

SPECIFIČNI OBLICI TURIZMA U TURISTIČKOJ PONUDI UMAGA

Lovrinović, Gloria

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:888115>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-04-03**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

[Repository of Karlovac University of Applied Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ PODUZETNIŠTVA U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU

Gloria Lovrinović

**SPECIFIČNI OBLICI TURIZMA U TURISTIČKOJ PONUDI
UMAGA**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2024.

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ PODUZETNIŠTVA U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU

Gloria Lovrinović

**SPECIFIČNI OBLICI TURIZMA U TURISTIČKOJ PONUDI
UMAGA**

**SPECIFIC FORMS OF TOURISM IN THE TOURIST
OFFER OF UMAG**

ZAVRŠNI RAD

Kolegij: Osnove specifičnih oblika turizma

Mentor: dr.sc. Mateja Petračić, prof.struč.stud.

Matični broj studenta: 0618618044

Karlovac, listopad 2024.

ZAHVALA

Posebnu zahvalu upućujem svojoj mentorici dr.sc. Mateji Petračić koja me svojim znanjem i stručnošću vodila kroz pisanje završnog rada te je pokazala veliko strpljenje i razumijevanje za moje probleme tokom pisanja. Također se želim zahvaliti svim profesorima na stečenom znanju kroz godine studiranja.

Najveću zahvalu upućujem svojoj obitelji koja me podržavala i bila uz mene, kao i svim prijateljima koje sam upoznala tokom studiranja, koji su mi uljepšali studiranje i učinili ga lakšim i zabavnim.

SAŽETAK

Tema ovog završnog rada su specifični oblici turizma u turističkoj ponudi grada Umaga. Umag se nalazi na sjeverozapadnoj strani Istarske županije. Prometno je dobro povezan s ostatkom Hrvatske, ali i s ostalim zemljama Europe. Razvoju turizma i turističke ponude u ovojdestinaciji pogoduju prirodni resursi poput ugodne mediteranske klime i čistog mora te antropogeni resursi kao što je bogata kulturna baština te razne manifestacije koje Grad organizira. U turističkoj ponudi grada također se nalaze smještajni kapaciteti od kojih su najzastupljeniji hoteli, no najviše je noćenja ostvareno u kampovima zatim u hotelima od stranestranih turista u 2023. godini. Emitivna tržišta koja svake godine posjećuju Umag su turisti iz Njemačke, Slovenije, Italije, Češke i Austrije. Gospodarstvu grada Umaga najviše doprinosi djelatnost turizma te djelatnost trgovine na veliko i na malo čemu pogoduje geografski položajgrada. Analizom okruženja utvrdila se konkurentnost grada Umaga s gradovima Porečom i Rovinjem zbog čega je nastao klaster Sjeverozapadne Istre kojemu je cilj unapređenje ponude, smanjenje konkurentnosti i sezonalnosti. Grad Umag razvio je specifične oblike turizma radiunapređenja turističke ponude i prepoznatljivosti na turističkom tržištu. Najrazvijeniji specifični oblik turizma je sportski turizam s obzirom na broj sportova u ponudi s tenisom kaonajrazvijenijim sportom, sportske infrastrukture i udruga u sportu. Osim sportskog turizma razvijen je cikloturizam kao podvrsta sportskog turizma, kulturni turizam, eno-gastronomski koji se promovira kroz gourmet ponuda klastera, kamping turizam koji je razvijen kroz bogatuponudu kampova i popratnih sadržaja kampova, zdravstveni turizam u obliku wellness ponudepojedinih hotela te nautički turizam nautičke ACI marine Umag. Rad završava SWOT analizom te zaključkom.

Ključne riječi: turizam i gospodarstvo, turistička ponuda, specifični oblici turizma

