

Stav lokalnog stanovništva o razvoju luksuznog turizma u Istarskoj županiji

Lea, Rabar

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:562113>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-10**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija

Diplomski sveučilišni studij

LEA RABAR

Stav lokalnog stanovništva o razvoju luksuznog turizma u

Istarskoj županiji

**Local residents' attitude towards the development of luxury
tourism in Istria County**

Diplomski rad

Opatija 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija

Diplomski sveučilišni studij

Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu

Studijski smjer: Menadžment u turizmu

Stav lokalnog stanovništva o razvoju luksuznog turizma u Istarskoj županiji

Local residents' attitude towards the development of luxury tourism in Istria County

Diplomski rad

Kolegij: **Metode istraživanja u turizmu**

Student:

Lea Rabar

Mentor: doc. dr. sc. **Jelena Mušanović**

Matični broj:

3822/22.

Komentor: doc. dr. sc. **Jelena Dorčić**

Opatija, rujan 2024.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

Lea Rabar

ds3822

(ime i prezime studenta)

(matični broj studenta)

Stav lokalnog stanovništva o razvoju luksuznog turizma u Istarskoj županiji

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor diplomskog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa diplomskim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, _____ 05.09.2024. _____

Lea Rabar

Potpis studenta

Sažetak

Luksuzni turizam značajan je segment turističke industrije koji privlači turiste visoke platežne moći i donosi visoke prihode. Ovaj rad istražuje stavove lokalnog stanovništva o razvoju luksuznog turizma u Istarskoj županiji. Korišten je anketni upitnik kao mjerni instrument za prikupljanje podataka. Cilj istraživanja bio je razumjeti mišljenja lokalnog stanovništva kako bi se identificirali ključni pozitivni i negativni učinci razvoja luksuznog turizma. Rezultati pokazuju da nema statistički značajne razlike u stavovima prema spolu ispitanika. Korelacijskom analizom utvrdilo se da jedino postoji statistički značajna povezanost između stavova ispitanika o razvoju luksuznog turizma i ekonomskih utjecaja, dok između stavova ispitanika o luksuznom turizmu i sociokulturnom i utjecaju na okoliš nije utvrđena statistički značajna povezanost. Ograničenja istraživanja odnose se na relativno mali broj ispitanika, geografsko ograničenje na područje Istre i kratak vremenski period prikupljanja podataka. Ova ograničenja sugeriraju potrebu za daljnjim istraživanjima na većem uzorku, širem geografskom području i u dužem vremenskom intervalu. Aktivno uključivanje zajednice ključno je za održiv razvoj luksuznog turizma u Istri.

Ključne riječi: luksuzni turizam, Istarska županija, lokalno stanovništvo, ekonomski učinci, sociokulturni učinci, ekološki učinci.

Sadržaj

Uvod.....	1
1. Definiranje pojma turizma.....	5
1.1. Suvremeni pristup i razumijevanje turizma.....	6
1.2. Turizam kao globalni fenomen.....	7
1.3. Specifični oblici turizma.....	9
1.4. Turizam i održivost.....	10
1.5. Primjeri održivih praksi u turizmu.....	12
2. Luksuzni turizam.....	15
2.1. Utjecaj luksuznog turizma na lokalne zajednice	17
2.2. Integracija održivosti u luksuzni turizam	19
3. Istra kao luksuzna turistička destinacija.....	21
3.1. Povijesni razvoj Istre kao turističke destinacije	23
3.2. Luksuzna turistička ponuda Istre	25
3.3. Statistički podaci o turističkom prometu Istre	26
4. Pregled dosadašnjih istraživanja	28
5. Analiza stava lokalnog stanovništva o razvoju luksuznog turizma u Istri	33
5.1. Metodologija istraživanja	33
5.2. Razvoj mjernog instrumenta.....	34
5.3. Rezultati istraživanja	34
5.4. Ograničenja i preporuke za daljnja istraživanja	49
Zaključak.....	51
Bibliografija	53
Popis ilustracija	56

Uvod

Turizam u svijetu danas predstavlja značajnu ulogu. Putovanja unutar i izvan državnih granica sve su popularnija, a brojke turističkih kretanja su na visokoj razini. Turizam je kroz povijest dobivao nova značenja i komponente, a važno je napomenuti kako se i dalje mijenja i nadograđuje. Suvremeni pristup razumijevanja turizma obuhvaća kompleksan skup različitih perspektiva i preferencija današnjih turista. S obzirom da se preferencije mijenjaju, turistička ponuda se mora prilagoditi potražnji i ponuditi inovativne proizvode. Jedan od suvremenih trendova današnjeg turizma su autentični doživljaji, personalizirana iskustva i egzotična putovanja. Sa navedenim trendovima povezuje se luksuzni turizam s obzirom da su neke od njegovih karakteristika personalizirano, jedinstveno i nezaboravno iskustvo, te proizvodi visoke kvalitete, ekskluzivnosti i prilagođenih usluga. Sukladno navedenome, sve više zemalja okreće se ponudi luksuznih sadržaja, a samim time i implementaciji luksuznog turizma u svoje destinacije.

Istra već sada ima puno potencijala da postane luksuzna destinacija, zbog velikog broja smještajnih objekata visoke kategorije, te ugostiteljskih objekata sa Michelinovom zvjezdicom ili preporukom, koji direktno spadaju u luksuzni dio ponude u Istri. Uključivanje lokalnog stanovništva u ovu tematiku neophodno je zbog toga što bi ovakav oblik turizma mogao značajno utjecati i promijeniti njihov dosadašnji način života, kroz primjerice povećanje cijena proizvoda i usluga, nekretnina, gradnje dodatnih smještajnih i ugostiteljskih objekata i slično. Postoje razni ekonomski i sociokulturni utjecaji koji su povezani sa razvojem luksuznog turizma i izravno utječu na stavove ljudi, a detaljnije su opisani u radu. Istra je godinama visoko posjećena turistička destinacija koja svake godine privlači sve veći broj turista, a zbog svojih prirodnih i kulturnih ljepota, bogate povijesti i geografskog položaja ima potencijala postati luksuzna destinacija.

Postoje brojna istraživanja koja su ispitivala stavove lokalnog stanovništva o razvoju turizma. An, Moon i Norman (2021)¹ istraživali su utjecaj percepcije turističkih učinaka i blizine turističkog centra na stavove stanovnika, dok su Gogitidze i suradnici (2022)² istražili pozitivne i negativne ekonomske, društvene i prirodne učinke turizma. Novotna i Kunc (2019)³

¹ Yuting, An, Jang-Won Moon i William C. Norman. „Investigating Residents’ Attitudes towards Tourism Growth in Downtown Greenville, SC: The Effect of Demographic Variables“ (2021)

² Gogitidze, Giorgi, Nana Nadareishvili, Rezhon Harun, Iulia D. Arion i Iulia C. Muresan. „Exploring Residents’ Perceptions towards Tourism Development—A Case Study of the Adjara Mountain Area“ (2022)

³ Marketa, Novotna i Josef Kunc. „Experiences matter! Luxury tourism consumption patterns and motivation of the Czech affluent society“ (2019)

analizirali su luksuzni turizam i preferencije potrošača, a Soldić Frleta i Smolčić Jurdana (2023)⁴ te Gržinić i Bobanović (2019)⁵ istraživale su stavove lokalnog stanovništva o turizmu i njegovim utjecajima u Hrvatskoj. Međutim, postoji manjak istraživanja koja integriraju percepciju lokalnog stanovništva o luksuznom turizmu, posebno u kontekstu njegovih potencijalnih pozitivnih i negativnih učinaka na ekonomiju, društvo i okoliš. Ovim istraživanjem želi se popuniti taj nedostatak i ispitati kako lokalna zajednica percipira razvoj luksuznog turizma u navedenim aspektima.

Svrha ovog istraživanja je razumjeti stavove i mišljenja lokalnog stanovništva o razvoju luksuznog turizma u Istarskoj županiji, kako bi se identificirali ključni pozitivni i negativni učinci razvoja luksuznog turizma.

Sukladno identificiranom problemu istraživanja i definirane svrhe, postavljeno je 5 ciljeva diplomskog rada:

1. Istražiti percepciju lokalnog stanovništva o ekonomskim koristima luksuznog turizma.
2. Analizirati društveni utjecaj luksuznog turizma na lokalnu zajednicu.
3. Procijeniti ekološke posljedice razvoja luksuznog turizma prema mišljenju lokalnog stanovništva.
4. Identificirati glavne pozitivne i negativne učinke razvoja luksuznog turizma na lokalno stanovništvo.
5. Pružiti preporuke za održivi razvoj luksuznog turizma u skladu s interesima lokalne zajednice.

Temeljem postavljenih ciljeva istraživanja proizlaze sljedeća **istraživačka pitanja**:

1. Kakva su mišljenja lokalnog stanovništva o ekonomskim prednostima koje donosi luksuzni turizam?
2. Na koji način lokalno stanovništvo percipira društvene promjene uzrokovane luksuznim turizmom?
3. Koje ekološke aspekte razvoja luksuznog turizma lokalno stanovništvo smatra najvažnijima?
4. Koje su glavne zabrinutosti lokalnog stanovništva u vezi s razvojem luksuznog turizma?

⁴ Soldić, Frleta, Daniela i Dora Smolčić Jurdana. „Determinante potpore lokalnog stanovništva razvoju turizma“ (2023)

⁵ Gržinić, Jasmina i Mieta Bobanović. „Luksuzni turizam i stavovi dionika – odabrani obalni gradovi Hrvatske“ (2019)

5. Kakve preporuke lokalno stanovništvo ima za budući razvoj luksuznog turizma u Istarskoj županiji?

U diplomskom radu postavljeno je 5 hipoteza koje su testirane pomoću t-testa i korelacije. Za oblikovanje navedenih hipoteza korišteni radovi Ana i suradnika iz 2021. godine i rad Gogitidzea i suradnika iz 2022. godine. Njihovi su se radovi bazirali na utjecaj percepcije turističkih učinaka na stavove stanovnika prema rastu turizma i pozitivne i negativne utjecaje na ekonomsku, društvenu i prirodnu okolinu koji se tiču razvoja turizma. Ova istraživanja blisko su povezana sa istraživanjem ovog rada, te su uvelike pomogla u postavljanju hipoteza koje su nabrojane u nastavku.

H1: Postoji statistički značajna razlika između spola ispitanika i pozitivnih učinaka razvoja luksuznog turizma.

H2: Postoji statistički značajna razlika između spola ispitanika i negativnih učinaka razvoja luksuznog turizma.

H3: Postoji statistički značajna povezanost između stavova ispitanika o razvoju luksuznog turizma i ekonomskih utjecaja

H4: Postoji statistički značajna povezanost između stavova ispitanika o razvoju luksuznog turizma i sociokulturnih utjecaja.

H5: Postoji statistički značajna povezanost između stavova ispitanika o razvoju luksuznog turizma i utjecaju na okoliš.

Metodologija istraživanja ima deskriptivni karakter, te se fokusira na opisivanje pojave koja je predmet istraživanja. Anketni upitnik bio je mjerni instrument koji se koristio za potrebe ovog istraživanja, a dobiveni podaci analizirani su univarijatnom i bivarijatnom statističkom analizom. Deskriptivnom analizom nastojalo se opisati statističke podatke, odnosno pojasniti odgovore ispitanika. Za ispitivanje hipoteza koristili su se t-test i korelacija. Pomoću korelacijske analize ispitivala se povezanost između stavova ispitanika o razvoju luksuznog turizma i ekonomskih, sociokulturnih utjecaja te utjecaja na okoliš. T-testom se ispitivalo postoji li statistički značajna razlika između spola ispitanika i pozitivnih učinaka razvoja luksuznog turizma i razlika između spola ispitanika i negativnih učinaka razvoja luksuznog turizma.

Diplomski rad se sastoji od ukupno pet poglavlja. U uvodnom dijelu rada definiran je problem i svrha istraživanja, postavljeni su ciljevi istraživanja i istraživačka pitanja na koja će

se nastojati odgovoriti provedenim empirijskim istraživanjem, postavljene su hipoteze istraživanja te je objašnjena korištena metodologija istraživanja i opisana sama struktura rada. Diplomski rad je podijeljen na teorijski i empirijski dio. Teorijski dio rada opisuje pojam „turizam“ u kojem su navedene neke od najpriznatijih definicija. Istaknuta su njegova glavna obilježja i povijesni razvoj. Turizam je podložan promjenama, pa je sukladno tome u radu objašnjen suvremeni pristup i razumijevanje turizma. Prikazani su i statistički podaci o turističkim kretanjima na globalnoj razini. Navedeni su specifični oblici turizma pomoću kojih se vidi kako svaki od njih donosi nešto svoje jedinstveno. Održivi turizam je rastuća tema istraživanja zbog važnosti ekoloških i društvenih pitanja, pa su njezina glavna obilježja objašnjena u radu. Nadalje, pojam „luksuzni turizam“, njegov povijesni razvoj i glavna obilježja, te kako takav oblik turizma može utjecati na lokalnu zajednicu. Opisana su glavna obilježja Istre, luksuzna ponuda u Istri i statistički podaci o turističkim dolascima i noćenjima. Zatim pregled dosadašnjih istraživanja u kojem su tablično prikazani teorijski i empirijski radovi koji su blisko povezani sa temom diplomskog rada. Empirijski dio rada fokusiran je na analizu anketnog upitnika. Na kraju rada nalazi se zaključak, popis bibliografije i ilustracija.

1. Definiranje pojma turizma

Turizam je široko rasprostranjen pojam i ima različita značenja za ljude. Nekima predstavlja oblik zabave i opuštanja u slobodno vrijeme, dok drugima poslovna prilika, bilo sezonski ili kao dugoročna karijera u turizmu.

Riječ „turizam“ potječe od „*tour*“, što znači kruženje. Postoje mnoge definicije turizma, ali se svode na sličnu suštinu. Neke od najpriznatijih definicija su:

„Turizam je skup aktivnosti koje pojedinci provode za vrijeme putovanja i boravkom u destinaciji izvan stalnog mjesta boravka, uobičajeno radi odmora i zabave te poslovnih i drugih razloga, ali bez prekida ne duže od godine dana“. (UNWTO, 1999.)⁶

„Turizam je skup odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s istima nije povezana nikakva privredna djelatnost“. (Hunziker i Krapf, 1942.)⁷

Prva definicija definirana je 1999. godine od strane Svjetske turističke organizacije (engl. United Nations World Tourism Organization – skraćeno i u nastavku UNWTO) te se još uvijek smatra jednom od najpotpunijih i najprihvaćenijih definicija turizma. Kroz godine, kako se svijet sve više razvijao i mijenjao, tako je i turizam počeo poprimati nove oblike i vrste. Danas, turizam podrazumijeva posjete već poznatim destinacijama ili traganje za novim destinacijama (doživljajima)⁸. Za početak, važno je naglasiti razliku između vrste turizma i oblika turizma. Vrste turizma počele su se razlikovati i posebno naglašavati prema trajanju putovanja turista, dobnoj skupini, načinu na koji se obavlja putovanje, odnosno idu li turisti sami na putovanja, skupno ili mješovito. Također, jedna važna komponenta koja se ubraja u vrstu turizma je prostorna komponenta, odnosno radi li se o lokalnom, regionalnom, nacionalnom, međunarodnom, interregionalnom ili intraregionalnom putovanju.

Pomoću prostorne komponente automatski se povezuje i mjesto na kojem se odvija turističko putovanje (planinski, jezerski, ruralni, gradski i slično). Sukladno navedenom, može se reći kako su vrste turizma definirane nekim određenim kriterijem, dok su oblici turizma motivirani specifičnim motivom ili različitim željama posjetitelja zbog kojih se u konačnici odluče posjetiti određenu destinaciju. Kroz povijest razvili su se razni oblici turizma koji nose svoja specifična obilježja, mogu biti motivirani prirodnim i društvenim čimbenicima i oni koji

⁶ World Tourism Organization. (n.d.). *Glossary of tourism terms*.

⁷ Čavlek, Batroluci, Prebežac, Kesar, i dr., *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*, 29.

⁸ Gržinić, *UVOD U TURIZAM – povijest, razvoj, perspektive*, 22.

su karakterizirani prema specifičnim obilježjima. Detaljnije o specifičnim oblicima turizma biti će u potpoglavlju „1.3 Specifični oblici turizma“ u kojem se navode različiti oblici turizma i njihove glavne karakteristike. Iz svega navedenoga može se vidjeti koliko se turizam kroz povijest razvio, poprimio nove vrste i oblike, te dobio novu širinu shvaćanja i komponente.

1.1. Suvremeni pristup i razumijevanje turizma

Shvaćanje i pojam turizma su se kroz godine promijenili i važno je napomenuti kako se i dalje mijenjaju i nadograđuju. Povijesni razvoj turizma kao globalnog pokreta posljedica je povećanja diskrecijskog dohotka, raspoloživog slobodnog vremena, industrijalizacije, urbanizacije, tehnološkog napretka (razvoja inovacija) i razvoja turističkih agencija što je dovelo do proširenja turističke ponude.⁹ Sve te promjene potaknule su dionike na upravljanje promjenama i sagledavanje problema kroz izazove ponude i potražnje. Stoga se uvodi mit „novog turizma“ kroz pojmove kao što su nove tehnologije, različitost iskustva, održivi i autentični doživljaj, anti-turizam, te alternativni turizam.¹⁰ Suvremeni pristup razumijevanja turizma obuhvaća kompleksan skup različitih perspektiva i preferencija današnjih turista. Održivost je postala ključan element u suvremenom turizmu. Ljudi postaju sve više svjesni koliko je briga za okoliš i zaštita prirodnih i kulturnih resursa važna za današnji svijet. Trenutno živimo u svijetu digitalizacije, gdje je normalno razvijanje najnovijih digitalnih tehnologija kao što su Internet stvari, robotika, kibersustavi, umjetna inteligencija, 3D tehnologija i slično. Zato je danas u poslovanju važno koristiti digitalne tehnologije. One se odnose na upotrebu digitalnih resursa (informacijske tehnologije, alata, aplikacija i algoritama) koje se koriste u poslovanju kojima se učinkovito pronalaze, analiziraju, stvaraju, prosljeđuju i koriste digitalna dobra u računalnome okruženju.¹¹ Isto tako je i sa turizmom. Činjenica je da su razvoj tehnologije, korištenje interneta i mobilnih uređaja transformirali način na koji se planiraju, rezerviraju i doživljavaju putovanja. Primjeri su digitalni alati poput *online* rezervacija, društvenih medija i recenzija posjetitelja koji igraju ključnu ulogu u oblikovanju turističkog iskustva. Još jedan primjer koji je izravno vezan za turizam, a tiče se digitalizacije su tzv. „pametni gradovi i pametne destinacije“. Pametne destinacije su mjesta koja koriste informacijske i komunikacijske tehnologije za kombiniranje ponude i potražnje za stvaranje vrijednosti, užitka

⁹ Gržinić, *Turizam i razvoj – rasprava o globalnim izazovima*, 6.

