjecaja na okoliš.

- Uspostava i primjena sustava upravljanja okolišem, stalna izobrazba, usavršavanje i motivacija zaposlenih na svim nivoima organizacija razvija i potiče svijest o potrebi očuvanja okoliša i uječe na smanjenje, a gdje god je moguće i na sprječavanje njegovog onečišćenja. Maistra prepoznaje da je izobrazba zaposlenika na svim razinama snažan alat stvarnih poboljšanja i stalnih uanpređenja sustava.

- Uprava se također obavezuje da će, u svrhu ostvarenja ove politike, osigurati potrebne organizacijske, stručne i financijske resurse, a suradnjom s lokalnom i širom zajednicom kao i drugim zainteresiranim stranama, neprekidno raditi na osiguravanju uvjeta za očuvanjem okoliša na lokacijama za kojima posluju.

Zajedno sa izobrazbom djelatnika, prenose znanja i na goste , dobavljače i poslovne partnere , te nastoji svojim postupcima biti primjer pravilnog postupanja za dobrobit prirode i okoliša.

- Upravljanje okolišem dio je Maistrine poslovne strategije dok je zadovoljstvo kupaca gostiju temelj naše poslovne politike. Maistra teži biti najbolja u onome što radi, usredotočuje se na ono što je važno za izgradnju i poboljšanje našeg sustava upravljanja okolišem, te stvara povjerenje na temelju uzajamnog poštovanja kako kod zaposlenika tako i kod drugih zainteresiranih strana. U kvalitetnoj provedbi zahtjeva sustava upravljanja zaštitom okolišem ima podršku svih zaposlenih čija je osobna odgovornost sastavna karika u lancu kvalitete i uspješnosti cijelog sustava.

3. LOKALNA ZAJEDNICA

Maistra d.d. kao jedno od vodećih poduzeća u gradu Rovinju, zapošljava 612 stalnih i 781 sezonskih radnika i time osigurava radna mjesta što je jedan od doprinosa lokalnoj zajednici. Strateška je jedinica Adris grupe koja potiče odgovorni i održivi rast uz očuvanje i uvećavanje potencijala za korištenje prirodnih resursa. Odgovorni i održivi rast posebno je značajan za turizam, koji je jedan od osnovnih djelatnosti Adris grupe. Poduzeće doprinosi lokalnim zajednicama kroz osiguranje radnih mjesta ili plaćanje poreza. Ovisi o zdravstvenom stanju radne snage, stabilnosti i prosperitetu zajednice u kojima rade. Zainteresirana su za znanje i vještine lokalne radne snage, stoga je vrlo važan ugled poduzeća, poslodavca, ali i aktera na lokalnoj sceni. Adris grupa i Maistra d.d. uključene su u život lokalne zajednice, osiguravajući prekvalifikaciju ili dvokalifikaciju, pomažući o očuvanju okoliša, partnerstvom sa zajednicama, te sponzoriranjem kulturnih manifestacija.⁵⁰

S toga posebno ulažu u održiv rast i razvoj turizma kroz zadovoljenje ekonomskih, društvenih i estetskih potreba bez ugrožavanja prirodnog i kulturno – povijesnog nasljeđa. Briga za zajednicu načelo je duboko ukorijenjeno u njihovo poslovanje. Adris grupa kao odgovorna tvrtka poduzima sve kako bi poboljšala kvalitetu života u zajednici u kojoj djeluje, kao regionalno, tako i cijeloj Hrvatskoj. Osim brige za svakog čovjeka, zaštita okoliša, donacije i partnerstvo bitan su njihovih svakodnevnih napora.

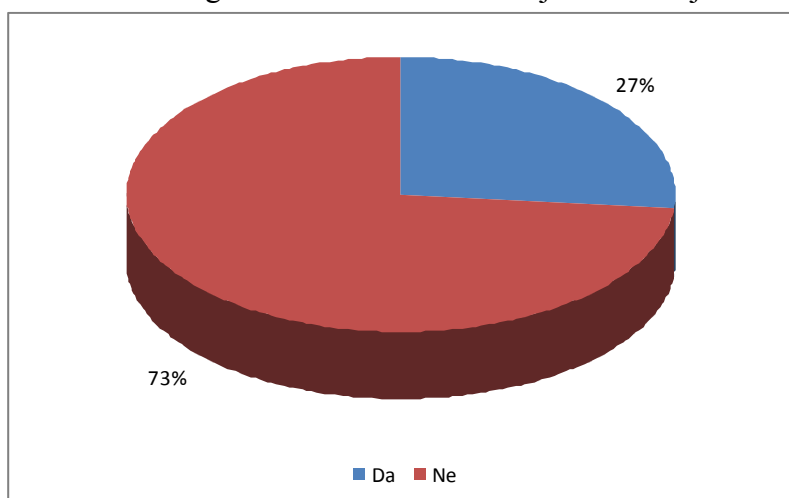
⁵⁰ <http://adris-grupa.hr//O nama.razvoj> – Pristup 20.02.2014.

4. ODNOS STANOVNIŠTVA PREMA ODRŽIVOM RAZVOJU

Prirodne ljepote još uvijek predstavljaju važan magnet za potencijalne turiste. Ekologija i održivi razvoj predstavljaju obvezu prema budućim generacijama. Nažalost profit diktira tržište pa se javljaju negativne pojave, zagađivanje i upitni projekti. U priobalju eskalira apartmanizacija i betonizacija obale gdje beton guta prirodni ambijent.⁵¹

Ugroženost turizma industrijskim razvojem - Analiza pokazuje da čak 73 % ispitanika ima mišljenje da turizma nije ugrožen turističkim razvojem, dok 27 % ispitanika smatra da je turizam ugrožen industrijskim razvojem. Industrijski razvoj u gradu Rovinju za sada nije razvijen. Prije nekoliko godina u centru grada nalazila se Tvornica duhana koja sa preselila u Kanfanar, tvornica Obrada d.o.o. koja se bavila obradom metala otišla je u stečaj, te je u pogonu ostala samo tvornica Mirna d.d. - prerada morske ribe.

Grafikon 7 : Ugroženost turizma industrijskim razvojem



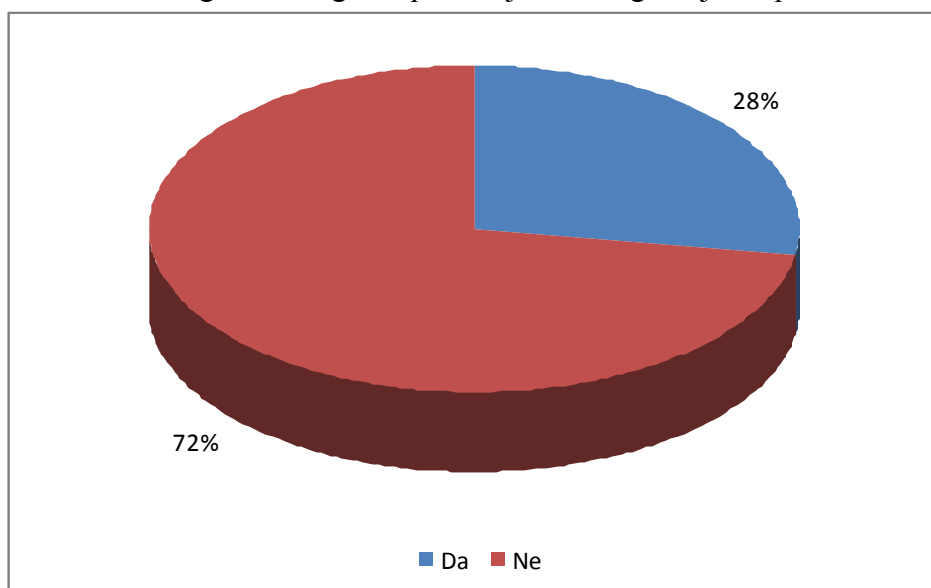
Izvor: www.rovinj.hr.