SUMMARY

The topic of this final paper is the specific forms of tourism in the tourist offer of the city of Umag. Umag is located on the northwestern side of island of Istria. It is well connected by traffic with the rest of Croatia, but also with other European countries. The development of tourism and tourist offer in this destination is favored by natural resources such as the pleasant Mediterranean climate and clean sea, anthropogenic resources such as the rich cultural heritage and various events organized by the City. The city's tourist offer also includes accommodation facilities, of which hotels are the most represented, but the most overnight stays are in camps, followed by hotels by foreign tourists in 2023. The emission markets that visit Umag every year are tourists from Germany, Slovenia, Italy, the Czech Republic and Austria. Tourism and wholesale and retail trade contribute the most to the economy of the city of Umag, which is favored by the city's geographical location. The analysis of the environment determined the competitiveness of the city of Umag with cities of Poreč and Rovinj, which is why the Northern Istria Cluster was created, which aims to improve the offer, reduce competitiveness and seasonality. The city of Umag has developed specific forms of tourism in order to improve the tourist offer and recognition on the tourist market. The most developed specific forms of tourism is sports tourism considering the number of sports on offer with tennis as the most developed sport, sports infrastructure and sports associations. In addition to sports tourism, cyclotourism has been developed as a subtype of sports tourism, eno-gastronomic tourism which is promoted through the cluster's gourmet offer, camping tourism which has been developed through rich offer of camps and accompanying camp facilities, health tourism in the form of wellness offers of individual hotels and nautical tourism of nautical ACI marina Umag. The paper ends with a SWOT analysis and a conclusion.

Key words: , tourism and economy, tourist offer, specific forms of tourism

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Izvor podataka i metode prikupljanja	1
1.3. Sadržaj i struktura rada	1
2. ANALIZA RESURSA ZA RAZVOJ TURIZMA GRADAUMAGA.....	2
2.1. Opće značajke Umaga	2
2.2. Gospodarske značajke grada Umaga.....	4
2.3. Osnovna obilježja raspoložive osnove za razvoj turizma grada Umaga.....	7
2.3.1. Prirodni turistički resursi Umaga	7
2.3.2. Antropogeni turistički resursi.....	8
3. ANALIZA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA.....	11
4. ANALIZA STANJA	15
4.1. Analiza turističkog prometa grada Umaga	15
4.2. Analiza emitivnih turističkih tržišta.....	21
4.3. Analiza dionika	25
4.3.1. Analiza gospodarskog sektora	25
4.3.2. Analiza javnog sektora	31
4.3.3. Civilni sektor	32
4.4. Analiza okruženja	34
5. SPECIFIČNI OBLICI TURIZMA U UMAGU	37
5.1. Ruralni turizam	39
5.1.1. Sportski turizam	40
5.1.2. Cikloturizam	45
5.1.3. Kulturni turizam.....	50
5.1.4. Eno-gastronomski turizam	53
5.1.5. Zdravstveni turizam	55
5.1.6. Kamping turizam.....	57
5.2. Nautički turizam	60
6. SWOT ANALIZA	63
7. ZAKLJUČAK	66
POPIS LITERATURE	68
POPIS ILUSTRACIJA	70

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog rada je analizirati specifične oblike turizma koji su se razvili u turističkoj ponudi grada Umaga. Cilj rada je prikazati čimbenike koji su utjecali na razvoj turizma i turističke ponude, prikazati turističke aktivnosti koje se očituju u turističkom prometu, analizirati ponudu smještajnih kapaciteta, analizirati dionike gospodarstva grada Umaga koji su objašnjeni kroz gospodarski, javni i civilni sektor te prikazati turističku ponudu grada kroz specifične oblike turizma.

1.2. Izvor podataka i metode prikupljanja

Prilikom izrade završnog rada korišteni su sekundarni izvori podataka koji su prikupljeni korištenjem stručne literature u području turizma, internetskih stranica te statistički podatci prikupljeni od Turističke zajednice grada Umaga i Turističke zajednice Istarske županije. Metode koje su korištene u radu su metode analize i sinteze, statistička metoda, deskriptivna, komparativna te desk metoda.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Rad je podijeljen u sedam poglavlja. U uvodnom dijelu prolazi kroz kratki pregled rada, odnosno kroz predmet i cilj rada, izvore podataka i metode prikupljanja te kroz strukturu rada. Nakon uvoda započinje analiza resursa za razvoj turizma u gradu Umagu, gdje su navedene opće i gospodarske značajke te prirodni i antropogeni turistički resursi. U trećem poglavlju analiziraju se smještajni kapaciteti kojima grad raspolaže. U četvrtom poglavlju se analizira turistički promet i promet emitivnih turističkih zemalja, analiziraju se dionici gospodarstva grada Umaga kroz gospodarski, javni i civilni sektor te je provedena analiza okruženja. Peto poglavlje predodređeno je za razradu specifičnih oblika turizma u turističkoj ponudi Grada te slijedi SWOT analiza grada i zaključak. Rad završava popisom literature i ilustracija.