¹⁰ ibidem

¹¹ Spremić, *Digitalna transformacija poslovanja*, 30.

i pozitivnih iskustava, a istovremeno pružaju bogatstvo i koristi za organizacije i odredište.¹² Važno je razumjeti kako se preferencije današnjeg turista mijenjaju i da kod ljudi postoje specifične potrebe. Kako bi destinacije bile spremne odgovoriti na takve promjene i zahtjeve, moraju prepoznati različite segmente tržišta i biti korak ispred inovacija na tržištu. To uključuje segmente poput ekološki osviještenih putnika, luksuznih putnika, obiteljskih putovanja i autentičnih doživljaja. Pružatelji usluga moraju se prilagoditi svim segmentima koji se pojavljuju na tržištu tako da maksimalno prilagode svoje proizvode i usluge, a kao rezultat u konačnici mora biti ispunjenje zahtjeva turista.

1.2. Turizam kao globalni fenomen

Globalizacija donosi promjene i napretke u svim aspektima života. Turizam je važna djelatnost u današnjem svijetu i značajan je za ekonomiju puno zemalja, uključujući Hrvatsku. Kako se preferencije današnjih turista mijenjaju, turistička ponuda mora se prilagoditi potražnji i ponuditi inovativne proizvode. Danas se često spominje ekonomija doživljaja kao važan aspekt turizma. Turisti žele više od sunčanja i kupanja – traže doživljaj destinacije i veću interakciju s lokalnim stanovništvom. Osim toga, postoje čimbenici koji značajno utječu na globalizaciju u turizmu, a to su¹³:

- neograničen pristup informacijama
- razvoj i stalna modernizacija prijevoznih sredstava
- slobodno tržište i s njim povezano vanjskotrgovinsko poslovanje, širenje hotelskih lanaca na međunarodna tržišta
- značajna potražnja za turističkim uslugama
- međunarodno natjecanje

Turistička kretanja su danas na visokom nivou, pogotovo u zemljama po intenzivnim turističkim dolascima. Rekordna godina za Hrvatsku je 2019. kada su brojke turističkih putovanja bile izuzetno visoke. Trend bi se vjerojatno nastavio do danas, no zbog pandemije uzrokovane koronavirusom te su brojke u 2020. i 2021. godini znatno pale. No, najnoviji podaci UNWTO-a ističu ekonomski utjecaj oporavka, te su tako međunarodni prihodi od turizma dosegli 1,4 bilijuna američkih dolara u 2023. prema preliminarnim procjenama, što je otprilike 93 % od 1,5 bilijuna američkih dolara zarađenih od destinacija u 2019. godini. Ukupni

¹² Cerda-Mansilla, Tussyadiah, Campo, Rubio, “Smart destinations: A holistic view from researchers and managers to tourists and locals”, 1.

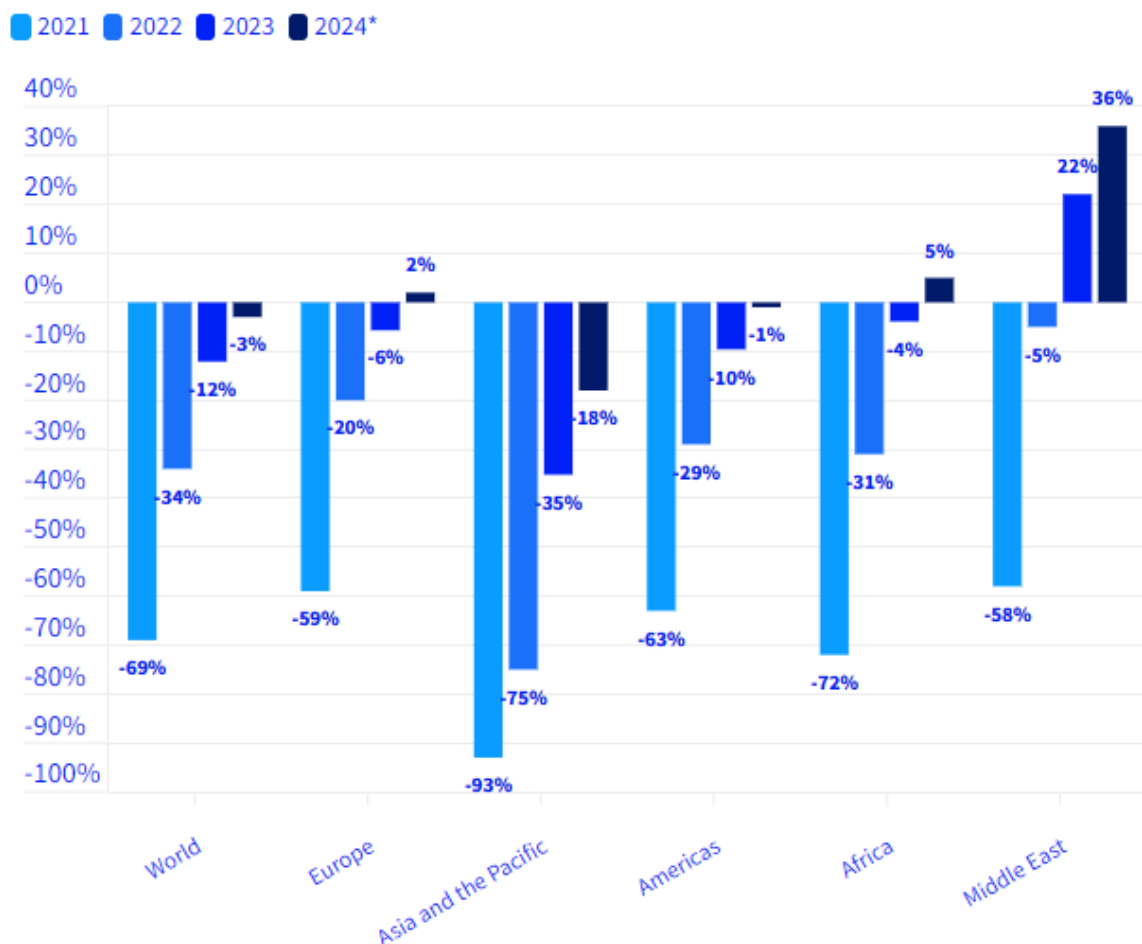
¹³ Brelik, “Globalization in Tourism,” 44.

prihodi od izvoza turizma procjenjuju se na 1,6 bilijuna američkih dolara u 2023., gotovo 95 % od 1,7 bilijuna američkih dolara zabilježenih u 2019. godini.¹⁴ Globalni turizam predstavlja promjene koje se sagledavaju kroz tržište ponude i potražnje. Na njega uvelike utječu globalizacija, segmentacija i digitalizacija.

U današnjem svijetu sve se veći naglasak stavlja na održivi razvoj, pa pružatelji usluga moraju prilagoditi svoju ponudu trendovima. Turisti pri odabiru destinacije sve više pažnje posvećuju novim preferencijama i svjetskim trendovima.

Što se tiče turizma na svjetskoj razini, brojke međunarodnih dolazaka i noćenja su visoke, što znači kako je turizam važan za gospodarstvo mnogih zemalja. No, turizam je isto tako podložan promjenama, te bilo kakva situacija može poremetiti dobar trend koji trenutno postoji u svijetu. Dokaz za to predstavlja slika u nastavku.

Grafikon 1. Postotak međunarodnih turističkih dolazaka od 2021. do 2024. godine raspoređeni po područjima u usporedbi sa 2019. godinom



Izvor: Svjetska turistička organizacija. Postotna promjena kroz godine u usporedbi sa 2019. Dostupno na: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024> Objavljeno: 21.05.2024.

¹⁴ UNWTO 2024. *International Tourism to Reach Pre-Pandemic Levels in 2024.*

Grafikon 1 prikazuje postotak međunarodnih turističkih dolazaka u 2021., 2022., 2023., te predviđanja za 2024. godinu u odnosu na međunarodne dolaske u 2019. godini. Vidljivo je kako se sektor turizma na svjetskoj razini brzo oporavlja. Veliki pad u 2021. godini dogodio se zbog pandemije koronavirusa koja je uvelike unazadila sektor turizma jer su turistički dolasci i noćenja bili ograničeni. Najveći pad u 2021. godini u odnosu na 2019. godinu doživjelo je područje Azije i Pacifika gdje su se turistički dolasci smanjili za 93 %, dok je najmanji pad zabilježen na području Bliskog Istoka i u Americi. Što se tiče svjetske razine, zabilježen je sveukupni pad od 69 %. Iz godine u godinu, pa sve do 2024., bilježi se postupno povećanje međunarodnih turističkih dolazaka u svim područjima svijeta, te u 2023. godini međunarodni turistički dolasci polako dostižu postotak dolazaka iz rekordne 2019. godine. Važno je napomenuti kako je područje Bliskog Istoka čak nadmašilo brojke, odnosno dolaske i turistička kretanja iz 2019. godine, i to za 22 % što je relativno brzo s obzirom koliko je sektor turizma bio pogođen zbog spomenute pandemije. Što se tiče sumiranih podataka iz cijelog svijeta, u 2023. godini postotak međunarodnih turističkih dolazaka je za 12 % manji od dolazaka u 2019. godini. Predviđanja za 2024. godinu su dosta pozitivna, te se smatra da će ukupni dolasci biti za 5 % manji od 2019. godine, dok će neka područja poput Bliskog Istoka, Europe i Afrike imati čak i više međunarodnih turističkih dolazaka nego 2019. godina. Koronavirus pokazao je kako je sektor turizma izrazito osjetljiv na neočekivane situacije, ali s druge strane ovi podaci pokazuju kako se turizam brzo oporavlja, te koliko je bitna stavka i izvor prihoda za puno država, pa tako i za Hrvatsku.

1.3. Specifični oblici turizma

Kada je riječ o specifičnim oblicima turizma, radi se o turističkim putovanjima motiviranim specifičnim razlozima koji potiču ljude na putovanja.

Razlikujemo specifične oblike turizma zasnovane na prirodnim resursima (zdravstveni, sportski, nautički, ekoturizam, seoski, lovni, naturizam itd.) i specifične oblike turizma zasnovane na društvenim resursima (kongresni, kulturni, gastronomski, vjerski, turizam na umjetno stvorenim atrakcijama itd.).¹⁵ Što se tiče luksuznog turizma, on ne spada u niti jednu prije navedenu kategoriju. Smatra se da je njegova jedina razlika ta što nudi luksuzne usluge koje koriste turisti veće platežne moći.

¹⁵ Hrvatska enciklopedija, *Leksikografski zavod Miroslav Krleža*, 2013. – 2024.

Svaki od tih oblika ima svoja specifična obilježja koja ih karakteriziraju, pa tako kulturni turizam obuhvaća turistička putovanja motivirana upoznavanjem kulturno-povijesne baštine.¹⁶ Istraživanje kulturnih spomenika, posjeti muzeja, arhitektura te običaji i tradicija mjesta karakteriziraju kulturni turizam. Ruralni turizam uključuje boravak na gospodarstvu, te posebne oblike aktivnosti kao što su odmor u prirodi, ekoturizam, pustolovni, sport, zdravstveni i kulturni turizam, hodanje, penjanje, jahanje, lov, ribolov, edukacija i dr.¹⁷ Ekoturizam stavlja naglasak na očuvanje prirode, te uključuje posjete zaštićenih područja, posjete mjesta gdje se mogu promatrati divlje životinje i slično. Gastronomski turizam je jedan od novijih oblika turizama u kojem je glavni koncept konzumacija i uživanje u gastronomskoj kulturi mjesta. Svjetska turistička organizacija ističe kako je to oblik turizma gdje su iskustva posjetitelja povezana s hranom te srodnim proizvodima i aktivnostima tijekom putovanja.¹⁸ Zdravstveni turizam je oblik turizma u kojem se pružaju zdravstvene usluge, a glavni motiv putovanja je zdravlje. Nude se sadržaji poput masaža, spa tretmana, joge i slično. Vjerski se turizam očituje u humanosti, solidarnosti, prijateljstvu vjernika turista, u susretanju među ljudima pripadnicima različitih nacija, vjera i kultura ali i u upoznavanju prirodnih i stvorenih bogatstava svoje i drugih zemalja.¹⁹ Turisti posjećuju razna religijska mjesta, hodočašća, festivale i uključuje razne duhovnih aktivnosti. Sportski turizam odnosi se na putovanja gdje posjetitelji imaju prilike vidjeti i sudjelovati u sportskim aktivnostima i događajima. Glavni motivi su bavljenje sportom, zdrav život i natjecateljski duh.

Svaki od ovih oblika turizma donosi nešto svoje jedinstveno i kroz sam pojam opisuje koje su preferencije turista koji dolaze u neku destinaciju.

1.4. Turizam i održivost

Održivost je postala ključan element za razvoj turizma današnjice. Održivi turizam je rastuća tema istraživanja zbog važnosti ekoloških i društvenih pitanja, te održavanja baštine i drugih sadržaja za očuvanje potencijala turističkih destinacija.²⁰ Održivi turizam je oblik turizma koji se bazira na očuvanju prirode, stavlja naglasak na ekonomsku dobrobit lokalnih zajednica, a

¹⁶ Istarska enciklopedija, *Leksikografski zavod Miroslav Krleža*, 2024.

¹⁷ ibidem

¹⁸ UNWTO 2022. *Gastronomy and Wine Tourism*.

¹⁹ Vizjak, „Vjerski turizam kao novi oblik turizma,“ 142.

²⁰ Garrigos-Simon, Narangajavana-Kaosiri, i Lengua-Lengua, “Tourism and sustainability: A bibliometric and visualization analysis,” 1976.

cilj je osigurati da turističke aktivnosti što manje štete okolišu. U početku nastajanja i definiranja, održivi turizam slijedio je tri glavna pravila²¹:

- racionalno korištenje resursa od strane turista, minimizirajući negativan utjecaj na okoliš i ljude
- stvaranje ekološke svijesti
- imati ekocentrične vrijednosti i etiku u odnosu na prirodu

Kako bi praksa održivog turizma bila uspješna, važno je da svi, uključujući one koji implementiraju i sudjeluju u aktivnostima održivog turizma, poštuju sljedeće principe:

- smanjiti fizičke, socijalne, bihevioralne i psihološke utjecaje
- izgraditi ekološku i kulturnu svijest i poštovanje
- stvoriti pozitivna iskustva posjetiteljima i domaćinima
- ostvariti financijsku korist za lokalno stanovništvo i privatne industrije
- pružiti posjetiteljima nezaboravna iskustva koja pomažu u zbližavanju političke, ekološke i društvene klime zemalja domaćina

Svaka država, javna tijela i Svjetska turistička organizacija propisuju razne etičke i ekološke standarde kojih bi se svi sudionici turizma trebali pridržavati kako bi održivost bila ostvariva. Nacionalne vlade i lokalne uprave mogu imati svoje standarde i smjernice za održivi turizam koje se primjenjuju na nacionalnoj i lokalnoj razini. Što se tiče zaštite okoliša, može se definirati kao sveukupnost mjera za očuvanje prirodnih dobara, vode, tla i zraka za ljudske potrebe ili interese. Razvila se u drugoj polovici 20. st., kada je porast gospodarskih djelatnosti i prometa, povećavanje svjetskog stanovništva, potrošnja sirovina i fosilnih energenata i s time povezano opterećenje okoliša otpadom, počelo ugrožavati gospodarski razvoj i osnovu postojanja suvremene civilizacije.²² O gospodarenju ekosustavima raspravlja se u okvirima: Konvencije o očuvanju biološke raznolikosti (provođenjem koje bi se nastojalo sačuvati biološke vrste, posebno pod ekonomskim i tehnološkim pritiskom uvođenja genetski preinačenih vrsta u poljoprivredu), očuvanja staništa određivanjem zaštićenih područja na kopnu, morima i oceanima te racionalne namjene i korištenja prostora.²³ Tako održivi turizam teži minimiziranju negativnih utjecaja na okoliš. To uključuje prije spomenutu zaštitu ekosustava, očuvanje biološke raznolikosti, smanjenje emisija stakleničkih plinova, racionalnu uporabu vode i

²¹ Ei i Karamanis, "The evolution of alternative forms of Tourism: a theoretical background" 46.

²² Hrvatska enciklopedija, *Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024.*

²³ *ibidem*

energije te smanjenje otpada. Održivi turizam poštuje lokalnu kulturu, tradicije i običaje, potiče promociju autentičnih kulturnih iskustava i teži očuvanju kulturnih spomenika.