⁵¹ Ritchie. G.: Tourism and Hospitality Management, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Opatija, Vol. 13., No 1., 2007., str. 87.

Ugroženost grada Rovinja prekomjernom izgradnjom apartmana - Analiza pokazuje da 72 % ispitanika smatra da grad nije ugrožen prekomjernom izgradnjom apartmana dok 28 % ispitanika smatra da je grad ugrožen prekomjernom izgradnjom.

Velika većina građana smatra da će se ekonomsko stanje poboljšati razvojem turizma, samim time i oni vide zaradu u turističkim djelatnostima, te gradnji apartmana. Ima podosta veliki broj apartmana ali za sada njegova brojka nije alarmantna.

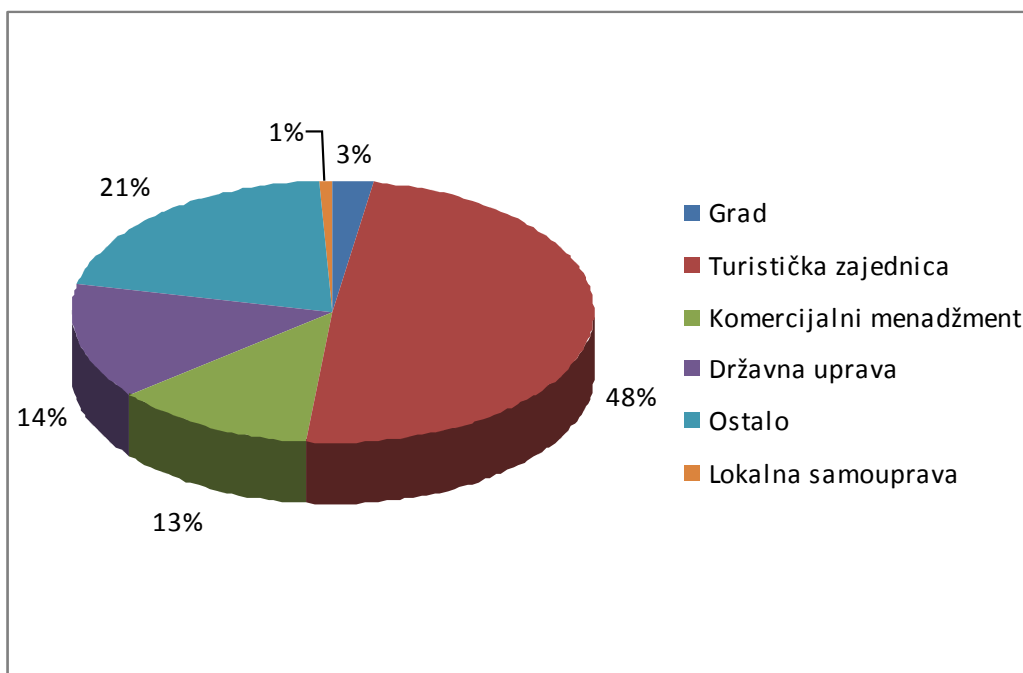
Grafikon 8: Ugroženost grada prekomjernom izgradnjom apartmana



Izvor: www.rovinj.hr

Turistički menadžment destinacije - Ispitanicima je u anketi bilo postavljeno pitanje o mišljenju tko je odgovoran za turistički menadžment na što su odgovorili: čak 48 % ispitanika smatra da je za turistički menadžment odgovorna turistička destinacija. 21 % ispitanika smatra da je to ostalo što se odnosi na ostala privatna poduzeća, 14 % odgovorilo je da je to državna uprava, 13 % komercijalni menadžment i 3 % grad. Važno je napomenuti da je samo 1 % ispitanika odgovorilo da je za turistički menadžment odgovorna lokalna zajednica.

Grafikon 9 : Tko je odgovoran za turistički menadžment



Izvor: www.rovinj.hr

Za uspješan razvoj turizma u destinaciji odgovorni su svi nosioci turizma u destinaciji. Stvarajući sinergiju olakšavaju rad na tome da pruže turistima uvid u sve kvalitete destinacije. Počevši od Državne uprave, Grada, lokalne samouprave koje vode glavnu riječ i daju strateške smjernice u kojem će smjeru sam razvoj teći, pa sve do lokalnih turističkih zajednica i komercijalnog menadžmenta privatnih i javnih poduzeća uključenih u razvoj turizma koje tu strategiju provode u operativne ciljeve sve u skladu sa jednim glavnim ciljem zadovoljenje turista.

Veliki broj stanovništva u gradu Rovinju svjestan je u kojem gradu živi, svjesni su koji potencijal ima grad za razvoj još bolje traženije destinacije. Stanovništvo je u globalu detektiralo vrlo malo nedostataka u ponudi, te smatra da destinacija još uvijek nije ugrožena betonizacijom, apartamizacijom ili saturacijom prostora. Jedan od ključnih problema je nedostatak sadržaja namijenjenih korištenju i lokalnom stanovništvu.

5. NAGRAĐIVANJE ODRŽIVOSTI U TURIZMU GRADA ROVINJA

Primjena načela održivog razvoja u turizmu imaju posebnu ulogu. Ona se očituje u činjenici da turizma svaki dan bilježi rast putnika te je upravo zbog toga nužno primjenjivati načela održivog razvoja kako nebi narušili bioraznolikost, prirodnu ravnotežu, da bi ostvarili prihode bez zanemarivanja prirode i njezinih resursa oko nas, ali i žitelje samog turističkog mjesta. U svrhu poticanja turističkih destinacija na život u skladu s prirodom, odlučilo se pokrenuti nekoliko projekata kako bi se ukazalo na sve pozitivne strane koje ona nosi te se na taj način potaknuo što veći broj sudionika na takav vid sudjelovanja na turističkom tržištu.

Plavi cvijet – jest ekološko edukativnog karaktera i čini dio projekta „Volim Hrvatsku“. Akcijom Plavi cvijet provodi se ocjenjivanje pojedinačnih elemenata i ukupne ponude destinacija, a najuspješniji u akcijama dobivaju statue i priznanja.

Čine ga razne akcije uređenja i čišćenja okoliša:

- Poticanje aktivnosti za uklanjanje krupnog otpada i divljih odlagališta smeća,
- Poticanje aktivnosti za uređenje i čišćenje priobalja i voda (mora, jezera, rijeka, plaža i izvora pitke vode),
- Poticanje aktivnosti uređenja i čišćenja naseljenih područja te zelenih površina,
- Poticanje aktivnosti uređenja i čišćenja ostalih područja.