2. ANALIZA RESURSA ZA RAZVOJ TURIZMA GRADA UMAGA

U ovom poglavlju prikazane su opće značajke grada Umaga to jest karakteristike po kojima je grad prepoznatljiv, geografske značajke koje daju uvid u gospodarsku sliku grada odnosno u gospodarske djelatnosti koje djeluju na tom području te sveukupnu dobit od gospodarskih djelatnosti. Analiziraju se resursi koji utječu na razvoj turizma, a podijeljeni su na prirodne i antropogene resurse koji su navedeni i objašnjeni u daljnjem tekstu.

2.1. Opće značajke Umaga

Grad Umag smješten je na Zapadnoj obali Istarske županije, svega deset kilometara od slovenske granice. Grad Umag je drugi po indeksu razvijenosti u Istarskoj županiji, treći je po broju ostvarenih dolazaka te prvi po prirodnom kretanju stanovništva.¹ Karakterizira ga tipična sredozemna klima, kristalno čisto more, bogata kulturno-povijesna baština i brojne manifestacije poput sportskih događanja, manifestacija u području kulture, gastronomije i slično. Prepoznatljivost grada povezuje se sa turizmom i sportom, posebice tenisom te je bitno napomenuti da je grad Umag jedini grad s ATP turnirom u Republici Hrvatskoj. Poznat je i po svojoj ACI (Adriatic Croatia International) marini nautičkog turizma koja je otvorena među prvima u Hrvatskoj davne 1985 godine.

Umag se prostire se na površini od 83,5 km², dok mu je duljina obale iznosi 41,20 km, unutar zaštitnog obalnog pojasa ulazi 30% ukupne površine.² Grad Umag čine 23 naselja s ukupno 15.700 stanovnika po popisu iz 2021.godine. Umag dobiva status grada 1997. godine, a nakon Domovinskog rata započinje gospodarski razvoj grada, a u skladu s time i razvoj turizma. Grad je karakterističan i po dvojezičnosti, odnosno službeni jezici su hrvatski i talijanski. Dan Grada slavi se 6. svibnja u spomen oslobođenja od njemačke okupacije 1945. godine, a zaštitnik grada je Sveti Pelegrin.

¹ Turistička zajednica Grada Umaga, dostupno na : <https://www.tz-umag.hr/> (17.6.2024.)

² Ibid.

Slika 1. Geografski položaj Umaga



Izvor: Istarski rječnik, dostupno na: <https://www.istarski-rjecnik.com/projekt/> (17.06.2024.)

Razvoju turizma pogoduje i njegova blizina emitivnih zemalja Srednje Europe, alpskog područja i Italije što karakterizira njegov izuzetno povoljan geografski položaj. Ukoliko se gleda s pogleda hrvatskog teritorija, Umag karakterizira relativna udaljenost od većih razvijenih gradskih središta, a najbliži veći gradovi su Pula i Rijeka. Razlog tome je njegov smještaj na krajnjem zapadu Republike Hrvatske i krajnjem sjeverozapadu istarskog poluotoka. U Gradu Umagu se prvenstveno razvio cestovni promet, a kvaliteta cestovnih prometnica se posljednjih godina značajno poboljšala zahvaljujući prihodima od turizma. Gradu pogoduje i međunarodna luka i granični prijelaz tj. Luka Umag- Novigrad. Ona je jedna od prvih izrađenih luka u sklopu Adriatic Croatia International Club-a te je karakterizirana prvoklasnom kategorijom. Važno je napomenuti kako grad Umag nema zračnu luku te je najbliža zračna luka na hrvatskom teritoriju u gradu Puli, ali je zato najbliža zračna luka udaljena svega 20 kilometara na slovenskom teritoriju, u gradu Portorožu.

2.2. Gospodarske značajke grada Umaga

Umag je još u prošlom stoljeću bio malo ribarsko selo koje je status grada dobilo 1997. godine. Sredinom prošlog stoljeća počela se intenzivno provoditi industrijalizacija izgradnjom tvornica kao i poljoprivreda koja je napredovala zahvaljujući primjenom novih znanja i vještina, no započeo je i organizirani i intenzivni razvoj turizma. Danas je grad Umag kulturno, gospodarsko i razvojno središte sjeverozapadnog istarskog poluotoka.