Generalna skupština Ujedinjenih naroda 2015. godine odobrila je Agendu za održivi razvoj do 2030. godine gdje su sve države članice UN-a usvojile 17 ciljeva održivog razvoja i njihovih 169 podciljeva, a oni su²⁴:

- Iskorijeniti siromaštvo
- Iskorijeniti glad
- Zdravlje i dobrobit
- Kvalitetno obrazovanje
- Rodna ravnopravnost
- Pitka voda i higijenski uvjeti
- Pristupačna i čista energija
- Dostojanstven rad i gospodarski rast
- Industrija, inovacije i infrastruktura
- Smanjenje nejednakosti
- Održivi gradovi i održive zajednice
- Odgovorna potrošnja i proizvodnja
- Odgovor na klimatske promjene
- Život ispod vode
- Život na kopnu
- Mir i pravda / snažne institucije
- Partnerstvo za ciljeve

Koncept održivog turizma može se primijeniti na sve oblike turizama koji u današnjem svijetu postoje i za njegovo je funkcioniranje važno da se i posjetitelji i pružatelji usluga pridržavaju propisanih standarda i politike koju održivi turizam promovira.

1.5. Primjeri održivih praksi u turizmu

Prakse upravljanja održivim razvojem turizma primjenjive su na sve oblike turizma u svim destinacijama. Načela održivosti odnose se na okolišne, ekonomske i socio-kulturne aspekte

²⁴ United Nations (n.d.). *Sustainable Development Goals*.

razvoja turizma i bitno je da se uspostavi ravnoteža između ove tri dimenzije kako bi se zajamčila dugoročna održivost. Održivi turizam prema UNWTO trebao bi:²⁵

- optimalno koristiti okolišne resurse koji čine ključni element u razvoju turizma, održavajući bitne ekološke procese i pomažući očuvanju prirodne baštine i biološke raznolikosti
- poštovati socio-kulturnu autentičnost lokalnih zajednica, očuvati njihovu izgrađenu i živu kulturnu baštinu i tradicionalne vrijednosti, te doprinijeti međukulturnom razumijevanju i toleranciji
- osigurati održive, dugoročne ekonomske operacije, pružajući socio-ekonomske koristi svim dionicima koje su pravedno raspodijeljene, uključujući stabilno zaposlenje i mogućnosti za ostvarivanje prihoda te socijalne usluge za lokalne zajednice, i doprinoseći smanjenju siromaštva.

Održivi razvoj turizma zahtijeva informirano sudjelovanje svih relevantnih dionika kako bi se osiguralo široko sudjelovanje i izgradnja konsenzusa. Postizanje održivog turizma je kontinuirani proces i zahtijeva stalno praćenje utjecaja uz uvođenje preventivnih i korektivnih mjera kad je potrebno.

Jedan od primjera dobre prakse je UNWTO koji je objavio popis od 32 sela iz 22 različite destinacije koji su osvojili priznanje za „Najbolje turističko selo“. Priznanje uključuje ruralne destinacije koje prihvaćaju turizam kao pokretača razvoja i novih prilika za zapošljavanje i prihode, istovremeno čuvajući i promovirajući vrijednosti i proizvode temeljene na zajednici. Inicijativa prepoznaje sela zbog njihove predanosti inovacijama i održivosti u svim aspektima – ekonomskom, socijalnom i okolišnom – s fokusom na razvoj turizma u skladu s Ciljevima održivog razvoja. Sela su ocijenjena od strane neovisnog Savjetodavnog odbora na temelju skupa kriterija koji pokrivaju devet područja:²⁶

- kulturalni i prirodni resursi
- promocija i očuvanje kulturnih resursa
- ekonomska održivost
- socijalna održivost
- ekološka održivost
- razvoj turizma i integracija u vrijednosni lanac

²⁵ UNWTO (n.d.). *Sustainable development*.

²⁶ UNWTO 2022. *Best Tourism Villages' of 2022 Named by UNWTO*.

- upravljanje i prioritet turizma
- infrastruktura i povezanost
- zdravlje, sigurnost i zaštita

U 2022. godini predloženo je 136 sela za razmatranje od strane 57 zemalja članica UNWTO-a. Od tih sela, 32 su prepoznata kao Najbolja turistička sela od strane UNWTO-a. U 2023. godini, koje je ujedno treće izdanje ovoga programa, 54 sela iz svih regija odabrana su među 260 prijava. Dodatnih 20 sela pridružilo se programu unapređenja, te su ukupno 74 sela sada dio UNWTO mreže najboljih turističkih sela. Sela su imenovana tijekom Generalne skupštine UNWTO-a. Cilj programa je prostor za razmjenu iskustava i dobrih praksi, učenje i mogućnosti između svojih članova, te je tako otvorena za doprinos stručnjaka i partnera iz javnog i privatnog sektora koji se bave promocijom turizma kao pokretača ruralnog razvoja. Ovaj program primjer je dobre prakse za očuvanje bioraznolikosti, te su isto tako prepoznati kao dobri promotori inovacija i održivosti. Ovakvih programa treba biti sve više u kojima će se dodatan naglasak stavljati na održivost i održivi razvoj, pogotovo u aspektu turizma.

2. Luksuzni turizam

Luksuzni turizam je teško definirati jednom rečenicom s obzirom da uključuje više obilježja, i činjenice da pojam „luksuz“ nema za sve ljude isto značenje. U današnjem svijetu, pojam „luksuz“ postao je višedimenzionalan pojam. Treba napomenuti kako se luksuzni turizam ne odvija samo u destinaciji gdje postoje hoteli sa visokom kategorizacijom. Iskustvo luksuznog turizma se također odvija u načinu prijevoza kao što je zrakoplovna kabina prve klase ili jahta koja plovi s privatnim skiperom. Luksuzni turizam se može sastojati od posjeta ili boravka na najneuhvatljivijim ili najekskluzivnijim mjestima, gdje prevladavaju mir i tišina.²⁷ Odnosno, luksuzni turizam je vrsta putničke aktivnosti koja uključuje segment ljudi kojima nije problem potrošiti znatnija novčana sredstva na visokokvalitetnu udobnost, personalizirane usluge i proizvode koji se nude u destinaciji.²⁸

Luksuzni turizam uključuje kvalitetu i doživljaj gdje posjetitelji koriste luksuzne usluge kao demonstraciju njihove kulture, stila života ili ukusa. Teško je odrediti glavna obilježja luksuznog turizma s obzirom da je teško odrediti što luksuz predstavlja pojedincu. Neki od ključnih obilježja koji predstavljaju luksuzni turizam nabrojani u radu Iloranta, R. *Luxury tourism—a review of the literature* iz 2022. godine, a to su²⁹:

- Turistički proizvod: to je proizvod koji nudi izvrsnu kvalitetu, ekskluzivnost te potpunu ili prilagođenu visokokvalitetnu uslugu i hranu. Osim toga, spomenute su značajke poput sigurnosti, pogodnosti i lokacije. Kada je kontekst luksuznog turizma definiran kao iskustvo, pristup je bio promatrati potrošače kao osobe koje dobivaju različite pogodnosti i nezaboravna iskustva korištenjem proizvoda.
- Turistički doživljaj: Luksuzni turizam uglavnom je opisan kao iskustveni, emocionalni i hedonistički, s visokom kvalitetom. Iskustvo je opisano kao jedinstveno, personalizirano, ekskluzivno, nezaboravno i holističko; s udobnošću i praktičnošću koji su ključni za posjetitelja.
- Cijena: Visoka cijena, skupi proizvodi i usluge su jedan od glavnih faktora koji određuju pojam luksuznog turizma. Ali kod luksuznog turizma i cijene postoji problem, jer je cijena kontinuirana varijabla i ne postoji definitivan stav o tome kolika bi cijena trebala biti da bi nešto bilo luksuzno i uvršteno u domenu luksuza. Ono što je skupo za jednu

²⁷ Thirumaran, i Raghav “Luxury tourism, developing destinations: Research review and trajectories” 140.

²⁸ ibidem

²⁹ Iloranta, “Luxury tourism—a review of the literature” 6.

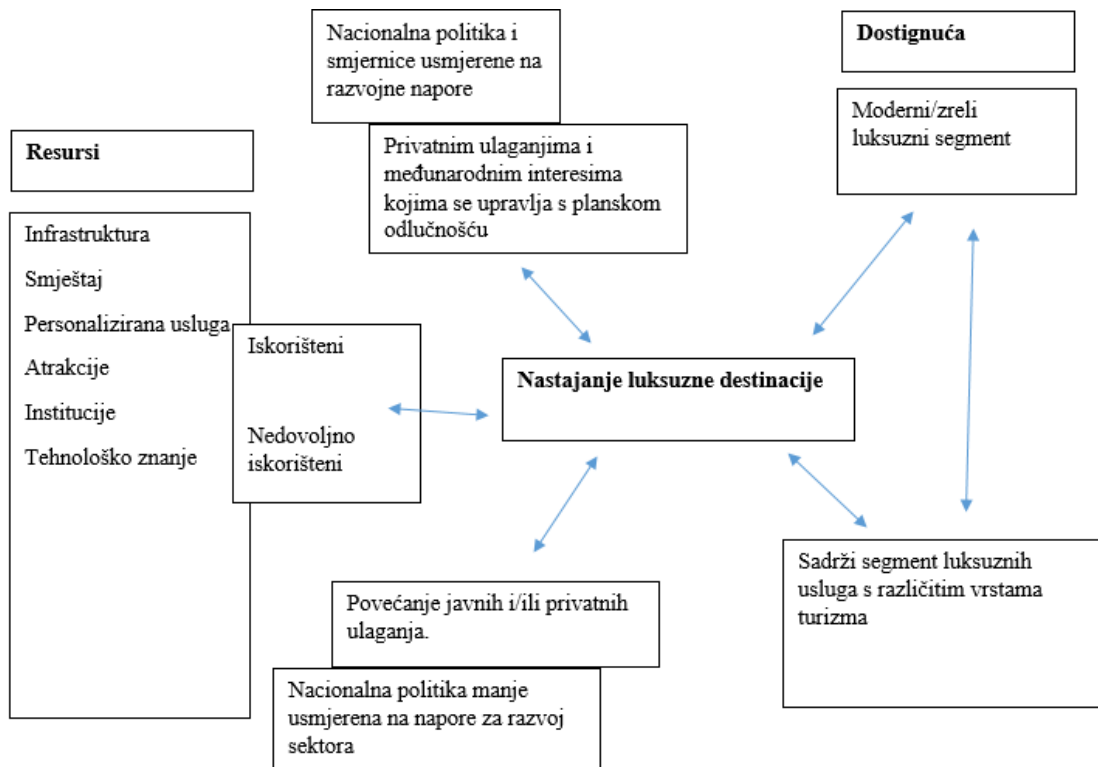
osobu ne znači da je skupo za drugu osobu. Stoga, razmatranje cijene kao pokazatelja luksuznog turizma ima svoje izazove.

- Kategorizacija smještajnih i ugostiteljskih objekata: Obuhvaća restorane s Michelinovim zvjezdicama, luksuzne hotele visoke kategorizacije. Za takve se hotele smatra da su hoteli s punom uslugom koji zadovoljavaju standarde luksuznih gostiju. Međutim, može doći do varijacija kvalitete unutar takve usluge. Luksuz nije definiran brojem zvjezdica koje hotel ima, već prilagođenim uslugama individualnim potrebama gosta. Jedan od važnijih izazova koji kategorizacija ima je to što su suvremeni potrošači heterogeni i, primjerice, ultra bogati potrošač koji posjeduje visoko materijalno bogatstvo možda neće doživjeti standardni hotel s pet zvjezdica kao luksuz već zahtjeva nešto više.
- Preferencije posjetitelja: važno je razumjeti kakve su preferencije luksuznih turista. Kroz različita istraživanja, luksuzni turisti opisani su kao tražitelji vrijednosti usluga iznimne, visoke kvalitete i atraktivnog fizičkog okruženja. Takvi potrošači imaju visoka očekivanja jer znaju što žele. Još jedna od glavnih karakteristika s kojima se povezuje luksuznog turista su bogatstvo, visoka primanja pa samim time imaju mogućnost izdvojiti veća novčana sredstva za putovanja.

Ovo su neki od faktora koji pobliže objašnjavaju pojam i značenje luksuznog turizma i njegove glavne karakteristike.

Luksuzni turizam smatra se oblikom turizma koji nudi visokokvalitetne i personalizirane usluge koje koriste turisti visoke platežne moći. S obzirom na visoke cijene, turisti zauzvrat očekuju kvalitetnu uslugu kako bi opravdali takve cijene. Vrste usluga koje takav oblik turizma nudi su boravci u hotelima i drugim smještajnim objektima visoke kategorizacije, luksuzna krstarenja, putovanja privatnim avionima, odlazak na egzotične destinacije (svemirska putovanja, putovanja oceanom) i slično. Razvojem turizma sve više destinacija želi težiti pojmu „luksuzno“, jer smatraju da će, ukoliko se okrenu takvom obliku turizma imati veću zaradu od onih destinacija u kojima prevladavaju smještajni kapaciteti niže kategorizacije. No, kako bi to postigli i kako bi se mogli nazivati luksuznom destinacijom, treba proći puno stavki koje treba zadovoljiti. Sljedeća slika prikazuje na koje segmente treba obratiti pozornost.

Slika 1. Stavke za nastajanje luksuzne destinacije



Izvor : Thirumaran, K., & Raghav, M. Luxury tourism, developing destinations: Research review and trajectories. *Asian Journal of Tourism Research* 2 (2) (2017): 144.

Model prikazan na Slici 1 prikazuje koje resurse destinacija treba imati kako bi se razvijala u luksuznom smjeru, a to su: infrastruktura, smještajni kapaciteti, personalizirana usluga, atrakcije, institucije i tehnologija. Sve te resurse je potrebno na adekvatan način iskoristiti i potrebno je da budu u sinergiji s nacionalnim politikama i privatnim investitorima. Potrebno je voditi računa o tome da su sve investicije u interesu privatnih firmi i korporacija, kao i u interesu lokalnog stanovništva. Kada se sve to skupa na pravilan način implementira, dolazi se do novog, modernog i zrelog luksuznog segmenta koji sadrži luksuznu, personaliziranu uslugu s različitim tipovima turizma. Kada je sve to zadovoljeno, tek onda se može pričati o luksuznoj destinaciji.

2.1. Utjecaj luksuznog turizma na lokalne zajednice

Sudjelovanje lokalne zajednice za razvoj turizma i destinacije je važno. To se odnosi na aktivno uključivanje članova zajednice u procese donošenja odluka, aktivnosti i inicijative koje utječu na njihov život i okolinu. Turizam u području u kojem se razvija, pa tako i lokalnim zajednicama donosi brojne koristi. Najznačajniji su utjecaji na društveni proizvod i nacionalni

dohodak, utjecaj na platnu bilancu zemlje kroz tzv. „nevidljivi uvoz i izvoz“, utjecaj na razvoj nedovoljno razvijenih sektora tog područja, i kao podjednako značajno je izdvajanje utjecaja na zapošljavanje stanovništva, odnosno utjecaja na ljudske resurse.³⁰ Investicije u turizam, pa tako i sa luksuznim često kroz razne projekte i nove gradnje rezultira poboljšanjem infrastrukture. Jedna od ekonomskih koristi koja može pomoći lokalnoj zajednici je stvaranje novih radnih mjesta kroz gradnju luksuznih turističkih objekata poput hotela, apartmana i vila. Dolazak luksuznih turista može potaknuti potrošnju u lokalnim trgovinama (kupovina domaćih i ručno izrađenih proizvoda od lokalnih proizvođača), restoranima i drugim objektima. Povećanje prometa posljedično dovodi do povećanja nacionalnog dohotka i utjecaja na platnu bilancu.

Osim brojnih prednosti koje razvoj luksuznog turizma može donijeti lokalnom stanovništvu i destinaciji, s druge strane sa sobom nosi i neke izazove s kojima se suočava lokalna zajednica. Autori Cooper i Hall bavili su se analizom pozitivnih i negativnih ekonomskih učinaka razvoja turizma koji se mogu implementirati i kroz razvoj luksuznog turizma. Neke od stavki koje su naveli su lokalna inflacija i povećanje cijena, zamjena lokalne sa uvezenom radnom snagom, povećanje cijena nekretnina, povećan jaz između prihoda bogatih i siromašnih, moguća investiranja samo u turizam, bez ili minimalnih izdvajanja za ostale sektore, neadekvatna procjena troškova razvoja turizma, gubitak lokalnog vlasništva i slično.³¹ Profiti od luksuznog turizma često većim dijelom pripadnu velikim investitorima ili korporacijama, dok s druge strane lokalno stanovništvo može imati ograničenu ili gotovo nikakvu korist od razvoja luksuznog turizma. Može dovesti i do promjena u društvenim normama, kulturnim identitetima i načinu života lokalnog stanovništva, što može uzrokovati konflikte i otpor unutar zajednice. Kako bi se povećali benefiti od turizma i smanjili negativni utjecaji, potrebno je uspostaviti uzajamnu vezu između lokalne zajednice i ostalih subjekata turizma.³² Lokalna zajednica mora biti uključena u kontrolu razvoja turizma, kroz postavljanje ciljeva i strategija razvoja. Ona snosi i dio odgovornosti za nastanak mogućih konflikata u destinaciji. Doživljaj turista u destinaciji mora biti autentičan odraz lokalne kulture.³³ Jedan od sigurnih načina eliminacije negativnih socio-kulturnih utjecaja je aktivno uključivanje lokalne zajednice u planiranje, razvoj i kontrole luksuznog turizma u destinaciji, odnosno njihovoj lokalnoj zajednici.³⁴

³⁰ Milićević, i Trišić „Ekonomski i socio-kulturni efekti razvoja turizma u turističkim destinacijama“ 22.

³¹ Cooper i Hall, *Contemporary Tourism: An International Approach*, 115.

³² Milićević i Trišić „Ekonomski i socio-kulturni efekti razvoja turizma u turističkim destinacijama“, 31.

³³ ibidem

³⁴ Milićević, i Trišić „Ekonomski i socio-kulturni efekti razvoja turizma u turističkim destinacijama“, 34.