Rovinj, kao svjetski poznato turističko odredište, osvojio je nagradu za najuređeniju destinaciju na hrvatskom Jadranu. U kategoriji uređenosti turističkih mjesta primorske Hrvatske kao cjeline, prvo mjesto u kategoriji iznad 10 000 stanovnika dobio je grad Rovinj 2002., 2005., 2006., 2008., 2009., godine. Za Plavi cvijet koji je Rovinj svih ovih godina svakako zaslužio, zaslužni su svi turistički djelatnici, restorani, vlasnici trgovina, svi oni koji su dali dio sebe.⁵²

Danas Rovinj ima više gostiju nego prethodnih godina, a samim time i više noćenja, čime se ostvaruje veća turistička potrošnja. Socio – kulturni indikatori mnogobrojni su, a kao najznačajniji ističu se zidine, starogradska jezgra, brojne glazbene, dramske i scenske

⁵² Plaže s plavom zastavom za 2009.<http://www.histrical.com.hr/g.plave-zastave> – Pristup 23.02.2014.

priredbe, srednjovjekovne crkve. Rovinj je 2009. godinu obilježio kao godinu kulturnog turizma u cilju promocije kulturne ponude u turističke svrhe.

U razvijanju turizma grad Rovinj brine o prirodnim resursima i okolišu koji predstavlja temelj negova budućeg razvoja. Krasni ga mnoštvo parkova, zelenila, šetnica, klimatska obilježja koja pogoduju raznolikoj i raskošnoj subtropskoj flori, zrak ispunjen mirisom aromatičnih biljaka, a obala i otoci obrasli su mediteranskim zimzelenim biljkama.

Nadalje, pokrenuto je nekoliko projekata: održivi prijevoz u turističkim regijama, promocija prirodnih oaza, projekti poboljšanja kvalitete urbanih zelenih površina s ciljem promocije okoliša i proširenja turističke ponude te poboljšanje kvalitete života stanovnika, te projekt koji provodi Maistra d.d. s glavnim ciljem primjena modela gospodarenja energijom u gradu Rovinju, kojim se postiže ušteda energije i očuvanje prirode.

Svim temeljima na kojima razvija turizam i privlači brojne posjetitelje diljem svijeta, Rovinj je turistička destinacija koja se i dalje želi razvijati, a to može postići jedino daljnjom primjenom načela održivosti.

VI. STRATEŠKI PRAVCI RAZVOJA TURIZMA ROVINJA

Strateški okvir za razvoj turizma grada Rovinja za slijedećih deset godina ima nekoliko bitnih ciljeva:

1. produženje sezone s 90 na 180 dana
2. povećanje iskorištenosti postojećih kapaciteta s 25% na 55% (bez kampova)
3. podizanje potrošnje po turistu za 30% podizanjem kvalitete usluge
4. postizanje prepoznatljivosti branda na europskoj razini

Da bi se to postiglo donesen je plan razvoja turizma grada Rovinja do 2020. godine. Tim planom predviđa se: definiranje i pozicioniranje destinacije po sezoni i ciljnoj skupini, prilagodbe smještajnih kapaciteta, intervencije u prostoru, podizanje nivo kvalitete destinacije kroz projekt ECO CITY, pored već postojećih turističkih proizvoda, osmisliti nove proizvode za pred i posezonu te obogatiti ponudu novim oblicima turizma (kongresni, zdravstveni, nautički).⁵³

1. POVEĆANJE KVALITETE UKUPNE TURISTIČKE PONUDE

Elementi koji čine Rovinj jedinstvenom turističkom destinacijom jesu:⁵⁴

1. Najljepša starogradska jezgra na Mediteranu
2. Bogatstvo kulture, tradicije i običaja
3. Vrhunska gastronomska ponuda
4. Sigurnost i otvorenost svim kulturama
5. Autentičnost- suživot s lokalnim stanovništvom
6. Vrhunski doživljaj- ljubav prema umjetnosti i tradiciji

⁵³ www.rovinj.hr. (pristup 2.4.2013)

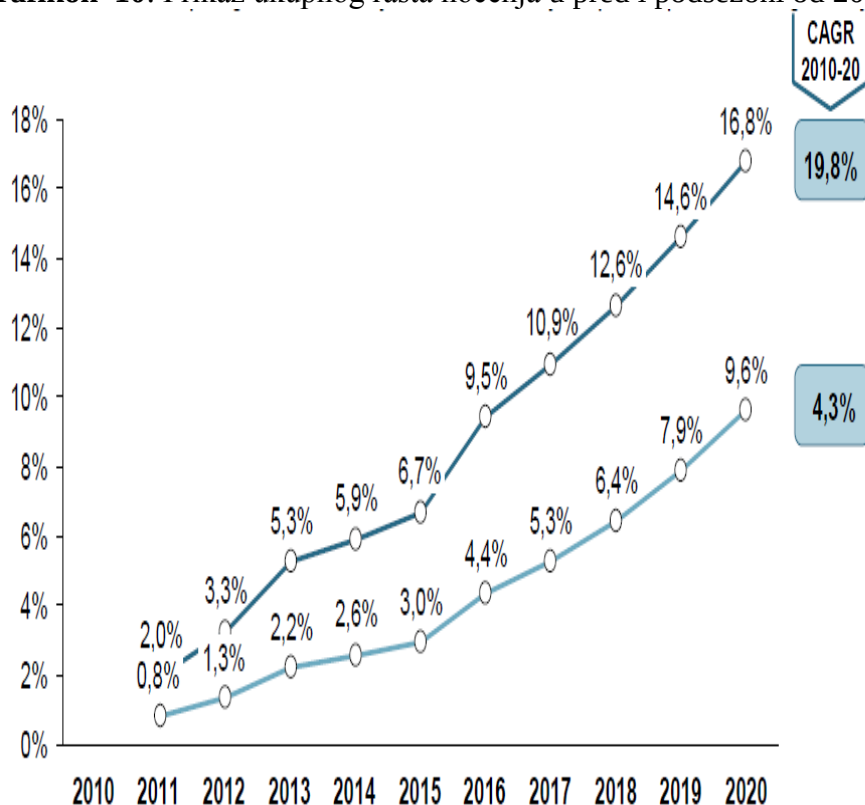
⁵⁴ www.rovinj.hr (pristup 10.4.2013.)

No, sve to nije dovoljno da bi Rovinj postao luksuzna destinacija i povećao prihode od turizma. Potrebna je prije svega prilagodba smještajnih kapaciteta jer se osjeća nedostatak hotela u kategoriji 5*.

To znači da je potrebna izgradnja kongresnog hotela, zatim još 2 458 ležaja u kategoriji 4* što će se postići adaptacijom privatnog smještaja, izgradnjom novih ili uređenjem postojećih hotela.

Kvaliteta smještaja postići će se i preuređenjem postojećih hotela i dijela privatnog smještaja u kategoriju razine 4*, te preuređenjem hotela s 2* i prenamjena u kategoriju razine 3*. Nadogradnju u hotelskom segmentu potrebno je kontrolirati, a treba regulirati i apartmanizaciju. Cilj je postići da 15% smještajnih kapaciteta bude u razini 5*, da 45% kapaciteta bude kategorije 4*, da 30% bude 3* i da 10% kapaciteta bude na razini 2*.⁵⁵

Grafikon 10: Prikaz ukupnog rasta noćenja u pred i podsezoni od 2010.-2020.g.