Financijska i gospodarska stabilnost grada Umaga ostvaruje se zahvaljujući zastupljenosti proizvodne i prerađivačke industrije, turizma, uslužnih i financijskih djelatnosti, djelatnosti trgovine na veliko i na malo te graditeljstva. Poslovne zone Grada čine Poduzetnička zona Ungarija, Komunalno servisna zona Finida, Uslužno servisna zona Volparija, Zona gospodarske- uslužno servisne namjene Vrh i Zona Marketi. Navedene zone obuhvaćaju lokacije uslužne, trgovačke, servisne, proizvodne i komunalne namjene. Još jedna od zona je Zona Komunela na čijem se području mogu graditi javne, društvene, stambene i građevine drugih namjena i sadržaja koje služe zadovoljavanju potreba stanovnika. Gospodarstvu grada Umaga najviše pridonose mikro i mali poduzetnici što prikazuje nadolazeća tablica s razvrstanim djelatnostima prema mikro, malim i srednjim poduzetnicima.

Tablica 1. Gospodarske djelatnosti grada Umaga po veličini poduzeća za 2023. godinu

DJELATNOST	MIKRO	MALO	SREDNJE	UKUPNO
Poljoprivreda, šumarstvo, ribarstvo	35	3	0	38
Prerađivačka industrija	70	13	2	85
Rudarstvo i vađenje	0	1	0	1
Opskrba električnom energijom, plinom, parom i klimatizacija	7	0	0	7
Opskrba vodom, uklanjanje otpadnih voda, gospodarenje otpadom te djelatnosti sanacije okoliša	1	1	1	3
Građevinarstvo	164	14	0	178
Trgovina na veliko i na malo, popravak motornih vozila i motocikala	243	26	3	272
Prijevoz i skladištenje	30	3	0	33
Informacije i komunikacija	28	1	0	29
Financijske djelatnosti i osiguranja	1	0	0	1
Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	143	6	1	150
Poslovanje nekretninama	154	5	0	159
Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti	148	3	0	151
Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti	73	7	1	81
Obrazovanje	3	0	0	0
Djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi	11	0	0	11
Umjetnost, zabava i rekreacija	13	2	0	15
Ostale uslužne djelatnosti	37	0	0	37
UKUPNO:	1.161	85	8	1.251

Izvor: HGK, Digitalna komora, dostupno na: <https://digitalnakomora.hr/pretraga/statistika> (20.07.2024.)

Tablica 1. prikazuje gospodarske djelatnosti grada Umaga poredane po veličini poduzeća. Gospodarstvu grada najviše pridonose mikro poduzeća, a njihov ukupan zbroj po djelatnostima je na kraju 2023. godine iznosio 1.161 poduzeće. Prema podacima Hrvatske gospodarske komore, najzastupljenije djelatnosti su trgovina na veliko i na malo, zatim sektor građevinarstva, poslovanja nekretninama, stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti, djelatnost pružanja smještaja te priprema i usluživanja hrane, administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti te prerađivačka industrija. Malih poduzeća je ukupno bilo registrirano 85 od kojih je najaktivnija trgovina na veliko i na malo, građevinarstvo te prerađivačka industrija. Srednjih poduzeća je bilo registrirano 8 dok velikih poduzeća nema. Ukupan broj tvrtki po djelatnostima je 1.251 poduzeće. Nadolazeća tablica prikazuje usporedbu poduzeća u razdoblju od 2021. do 2023. godine.

Tablica 2. Usporedba poduzetnika u razdoblju od 2021. do 2023. godine

	Broj poduzetnika	Broj zaposlenih	Ukupni prihodi	Ukupna dobit/gubitak prije oporezivanja
2021.	1.193	2.896	345.212.828,24	+21.643.260,40
2022.	1.257	3.144	388.544.529,79	+36.444.680,04
2023.	1.251	3.391	406.909.076,22	+33.552.054,33

Izvor: HGK, Digitalna komora, dostupno na: <https://digitalnakomora.hr/pretraga/statistika> (20.07.2024.)