Luksuzni turizam može pozitivno utjecati i ojačati razvoj destinacije ovisno o načinu na koji se implementira i koliko je u sinergiji sa lokalnim stanovništvom. To dovodi do ekonomskog rasta i razvoja destinacije kroz prihode, stvaranja novih radnih mjesta i poticanje malih poduzetnika na dodatnu zaradu u lokalnoj zajednici.

Iz svega navedenoga može se zaključiti kako se luksuznim turizmom ponuda prilagođava specifičnim zahtjevima te je potreban velik angažman svih dionika destinacije.³⁵ Time turizam pomaže održivom i odgovornom razvoju destinacije, pridonosi očuvanju resursa i kvaliteti življenja lokalnog stanovništva.³⁶ Zato dolazak turista više platežne moći pomaže razvoju imidža destinacije, a s druge strane omogućuje uključivanje lokalnih dionika u kreaciji doživljaja.

2.2. Integracija održivosti u luksuzni turizam

Održivost igra ključnu ulogu u luksuznom turizmu jer predstavlja pristup koji istovremeno uzima u obzir ekonomske, socijalne i ekološke aspekte kako bi se osiguralo da turizam podržava dugoročnu dobrobit destinacija, lokalnih zajednica i okoliša. Očuvanje okoliša se može implementirati kroz ekološki osviještene prakse. Prevelike količine hrane koja se baca postaje problem, no luksuzni turizam može kroz promicanje lokalne, sezonske i održive hrane i suradnjom sa lokalnim proizvođačima smanjiti ekološki utisak. Postoje razne edukacije turista o održivosti i ekološkoj osviještenosti. Luksuzni turistički objekti provode programe edukacije i osvještavanja gostiju o održivim praksama te ih potiču da sudjeluju u zaštiti okoliša tijekom svog boravka. Tako je Valamar Riviera 2023. godine osmislila donacijsku kampanju za sadnju drveća pod nazivom „*Easy as one, two, tree*“ koja ima za cilj omogućiti tvrtkama, gradovima i općinama da neutraliziraju svoj ugljični otisak sadnjom stabala. Prilikom prijave ili odjave, svaki Valamarov gost imao je mogućnost donirati za sadnju stabala.³⁷ Održivost i luksuz mogu zajednički djelovati kroz komponentu prijevoza, ponuditi vožnje električnim vozilima, biciklima i romobilima kako bi se smanjile emisije stakleničkih plinova.

Održivost se uklapa u luksuzni turizam kroz integraciju ekonomskih, socijalnih i ekoloških ciljeva u poslovne prakse i strategije razvoja, što rezultira dugoročnim prosperitetom destinacija, zadovoljstvom gostiju i zaštitom prirodnih i kulturnih resursa. U svijetu postoje dobri i loši primjeri implementacije održivosti u luksuzni turizam, a jedan od dobrih primjera

³⁵ Gržinić, i Bobanović „Luksuzni turizam i stavovi dionika – odabrani obalni gradovi Hrvatske“, 58.

³⁶ ibidem

³⁷ Valamar All you can holiday (2023.). *Valamar sa svojim gostima doprinosi očuvanju šuma u Hrvatskoj.*

su *Four Seasons Hotels and Resorts* (dalje u tekstu FSHR). FSHR je poznat kao jedan od vodećih svjetskih brendova ultra luksuznih hotela s više od 100 objekata u više od 40 zemalja diljem svijeta.³⁸ Tajna njihovog uspjeha je pružanje kvalitetne usluge. Oni postavljaju višu cijenu kako bi održali svoj luksuzni brend, a druge strane nude kvalitetnu uslugu koja kod kupaca opravdava takvu cijenu. Kod luksuznih brendova se očekuje da ispune visoko postavljena očekivanja gostiju kroz kvalitetno uzvraćenu uslugu. Prema stavci jedinstvenosti, FSHR pruža personalizirano i jedinstveno iskustvo svojim kupcima. Što se tiče estetike, oni dovode korisničko iskustvo na novu razinu predstavljajući ljepotu umjetnosti i stvarajući zadovoljstvo za sva osjetila. Što se tiče povijesti mjesta i kulturnog nasljeđa, važno je pokazati vjeru u povijesnu vrijednost brenda i biti ustrajan u primjeni takvih vrijednosti kroz vrijeme, a ne samo imati priču koju je jednostavno za ispričati što FSHR i čini. Na kraju, u analizi suvišnosti, istraživanje je predstavilo proširenje iskustva FSHR uslugama putem različitih kanala distribucije proizvoda. Ova analiza pokazuje da održivost brenda zahtijeva stalno razmišljanje, pridavanje pažnje detaljima i dizajn kratkoročnih i dugoročnih strategija kako bi se ispunile potrebe kupaca kroz kontinuirani napor održavanja održive razine luksuznog brenda.³⁹

³⁸ Ding, i Legendre "Managing Luxury Brand Creation, Communication and Sustainability: Evidence from the Four Seasons Hotels and Resorts Case", 337.

³⁹ *ibidem*

3. Istra kao luksuzna turistička destinacija

Istarska županija je najzapadnija županija u Republici Hrvatskoj. Spada u jednu od manjih županija u državi s ukupnom površinom od 2.812,97 km² i brojem stanovnika od 195.794 prema popisu stanovništva iz 2021. godine. Sastoji se od 10 gradova, a to su Buje, Buzet, Labin, Novigrad, Pazin, Poreč, Pula, Rovinj, Umag i Vodnjan. S obzirom na relativno mali broj gradova, ima veliki broj općina, točnije njih 31, a to su Bale, Barban, Brtonigla, Cerovlje, Fažana, Funtana, Gračišće, Grožnjan, Kanfanar, Karojba, Kaštelir-Labinci, Kršan, Lanišće, Ližnjan, Lupoglav, Marčana, Medulin, Motovun, Oprtalj, Pićan, Raša, Sveti Lovreč, Sveta Nedelja, Sveti Petar u Šumi, Svetvinčenat, Tar, Tinjan, Višnjan, Vižinada, Vrsar i Žminj. Upravno sjedište Istre je grad Pazin, a političko i gospodarsko sjedište Pula. Dan županije se svake godine tradicionalno održava 25. rujna. Pula je površinom i brojem stanovnika od 52.411 najveći grad u Istri. Jedna od zanimljivosti kojom se može pohvaliti Istra je ta da se tamo nalazi najmanji grad na svijetu, Hum. U njemu žive tri obitelji, a ukupni broj stanovnika je 22.

U Istri se govori karakterističnim čakavskim narječjem, a od etničkog sastava odnosno strukture stanovništva najviše je Hrvata. Najveća etnička manjina su Talijani koji čine preko 6 % ukupnog stanovništva Istre.

Istra je na povoljnom i atraktivnom mjestu jer se nalazi na sjeveroistočnom dijelu Jadranskog mora i s tri strane okružena morem, što omogućuje veliki broj lijepih plaža kroz čitavi poluotok. Blizina emitivnih tržišta stavlja Istru u povoljan položaj, te je i to jedan od razloga zašto je na tom području tako dobro razvijen turizam.

Klima područja je sredozemna, i to je njezino osnovno obilježje. Činjenica da je poluotok s triju strana okružen morem uvjetuje da se prema unutrašnjosti sredozemna klima spaja s umjereno kontinentalnom klimom⁴⁰. To znači da posjeduje jednu od povoljnijih klima svijeta gdje su ljeta topla i suha s puno sunčanih dana tijekom cijele godine, a zime su blage i ugodne sa rijetkom pojavom snijega. Najhladniji mjesec je siječanj, a najtopliji su srpanj i kolovoz. Padaline su u normalnim količinama, a karakteristični vjetrovi za ovo područje su Bura, Jugo i Maestral.

Istra nudi veliki broj djelatnosti poput prerađivačke industrije, ribolova, trgovine i transporta. Najpoznatije djelatnosti koje se vezuju uz Istru su turizam i poljoprivreda. Istra je poznata po svojoj kvalitetnoj enogastronomskoj ponudi, a najpoznatiji proizvodi su maslinovo ulje, bijeli i crni tartuf, šparoge i razna vina.

⁴⁰ Plan razvoja Istarske županije za razdoblje 2022.-2027. Istarska županija.

Istra je poznata kao destinacija gdje turizam igra značajnu ulogu. Postala je poznata zbog svoje prirodne ljepote i činjenice da je destinacija koja se nalazi na moru. Može se pohvaliti i sa bogatom kulturno povijesnom baštinom koja uključuje prepoznatljive znamenitosti, starim gradovima koji nose zanimljive priče i slično. Najviše prihoda ostvaruje se putem turizma i ona primarna djelatnost i glavni izvor financiranja. Upravo zato se u Istri nudi veliki broj smještajnih i ugostiteljskih objekata kako bi se moglo odgovoriti na turističku potražnju. Od smještajnih objekata najviše se nude privatni smještaji, kuće za odmor, kampovi i hoteli. Ugostiteljski objekti uključuju restorane u sklopu hotela i kampova, ali i samostalne restorane, beach barove, gostionice, konobe. Najposjećeniji grad u Istri je Rovinj koji se u proteklih nekoliko godina može pohvaliti najvećim brojem ostvarenih dolazaka i noćenja na području cijele Hrvatske, te najbrže ostvarenim milijuntim noćenjem od domaćih i stranih posjetitelja. Osim Rovinja, visoku posjećenost svake godine imaju Poreč, Umag, Novigrad, Pula, i Medulin.

Što se tiče prirodnih ljepota, jedan od predvodnika su obale i plaže koje su u kombinaciji s čistim morem rasprostranjene duž čitavu obalu. Neizostavan dio prirodnih ljepota čini i planina Učka. Ova planina svake godine privlači veliki broj turista. Isto tako, Istra je prepuna šuma i parkova prirode gdje posjetitelji mogu uživati u raznolikoj flori i fauni.

Osim prirodnih ljepota, Istra ima i bogatu kulturno-povijesnu baštinu. Kroz čitav poluotok može se vidjeti i posjetiti veliki broj spomenika koji datiraju još iz razdoblja antike i srednjeg vijeka. Jedna od najpoznatijih povijesnih građevina je Amfiteatar u Puli, za koji se kaže da je simbol moći i veličanstva antičkog Rimskog Carstva.

Kada se priča o kulturnim ljepotama Istre, nezaobilazno je spomenuti Eufrazijevu baziliku. To je bazilika koja je smještena u Poreču, pod zaštitom UNESCO-a, a izgrađena je u vrijeme ranokršćanske umjetnosti i arhitekture.

Istra je destinacija koja je turistički najznačajnija u Hrvatskoj. Ima najviše turističkih dolazaka i noćenja već dugi niz godina. Tablica u nastavku prikazuje dolaske i noćenja domaćih i stranih turista u 2022. i 2023. godini na razini cijele Hrvatske. Važno je napomenuti kako se ovdje radi o godinama oporavka za sektor turizma koja je uzrokovala pandemija koronavirusa. Tablica prikazuje broj turista iz pojedinih zemalja, te se može vidjeti kako je najveći broj turista bio iz Austrije, zatim slijede Italija i Mađarska. Najmanje turista bilo je iz Ujedinjenog Kraljevstva.

Tablica 1. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u Republici Hrvatskoj u 2022. i 2023. godini

	Dolasci			Noćenja				
	2022.	2023.	indeksi 2023. 2022.	2022.	2023.	indeksi 2023. 2022.	2023.	
							struktura noćenja	prosječan broj noćenja po dolasku
Ukupno	17 774 958	19 492 931	109,7	90 040 177	92 376 832	102,6	100,0	4,7
Domaći turisti	2 451 209	2 638 062	107,6	7 752 665	8 113 228	104,7	8,8	3,1
Strani turisti	15 323 749	16 854 869	110,0	82 287 512	84 263 604	102,4	91,2	5,0
Od ukupno stranih turista, prema izabranim zemljama prebivališta								
Austrija	1 453 241	1 519 482	104,6	7 439 907	7 640 145	102,7	9,1	5,0
Češka	835 402	781 274	93,5	5 508 190	5 010 620	91,0	5,9	6,4
Italija	908 160	952 911	104,9	3 897 516	3 932 149	100,9	4,7	4,1
Mađarska	573 011	697 270	121,7	2 808 907	3 326 048	118,4	3,9	4,8
Nizozemska	528 947	536 020	101,3	3 139 135	3 009 590	95,9	3,6	5,6
Njemačka	3 281 187	3 206 708	97,7	23 555 423	22 329 473	94,8	26,5	7,0
Poljska	1 005 957	1 042 956	103,7	6 335 512	6 359 514	100,4	7,5	6,1
Slovačka	480 264	489 482	101,9	3 071 636	3 031 928	98,7	3,6	6,2
Slovenija	1 418 967	1 509 640	106,4	7 470 057	7 684 254	102,9	9,1	5,1
Ujedinjena Kraljevina	695 903	730 254	104,9	3 402 723	3 466 794	101,9	4,1	4,7

Izvor: Državni zavod za statistiku, Dolasci i noćenja 2023. Zagreb, objavljeno 29. veljače 2024. Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58169>

Iz tablice se može vidjeti koliko je Hrvatska turistički popularna destinacija koja svake godine privlači veliki broj turista. Najveći broj turista te je godine posjetio Istarsku županiju, što potvrđuju podaci iz Državnog zavoda za statistiku. U Istarskoj županiji ostvareno je najviše turističkih dolazaka i noćenja u 2023. godini, i to 4,8 milijuna dolazaka (što čini 24,8 % od ukupno ostvarenih dolazaka) i 28,1 milijun noćenja (što čini 30,4 % od ukupno ostvarenih noćenja u komercijalnom smještaju). Iz ovih podataka vidljivo je kako je Istra turistički najznačajnija županija za hrvatski turizam.

3.1. Povijesni razvoj Istre kao turističke destinacije

Povijesni razvoj Istre seže u davna vremena, a kroz razdoblja mijenjale su se različite kulture koje su se nastanile na poluotoku i ostavile trag sve do današnjeg doba. Neki nalazi sežu u daleku povijest, ali je za današnje povijesno bogatstvo koje Istra nudi veliku ulogu igralo razdoblje Rimskog Carstva, točnije kasno rimsko doba (period kraja 3. stoljeća) kada se u Istri javlja kršćanstvo, a početkom 4. stoljeća počinju se graditi i prve crkve, gdje su Poreč i Pula bila najstarija biskupska središta⁴¹. Istarski poluotok, kao najsjeverniji sredozemski poluotok, zbog svoje blizine srednjoeuropskom prostoru morskim putem, bio je uvijek u središtu svjetskih

⁴¹ Istarska enciklopedija, *Leksikografski zavod Miroslav Krleža*, 2024.

zbivanja, prema tome kako su u pojedinim razdobljima i povijestima poimali svijet.⁴² Povijest Istre vrlo je kompleksna zbog višeslojnosti svega što se dešavalo na poluotoku. Turizam kao aktivnost postoji od davnina, a glavni motiv bila su putovanja koja su uključivala trgovinu, vjerska putovanja i razne kulturne razmjene. Značajnije promjene glede turizma počele su se događati u 19. stoljeću, za vrijeme Industrijske revolucije. U nastavku se spominju ključne faze koje su najviše utjecale na razvoj Istre.

Prvi važniji period bilo je antičko razdoblje kao dio Rimskog Carstva. Gradovi poput Pule i Poreča bili su važna trgovačka i kulturna središta. Tadašnji glavni motivi putovanja bili su odmor, rekreacija i zdravstveni turizam. Nakon pada Rimskog Carstva, značajniji period za turizam Istre činio je Srednji vijek. Istra je pripala Bizantskom Carstvu i u tom periodu su Rovinj, Motovun i Pazin postali urbana središta, a glavni motiv putovanja bili su hodočašća i posjeti crkvama. Razdoblje koje je također važno spomenuti je kada je Istra postala dio Mletačke Republike i tada su trgovina i pomorstvo igrali značajnu ulogu. Njihova arhitektura i stil gradnje obogatili su Istru, a veliki broj gradova su postali turistička odredišta za Venecijanske plemiće koji su dolazili na odmor. Nakon pada Mletačke Republike, Istra je postala dio Austro-ugarske Monarhije. Jedna od prekretnica u to doba bila je izgradnja infrastrukture koja je znatno olakšala putovanja. U ovom razdoblju veći naglasak bio je na prirodnim i kulturnim ljepotama koje je Istra tada pružala, a glavni motivi putovanja bili su odmor i kulturno nasljeđe. Nakon toga, valja spomenuti novija doba koja su oblikovala današnji turizam, točnije 20. stoljeće. Tada je turizam u Istri doživio značajan rast. Nakon Prvog svjetskog rata, Istra je pripojena Italiji, a nakon Drugog svjetskog rata postala je dio Jugoslavije. Tijekom jugoslavenske ere, razvijena su turistička naselja duž obale.

Sve ove promjene koje su se dogodile kroz povijest znatno su utjecale kako na turizam, tako i na ostale aspekte života ljudi na tom području. Treba spomenuti kako je Istra danas takva upravo zbog svih promjena i zbivanja koja su se dogodila kroz povijest. Turizam današnjice karakterizira očuvanje prirodnih resursa, naglasak na plaže, more, gastronomiju i bogatu kulturnu baštinu. Kao takva spada u jednu od najpopularnijih turističkih regija u Hrvatskoj, a to čini upravo bogata povijest koja se je dogodila na ovom području.

⁴² Darovec, *Pregled istarske povijesti*, 94.

3.2. Luksuzna turistička ponuda Istre

Istra je po mnogočemu posebna destinacija koja iz godine u godinu privlači sve više posjetitelja. Njezine posebnosti su brojne. Osim povoljnog geografskog položaja, prekrasnog krajolika i velikog broja plaža, Istra nudi razne luksuzne smještaje, vrhunsku gastronomsku ponudu, wellness sadržaje, te mogućnost uživanja u kulturnim manifestacijama.