Izvor: <http://rovinj.hr/rovinj/dokumenti/2010/master-plan-2010.pdf> (pristup 4.4.2013)

⁵⁵ <http://rovinj.hr/rovinj/dokumenti/2010/master-plan-2010.pdf> (pristup 12.4.2013)

U kampovima treba poboljšati smještaj na razini 4*, što znači u motokampovima priključke za struju i vodu u svakom polju, bazene, wellness sadržaje, spa, gastronomske specijalitete. Bitan element je i vrhunska čistoća i urednost, a sve to upotpunjeno kulturnim i sportskim sadržajima. Bungalovi i apartmani moraju biti dobro opremljeni (wian, plazma TV kuhinja, kupaona). Za turiste koji će boraviti u šatorima i kamp- kućicama treba omogućiti čiste sanitarne čvorove, grill, jednostavne kuhinje, bazen, zabavne sadržaje, animaciju za djecu. Vrlo je bitno što plan razvoja turizma nalaže osmišljavanje turističke ponude za cjelogodišnje privlačenje turista, za razliku od“ sezonalnosti“ koja je danas prisutna.

Za svako godišnje doba kreirati će se turistička ponuda: pa će ljeto biti za aktivni obiteljski odmor, zimi će to bit wellness, kongresni i zdravstveni turizam, program profesionalne i rekreativne sportaše, proljeće i jesen će bite za sportski i zdravstveni turizam koji će pomagati blaga klima pogodna za oživljavanje duha i tijela.

Strateški plan razvoja turizma Rovinja predviđa uvođenje novih turističkih ponuda po ciljnoj skupini. Skupine koje predviđa plan jesu:⁵⁶

1. DINKS- mladi parovi, bez djece, s dva izvora prihoda, dolaze na odmor ljeti, proljeće i jesen
2. MICE- poslovni ljudi, posjećuju destinaciju zimi, u proljeće i jesen
3. GOLDEN OLDIES- umirovljenici, dobrog materijalnog stanja, također većinom dolaze u pred i posezoni
4. EMPTY NESTOR- parovi čija su se djeca osamostalila, obično dolaze u proljeće i jesen
5. SPORTAŠI- pripreme za sezonu obavljaju zimi, u proljeće i jesen
6. OBITELJI S DJECOM- ljeto je njihovo godišnje doba za odmor

Poboljšanju imagea Rovinja kao luksuzne destinacije svakako će pridonijeti izgradnja golf- terena. To će podići kvalitetu turističke ponude i produljiti turističku sezonu. Sportski turizam bi se bazirao na pripremama sportaša- nogometnih kubova, dvoranskih sportova, plivačkih sportova. Uvjet za to je izgradnja polivalentne dvorane i sportskih bazena. Zdravstveni turizam nudit će talasoterapiju, rehabilitaciju sportaša i bolesnika od reume i kardiovaskularnih bolesti, stomatološke usluge, kozmetičke tretmane, usluge plastične kirurgije i sportske medicine.

⁵⁶ <http://rovinj.hr/rovinj/dokumenti/2010/master-plan-2010.pdf> (pristup 15.4.2013)

Plan razvoja turizma definira Njemačku kao strateško tržište, dok su ključna tržišta Austrija, Italija, Nizozemska, Slovenija. Tržišta s visokim potencijalom svakako su Velika Britanija, Skandinavija, Rusija, Švicarska.

Atraktivnost grada podići će se intervencijama u prostoru- obnovom fasada, pročelja, izgradnjom sjeverne luke, biciklističkih staza. Kvaliteta destinacije poboljšat će se kroz projekt ECO CITY rješavanje prometnih gužvi uvođenjem eko Mobility rješenja i razvijanjem eko standarda u gradu, poticanjem korištenja obnovljivih izvora energije. Za potrebe sigurnosti turista planira se povećanje broja policajaca koji govore strane jezike, a isto tako povećat će se i broj liječnika i liječničkih timova, osobito, u ljetnim mjesecima.

Glavni prioritet plana za razvoj turizma je održivi razvoj turizma, maksimalno korištenje postojećih resursa, nadogradnja nedostataka u ponudi i infrastrukturi. Treba kreirati ponude koje će privući turiste u pred i posezoni, podići kvalitetu ponude i uravnotežiti omjer cijene i kvalitete. Vrlo je važno prodati turistički proizvod pa treba povećati budžet za marketing preko Interneta i tako privući i individualne goste.

U tu svrhu potrebno je izraditi portal destinacije na kojem potencijalni gosti mogu naći sve što ih zanima o toj destinaciji. Taj portal mora imati: Elegantne web stranice, aktualne fotografije, reportaže i video zapise, komentare i ocjene gostiju, mogućnost registriranja korisnika, pregled raspoloživosti smještajnih jedinica. Portal mora biti povezan s HTZ te 2-3 najrelevantnija portala u Europi.

Što se tiče gastronomske ponude Rovinj se mora profilirati kao:⁵⁷

- najbolji gastronomski doživljaj Mediterana u Europi
- europski centar izvrsnosti mediteranske kuhinje
- najbolja vina i maslinovo ulje
- okusi i mirisi Istre

Pozicioniranje Rovinja kao centra Europe za mediteransku gastronomiju obuhvaća:⁵⁸

- uključivanje lokalne poljoprivrede, stočarske i ribarske privrede u turizam
- kreiranje imagea i prepoznatljivosti na europskoj sceni
- podizanje razine kvalitete turističke ponude destinacije
- razvoj ugostiteljske djelatnosti

⁵⁷ <http://rovinj.hr/rovinj/dokumenti/2010/master-plan-2010.pdf> (pristup 18.4.2013)

⁵⁸ <http://rovinj.hr/rovinj/dokumenti/2010/master-plan-2010.pdf> (pristup 18.4.2013)

Jedan od projekata za razvoj turizma je povezivanje lokalne proizvodnje s ugostiteljima. To znači proizvodnja i korištenje „GMO free“ i lokalno uzgojenih namirnica, promoviranje domaćeg vina i maslinovog ulja, izračun godišnje potrebe lokalno proizvedenih proizvoda. u sklopu drugog projekta potiče razvoj i poboljšanje vizualnog identiteta restorana u Rovinju. Edukacijom ugostitelja o strateškim ciljevima razvoja grada i gastronomije kao jednom od faktora vrijednosti Rovinja kao turističke destinacije. Bitno je i donijeti plan poticanja ugostitelja da razvijaju tradicionalnu istarsku ili mediteransku kuhinju(npr. poreznim olakšicama, poticajnim sredstvima).

Plan razvoja turizma predviđa organiziranje gastronomskih događanja koja prate sve evente u gradu- poticanje gastronomije na ulicama za vrijeme manifestacija i gradskih fešta. Promoviranje destinacije kao neotkrivene gastronomske „Meke“ u ovom dijelu Europe.