Tablica 2. prikazuje ukupan zbroj poduzetnika po svim djelatnostima koje djeluju na području grada Umaga, broj zaposlenik, zbroj ukupnih prihoda po svim djelatnostima te ukupnu dobit ili gubitak ostvaren prije oporezivanja u razdoblju od 2021. do 2023. godine. Najveći broj poduzetnika registriran je 2023. godine, no najviše zaposlenih je bilo 2023. godine. Ukupni prihodi od zbroja svih djelatnosti bili su najviši 2023. dok je najveća dobit prije oporezivanja registrirana 2022. godine. Ukupan zbroj dobiti i gubitka prije oporezivanja prema mikro, malim i srednjim poduzećima po svim gospodarskim djelatnostima rezultirao je u sve tri godine dobitkom.

2.3. Osnovna obilježja raspoložive osnove za razvoj turizma grada Umaga

2.3.1. Prirodni turistički resursi Umaga

Povoljan geografski položaj Istre omogućava priljev turista, a time i kapitala iz obližnjih razvijenih zemalja. Istarski poluotok Republika Hrvatska dijeli s Italijom i Slovenijom. Slovenska granica proteže se kroz kopno i more, a Talijanska granica je morska. Na istoku i na jugu povezana je s Primorsko-goranskom županijom, time i ostatkom Republike Hrvatske te Srednje Europe čime predstavlja poveznicu Mediterana i Srednje Europe.³ Geomorfološka obilježja grada Umaga možemo razmotriti u kontekstu cijele Istre, odnosno Istarskog ravnjaka kojeg odlikuje nisko i ravno područje gdje je dominantan tip tla crvenica karakteristična za područje Umaga, te je važan faktor u razvoju poljoprivrede koja se razvija u skladu s turističkim potrebama.⁴

Posebno važan faktor, kako u Umagu tako i u cijeloj Istri su obale uz Jadransko more. Oblikovanje obale formirano je za vrijeme posljednjeg ledenog doba te promijene traju i danas ali u znatno manjem intenzitetu. Zapadna obala Istre je do prije 10.000 godina bila sastavni dio naplavne ravnice sjevernoga Jadrana, dok je za južnu obalu, te određene dijelove zapadne obale karakterističan potopljeni krški reljef.⁵ Ovakav tip obale pogoduje razvoju kupališnoga turizma, zbog pristupačne obale te niže dubine mora to jest plitkosti, koja pogoduje ribolovnom turizmu kao i ronjenju, odnosno razgledavanju dna.

Područje Grada Umaga karakterizira tipična sredozemna (mediteranska) klima, kojoj su glavna obilježja topla i suha ljeta te blage i vlažne zime. Najtopliji mjesec je srpanj te prosječna temperatura iznosi 23,9°C ,dok je najhladniji mjesec je siječanj sa prosječnom temperaturom od 5,2°C.⁶ Broj sunčanih sati u gradu Umagu iznosi 2400h. Obzirom na suha ljeta, većina padalina padne u jesenskim i zimskim mjesecima, te prosječna godišnja količina padalina iznosi oko 900mm.⁷ Povoljna klima veoma je važna za turistički razvoj grada Umaga, ponajprije za razvoj sportsko-rekreacijskog i kupališnoga turizma iz razloga što spomenute vrste

³ Boroša, V. : Analiza prometnog sustava Grada Umaga i prijedlog unapređenja povezanosti zone Komunela s okolnim gradskim područjem, Završni rad, Sveučilište u Rijeci, 2017., str. 11

⁴ op.cit. str. 14

⁵ Op.cit. str. 16

⁶ Batel, Đ. : Selektivni oblici turizma u Istarskoj županiji, Završni rad, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2017., str.9

⁷ op.cit., str 11

turizma nemaju toleranciju na vremenske neprilike to jest nepovoljne vremenske prilike izravno utječu na mogućnost kupanja, plovidbe te održavanja sportskih aktivnosti.

Jedan od najbitnijih prirodnih resursa je more. Visoka kvaliteta mora koje se obilježava Plavom zastavom ulijeva sigurnost o čistoći i kvaliteti mora i priobalja. Plava zastava je međunarodno priznanje za ekologiju i očuvanje okoliša koje se dodjeljuje plažama i marinama, a jamči očuvanu okolinu, čistoću mora i plaže, dobro uređenje i visoku kvalitetu usluge. Plava zastava je naziv projekta za očuvanje mora i priobalja koji vodi Zaklada za odgoj i obrazovanje za okoliš. Umag se može pohvaliti sa sedam Plavih zastava na plažama na lokacijama: plaža Kanova, plaža Sipar, Plaža Punta, plaža Laguna, plaža Katoro, plaža Coral i plaža Aurora.