Istra ima bogatu gastronomsku ponudu koja je nadaleko poznata u Hrvatskoj i svijetu. Tartufi, šparoge, boškarin, maslinovo ulje, pršut i razna vina samo su dio bogate ponude od kojih se rade vrhunska jela s domaćim proizvodima. Istra se može pohvaliti velikim brojem konoba u kojima se nude tradicionalna jela vezana za pojedini dio Istre. Osim konoba, postoji veliki broj restorana sa Michelinovom zvjezdicom, a valja napomenuti kako je to dio ponude koji se direktno veže za luksuzni dio ponude u Istri.

Što se tiče smještaja, kada se govori o luksuznom aspektu, uključuje smještajne objekte koji imaju visoku kategorizaciju, a sukladno tome i visoku cijenu. U Istri postoje velike korporacije poput Maistre d.d. i Valamar Riviere koje nude veliki broj smještajnih objekata. Osim hotela, u ponudu smještaja ubrajaju se luksuzni kampovi, kuće za odmor, vile i apartmani. U nastavku je popis objekata u Istri sa najvišom kategorizacijom, odnosno hoteli i kampovi s 5 zvjezdica:

- Hotel Grand Park Rovinj
- Hotel Lone Rovinj
- Hotel Monte Mulini Rovinj
- Girandella Valamar Collection Resort
- Marea Valamar Collection Suites
- Isabella Valamar Collection Island Resort
- Istra Premium Camping Resort

Osim hotela i kampova, kako je već spomenuto u Istri postoje restorani koji se mogu pohvaliti time da su ponosni nositelji Michelinove zvjezdice ili preporuke, a to su:

- Restoran Agli Amici Rovinj
- Restoran Monte Rovinj
- Restoran La Puntulina Rovinj

Prema nabrojenim smještajnim objektima i restoranima može se vidjeti kako Istra već sada ima veliki broj objekata s visokom kategorizacijom. No, luksuzni turizam nije samo ponuda

smještajnih i ugostiteljskih objekata visoke kategorizacije; moraju se sinergijski povezati glavni čimbenici koji karakteriziraju luksuzni turizam i destinaciju, a koji su detaljnije opisani u Poglavlju 2. Isto tako, za kvalitetno funkcioniranje novo uvedenog oblika turizma u neku destinaciju važno je mišljenje lokalnog stanovništva. Što oni misle o razvoju luksuznog turizma u Istri detaljnije je objašnjeno u Poglavlju 5., u kojem su analizirani rezultati provedenog istraživanja pod nazivom „Stav lokalnog stanovništva o razvoju luksuznog turizma u Istri“.

3.3. Statistički podaci o turističkom prometu Istre

Istra je visoko posjećena turistička destinacija kojoj svake godine raste broj posjetitelja. Kao i svi ostali gradovi u Hrvatskoj, ima problem sa sezonalnošću, pa sukladno tome najviše turističkih dolazaka i noćenja bilježi u ljetnim mjesecima. Hrvatska, pa tako i Istra, svake godine intenzivno radi na tome da se smanji sezonalnost i produži period turističkih dolazaka i noćenja. Istra je zbog svog geografskog položaja, mora i prekrasnih obala tip destinacije koja privlači turiste u ljetnim mjesecima. Broj dolazaka i noćenja stranih i domaćih turista za period od 2010. do 2020. godine prikazane su u nastavku:

Tablica 2. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u Istri kroz period 2010. - 2020. godine

Godina	Dolasci			Noćenja		
	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno
2010.	160.632	2.467.286	2.627.918	656.313	17.075.568	17.731.881
2011.	175.300	2.720.386	2.895.686	717.532	18.377.869	19.095.401
2012.	166.161	2.818.881	2.985.042	656.538	19.220.830	19.877.368
2013.	169.846	2.810.817	2.980.663	614.668	18.830.462	19.445.130
2014.	174.289	2.884.937	3.059.226	616.781	18.928.522	19.545.303
2015.	189.711	3.180.194	3.369.905	661.409	20.305.152	22.966.561
2016.	222.421	3.540.753	3.763.174	741.019	22.387.214	23.128.233
2017.	228.926	3.875.092	4.104.018	723.578	24.702.898	25.426.476
2018.	267.662	4.065.090	4.332.752	834.651	25.344.112	26.178.763
2019.	303.954	4.177.744	4.481.698	934.792	25.453.853	26.388.645
2020.	174.601	1.561.714	1.736.315	597.613	10.855.171	11.452.784

Izvor: izrada autorice prema podacima iz Državnog zavoda za statistiku, 15.04.2024.

Iz gornje tablice može se vidjeti kako se dolasci i noćenja stranih i domaćih turista povećavaju kroz godine, izuzev 2020. godinu. Razlog naglog opadanja je pandemija uzrokovana koronavirusom koja je nakratko ograničila turistička kretanja unutar i izvan zemalja diljem svijeta. No, turizam u Istri se brzo oporavio, što potvrđuje podatak iz tablice u nastavku:

Tablica 3. Dolasci i noćenja stranih i domaćih turista u 2023. godini

Istarska županija	dolasci	4 832 877	396 875	4 436 002	105,4	106,4	105,3
	noćenja	28 121 131	1 194 356	26 926 775	101,6	105,5	101,4

Izvor: Državni zavod za statistiku, objavljeno 29. veljače 2024.

Iz gornje tablice može se vidjeti kako je 2023. bila godina oporavka za turizam Istre. Prema objavljenim podacima iz Državnog zavoda za statistiku, u Istarskoj županiji ostvareno je najviše turističkih dolazaka i noćenja, te je također nadmašen pretpandemijski rezultat, odnosno 2019. godina.

Što se tiče strukture stranih posjetitelja, najviše posjetitelja dolazi iz Njemačke (38,8 %), Austrije (14,2 %), Slovenije (9,2 %), Italije (6,3 %) i Nizozemske (5,6 %) ⁴³. Podaci vezani uz smještaj pokazuju da je najviše noćenja ostvareno u kampovima, 39,9 % od ukupno ostvarenih noćenja u 2023. godini. Zatim slijede odmarališta i sličnih objekata za kraći boravak, te hoteli. Što se tiče broja ostvarenih noćenja po gradovima za prošlu godinu, važno je spomenuti kako je istarski grad Rovinj na prvom mjestu. Prošle godine ostvario je 4,1 milijun noćenja. Porast noćenja u odnosu na 2019. godinu imali su Rovinj i to za 6,6 %, i Poreč za 1,8 %. Prema svim objavljenim podacima može se zaključiti kako je Istra turistički atraktivna destinacija koja se može pohvaliti velikim brojem turista povratnika, te svake godine privlači sve veći broj turista.

⁴³ Državni zavod za statistiku, *Dolasci i noćenja turista u 2023.*

4. Pregled dosadašnjih istraživanja

Pregled literature ima za cilj analizirati postojeće znanstvene radove koji istražuju stavove lokalnog stanovništva o razvoju luksuznog turizma, s posebnim naglaskom na njihove percepcije, očekivanja i zabrinutosti.

Istraživanje literature obuhvatilo je pretragu relevantnih baza podataka kao što su Google Scholar, Scopus i Web of Science, koristeći ključne riječi poput "luksuzni turizam", "lokalno stanovništvo", "Istra", "turistički razvoj" i "stavovi". Uključene su studije objavljene u periodu od 2003. do 2023. godine, koje su bile relevantne i dostupne autorici rada.

U Tablici 4 prikazana su najrelevantnija dosadašnja istraživanja stavova lokalnog stanovništva o razvoju turizma.

Tablica 4. Pregled dosadašnjih istraživanja

Autor, godina izdavanja	Metodologija i veličina uzorka	Glavni zaključci
Cavus i Tanrisevdi (2003.)	n=600 kućanstava Anketni upitnik Faktorska, frekvencijska analiza i hi-kvadrat test.	Pronađeno je sedam faktora: negativni stavovi prema razvoju turizma, ekonomske koristi, opći problemi, gužve, negativne ekonomske koristi, kulturni problemi i podrška turističkim objektima.
Stankova i Kaleichev (2013.)	n=150 Anketni upitnik. Deskriptivna statistička analiza, korelacijska analiza.	Veća upotreba <i>online</i> alata i pametnih uređaja će utjecati na proces prodaje unutar luksuzne industrije putovanja. Luksuzni turizam zahtjeva znanstveno utemeljenu i praktičnu primjenu svih dionika.
Dykins (2016.)	Primarno i sekundarno istraživanje. Analiza procjene ekonomije turizma o broju izlaznih luksuznih putovanja iz svake regije između 2011. i projekcije rasta do 2025. Provođenje ankete u suradnji s The Telegraphom, koja je poslana e-	Umjesto ponude fiksnog proizvoda putnicima, treba im ponuditi nešto prilagođeno i specifično, te biti u mogućnosti prilagoditi tu ponudu ukoliko je potrebno.

Autor, godina izdavanja	Metodologija i veličina uzorka	Glavni zaključci
	poštom na 2500 članova i pretplatnika biltena Connections.	
Thirumara i Raghav (2017.)	Analiza sadržaja Teorijski rad.	Važno je razumjeti kako raspodjela luksuznog turizma zahtijeva ekskluzivni prostor i koncentriranu uslugu.
Breljak (2018.)	Analiza sadržaja. Teorijski rad – sustavni pregled literature. Deskriptivna i komparativna analiza.	Globalizacija pozitivno utječe na oblikovanje i razvoj turističkog gospodarstva. Proces tržišta turističkih usluga osjetljiv je na krizne situacije.
Gržinić (2019)	Teorijski rad. Knjiga koja ukazuje na važnost poznavanja temeljnih spoznaja o turizmu.	Knjiga nastala kao teorijska podloga za lakše poznavanje turističke terminologije. Značajna za buduća istraživanja.
Gržinić i Bobanović (2019.)	n=25 Anketni upitnik i dubinski intervju. Deskriptivna statistička analiza i korelacijska analiza.	Postoji potreba za daljnjim ulaganjem u identitet destinacije, uz osiguravanje konzistentne razine kvalitete u luksuznom turizmu.
Kranjčević i Hajdinjak (2019.)	Studija slučaja dva turistička središta na jadranskoj obali (Poreč i Makarska).	Društveno – ekonomska transformacija usmjerila je turistička ulaganja prema privatnom profilu koji su doveli do zanemarivanja javnog interesa.
Novotna i Kunc (2019.)	n=425 Anketni upitnik. Matematičko-statistička i analitička metoda.	Putnici koji troše više novčanih sredstava na putovanju puno su zahtjevniji i postaju sve osjetljiviji na <i>eco-friendly</i> rješenja.
Zhang, Lee, i Xiong (2019.)	n=7 intervju Kvalitativno istraživanje, intervju.	Ističu se problemi u ekonomskim, sociokulturnim i okolišnim utjecajima. Poput nepravednog dijeljenja ekonomske dobiti, dvostruki dojam o luksuznim hotelima i lokalni životni standard.
An, Moon, Norman, (2021.)	n= 251 Anketni upitnik.	Ekonomske utjecaj najvažniji je indikator stavova stanovnika prema rastu turizma. Stanovnici

Autor, godina izdavanja	Metodologija i veličina uzorka	Glavni zaključci
	Višestruka regresija; analiza varijanci.	centra grada bili su povoljniji prema rastu turizma nego stanovnici okruga, te dob i spol su moderirali učinak blizine turističkom centru na stavove stanovnika prema rastu turizma.
Creevey, Coughlan, O' Connor, (2021.)	n=115 članaka Analiza sadržaja. Teorijski rad.	Identificirano je pet ključnih tema koje ispituju strategiju luksuznog brenda, komunikaciju luksuznog brenda na društvenim medijima, stavove i percepcije luksuznih potrošača, angažman i utjecaj društvenih mreža na ishode vezane uz performanse brenda.
Ding i Legendre (2022.)	Studija slučaja koja prikazuje Four Seasons Hotels and Resorts (FSHR) kako bi se razumjelo kakvo je održavanje održive razine luksuznog brenda.	Održivost brenda zahtijeva stalno razmišljanje, pridavanje pažnje detaljima i dizajn kratkoročnih i dugoročnih strategija kako bi se ispunile potrebe kupaca.
Iloranta, (2022.)	n=119 članaka Analiza sadržaja. Teorijski rad.	Luksuzni turizam je višedimenzionalan koncept koji zahtijeva pažnju u akademskim istraživanjima.
Shin i Jeong (2022.)	n=312 Anketni upitnik. Metoda parcijalnih najmanjih kvadrata.	Luksuzni hotelski brendovi moraju uzeti u obzir usklađenost između slike njihovog brenda i tehnologije kako bi povećali percepciju gostiju o povećanju vrijednosti, zadovoljstvo i lojalnost.
Gogitidze, Nadareishvili, Harun, Arion i Muresan (2023.)	n=620 Anketni upitnik. Deskriptivna statistika i analiza glavnih komponenata.	Stariji i obrazovaniji ispitanici percipirali su utjecaje razvoja turizma pozitivnije u usporedbi s mlađom skupinom i manje obrazovanom skupinom. Pronađena je statistički značajna razlika između žena i muškaraca u vezi s njihovom percepcijom pozitivnih utjecaja razvoja turizma.

Autor, godina izdavanja	Metodologija i veličina uzorka	Glavni zaključci
Soldić Frleta i Smolčić Jurdana (2023.)	n= 865 Anketni upitnik. Deskriptivna statistička analiza, analiza pouzdanosti i regresijska analiza.	Što su percepcije ekonomskih i sociokulturnih utjecaja turizma pozitivnije, to je veća potpora lokalnog stanovništva njegovom daljnjem razvoju. Percepcije o utjecaju turizma na okoliš, i socio-demografske karakteristike stanovnika nisu se pokazale kao značajni prediktori potpore razvoju turizma.
Benerjee i Verma (2024.)	Analiza 876 postova preko društvene mreže Facebook. Deskriptivna analiza, analiza varijanci i ANOVA analiza.	Menadžment destinacijskih organizacija (DMO) trebaju prilagoditi strategije sadržaja primjenjivim zahtjevima, očekivanjima i motivacijama putnika.

Izvor: vlastita izrada autorice

Radovi koji su tablično prikazani donijeli su širu sliku i bolje shvaćanje turističke terminologije. Što se tiče luksuznog turizma, kroz ove radove vidljivo je kako je za uspješno implementiranje ovakvog oblika turizma potrebno imati prilagođenu, relevantnu i specifičnu ponudu, te zahtijeva ekskluzivni prostor i koncentriranu uslugu. Luksuzni turizam je višedimenzionalan i širok koncept, pa sukladno tome održivost brenda zahtijeva stalno razmišljanje, pridavanje pažnje detaljima i dizajn kratkoročnih i dugoročnih strategija kako bi se ispunile potrebe kupaca kroz kontinuirani napor održavanja održive razine luksuznog brenda. Prikazani su članci i istraživački radovi koji su ispitivali percepciju lokalnog stanovništva na razvoj turizma u njihovoj zajednici kroz koje je vidljivo da ukoliko su percepcije ekonomskih i sociokulturnih utjecaja turizma pozitivnije, to je veća potpora lokalnog stanovništva njegovom daljnjem razvoju. Pomoću navedenih radova došlo se do zaključka kako je ekonomski utjecaj najvažniji indikator stavova stanovnika prema rastu turizma, ali i da postoje razni problemi u ekonomskim, sociokulturnim i okolišnim utjecajima prema viđenju lokalnih stanovnika (poput nepravednog dijeljenja ekonomske dobiti, dvostruki dojam o luksuznim hotelima i lokalni životni standard). Ovi radovi usko su povezani sa temom i istraživanjem ovog diplomskog rada s obzirom da sadrže komponente ekonomskih, sociokulturnih i okolišnih utjecaja, te ispitivanja pozitivnih i negativnih utjecaja koji ispitanici imaju prema razvoju turizma nekog područja. Važno je istaknuti kako su ispitivali stavove stanovnika o rastu turizma općenito, ali ne postoji

rad sa istraživanjem ovakvih indikatora za razvoj luksuznog turizma, i kakve stavove ima lokalno stanovništvo vezano uz ovu tematiku. Stoga se u radu provelo istraživanje pomoću anketnog upitnika na temu „Stav lokalnog stanovništva o razvoju luksuznog turizma u Istri.“

5. Analiza stava lokalnog stanovništva o razvoju luksuznog turizma u Istri

Svrha istraživanja bila je razumjeti stavove i mišljenja lokalnog stanovništva o razvoju luksuznog turizma u Istarskoj županiji, kako bi se identificirali ključni pozitivni i negativni učinci razvoja luksuznog turizma te kako bi se omogućilo donošenje informiranih odluka od strane lokalnih vlasti i turističkih poduzeća. U nastavku se detaljno opisuje metodologija istraživanja i prikazuju rezultati provedenog istraživanja.

5.1. Metodologija istraživanja

Metodologija istraživanja uključuje detaljan opis svih faza provedbe istraživanja. U skladu s osnovnim ciljem, ovo istraživanje ima deskriptivni karakter, fokusirajući se na opisivanje pojave koja je predmet istraživanja. S obzirom na vremensku dimenziju, istraživanje je transversalno, što znači da se bavi proučavanjem pojave u relativno kratkom vremenskom razdoblju, a rezultati odražavaju značajke u trenutku provođenja istraživanja.⁴⁴ Primarna istraživanja u društvenim znanostima su preporučljiva radi spoznaja stavova, mišljenja, motiva i preferencija ciljanih kupaca određenog proizvoda ili usluge.⁴⁵ U svrhu prikupljanja podataka korištena je metoda ankete koju karakterizira standardizirani postupak prikupljanja i analiza izjava odabranih ispitanika. Ciljnu skupinu činilo je punoljetno lokalno stanovništvo Istarske županije. Instrument ispitivanja bio je strukturirani anketni upitnik koji se distribuirao putem društvenih mreža i raznih aplikacija. Istraživanje se provodilo od siječnja do svibnja 2024. godine te je prikupljeno 164 valjanih anketnih upitnika primjenom neprobabilističkog prigodnog uzorka. Upitnik je bio anonimn, a zaštita podataka bila je zajamčena prema Općoj odredbi o zaštiti podataka GDPR 2016. godine. Osigurana je nemogućnost povezivanja odgovora sa ispitanikom u bilo kojoj fazi ovog ispitivanja. Isto tako, svi podaci koji su prikupljeni putem ovog upitnika i koji su analizirani u nastavku koriste se isključivo u istraživačke svrhe. Dobiveni podaci analizirani su univarijatnom i bivarijatnom statističkom analizom. Deskriptivnom analizom nastojalo se opisati statističke podatke (aritmetička sredina, standardna devijacija) odnosno pojasniti odgovore ispitanika. Za ispitivanje hipoteza koristili su se t-test i korelacijska analiza. Korelacijska analiza ispituje stupanj povezanosti dviju

⁴⁴ Lamza Posavec, „Metodologija društvenih istraživanja: temeljni uvidi“, 29.