Drugim projektom planira se otvaranje centra Republike Hrvatske za specijalizaciju gastronomu za mediteransku kuhinju što podrazumijeva osnivanje radnog tima, prostora i prateće logistike, osmišljavanje seminarskih programa, dogovore s meritornim stručnjacima i realizaciju programa. Ovaj centar mogao bi prerasti u Institut za mediteransku kuhinju.

Zabavni sadržaji vrlo su važni i upotpunjuju turističku ponudu neke destinacije. Bogatstvo koje će nuditi Rovinj vrlo je raznoliko:

1. ljeto - uživanje u rovinjskim legendama i uličnim svetkovinama, predstave u uličnom kazalištu, međunarodni salsa festival, posjeti zabavnom i adrenalinskom parku, akvariju, hodočasnički turizam, sportske aktivnosti,

2. proljeće/ jesen/ zima - uživanje u bazenima s morskom vodom posjeti mjestima proizvodnje lokalnih proizvoda, tradicionalni ribolov, festival argentinskog tanga, posjet planetariju, beauty farma i antistres terapije, posjeti casinu, lov na svjetionicima, veslanje, ronjenje, jedrenje,trekking- šetnje šumom, uživanje u luksuznim restoranima, kupnja u buticima (brandirana odjeća).

Osim toga gosti se mogu zabaviti na koncertima etno- glazbe, gastronomskim događanjima (festival malvazija, Vinistra,Dani mladog maslinovog ulja, Vikend tartufa),posjetima filmskim festivalima u Puli i Motovunu, otići na safari po Istri, na ATP turnir u Umagu.

2. UNAPREĐENJE SAOBRAĆAJNE INFRASTRUKTURE

Ono što karakterizira Rovinj kao turističku destinaciju danas je ograničena prometna dostupnost svim transportnim sredstvima, osim cestovnim prometom. Brza cesta- istarski ipsilon spojen na sve paneuropske koridore. Željeznička infrastruktura zapostavljena i nema međunarodnu povezanost. Zračna luka Pula direktnim letovima povezana s malim brojem destinacija, a izvan sezone pogotovo.⁵⁹

Slika 2: Pregled zrakoplovnih veza ZLP i Europe – danas



Izvor: <http://rovinj.hr/rovinj/dokumenti/2010/master-plan-2010.pdf> (pristup 6.4.2013.)

Strateškim planom razvoja turizma predviđa se uređenje pristupnih cesta gradu od Rovinjskog sela i Bala, poticanje sadnje mediteranskih kultura uz ceste (masline, lavande, čempresi, šipak, oleanderi). Obnova postojeće marine, rasterećenje gužve u južnoj luci i realizacija projekta sjeverne luke.

Potrebni preduvjeti jesu donošenje studije utjecaja na okoliš cijelog Rovinjskog akvatorija, izrada idejnog rješenja, privlačenje investitora i izgradnja.

⁵⁹ Kušen E.: Turistička atrakcijska osnova, Znanstvena edicija instituta za turizam, Zagreb, 2001., str. 59

Zbog veće sigurnosti gostiju izgradit će se biciklističke staze koje povezuju kampove s gradom jer se većina gostiju u kampovima vozi biciklom. Izgradnjom biciklističkih staza gosti iz kampova na siguran će način dolaziti u grad. Za lakše snalaženje turista u gradu poboljšat će se neprometna signalizacija. To znači da ju treba standardizirati i poboljšati njezin estetski izgled što će utjecati na image Rovinja kao luksuzne destinacije. Njome će se obilježiti tematske rute, znamenitosti važni objekti te gradske zone.

U sklopu projekta ECOCITY zabranit će se vožnja skuterima po Zlatnom rtu i CUVI-u, gradski prijevoz organizirati u sklopu Eco Mobility s mini- busevima, eko- skuterima, eko. bikovima. Postaviti mjesta za punjenje baterija i promovirati Rovinj kao „CO2 free“ grad. Treba povećati i zračnu dostupnost destinacije proširenjem linija u pred i posezoni, povećati broj charter letova iz Rusije, povezati se s putničkim agencijama koje bi popunile kapacitete zrakoplova. Kreirati veću povezanost s njemačkim i austrijskim tržištem, a proširiti i uvesti nove linije za skandinavsko i britansko te rusko tržište.⁶⁰

Nove zračne rute organizirati s većim izborom aviokompanija, uvođenje novih tehnologija u zračnim lukam povećati sigurnost i olakšati prijelaz granice, povećati broj no-line kupovine.

⁶⁰ <http://rovinj.hr/rovinj/dokumenti/2010/master-plan-2010.pdf> (pristup 16.4.2013.)

3. KULTURNE MANIFESTACIJE

Strategija razvoja turizma predviđa postojeću kulturnu ponudu upotpuniti novi sadržajima. Definirati tematske rute koje objedinjuju rovinjske resurse(tradiciju, povijest i kulturu u jedan proizvod). Trajanje tematskih ruta može biti više dana ili jedan dan. Uređenje kulturnih i povijesnih objekata i kreiranje priča o njima, te promocija na Internet portalima i info- punktovima . Suvenire izrađivati u suradnji sa školom za dizajn, kustosima i lokalnim obrtnicima.

Ponuditi turistima kazališne predstave, koncerte klasične glazbe, događanja na ljetnim pozornicama, omogućiti i individualizirani doživljaj kulturne baštine zainteresiranim turistima. Ponuditi i organizirati likovne kolonije, ljetne festivale ozbiljne glazbe, barokni festival, događaje uz dan Sv. Lovre, posjete arheološkim lokalitetima, prilagoditi radno vrijeme muzeja.

4. KADROVI

U turizmu moraju raditi obrazovani kadrovi jer pridonose poboljšanje razine usluge, obrazovanje na SSS razini nije dovoljno za kvalitetu usluge kakvu zahtijeva destinacija kakva Rovinj želi postati. Potrebno je ulaganje u lokalno i regionalno stanovništvo. Pokrenuti inicijativu za osnivanje centra izvrsnosti ugostiteljskih objekata. Poboljšati motivaciju zaposlenika koja sada nije adekvatna cijeni pružene usluge. Povećati ljubaznost u odnosima prema gostima jer zadovoljan gost se uvijek vraća.