2.3.2. Antropogeni turistički resursi

Istarska županija se na današnjem turističkom tržištu plasira kao jedinstvena regija kulture pod nazivom „Regione Istriana“ sa željom da postane prepoznatljivo europsko kulturno središte. Umag kao sastavni dio Istarske županije je ujedno dio te kulturne regije. Objedinjavanje Istre kao jedinstvene kulturne regije temelji se na 4 čimbenika:

1. materijalna i nematerijalna kulturna baština,
2. ljudski resursi,
3. manifestacije,
4. koristi koje ti resursi donose.⁸

Istra predstavlja relativno malen prostor u svjetskim razmjerima, no karakterizira se bogatom materijalnom i nematerijalnom baštinom koja je izrazito brojna i raznolika te je kao takva prepoznata na turističkom tržištu. Za plansko očuvanje i razvoj kulture u Umagu temelj predstavlja *Kulturna strategija Grada Umaga*. U tom pogledu tri su ključne institucije koje su zadužene za organizaciju kulturnih aktivnosti u gradu. To su Pučko otvoreno učilište „Ante Babić“ Umag, Muzej Grada Umaga i Gradska knjižnica Umag. Sve tri institucije imaju za cilj promociju materijalne i nematerijalne kulturne baštine koja je predstavlja temelje kulturnoga razvoja grada.⁹

⁸ Rajić M.: Prostorna struktura turizma grada Umaga, Zavrni rad, Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet, Zagreb; str. 5

⁹ Ibid.

Iako je današnji izgled grada uvelike poprimio moderniji oblik, određeni tragovi ukazuju na njegovu dinamičnu prošlost čime privlači velik broj turista. Unutar gradskih bedema formirali su se stambeni blokovi s više ćelijskim zgradama koje su međusobno podijeljene uskim ulicama. Ovaj oblik srednjovjekovne gradnje ostao je glavno obilježje povijesne jezgre grada sve do danas. Osim srednjovjekovnih korijena u Umagu se mogu primijetiti tragovi gotičke i renesansne arhitekture, renesansne kule u kojoj se smjestio muzej te nekoliko galerija.

Turistima svakako najatraktivnija je stara gradska jezgra, u kojoj se može naći glavni gradski trg na kojemu se nalazi umaška župna crkva posvećena Uznesenju Blažene Djevice Marije i Sv. Pelegrinu¹⁰. Prostor gradskog trga je kao i u većini gradova središte javnog gradskog života na kojemu se održavaju brojne kulturne manifestacije koje privlače sve veći broj posjetitelja. U neposrednoj blizini trga nalazi se još jedna crkva, a to je crkva Sv. Roka čija je gradnja obilježila početak novovjekovnog razdoblja.

Ključan u turističkoj ponudi svakoga grada, pa tako i Umaga je njegov Gradski muzej čija se bogata ponuda odlikuje arheološkim predmetima iz rimskoga razdoblja, zbirkom kamenih spomenika, likovnim zbirkama i zbirkom razglednica te fotografija¹¹.

Većina zbivanja odvija se na trgu u centru grada pod nazivom Trg 1. svibnja koji je napravljen 31. srpnja 2019. godine. on predstavlja dodatno mjesto okupljanja i održavanja raznih manifestacija. Izgradnjom novog trga, godišnji program manifestacija je dinamičniji, zanimljiviji i privlačniji. Provedbom ovog projekta, centar grada se pretvorio u ugodnije, atraktivnije i ljepše mjesto za građane i turiste.

Zbog očuvanja tradicionalnih običaja i proširenja turističke ponude, u Umagu se često održavaju različite manifestacije i događanja. Kako bi poboljšao svoju ponudu u tome pogledu turističke zajednice Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje, Motovun, Grožnjan i Oprtalj te turističke kompanije Plava Laguna i Aminess & campsites dio su Klastera sjeverozapadne Istre koji želi unapređenjem kvalitete svoje ponude učvrstiti poziciju destinacije idealne za odmor. Više o klasteru Sjeverozapadne Istre obrađeno je u poglavlju 5. Specifični oblici turizma u gradu Umagu.