⁴⁵ Bilić, Borjan, Radić, i Šerić, „Istraživanje tržišta u modernom poduzetništvu“, 21.

varijabla, a koeficijent korelacije najčešće je upotrebljavana mjera za opisivanje povezanosti varijabla.⁴⁶ Njome se mjeri smjer i snaga linearne povezanosti dviju varijabla, ali ne i utjecaj jedne varijable na drugu. T-testovi usmjereni su na testiranje statistički značajnih razlika između parametara populacije i pokazatelja uzorka.⁴⁷ Skupina t-testova dio je parametrijskih statističkih procedura. Njime se testiraju razlike između aritmetičkih sredina.

U svrhu obrade podataka koristila se računalna podrška IBM SPSS 20.

5.2. Razvoj mjernog instrumenta

S ciljem provedbe empirijskog istraživanja razvijen je mjerni instrument (upitnik). Upitnik se sastoji od ukupno 7 dijelova, a svaki je imao cilj prikupiti informacije važne za predmet ovog istraživanja. Prvi dio upitnika odnosi se na sociodemografski profil ispitanika te su ispitane sljedeće karakteristike ispitanika: spol, dob, poslovni status, stupanj obrazovanja, mjesto prebivališta i duljina boravka u mjestu prebivališta ispitanika. U drugom dijelu upitnika ispitivali su se ekonomski utjecaji koje bi razvitak luksuznog turizma mogao imati na lokalnu zajednicu u Istri (3 čestice). Treći dio upitnika imao je za cilj ispitati koji su potencijalni sociokulturni utjecaji koje bi razvitak luksuznog turizma mogao imati na lokalnu zajednicu u Istri (3 čestice). U četvrtom dijelu upitnika ispitivalo se mišljenje lokalnog stanovništva o tome kakav će utjecaj luksuzni turizam potencijalno imati na okoliš u njihovoj lokalnoj zajednici (3 čestice). Peti dio upitnika ispitivao je mišljenje ispitanika o utjecaju koji luksuzni turizam ima na razvoj lokalne zajednice u Istri (10 čestica). Šesti dio upitnika imao je za cilj ispitati pozitivne učinke koje luksuzni turizam može donijeti Istarskoj županiji (10 čestica). Sedmi, posljednji dio upitnika ispitivao je negativne utjecaje koje razvitak luksuznog turizma može donijeti lokalnoj zajednici u Istri (4 čestice). Sve čestice korištene u upitniku, izuzev pitanja za sociodemografski profil ispitanika, preuzete su od autora An, Moon i Norman (2021) i Gogitidze i suradnici (2023) te je korištena Likertova ljestvica slaganja od 5 stupnjeva gdje 1 označava „u potpunosti se ne slažem” a 5 „u potpunosti se slažem”.

5.3. Rezultati istraživanja

Rezultati istraživanja temelje se na uzorku od 164 ispitanika i podijeljeni su u tri dijela. Prvi dio opisuje sociodemografski profil ispitanika. Drugi dio prikazuje deskriptivnu analizu

⁴⁶ Horvat i Mijoč, *Istraživački SpaSS*, 62

⁴⁷ ibidem

prikupljenih podataka. Treći dio sadrži rezultate bivarijatne statističke analize, koja je korištena za testiranje postavljenih hipoteza.

Sociodemografski profil ispitanika

U Tablici 5 prikazani su podaci o sociodemografskom profilu ispitanika.

Tablica 5. Podaci o sociodemografskom profilu ispitanika

Pitanje	Broj ispitanika	Postotni udio
Spol ispitanika		
Žene	104	63,4
Muškarci	60	36,6
Dob ispitanika		
18-25	31	21,3
26-35	66	40,2
36-45	40	24,4
46-55	15	9,1
56 i više	8	4,9
Poslovni status		
Student	17	10,4
Zaposlen	133	81,1
Nezaposlen	7	4,3
Umirovljenik	7	4,3
Stupanj obrazovanja		
Osnovna škola	0	0
Srednja škola	41	25
Fakultet (svi studiji)	88	53,7
Magisterij/doktorat	35	21,3

Izvor: vlastita izrada autorice prema podacima iz anketnog upitnika

Prema rezultatima deskriptivne statističke analize, od ukupno 164 ispitanika, 104 ili 63,4 % su bile žene, dok je 60 ili 36,6 % ispitanika bilo muškaraca. Analiza dobi ispitanika otkriva da najveći broj ispitanika pripada dobnoj skupini od 26 do 35 godina, odnosno 66 ispitanika, što čini 40,2 % ukupnog broja. Najmanje ispitanika nalazi se u skupini od 56 i više godina, ukupno 8, što predstavlja 4,9 % uzorka. Većina ispitanika, njih 133 ili 81,1 %, je zaposleno. S druge strane, najmanji udio čine umirovljenici i nezaposleni sa 7 ispitanika ili 4,3 %. Najveći broj

ispitanika ima završenu fakultetsku diplomu, njih 88 ili 53,7 %, dok najmanji postotak čine ispitanici s magisterijem ili doktoratom, njih 35 ili 21,3 %.

U Tablici 6 prikazani su podaci o mjestu prebivališta ispitanika.

Tablica 6. Podaci o mjestu prebivališta ispitanika

Mjesto prebivališta	Broj ispitanika
Barban	2
Bubani	1
Buje	2
Buzet	2
Čepin	1
Donji Bitelić	1
Fažana	2
Glavani	2
Gračišće	5
Juršići	1
Kanfanar	11
Karigador	1
Karojba	5
Kaštelir	1
Kmačići	1
Labin	7
Ladići	1
Medulin	1
Motovun	3
Motovunski Novaki	1
Novigrad	2
Pazin	16
Poreč	43
Pula	14
Rovinj	10
Rovinjsko Selo	1
Sveti Lovreč	2
Svetvinčenat	2

Mjesto prebivališta	Broj ispitanika
Sveti Petar u Šumi	1
Umag	7
Vižinada	1
Vozilići	1
Vrsar	5
Zagreb	1
Žbandaj	1
Žminj	6
Ukupno	164

Izvor: vlastita izrada autorice prema podacima iz anketnog upitnika

Podaci iz tablice pokazuju da ispitanici dolaze iz različitih krajeva, no većina živi u većim istarskim gradovima poput Poreča (43), Pazina (16), Pule (14) i Rovinja (10), pri čemu najveći broj dolazi iz Poreča. Najviše ispitanika iz manjih mjesta u Istri živi u Kanfanaru (11).

Prema duljini boravka ispitanika u mjestu prebivališta, evidentno je da najveći broj ispitanika, njih 100, živi u svom mjestu više od 25 godina, što čini 61 % ukupnog broja ispitanika. Ostali odgovori su raznoliki, no najmanji udio ispitanika, njih 2, živi u trenutnom mjestu prebivališta manje od jedne godine, što čini 1,2 %. Ovi podaci sugeriraju da većina ispitanika dugo živi u svom mjestu, što povećava vjerojatnost da su dobro upoznati sa svim aktivnostima i promjenama u svojoj lokalnoj zajednici.

Nadalje, ispitanicima je postavljeno pitanje: "Jeste li primijetili porast aktivnosti povezanih s luksuznim turizmom u Istri tijekom proteklih nekoliko godina?" Ispitanici su morali odabrati jedan od ponuđenih odgovora: da, ne, nisam siguran/na.

Većina ispitanika (139), što čini 84,8%, odabrali su "da", što znači da su primijetili porast aktivnosti povezanih s luksuznim turizmom u Istri tijekom proteklih nekoliko godina.

Posljednje pitanje vezano uz sociodemografski profil ispitanika odnosilo se na njihovo mišljenje o tome koji grad ili mjesto u Istri ima najveći potencijal za razvoj luksuznog turizma. U nastavku su prikazani njihovi odgovori.

Tablica 7. Podaci o mišljenju ispitanika koji grad ili mjesto imaju najveći potencijal za razvoj luksuznog turizma

Mjesto / grad	Broj ispitanika
Bale	2
Buje	2
Medulin	3
Mislim da nema razlike, napućena i nenapućena naselja/mjesta u Istri imaju potencijal, cijela Istra	1
Motovun	1
Niti jedan	2
Novigrad	1
Pazin	24
Poreč	12
Poreč i Rovinj	1
Poreč, Rabac, Rovinj	1
Poreč, Savudrija, Rovinj	1
Poreč, Umag i Rovinj	1
Poreč, Vrsar i Rovinj	1
Pula	4
Rabac	2
Rovinj	95
Rovinj, Bale	1
Rovinj, Motovun	1
Rovinj, Poreč, Buje, Motovun, Grožnjan, manja mjesta	1
Rovinj, središnja Istra	1
Rovinj, središnja Istra, Poreč	1
Rovinj, Vrsar i Novigrad	1
Središnja i sjeverna Istra	1
Središnja Istra	2
Središnja Istra, mala mjesta na istočnoj obali Istre	1
Ukupno:	164

Izvor: vlastita izrada autorice prema podacima iz anketnog upitnika

Ispitanici su naveli mnoga različita mjesta i gradove diljem Istre za koje smatraju da imaju potencijal za razvoj luksuznog turizma. Među njima su mjesta u središnjoj Istri poput

Motovuna, Pazina i Grožnjana, kao i obalni gradovi poput Rovinja, Poreča, Pule i Medulina. Ipak, grad koji ispitanici najviše prepoznaju kao potencijalno središte luksuznog turizma je Rovinj, budući da je 106 ispitanika izabralo upravo taj grad.

Univarijatna (deskriptivna) statistička analiza

Deskriptivna statistička analiza obuhvaća skupine pitanja s obzirom na različite učinke koji su se ispitivali, odnosno način na koji oni utječu na lokalnu zajednicu i kako ih ona percipira. Pitanja su bila podijeljena u pet skupina. Prva skupina pitanja odnosila se na ekonomske učinke, odnosno izjave koje odražavaju potencijalne ekonomske utjecaje koje bi razvoj luksuznog turizma mogao imati na lokalnu zajednicu u Istri. Čestice su se mjerile Likertovom ljestvicom slaganja od 5 stupnjeva, u kojoj 1 označava “u potpunosti se ne slažem”, a 5 “u potpunosti se slažem.”

Tablica 8. Deskriptivna statistička analiza – ekonomski učinci

Ekonomski učinci	Aritmetička sredina (A.S.)	Standardna devijacija (S.D.)
Razvoj luksuznog turizma u Istri pozitivno će utjecati na gospodarstvo lokalne zajednice.	3,53	1,082
Razvoj luksuznog turizma u Istri stvoriti će nove tržišne prilike za lokalne proizvođače.	3,77	1,053
Razvoj luksuznog turizma u Istri koristit će i drugim tvrtkama, a ne samo turizmu u lokalnoj zajednici.	3,73	1,087
Ukupna ocjena	3,68	0,981

Izvor: vlastita izrada autorice prema podacima iz anketnog upitnika

Ekonomski učinci luksuznog turizma na lokalnu zajednicu ispitani su uz pomoć tri pitanja. Prvo pitanje, koje se odnosi na pozitivan učinak luksuznog turizma na gospodarstvo lokalne zajednice, dobilo je ukupnu prosječnu ocjenu 3,53 (S.D. = 1,082), što ukazuje na većinsko slaganje ispitanika. Drugo pitanje, o stvaranju novih tržišnih prilika za lokalne proizvođače, imalo je prosječnu ocjenu 3,77 (S.D. = 1,053), također ukazujući na pozitivne stavove ispitanika. Treće pitanje, vezano za korist drugih tvrtki kroz razvoj luksuznog turizma, dobilo je prosječnu ocjenu 3,73 (S.D.= 1,087), potvrđujući većinsko slaganje kao i kod prva dva pitanja. Ukupna prosječna ocjena za ekonomski učinak luksuznog turizma iznosi 3,68, pokazujući relativnu podršku ispitanika. Standardne devijacije pokazuju određenu varijabilnost, ali opći stav je pozitivan.

Sljedeća skupina pitanja vezana je uz sociokulturne utjecaje, odnosno odražavanju potencijalnih sociokulturnih posljedica koje bi razvitak luksuznog turizma mogao imati na lokalnu zajednicu u Istri. Pitanja su sastavljena na isti način kao i kod ekonomskih utjecaja, odnosno stupanj slaganja ispitanici su izražavali putem Likertove ljestvice slaganja od 1 do 5, a skupina također sadrži 3 pitanja.

Tablica 9. Deskriptivna statistička analiza – sociokulturni utjecaji

Sociokulturni utjecaji	Aritmetička sredina (A.S.)	Standardna devijacija (S.D.)
Moja lokalna zajednica će biti prenapučena zbog razvoja luksuznog turizma u Istri.	3,40	1,217
Kvaliteta mog života će biti narušena zbog razvoja luksuznog turizma u Istri.	3,26	1,233
Dolazak visokoplatežnih turista u Istru će narušiti moju kvalitetu života.	3,20	1,356
Ukupna ocjena	3,28	1,053

Izvor: vlastita izrada autorice prema podacima iz anketnog upitnika

Rezultati pokazuju da su ispitanici većinom složni da će njihova zajednica biti prenapučena zbog razvoja luksuznog turizma (A.S. = 3,40, S.D. = 1,217). Veći broj ispitanika slaže s tvrdnjom da bi luksuzni turizam mogao negativno utjecati na kvalitetu života, (A.S. = 3,26, S.D. = 1,233). Ispitanici su ocijenili tvrdnju da dolazak turista visoke platežne moći može posljedično narušiti kvalitetu života u lokalnoj zajednici. Rezultati su pokazali određenu podijeljenost među ispitanicima, no većina se slaže s ovom tvrdnjom (A.S. = 3,20, S.D. = 1,356). Ispitanici smatraju da bi dolazak luksuznih turista mogao narušiti kvalitetu života zbog različitih razloga, poput povećanja cijena proizvoda, usluga i nekretnina. Ukupna ocjena za ove sociokulturne učinke iznosi 3,28, što sugerira umjereno slaganje ispitanika s navedenim tvrdnjama. Ovi rezultati ukazuju na percepciju ispitanika da luksuzni turizam može imati negativne sociokulturne posljedice, unatoč ekonomskim koristima koje može donijeti.

U narednoj tablici prikazani su rezultati deskriptivne statističke analize za skupinu pitanja koja je ispitala percepciju lokalnog stanovništva o utjecaju razvoja luksuznog turizma na okoliš. Jednako kao i za ekonomski i sociokulturni utjecaj, ova grupa čimbenika sastojala se od tri čestice mjerene Likertovom ljestvicom slaganja od 5 stupnjeva.

Tablica 10. Deskriptivna statistička analiza – utjecaj na okoliš

Utjecaj na okoliš	Aritmetička sredina (A.S.)	Standardna devijacija (S.D.)
Prirodno okruženje u lokalnoj zajednici biti će zaštićeno razvojem luksuznog turizma u Istri.	2,67	1,028
Razvoj luksuznog turizma u Istri poboljšat će okoliš u lokalnoj zajednici.	2,79	1,116
Razvoj luksuznog turizma u Istri promicati će pozitivnu ekološku etiku u lokalnoj zajednici.	2,94	1,133
Ukupna ocjena	2,80	0,963

Izvor: vlastita izrada autorice prema podacima iz anketnog upitnika

Sa tvrdnjama koje su se odnosile na utjecaj razvoja luksuznog turizma na okoliš ispitanici su iskazali najmanji stupanj slaganja. Rezultati pokazuju da ispitanici smatraju da prirodno okruženje zajednice neće biti zaštićeno razvojem luksuznog turizma (A.S. = 2,67, S.D. = 1,028) niti da će se poboljšati okoliš u lokalnoj zajednici (A.S. = 2,79, S.D. = 1,116). Međutim, nešto veći stupanj slaganja ispitanici su iskazali prema tvrdnji da će razvoj luksuznog turizma u Istri promicati pozitivnu ekološku etiku (A.S. = 2,94, S.D. = 1,133). Rezultati ukazuju kako ispitanici smatraju da razvoj luksuznog turizma može posljedično imati negativne utjecaje na okoliš.

U Tablici 11. prikazani su rezultati stavova ispitanika o razvoju luksuznog turizma kroz 10 čestica mjerenih Likertovom ljestvicom slaganja od 5 stupnjeva.