5. POTREBNA SREDSTVA ZA FINANCIRANJE

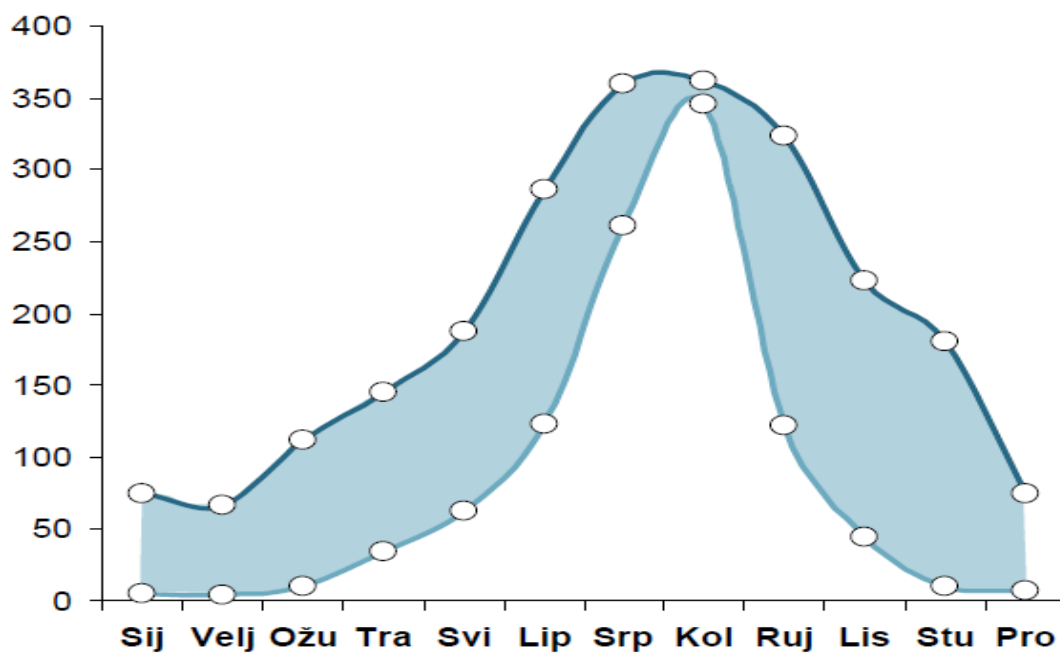
Potrebna financijska sredstva za ostvarivanje plana razvoja turizma Rovinja potrebno je osigurati iz različitih izvora: iz gradskog proračuna, županijsko i državnog proračuna, privlačenjem strateških partnera i privatnih investitora iz zemlje i inozemstva.

6. OČEKIVANI EKONOMSKI EFEKTI

Implementacijom master plana razvoja turizma grada Rovinja do 2020. godine očekuje se 1,4 mil. novih noćenja, porast turističke potrošnje od 3,3 mld HRK te otvaranje oko 1 500 novih radnih mjesta. Prihod grada Rovinja povećat će se kroz boravišne pristojbe, porez na promet, povećanjem potrošnje po turistu, prihodima od parkirališta, ulaznica od posjeta kulturnim ustanovama i drugo.

U nastavku grafikon 11 ukazuje na povećanje noćenja turista 2010. godine u odnosu na 2020. godinu. Najveći rast noćenja iskazan je u mjesecima srpnju i kolovozu.

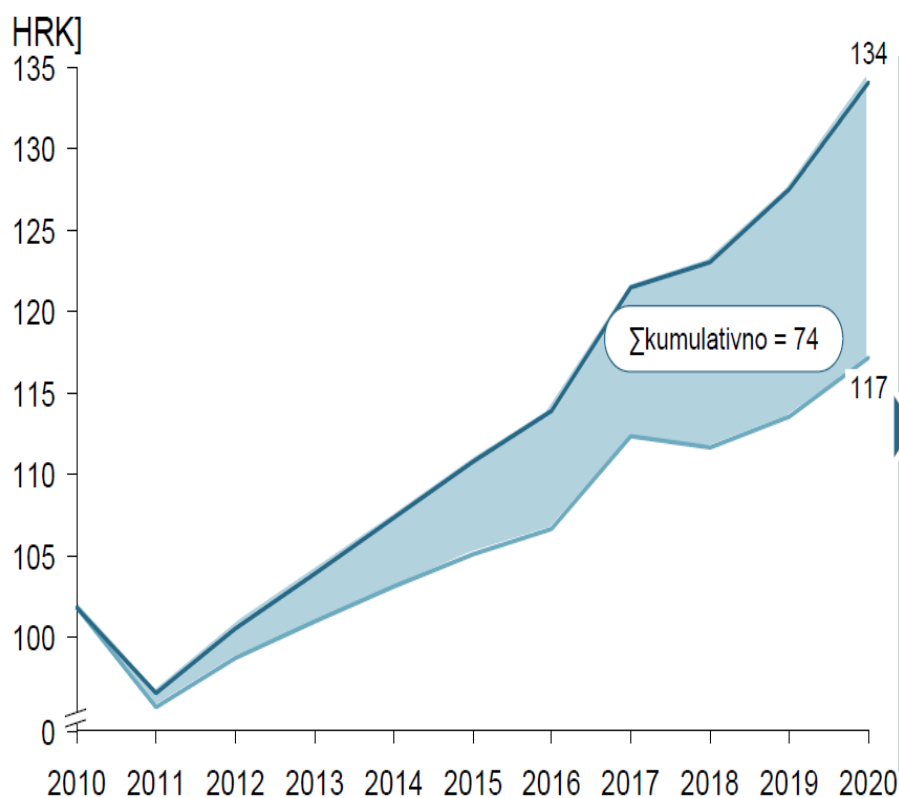
Grafikon 11 : Povećanje noćenja 2010.g. u odnosu na 2020.g.



Izvor: <http://rovinj.hr/rovinj/dokumenti/2010/master-plan-2010.pdf> (pristup 11.4.2013)

Master planom razvoja turizma grada Rovinja , grafikon 12 jasno predočava razvoj utjecaj turizma na poslovne prihode od 2010. godine do 2020. godine. Najveći porast poslovnih prihoda vidljiv je od 2017. godine pa sve do 2020. godine.

Grafikon 12: Utjecaj turizma na poslovne prihode od 2010. – 2020.g.



Izvor: <http://rovinj.hr/rovinj/dokumenti/2010/master-plan-2010.pdf> (pristup 14.4.2013)

ZAKLJUČAK

Turizam grada Rovinja danas ima obilježja tzv. sezonalnosti. To znači da se turistička ponuda bazira na tri ljetna mjeseca: lipanj, srpanj, kolovoz. S obzirom na mogućnosti: prirodne ljepote, očuvani okoliš, kulturno - povijesno naslijeđe, gastronomsku ponudu, mogućnost za zdravstveni, sportski turizam, krenulo se u izradu strateškog plana za razvoj turizma grada Rovinja do 2020. godine.

Održivi razvoj turizma postiže se dugoročnim, ciljno usmjerenim planiranjem i poštivanjem identiteta grada i regije. Razvijati održivi turizam znači uravnotežiti održivost i kvalitetu turističkog proizvoda. Master plan održivog razvoja turizma grada Rovinja ima za cilj osigurati gospodarski razvitak lokalnog stanovništva, očuvati izvorni način života i tradiciju i čuvati čist okoliš. Isto tako, želi se ispuniti očekivanja turista koji žele aktivan odmor ispunjen bogatstvom sadržaja. Podizanje kvalitete turističke ponude i razvijanje autentičnog turističkog proizvoda također su cilj održivog razvoja rovinjskog turizma. Lokalna zajednica mora biti involvirana u turističko planiranje i management. Povećanje zaštite okoliša prijelazom na lokalnu proizvodnju obnovljive energije (sunce, more, regionalna biomasa).

Realizirati projekte izgradnje uređaja za pročišćavanje otpadnih voda na otoku sv. Andrije, puštanje pročišćene vode u more i korištenje iste za zalijevanje zelenih površina, ugradnja separatora ulja i masti u hotelima, selektivno zbrinjavanje otpada. Promovirati Rovinj kao „CO₂ neutralan“ grad koliko god je moguće korištenjem eko mini - busova i eko - skutera za vožnju gradom te osigurati mjesta za punjenje baterija istih. U pripremi hrane koristiti lokalne namirnice i „GMO free“ namirnice.