¹⁰ Turistička zajednica Grada Umaga, dostupno na : <https://www.tz-umag.hr/> (26.07.2024.)

¹¹ Ibid.

Međusobna korelacija turističkih proizvoda grada Umaga i turizma očituje se u organizaciji manifestacija koje svojim djelovanjem obogaćuju turističku ponudu te pozitivno utječu na ekonomske ciljeve i promidžbu turističke destinacije, a najznačajnije su:

- ATP Plava laguna Croatia Open Umag,
- Sea star festival,
- Ultratrail utrka 100 milja Istre,
- Umag Trophy,
- profesionalne biciklističke utrke Trofej Umaga i Istarsko proljeće,
- Istria wine and walk,
- ACR mucifest,,
- Champions bowl- završnica serije svjetskih teniskih turnira za mlađe uzraste,
- HO HO HO Run.¹²

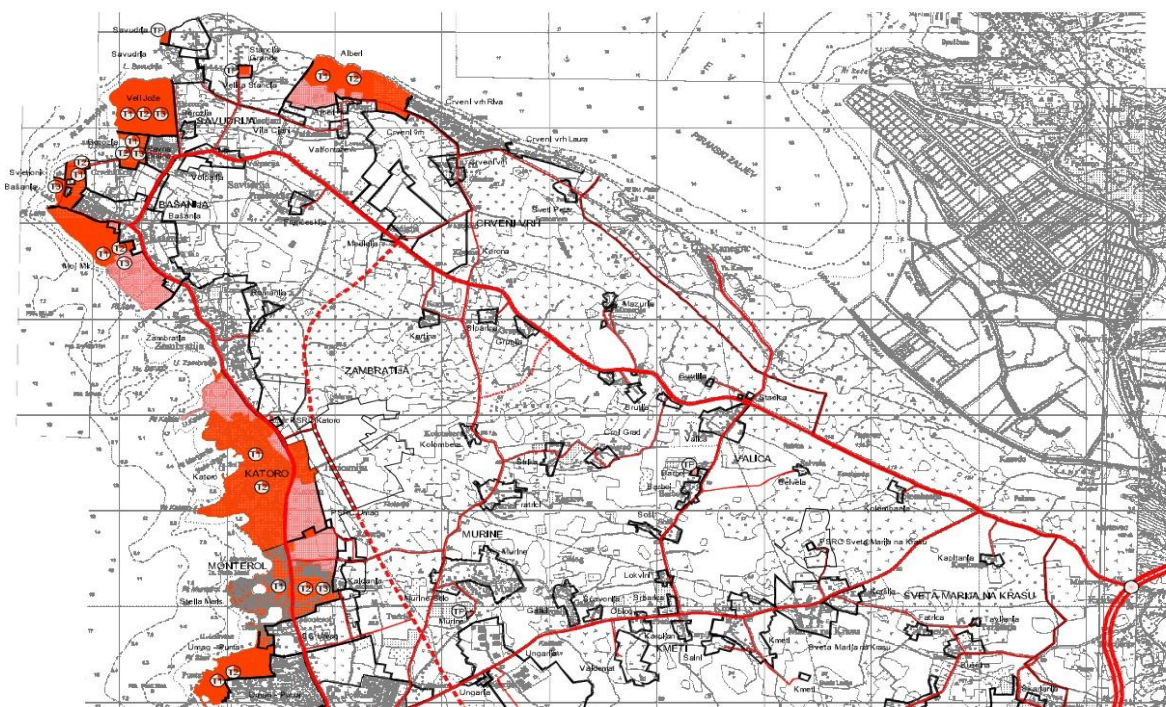
Svaki turist koji dolazi u neku turističku destinaciju očekuje da mu domaćin može jamčiti sigurnost kako bi odmor proveo u miru i bez straha za svoju sigurnost. Grad Umag, kao i cijela Republika Hrvatska može se pohvaliti mirnim okruženjem i stabilnosti unutar države, što kod većine turista predstavlja ključan faktor za odabir turističke destinacije. Pružatelji usluga svojim pristupom i načinom komunikacije s turistima također mogu pridonijeti poboljšanju kvalitete usluge koju nude.