Tablica 11. Deskriptivna statistička analiza – vlastito mišljenje ispitanika o razvoju luksuznog turizma

Mišljenje ispitanika o razvoju luksuznog turizma	Aritmetička sredina (A.S.)	Standardna devijacija (S.D.)
Za uspješan razvoj luksuznog turizma u Istri potrebno je složeno turističko planiranje.	4,43	0,792
Za uspješan razvoj luksuznog turizma u Istri potrebno je dobro koordinirano planiranje razvoja turizma.	4,59	0,663
Za uspješan razvoj luksuznog turizma u Istri potrebno je dugoročno planiranje razvoja destinacije	4,56	0,736
Razvojem luksuznog turizma u Istri lokalni stanovnici trebali bi dobiti pravičan udio ekonomskih koristi od luksuznog turizma.	4,30	0,861

Mišljenje ispitanika o razvoju luksuznog turizma	Aritmetička sredina (A.S.)	Standardna devijacija (S.D.)
Razvoj luksuznog turizma u Istri treba doprinijeti ekonomskom blagostanju lokalne zajednice.	4,39	0,810
Dionici luksuznog turizma u Istri trebaju nastojati kupovati dobra i usluge unutar lokalne zajednice.	4,49	0,787
Razvoj luksuznog turizma u Istri treba osigurati visokokvalitetni turistički doživljaj.	4,53	0,713
Privlačnost lokalne zajednice je ključni element ekološke privlačnosti za posjetitelje.	4,09	0,861
Odluke o razvoju luksuznog turizma u Istri trebaju donositi svi članovi lokalne zajednice, bez obzira na njihovo podrijetlo.	3,79	1,170
Svi u lokalnoj zajednici trebaju sudjelovati u procesu donošenja odluka o razvoju luksuznog turizma u Istri.	4,05	1,044
Ukupna ocjena	4,32	0,535

Izvor: vlastita izrada autorice prema podacima iz anketnog upitnika

Stavovi ispitanika o razvoju luksuznog turizma ispitani su pomoću 10 pitanja. Rezultati pokazuju kako se ispitanici većinski slažu da je za uspješan razvoj luksuznog turizma potrebno složeno turističko planiranje (A.S. = 4,43, S.D. = 0,792). Sličan rezultat pokazao se i kroz sljedeću tvrdnju u kojoj su ispitanici trebali odabrati stupanj slaganja oko toga je li potrebno dobro koordinirano planiranje razvoja turizma (A.S. = 4,59, S.D. = 0,663). Većina ispitanika se slaže kako je za uspješan razvoj luksuznog turizma u Istri potrebno dugoročno planiranje razvoja destinacije, što potvrđuje prosječna ocjena 4,56 (S.D. = 0,736). Ispitanici se većinski slažu kako bi razvojem luksuznog turizma svi lokalni stanovnici u Istri trebali dobiti pravičan udio ekonomskih koristi (A.S. = 4,30, S.D. = 0,861). Pitanje vezano uz doprinos ekonomskog blagostanja lokalnoj zajednici kroz razvoj luksuznog turizma dobilo je ocjenu 4,39 (S.D. = 0,810) ukazujući na pozitivne stavove ispitanika. Isto tako, ispitanici većinski smatraju kako bi dionici trebali kupovati dobra i usluge unutar lokalne zajednice, a ovakav stav potvrđuje ocjena 4,49 (S.D. = 0,787). Ispitanici smatraju kako razvoj luksuznog turizma u Istri treba osigurati visokokvalitetni turistički doživljaj (A.S. = 4,53, S.D. = 0,713), što također ukazuje na pozitivan stav ispitanika. Ispitanici se većinski slažu sa izjavom da bi odluke o razvoju luksuznog turizma u Istri trebali donositi svi članovi lokalne zajednice, bez obzira na njihovo podrijetlo, što potvrđuje prosječna ocjena 3,79 (S.D. = 1,170). Prosječna ocjena 4,05 (S.D. = 1,044) ukazuje na pozitivan stav ispitanika o izjavi kako bi svi u lokalnoj zajednici trebali sudjelovati u procesu

donošenja odluka o razvoju luksuznog turizma u Istri. Ukupna prosječna ocjena vezana za stavove ispitanika o razvoju luksuznog turizma iznosi 4,32, što ukazuje na pozitivan stav ispitanika.

Potencijalni pozitivni učinci luksuznog turizma mjereni su kroz 10 čestica Likertovom skalom slaganja od 5 stupnjeva, a rezultati su prikazani u narednoj tablici.

Tablica 12. Deskriptivna statistička analiza – pozitivni učinci

Pozitivni učinci	Aritmetička sredina (A.S.)	Standardna devijacija (S.D.)
Razvoj luksuznog turizma u Istri će stvoriti nova radna mjesta.	4,07	0,890
Razvoj luksuznog turizma u Istri će pridonijeti razvoju novih turističkih zona.	3,98	0,893
Razvoj luksuznog turizma u Istri će povećati svijest i obrazovanje lokalnog stanovništva.	3,34	1,131
Razvoj luksuznog turizma u Istri će olakšati provedbu različitih kulturnih događanja.	3,64	1,073
Razvoj luksuznog turizma u Istri će povećati kvalitetu života lokalne zajednice.	3,23	1,076
Razvoj luksuznog turizma u Istri će pomoći popularizaciji istarske kulture i tradicije.	3,46	1,200
Razvoj luksuznog turizma u Istri će osigurati obnovu/očuvanje povijesnih građevina.	3,26	1,111
Razvoj luksuznog turizma u Istri će povećati proizvodnju i prodaju lokalnih proizvoda.	3,60	1,112
Razvoj luksuznog turizma u Istri će doprinijeti razvoju Istre kao turističke destinacije.	4,12	0,932
Razvoj luksuznog turizma u Istri će osigurati zaštitu i očuvanje prirodnih resursa.	3,02	1,146
Ukupna ocjena	3,57	0,812

Izvor: vlastita izrada autorice prema podacima iz anketnog upitnika

Rezultati ukazuju na različita stajališta lokalnih stanovnika prema pozitivnim učincima luksuznog turizma. Ispitanici većinom smatraju da će luksuzni turizam pridonijeti otvaranju novih radnih mjesta (A.S. = 4,07, S.D. = 0,890) i razvoju novih turističkih zona (A.S. = 3,98, S.D. = 0,893). Također, smatraju da će turizam olakšati provedbu kulturnih događaja (A.S. =

3,64, S.D. = 1,073) i pomoći u popularizaciji istarske kulture i tradicije (A.S. = 3,46, S.D. = 1,200). Ipak, postoje i rezervirani stavovi a o povećanju svijesti i obrazovanja lokalnog stanovništva (A.S. = 3,34, S.D. = 1,131) i kvaliteti života (A.S. = 3,23, S.D. = 1,076) gdje su ispitanici izrazili uglavnom neutralan stav. Očuvanje povijesnih građevina ispitanici smatraju pozitivnim (A.S. = 3,26, S.D. = 1,111), dok percepciji o zaštiti prirodnih resursa nisu toliko optimistični (A.S. = 3,02, S.D. = 1,146). Rezultati sugeriraju da će luksuzni turizam značajno pridonijeti razvoju Istre kao turističke destinacije, s najvišom prosječnom ocjenom od 4,12 i standardnom devijacijom od 0,932, dok su pozitivni učinci ocijenjeni s prosječnom ocjenom od 3,57, odražavajući opće pozitivno stajalište prema njegovom doprinosu razvoju i popularizaciji regije.

Posljednja skupina pitanja vezana je uz potencijalne negativne učinke koje bi razvoj luksuznog turizma mogao donijeti Istri. Ova skupina pitanja sastoji se od 4 čestice mjerene Likertovom ljestvicom od slaganja od 5 stupnjeva.

Tablica 13. Deskriptivna statistička analiza – negativni učinci

Negativni učinci	Aritmetička sredina (A.S.)	Standardna devijacija (S.D.)
Razvoj luksuznog turizma u Istri povećati će onečišćenje okoliša (zrak, voda, tlo).	3,75	1,115
Razvoj luksuznog turizma u Istri uzrokovati će povećanje količine otpada.	3,93	1,138
Razvoj luksuznog turizma u Istri će povećati stopu kriminala.	3,11	1,167
Razvoj luksuznog turizma će utjecati na gubitak i propast tradicije.	3,24	1,223
Ukupna ocjena	3,51	0,942

Izvor: vlastita izrada autorice prema podacima iz anketnog upitnika

Kod posljednje skupine pitanja rezultati pokazuju da se ispitanici većinom slažu da će se razvojem luksuznog turizma povećati onečišćenje okoliša (A.S. = 3,75, S.D. = 1,115). Veći broj ispitanika se također slaže s tvrdnjom da bi luksuzni turizam mogao uzrokovati povećanje količina otpada (A.S. = 3,93, S.D. = 1,138). Ispitanici većinom smatraju kako bi razvoj luksuznog turizma mogao utjecati na gubitak i propast tradicije (A.S. = 3,24, S.D. = 1,223). Ukupna prosječna ocjena za negativne učinke iznosi 3,51, što pokazuje slaganje ispitanika s navedenim tvrdnjama. Ovakvi rezultati ukazuju na percepciju ispitanika da razvoj luksuznog turizma može imati negativan utjecaj na zajednicu u kojoj žive.

Bivarijatna statistička analiza

Za ispitivanje postavljenih hipoteza korišteni su t-test i korelacijska analiza. U nastavku će biti prikazani rezultati za svaku pojedinu hipotezu.

H1: Postoji statistički značajna razlika između spola ispitanika i pozitivnih učinaka razvoja luksuznog turizma.

U svrhu ispitivanja postavljene hipoteze korišten je t-test, a rezultati su prikazani u nastavku.

Tablica 14. T-test - Hipoteza 1

	Spol ispitanika	Broj ispitanika	Aritmetička sredina (A.S.)	Standardna devijacija (S.D.)
Pozitivni učinci_ukupno	muški	60	3,48	0,828
	ženski	104	3,63	0,802

Izvor: izračun prema podacima iz anketnog upitnika

Tablica 15. Rezultat Levenova testa – Hipoteza 1

		Levenov test o jednakosti varijanci		t – test o jednakosti aritmetičkih sredina						
		F	Sig.	t	df	Sig. (dvostrano)	Razlika aritmetičkih sredina	St. Pogreška razlike a.s.	Interval 95% pouzdanosti razlike a.s.	
									Donja granica	Gornja granica
Pozitivni učinci ukupno	Jednake varijance	,015	,904	-1,135	162	,258	-,149	,132	-,409	,111
	Varijance nisu jednake			-1,125	120,009	,263	-,149	,133	-,412	,113

Izvor: izračun prema podacima iz anketnog upitnika

U prvom koraku ispitivana je homogenost varijanci. Rezultati Levenova testa za jednakost varijanci ukazuju da pretpostavka o homogenosti varijance nije narušena ($F = 0,015$, $p > 0,05$), te se tumači prvi red desnog dijela tablice. P-vrijednost (sig.) veća je od 0,05, što znači da se prihvaća nul-hipoteza t-testa. U skladu s tim, može se zaključiti da razlika između aritmetičkih sredina dviju skupina uzorka nije statistički značajna. Prema dobivenim podacima iz t-testa, rezultati pokazuju da hipoteza nije potvrđena, te se postavljena hipoteza odbacuje: ne postoji statistički značajna razlika između spola ispitanika i pozitivnih učinaka razvoja luksuznog turizma.

H2: Postoji statistički značajna razlika između spola ispitanika i negativnih učinaka razvoja luksuznog turizma.

Tablica 16. T-test – Hipoteza 2

	Spol ispitanika	Broj ispitanika	Aritmetička sredina (A.S.)	Standardna devijacija (S.D.)
Negativni učinci_Ukupno	muški	60	3,31	0,986
	ženski	104	3,62	0,902

Izvor: izračun prema podacima iz anketnog upitnika

Tablica 17. Rezultat Levenova testa – Hipoteza 2

		Levenov test o jednakosti varijanci		t – test o jednakosti aritmetičkih sredina							
		F	Sig.	t	df	Sig. (dvostrano)	Razlika aritmetičkih sredina	St. Pogreška razlike a.s.	Interval 95% pouzdanosti razlike a.s.		
										Donja granica	Gornja granica
Negativni učinci ukupno	Jednake varijance	,196	,659	-2,017	162	,045	-,305	,151	-	-,604	-,006
	Varijance nisu jednake			-1,970	114,509	,051	-,305	,155	-	-,612	,002

Izvor: izračun prema podacima iz anketnog upitnika

Druga hipoteza se također ispitala pomoću t-testa. U prvom koraku ispitivana je homogenost varijanci. Rezultati Levenova testa za jednakost varijanci ukazuju da pretpostavka o homogenosti varijance nije narušena ($F = 0,196$, $p > 0,05$), te se tumači prvi red desnog dijela tablice. P-vrijednost (sig.) veća je od 0,05, što znači da se prihvaća nul-hipoteza t-testa. U skladu s tim, može se zaključiti da razlika između aritmetičkih sredina dviju skupina uzorka nije statistički značajna. Prema dobivenim podacima iz t-testa, rezultati pokazuju da hipoteza nije potvrđena, te se postavljena hipoteza odbacuje: ne postoji statistički značajna razlika između spola ispitanika i negativnih učinaka razvoja luksuznog turizma.

H3: Postoji statistički značajna povezanost između stavova ispitanika o razvoju luksuznog turizma i ekonomskih utjecaja. Ova hipoteza ispitana je pomoću korelacijske analize.

Tablica 18. Korelacijska analiza – Hipoteza 3

	Aritmetička sredina (A.S.)	Standardna devijacija (S.D.)	Broj ispitanika
Stav o rastu_Ukupno	4,32	0,535	164
Ekonomski utjecaj_ukupno	3,68	0,981	164

Izvor: vlastita izrada autorice prema podacima iz anketnog upitnika

Tablica 19. Rezultat Pearsonovog koeficijenta korelacije – Hipoteza 3

		Stav o rastu_ukupno	Ekonomski utjecaj_ukupno
Stav o rastu_ukupno	Pearsonov koeficijent korelacije	1	,360**
	Sig. (dvosmjerni)		,000
	N	164	164
Ekonomski utjecaj_ukupno	Pearsonov koeficijent korelacije	,360**	1
	Sig.(dvosmjerni)	,000	
	N	164	164

**Korelacija je značajna na razini 0,01 (dvostrano)

Izvor: izračun prema podacima iz anketnog upitnika

Prilikom zaključivanja o postavljenoj hipotezi, rezultati Pearsonovog koeficijenta korelacije ukazuju da postoji statistički značajna povezanost između stavova ispitanika o razvoju luksuznog turizma i ekonomskih utjecaja ($r = 0,360$; $p < 0,05$). Time se potvrđuje postavljena hipoteza.

H4: Postoji statistički značajna povezanost između stavova ispitanika o razvoju luksuznog turizma i sociokulturnih utjecaja. Ova hipoteza je također analizirana pomoću korelacijske analize.

Tablica 20. Korelacijska analiza – Hipoteza 4

	Aritmetička sredina (A.S.)	Standardna devijacija (S.D.)	Broj ispitanika
Stav o rastu_Ukupno	4,32	0,535	164
Sociokulturni utjecaj_Ukupno	3,28	1,053	164

Izvor: vlastita izrada autorice prema podacima iz anketnog upitnika

Tablica 21. Rezultat Pearsonovog koeficijenta korelacije – Hipoteza 4

		Stav o rastu_ukupno	Sociokulturni utjecaj_ukupno
Stav o rastu_ukupno	Pearsonov koeficijent korelacije	1	-,032
	Sig. (dvosmjerni)		,686
	N	164	164
Sociokulturni utjecaj_ukupno	Pearsonov koeficijent korelacije	-,032	1
	Sig.(dvosmjerni)	,686	
	N	164	164

Izvor: izračun prema podacima iz anketnog upitnika

Prilikom zaključivanja o postavljenoj hipotezi, rezultati Pearsonovog koeficijenta korelacije ukazuju da ne postoji statistički značajna povezanost između stavova ispitanika o razvoju luksuznog turizma i sociokulturnih utjecaja ($r = -0,032$; $p < 0,05$). Time se odbacuje postavljena hipoteza.

H5: Postoji statistički značajna povezanost između stavova ispitanika o razvoju luksuznog turizma i utjecaja na okoliš. Ova hipoteza je također analizirana pomoću korelacijske analize.

Tablica 22. Korelacijska analiza – Hipoteza 5

	Aritmetička sredina (A.S.)	Standardna devijacija (S.D.)	Broj ispitanika
Stav o rastu_Ukupno	4,32	0,535	164
Utjecaj na okoliš_ukupno	2,80	0,963	164

Izvor: vlastita izrada autorice prema podacima iz anketnog upitnika

Tablica 23. Rezultat Pearsonovog koeficijenta korelacije – Hipoteza 5

		Stav o rastu_ukupno	Utjecaj na okoliš_ukupno
Stav o rastu_ukupno	Pearsonov koeficijent korelacije	1	,081
	Sig. (dvosmjerni)		,302
	N	164	164
Utjecaj na okoliš_ukupno	Pearsonov koeficijent korelacije	,081	1
	Sig.(dvosmjerni)	,302	
	N	164	164

Izvor: izračun prema podacima iz anketnog upitnika

Prilikom zaključivanja o postavljenoj hipotezi, rezultati Pearsonovog koeficijenta korelacije ukazuju da ne postoji statistički značajna povezanost između stavova ispitanika o razvoju luksuznog turizma i utjecaja na okoliš ($r = 0,081$; $p > 0,05$). Time se odbacuje postavljena hipoteza.

5.4. Ograničenja i preporuke za daljnja istraživanja

Rezultati dobiveni anketnim upitnikom odgovaraju na postavljena istraživačka pitanja, hipoteze i važno je napomenuti kako je ispunjena svrha istraživanja. No, kao i kod većine istraživanja, kroz distribuciju anketnog upitnika postojala su ograničenja, te se sada nakon analiziranih rezultata mogu dati preporuke za daljnja istraživanja.