Održivi razvoj turizma u Rovinju pomoći će očuvanju okoliša subvencijama za održavanje parkova prirode, očuvanju povijesnih i arheoloških lokaliteta, unaprijediti okoliš prikladno dizajniranim turističkim kapacitetima uvažavajući lokalnu arhitekturu, a i poboljšanjem infrastrukture. Sve ove zadatke održivog razvoja mogu ostvariti educirani kadrovi spremni na cjeloživotno učenje i usavršavanje i tako poboljšati kvalitetu turističkog proizvoda. Lokalno stanovništvo treba educirati da čuva biološku raznolikost i mnogobrojne kulturno-povijesne spomenike, a treba poticati ekološku poljoprivredu.

Turistička konkurencija na tržištu ruši tradicionalnu turističku ponudu, a sve više se traže avanturistički sadržaji, boravak u prirodi, zdravstveni sadržaji, kružna ili vezana putovanja, kongresni, sportski, kulturni ili vjerski turizam. Prednost Rovinja kao turističke destinacije su: čisti okoliš, bogata kulturno- povijesna baština, smještajni kapaciteti u neposrednoj blizini mora, Rovinjsko otočje - jedinstven otočni arhipelag, blizina srednjoeuropskog turističkog tržišta.

U planovima održivog razvoja turizma u Rovinju vodeću ulogu, a time i veliku odgovornost, ima Maistra d.d. kao najveća turistička kompanija koja zajedno s lokalnim stanovništvom mora pridonijeti očuvanju okoliša i pridonijeti gospodarskom razvoju poštujući načelo održivosti. Poticaj ekološkom, održivom razvoju turizma je i nagrađivanje; dodjela Plavog cvijeta u sklopu akcije „Volim Hrvatsku“, zatim Plave zastave za plaže i marine kao simbola čistog i čuvanog okoliša.

Održivi turizam je i odgovorni turizam, a bit će i ekonomski isplativ samo ako svi; od gradske uprave, turističkih djelatnika i lokalnog stanovništva budu ekološki odgovorni, radili na dobrobit svog grada, čuvali prirodne ljepote za buduće generacije i buduće turiste i posjetitelje. Očuvanje prirodne i kulturne baštine Jadrana, pa tako i Rovinja moguće je jedino uz prekograničnu suradnju i razmjenu iskustava. Povećanje konkurentnosti i održivi turizam imperativ su turističkog razvoja Rovinja i Hrvatske.

Tom cilju pridonijet će i ETNOFILM festival etnografskog filma, u organizaciji Etnografskog muzeja Istre, od 22. - 24. travnja 2014. u Rovinju će se održati fotografska radionica pod vodstvom Davida Kendalla na temu Turizam, arhitektonski razvoj, vizualna i kulturna percepcije prostorne proizvodnje duž Jadranske obale. Kendall, gostujući predavač na Centre for Urban and Community Research na Goldsmithsu u Velikoj Britaniji, kroz svoje fotografske projekte istražuje kako se prostorne, ekonomske i dizajnerske inicijative te participativne prakse mogu koristiti kao poticaj za prostorne i društvene promjene u urbanom prostoru. Cilj ove radionice je identificirati odnos između vizualnog identiteta, ekonomske aktivnosti, društvenih ulaganja u turizam i urbanizacije na području Rovinja i Istarskog poluotoka.

Turistički razvoj oblikuje suvremeni vizualni identitet turističkih mjesta te je duboko ukorijenjen u fizičku i socijalnu geografiju prostora Istarskog poluotoka, a radionica postavlja mnoga pitanja. Ako se turizam promovira kao glavna strategija ekonomskog razvitka Hrvatske koje kompleksne i kontradiktorne promjene upisuje u urbani okoliš? Kako strana ulaganja u hotelsku arhitekturu pridonose privatizaciji Jadranske obale? Kako se ostvaruje prostorni suodnos s hotelskim kompleksima i rekreacijskim zonama izgrađenim u Jugoslaviji? Koje su posljedice globalnog turizma na okoliš i lokalnu kulturu i zajednicu?

Glavne smjernice strateškog plana razvoja turizma Rovinja jesu: povećanje kvalitete ukupne turističke ponude, unapređenje saobraćajne infrastrukture, bolja iskorištenost kulturnih manifestacija, poboljšanje stručnosti zaposlenika u turizmu. Sve ovo trebalo bi produžiti turističku sezonu s 90 na 180 dana i bolju iskorištenost postojećih kapaciteta, povećati potrošnju po turistu za 3% podizanjem kvalitete usluge na višu razinu. Rovinj se treba definirati kao luksuzna destinacija na europskoj razini.

Postojeće smještajne kapacitete potrebno je adaptirati u višu kategoriju, izgraditi kongresni hotel, poboljšati smještajne kapacitete u kampovima kvalitetnijom infrastrukturom.

U cilju poboljšanja gastronomske ponude strateški plan predviđa povezivanje lokalne poljoprivredne proizvodnje s ugostiteljima, korištenje „GMO free“ namirnica, unapređenje vizualnog izgleda restorana u Rovinju, edukaciju ugostitelja i davanje poticaja i poreznih olakšica onim ugostiteljima koji razvijaju tradicionalnu istarsku ili mediteransku kuhinju. Otvaranje centra za specijalizaciju gastronoma za mediteransku kuhinju koji bi prerastao u Institut pridonijet će obogaćivanju gastronomske ponude.

Unaprjeđenjem saobraćajne infrastrukture, prije svega, zračnog i željezničkog prometa učiniti Rovinj lako dostupnom destinacijom. U samom gradu predviđa se izgradnja sjeverne luke, biciklističkih staza koje će povezivati kampove s gradom, osuvremenjivanje neprometne signalizacije i njezina standardizacija pridonijet će imageu Rovinja kao upscale destinacije. Gradski prijevoz organizirati eko mini- busevima, eko- skuterima, pa shodno tome i osigurati mjesta za punjenje baterija te promovirati Rovinj kao „CO2“ grad.

Kulturnu ponudu treba prezentirati kroz tematske rute koje obuhvaćaju sve rovinjske resurse(tradiciju, povijest, kulturu) u jedinstven proizvod. Za izradu suvenira planom se predviđa suradnja sa školom za dizajn, kustosima muzeja i lokalnim obrtnicima.

Postojeću turističku ponudu obogatiti novim proizvodima (kao što su golf, profesionalni sport, kongresni i zdravstveni turizam, gastronomija i nautički turizam) za pred i posezonu. Turističku ponudu prilagoditi ciljnim skupinama: Golden Oldies, DINKS, Empty Nesters, MICE, obitelji s djecom, sportaši.

Za podizanje kvalitete turističke usluge važni su i ljudski resursi. Treba poboljšati njihovu razinu obrazovanja i motivaciju za posao koji obavljaju.

Svoju turističku ponudu grad Rovinj mora i marketinški prezentirati na europskim tržištima. Izrada m portala sa svim informacijama koje zanimaju potencijalnog gosta. Portal mora biti profesionalno oblikovan, elegantnog dizajna i povezan s najrelevantnijim portalima u Europi. Sve to pridonijet će povećanje broja noćenja i turističke potrošnje, omogućiti zapošljavanje novih radnika i povećati prihode grada Rovinja.

S obzirom da ima jednu od najljepših starogradskih jezgri na Mediteranu, otvoren je svim kulturama, bogat kulturno - povijesnim naslijeđem, gaji ljubav prema umjetnosti, Rovinj treba ostvarenjem strateškog plana postati luksuzna i poželjna destinacija za svako godišnje doba i za najzahtjevnije turiste.

LITERATURA

Knjige:

1. Bošnjak M.: "Biseri Jadrana- Rovinj & Vrsar", Fabra, 2005.
2. Bakić O.: " Marketing u turizmu" Univerzitet Singidunum, 2011.
3. Cooper C.,Fletcher J.,Fyall A.,Gilbert D.,Wanhill S.,: "Ekonomija turizma-načela i praksa" ,Ekokon, Split, 2008.
4. Dulčić A.: "Upravljanje razvojem turizma, Mate, Zagreb, 2001.
5. Folo J.: "Povijest rovinjskog turizma", Josip Folo, Rovinj, 2002.
6. Čačić K.: " Poslovanje hotelskih preduzeća" Univerzitet Singidunum, 2010.
7. Črnjar M.: "Ekonomika i politika zaštite okoliša, Ekonmski Fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka, 2002.
8. Črnjar M., Črnjar K.,:"Menadžment održivog razvoja", Sveučilište u Rijeci; Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji, Rijeka 2009.
9. Glavni plan razvoja turizma Primorsko- goranske županije; Sveučilište u Rijeci; Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Rijeka 2005.
10. Goldstein, I.,:Povijest- Suvremeno doba(1985- 2007.) i kronologija- 19.knjiga, Europapress holding, Zagreb,2008.
11. Jeličić D.,A.,: Tourism versus Identity - Globalization and Tradition, Institut for International Relations, Zagreb, 2006.
12. Jovanović V.: "Tematski turizam“, Univerzitet Singidunum Beograd, 2013.
13. Konceptcija dugoročnog razvitka Hrvatskog turizma, RH, Ministarstvo turizma, Zagreb, 1998.
14. Kušen, E.: "Turistička atrakcijska osnova", Znanstvena edicija instituta za turizam, Zagreb, 2001.
15. Magaš D.: "Turistička destinacija", Adamić, Fakultet Opatija, 1997.
16. Magaš D.: "Razvoj Hrvatskog turizma", Adamić, Rijeka, 2000.
17. Maksim M., Puca M., Korać M., Milijić S.: "Menadžment prirodnih i kulturnih resursa u turizmu“, Univerzitet Singidunum Beograd, 2012.
18. Mikačić D., Weber S.: "Osnove turizma", Školska knjiga Zagreb,2001.
19. Stipanović C., "Konceptcija i strategija razvoja u turizmu", Sveučilište u Rijeci, Fakultet za hotelski i turistički menadžment, Opatija, 2006.
20. Paliaga M.: "Branding & konkurentnost gradova", Marko Paliaga, Pula 2012.

21. „Rovinj- Rovigno“, Turistička zajednica grada Rovinja, 2007.
22. Ritchie. G.: Tourism and Hospitality Management, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Opatija, Vol. 13., No1., 2007.
23. Unković S., Zečević B.: "Ekonomika turizma" Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd, 2011.
24. Tevšić A.: "Rovinj- Rovigno"- Garmond, Zagreb, 1994.
25. Unković S., Zečević B.: "Ekonomika turizma" Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd, 2011.
26. Vuković B.: "Povijest hrvatskog turizma", Prometej, Zagreb 2005.
27. Vuković B., Keča K.: "Turizam i razvoj", Mikroroad d.o.o., Zagreb 2001.
28. Živković R.: "Ponašanje i zaštita potrošača u turizmu", Univerzitet Singidunum, 2011.

Internet stranice:

1. www.rovinj.hr
2. www.istra.hr
3. www.tzgrovinj.hr
4. www.maistra.hr
5. www.adris.hr
6. www.rovinj.info/hrv/plaze/index.asp
7. www.rovinj.hr/rovinj/rovinj/kultura/multimedijalni-centar-pristuphttp
8. www.maistra.hr/O nama-Profil tvrtke
9. www.adris-grupa.hr//O nama.razvoj
10. <http://rovinj.hr/rovinj/gospodarstvo/ekonomija/smjernice-razvoja>

Časopisi:

1. „Hrvatski Jadran“, Naprijed, Zagreb, 1998.
2. „Rovinj- Rovigno“, Turistička zajednica grada Rovinja, 2007.
3. „Turistički Vodič – Hrvatska“, Masmedia, Zagreb, 2001.

POPIS TABELA

1. TABELA 1: Cestovne udaljenosti između Rovinja i većih europskih gradova.....	11
2. TABELA 2: Smještajni kapaciteti po kategorijama zvijezdica Grada Rovinja.....	13
3. TABELA 3: Noćenje turista prema tipu smještajnog objekta od 2005. – 2011.g	18
4. TABELA 4: Noćenje turista po zemljama od 2005. – 2011.g.....	19
5. TABELA 5: Noćenja domaćih turista u rovinju od 2005. – 2011.g.	20
6. TABELA 6: Noćenje turista prema dobnoj skupini u rovinju od 2005. – 2011.g.	21
7. TABELA 7: Noćenja turista prema vrsti turista u rovinju od 2005. – 2011.g.....	21
8. TABELA 8: Nezaposlenost prema županijama u RH od 2005. – 2011. g	25

POPIS GRAFIKONA

1. GRAFIKON 1: Noćenja turista prema tipu smještajnog objekta od 2005. – 2011.g	18
2. GRAFIKON 2: Noćenja turista od 2005. - 2011.g.....	19
3. GRAFIKON 3: Noćenja domaćih turista u Rovinju od 2005. - 2011. g.....	20
4. GRAFIKON 4: Noćenja turista prema dobnoj skupini u Rovinju od 2005. - 2011. g.....	21
5. GRAFIKON 5: Noćenja turista prema vrsti turista u Rovinju od 2005. - 2011. g.....	22
6. GRAFIKON 6: Stopa nezaposlenosti prema županijama u RH od 2005. - 2011.g.....	25
7. GRAFIKON 7: Ugroženost turizma industrijskim razvojem.....	53
8. GRAFIKON 8: Ugroženost grada prekomjernom izgradnjom apartmana.....	54
9. GRAFIKON 9: Tko je odgovoran za turistički menadžment.....	55
10. GRAFIKON 10: Prikaz ukupnog rasta noćenja u pred i posezoni od 2010. - 2020.g....	59
11. GRAFIKON 11: Povećanje noćenja 2010. u odnosu na 2020.g.....	66
12. GRAFIKON 12: Utjecaj turizma na poslovne prihode od 2010. - 2020.g.	67

POPIS SLIKA

1. SLIKA 1: Pregled udaljenosti destinacije Rovinj.....16
2. SLIKA 2: Pregled zrakoplovnih veza ZLP i Europe - danas.....63