Prvo ograničenje je veličina prikupljenog uzorka kroz distribuciju upitnika. Ukupan broj prikupljenih odgovora je 164, što za ovu vrstu podataka nije dovoljno reprezentativan broj za analizu. Istraživanje je, kako je i ranije spomenuto provedeno putem *online* distribucije, a mjerni instrument je anketni upitnik. Možda bi se pomoću intervjua dobili konkretniji i iskreniji odgovori ispitanika, s obzirom da se pomoću intervjua može ostvariti personaliziraniji i bliži odnos između istraživača i ispitanika. Može se doći do konkretnih odgovora i prijedloga ispitanika, te izraziti vlastito mišljenje o tome u kojoj mjeri bi lokalno stanovništvo trebalo biti uključeno u sve aktivnosti vezane uz razvoj luksuznog turizma u njihovom području, kakve benefite očekuju razvojem luksuznog turizma i slično. Kroz razgovor i dublje raspravljanje o postavljenim pitanjima, rezultati bi bili drugačiji i opsežniji. Mjerni instrument i način na koji su pitanja bila postavljena doveli su do toga da se ispitanici nisu imali mogućnost opisno se izraziti, odnosno upisati svoje mišljenje vezano uz ispitivane učinke, dati neki konkretan primjer ili prijedlog. Skupine pitanja u kojima su se ispitivali ekonomski, sociokulturni, ekološki, pozitivni i negativni učinci bili su mjereni Likertovom ljestvicom slaganja od 5 stupnjeva u kojem su ispitanici izabirali stupanj slaganja sa navedenom izjavom, ali nisu imali mogućnost upisivanja svojih prijedloga ili razmišljanja na određenu temu. Geografsko ograničenje, relativno mali prostor u kojem se distribuirao upitnik utjecao je na veličinu i prikupljeni broj odgovora s obzirom da je Istra relativno malo područje. Jedno ograničenje je i vremenska dimenzija, odnosno zbog činjenice da je istraživanje bilo transverzalno, znači da se bavilo proučavanjem pojave u relativno kratkom vremenskom razdoblju, a rezultati koji su dobiveni odražavaju značajke u trenutku provođenja istraživanja, što znači da se mišljenje stanovnika kroz duži vremenski period može promijeniti, a dodatno bi se promijenili rezultati i da je bio veći prikupljeni uzorak anketa.

Preporuka za buduća istraživanja je da se ova ili slična tematika koja bi se mogla nadovezati na ovo istraživanje ispituje na razini cijele države, primjerice Hrvatske, ali i u svim drugim državama u kojima bi bilo zanimljivo ispitati mišljenje lokalnog stanovništva o mogućem razvoju luksuznog turizma. Na taj bi se način dobila šira slika, uvidjela različita mišljenja ispitanika. U budućnosti bi se moglo provesti istraživanje lokalnog stanovništva u područjima i državama koje već jesu luksuzne destinacije, vidjeti njihovo mišljenje i smatraju li da takva vrsta turizma, koja je već implementirana u njihovom području, donosi benefite njihovoj zajednici i na koji način. Isto tako se mogu ispitivati ekonomski, sociokulturni i ekološki utjecaji. Ova tema ima prostora za dodatna istraživanja koja bi bilo zanimljivo provesti s obzirom da je luksuzni turizam relativno nova tema i novi oblik turizma koja se sve više krenula implementirati u države. Isto tako, preporuka za daljnja istraživanja bila bi nadovezanost na ovu tematiku sa većim naglaskom na održivost, veći broj prikupljenih anketa koji bi činio veći reprezentativni uzorak (minimalno 250 anketa, ukoliko mjerni instrument bude anketni upitnik), te duži vremenski period prikupljanja anketa. Isto tako, detaljna analiza preferencija stanovnika koja bi se mogla kvalitetnije ispitati na način da su u mjernom instrumentu i opisna pitanja u kojima ispitanici imaju mogućnost upisivati svoje prijedloge i mišljenja kako bi se usluge i razvoj različitih oblika turizama, pa tako i luksuzni što bolje prilagodile njihovim potrebama, a da s druge strane destinacija zadrži konkurentsku prednost.

Zaključak

Ovaj rad se sastoji od teorijskog i empirijskog dijela, pružajući sveobuhvatan uvid u utjecaj luksuznog turizma na Istarsku županiju. Teorijski dio rada usmjeren je na razumijevanje značaja turizma za gospodarstvo i razvoj država, kao i na identifikaciju ključnih turističkih trendova. U središtu pažnje našao se luksuzni turizam, specifičan oblik turizma koji se sve više ističe zbog svojih jedinstvenih karakteristika i zahtjeva posjetitelja. Detaljna analiza uključivala je razmatranje što znači za destinaciju postati “luksuzna” te koje korake treba poduzeti kako bi se ispunili kriteriji ovog ekskluzivnog segmenta turizma.

U teorijskom dijelu također je obrađena specifičnost Istre kao turističke destinacije. Istaknute su njezine prirodne ljepote, kulturna baština i postojeća luksuzna ponuda. Statistički podaci o dolascima i noćenjima turista potvrdili su da je Istra već sada popularna destinacija koja značajno doprinosi promociji Hrvatske na međunarodnoj turističkoj sceni. Ovi podaci sugeriraju da Istra ima potencijal za razvoj u luksuznu destinaciju, uz odgovarajuće strategije i implementaciju specifičnih turističkih ponuda.

Empirijski dio rada usmjeren je na analizu stavova i mišljenja lokalnog stanovništva o razvoju luksuznog turizma u Istri. Svrha istraživanja bila je identificirati ključne pozitivne i negativne učinke ovog oblika turizma kako bi se omogućilo donošenje informiranih odluka od strane lokalnih vlasti i turističkih poduzeća. Definirano je pet glavnih ciljeva i istraživačkih pitanja, uz formuliranje hipoteza koje su trebale biti ispitane. Anketni upitnik je korišten kao glavni mjerni instrument za prikupljanje podataka, pri čemu je analiziran uzorak od 164 valjana anketna upitnika.

Rezultati istraživanja pokazali su da ne postoji statistički značajna razlika između spola ispitanika u odnosu na njihove stavove prema pozitivnim i negativnim učincima luksuznog turizma. Ovi nalazi su u skladu s očekivanjima, s obzirom na relativno mali broj prikupljenih anketa i ograničeno područje istraživanja, koje je obuhvatilo samo Istarsku županiju. Korelacijska analiza je otkrila da je jedino ekonomski utjecaj bio statistički značajan, dok su ostale hipoteze odbačene. To ukazuje da ispitanici generalno imaju pozitivno stajalište o ekonomskim koristima luksuznog turizma, uključujući poboljšanje lokalne ekonomije, stvaranje novih tržišnih prilika za proizvođače i koristi za lokalne tvrtke.

Ovo istraživanje nudi vrijedne uvide u percepciju lokalnog stanovništva o potencijalnom razvoju luksuznog turizma i pruža smjernice za daljnji razvoj turističke strategije. Rezultati naglašavaju važnost razumijevanja i adresiranja stavova lokalne zajednice kako bi se osigurala njihova podrška i zadovoljstvo s uvođenjem luksuznog turizma. Za izbjegavanje mogućih sukoba i negodovanja, važno je razviti strategije koje uzimaju u obzir sve aspekte utjecaja luksuznog turizma na lokalnu zajednicu, uključujući ekološke, sociokulturne i ekonomske aspekte.

Daljnje istraživanje moglo bi pružiti dublje razumijevanje mišljenja lokalnog stanovništva te omogućiti razvoj detaljnijih strategija za implementaciju luksuznog turizma. Potrebno je nastaviti istraživati različite aspekte luksuznog turizma, uključujući njegov dugoročni utjecaj na zajednicu i okoliš, kako bi se osigurala održivost i uspjeh turističkog razvoja u Istri. Ovakva istraživanja mogu doprinijeti boljoj pripremi lokalnih vlasti i turističkih subjekata za izazove i prilike koje donosi luksuzni turizam.

Bibliografija

- An, Yuting, Jang-Won Moon i William C. Norman. „Investigating Residents’ Attitudes towards Tourism Growth in Downtown Greenville, SC: The Effect of Demographic Variables.“ *Sustainability* 2021, 13, (2021): 8474. <https://doi.org/10.3390/su13158474>
- Bilić, Lovre, Natalija Borjan, Josip Radić, i Neven Šerić. „Istraživanje tržišta u modernom poduzetništvu.“ *Udruga visoki jablani* 1, br. 1 (2017): 1-93
- Brelik, Agnieszka. „Globalization in Tourism.“ *U zborniku radova međunarodne konferencije “Economic Science For Rural Development 47”*, br. 1 (2018): 42-48
- Cavus, Sanol, i Abdullah Tanrisevdi. „Residents’ attitudes toward tourism development: a case study in Kusadasi, Turkey.“ *Tourism analysis* 7, br. 3/4 (2003): 259–269
- Cerda-Mansilla, Elena, Iis Tussyadiah, Sara Campo, Natalia Rubio. „Smart destinations. A holistic view from researchers and managers to tourism and locals.“ *Tourism Management Perspectives* 51, (2024): 101223 <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.101223>
- Cooper, Chris, i Colin Michael Hall. *Contemporary Tourism: An International Approach*. Oxford: Goodfellow Publishers, 2008.
- Čavlek, Nevenka, Mato Batroluci, Darko Prebežac, Oliver Kesar i sur. *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Zagreb: Školska knjiga, 2011.
- Darovec, Darko. *Pregled istarske povijesti*. Pula: C.A.S.H., 1997.
- Ding, Anni i Tiffany S. Legendre. „Managing Luxury Brand Creation, Communication and Sustainability: Evidence from the Four Seasons Hotels and Resorts Case.“ *Kotur, A.S. and Dixit, S.K. (Ed.) The Emerald Handbook of Luxury Management for Hospitality and Tourism*, Emerald Publishing Limited, Leeds (2022): 337-352
- Državni zavod za statistiku. *Dolasci i noćenja turista u 2023*. Zagreb: Državni zavod za statistiku, 2024. <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58169>; (pristupljeno 29. svibnja 2024.)
- Ei, Triarchi, i Karamanis, K. „The evolution of alternative forms of Tourism: a theoretical background.“ *Business & Entrepreneurship Journal* 6, br. 1 (2017): 39-59
- Garrigos-Simon, Fernando J., Yeamduan Narangajavana-Kaosiri, i Ismael Lengua-Lengua. „Tourism and sustainability: A bibliometric and visualization analysis.“ *Sustainability* 10, br. 6 (2018): 1976
- Gogitidze, Giorgi, Nana Nadareishvili, Rezhen Harun, Iulia D. Arion i Iulia C. Muresan. „Exploring Residents’ Perceptions towards Tourism Development—A Case Study of the Adjara Mountain Area.“ *Sustainability* 2023, br. 15 (2023): 492. <https://doi.org/10.3390/su15010492>
- Gržinić, Jasmina. *Turizam i razvoj – rasprava o globalnim izazovima*, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2018.
- Gržinić, Jasmina. *UVOD U TURIZAM, povijest, razvoj, perspektive*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli Fakultet ekonomije i turizma „Dr.Mijo Mirković“, 2019.

- Gržinić, Jasmina, i Mieta Bobanović. „Luksuzni turizam i stavovi dionika – odabrani obalni gradovi Hrvatske.“ *Oeconomica Jadertina* 10, br. 1 (2019): 56-73
- Horvat, Jasna, i Josipa Mijoč. *Istraživački SPaSS*. Zagreb: Naklada Ljevak, 2019.
- Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Zaštita okoliša. *Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024.*, 2024. <https://www.enciklopedija.hr/clanak/zastita-okolisa>. (pristupljeno 17. lipnja 2024.)
- Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Turizam. *Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024.*, 2024. <https://www.enciklopedija.hr/clanak/turizam#poglavlje2>. (pristupljeno 17. lipnja 2024.)
- Iloranta, Riina. „Luxury tourism—a review of the literature.“ *European Journal of Tourism Research* 30 (2022): 7-15
- Istarska enciklopedija, mrežno izdanje. 2005. Kulturni turizam (turizam naslijeđa). *Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2024.* <https://istra.lzmk.hr/clanak/kulturni-turizam-turizam-naslijedja>. (pristupljeno 17. lipnja 2024.)
- Istarska enciklopedija, mrežno izdanje. 2005. Povijest. *Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2024.*, 2024. <https://istra.lzmk.hr/clanak/povijest>. (pristupljeno 17. lipnja 2024.)
- Istarska enciklopedija, mrežno izdanje. 2005. Ruralni turizam. *Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2024.* <https://istra.lzmk.hr/clanak/ruralni-turizam>. (pristupljeno 17. lipnja 2024.)
- Lamza Posavec, Vesna. *Metodologija društvenih istraživanja: temeljni uvidi*. Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, 2021.
- Luck, Michael, Peter Robinson i Stephen Smith. *Tourism 2nd Edition*. Wallingford: CABI, 2020.
- Milićević, Snežana i Igor Trišić. „Ekonomski i socio-kulturni efekti razvoja turizma u turističkim destinacijama.“ *Sveučilište u Kragujevcu, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji* 16, br. 2 (2019): 21-38
- Novotná, Marketa i Josef Kunc. „Experience Matters! Luxury consumption patterns and motivation of the Czech affluent society.“ *Deturope – the central european journal of regional development and tourism* 11, br. 2 (2019): 121-142
- Peeters, Paul i Martin Landre. „The Emerging Global Tourism Geography – An Environmental Sustainability Perspective.“ *Sustainability* 4, br. 1 (2012): 42-71
- Piramanayagam, Senthilkumaran. i Partho Pratim Seal. „The Language of Luxury: Decoding the Luxury Hotel Brand’s Marketing Communication.“ *The Emerald Handbook of Luxury Management for Hospitality and Tourism*, Emerald Publishing Limite (2022): 221–242
- Plan razvoja Istarske županije za razdoblje 2022.-2027. Istarska županija. 2024. https://www.istra-istria.hr/media/filer_public/f1/f9/f1f99026-7de8-432c-8cd6-781f5698ab27/240221_plan_razvoja_2022-2027.pdf. (pristupljeno 10. travnja 2024.)
- Soldić Frleta, Daniela i Dora Smolčić Jurdana. „Determinante potpore lokalnog stanovništva razvoju turizma.“ *Zbornik Veleučilišta u Rijeci* 11, br. 1 (2023): 1-13
- Spremić, Mario. *Digitalna transformacija poslovanja*. Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2017.

- Thirumaran, K., i Mohit Raghav. „Luxury tourism, developing destinations: Research review and trajectories.“ *Asian Journal of Tourism Research* 2, br. 2 (2017): 137-158
- United Nations (n.d.). *Sustainable Development Goals*, 2024. <https://sustainabledevelopment.un.org/>. (pristupljeno 15. svibnja 2024.)
- UNWTO. *Best Tourism Villages' of 2022 Named by UNWTO*, 2022. <https://www.unwto.org/news/best-tourism-villages-of-2022-named-by-unwto>. (pristupljeno 01. svibnja 2024.)
- UNWTO. *International Tourism to Reach Pre-Pandemic Levels in 2024.*, 2024. <https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024>. (pristupljeno 15. lipnja 2024.)
- UNWTO. *Gastronomy and Wine Tourism*, 2022. <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>., (pristupljeno 15. lipnja 2024.)
- UNWTO (n.d.). *Sustainable development*. 2024. Preuzeto sa: <https://www.unwto.org/sustainable-development>. (pristupljeno 01. svibnja 2024.)
- Valamar All you can holiday. *Valamar sa svojim gostima doprinosi očuvanju šuma u Hrvatskoj, 2023.* <https://valamar-riviera.com/hr/mediji/priopcenja-za-medije/valamar-sa-svojim-gostima-doprinosi-ocuvanju-suma-u-hrvatskoj/> (pristupljeno 10. svibnja 2024.)
- Vizjak, Ana. „Vjerski turizam kao novi oblik turizma.“ *Ekonomski vjesnik: Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues* 6, br. 1 (1993): 141-147
- World Tourism Organization. (n.d.). *Glossary of tourism terms*. 2024. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (pristupljeno: 27. svibnja 2024.)

Popis ilustracija

Popis grafikona

Grafikon 1. Postotak međunarodnih turističkih dolazaka od 2021. do 2024. godine raspoređeni po područjima u usporedbi sa 2019. godinom.....	8
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---

Popis slika

Slika 1. Stavke za nastajanje luksuzne destinacije	17
----------------------------------------------------------	----

Popis tablica

Tablica 1. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u Republici Hrvatskoj u 2022. i 2023. godini.....	23
Tablica 2. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u Istri kroz period 2010.-2020. godine	26
Tablica 3. Dolasci i noćenja stranih i domaćih turista u 2023. godini	27
Tablica 4. Pregled dosadašnjih istraživanja	28
Tablica 5. Podaci o sociodemografskom profilu ispitanika	35
Tablica 6. Podaci o mjestu prebivališta ispitanika	36
Tablica 7. Podaci o mišljenju ispitanika koji grad ili mjesto imaju najveći potencijal za razvoj luksuznog turizma	38
Tablica 8. Deskriptivna statistička analiza – ekonomski učinci.....	39
Tablica 9. Deskriptivna statistička analiza – sociokulturni utjecaji	40
Tablica 10. Deskriptivna statistička analiza – utjecaj na okoliš.....	41
Tablica 11. Deskriptivna statistička analiza – vlastito mišljenje ispitanika o razvoju luksuznog turizma.....	41
Tablica 12. Deskriptivna statistička analiza – pozitivni učinci	43
Tablica 13. Deskriptivna statistička analiza – negativni učinci	44
Tablica 14. T-test - Hipoteza 1	45
Tablica 15. Rezultat Levenova testa – Hipoteza 1	45
Tablica 16. T-test – Hipoteza 2	46
Tablica 17. Rezultat Levenova testa – Hipoteza 2	46
Tablica 18. Korelacijska analiza – Hipoteza 3	47
Tablica 19. Rezultat Pearsonovog koeficijenta korelacije – Hipoteza 3	47

Tablica 20. Korelacijska analiza – Hipoteza 4	47
Tablica 21. Rezultat Pearsonovog koeficijenta korelacije – Hipoteza 4.....	48
Tablica 22. Korelacijska analiza – Hipoteza 5	48
Tablica 23. Rezultat Pearsonovog koeficijenta korelacije – Hipoteza 5.....	48