¹² TZ Umag, Izvješće o izvršenju programa rada za 2022. godinu, dostupno na: <https://cms.coloursofistria.com/uploaded/1681811171276-Izvj%C5%A1%C4%87eizvr%C5%A1enjuProgramaradaza2022.sarealizacijom.pdf> , str. 14, (15.06.2022.)

3. ANALIZA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA

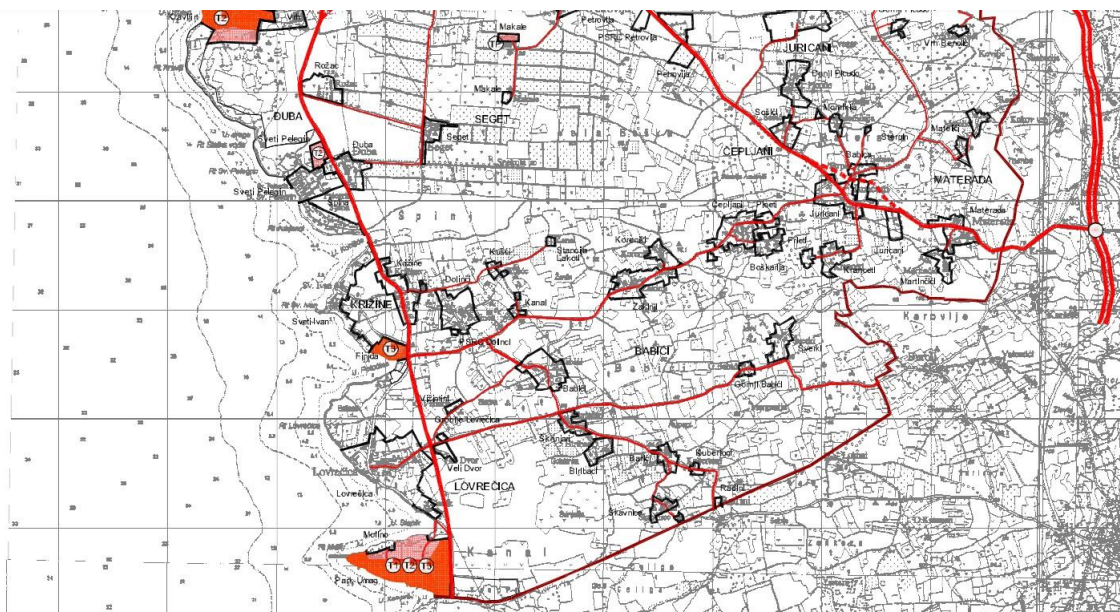
U ovom poglavlju analiziraju se smještajni kapaciteti grada Umaga. Umag je podijeljen na zone turizma koje su predodređene za odvijanje gospodarskih djelatnosti ugostiteljsko -turističke namjene, odnosno djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane i pića s ostalim sadržajima. Unutar turističkih zona nudi se smještaj u hotelima, turističkim naseljima, auto kampovima, kampovima, marinama, pansionima i drugom smještaju.

Slika 2. Turističke zone



Izvor: Grad Umag; dostupno na: https://umag.hr/uploaded/Zone_turizma-nova-1588236434660.pdf (06.08.2024.)

Slika 3. Turističke zone



Izvor: Grad Umag, dostupno na: https://umag.hr/uploaded/Zone_turizma-nova-1588236434660.pdf (06.08.2024.)

U Umagu se nalaze turističke zone koje su namijenjene za obavljanje uslužno-turističke djelatnosti, odnosno pružaju se usluge smještaja i usluživanja hrane i pića kao i druge usluge. Unutar tih zona nalaze se i istoimena turistička naselja, a to su Stella Maris, Polynesia, Kanegra, Savudrija, Punta i Park Umag. Svako turističko naselje sadrži recepciju, ugostiteljske, zabavne i druge sadržaje za rekreaciju te različite tipove smještajnih jedinica. Smještajne jedinice u turističkom naselju mogu biti sobe, apartmani, studio apartmani, bungalovi, mobilne kućice i slično. Uz smještajne kapacitete i ugostiteljske usluge, turistička naselja u Umagu imaju i brojne druge sadržaje poput trgovina, frizerskih salona, kozmetičkih salona, suvenirnica, sportskih terena, usluge wellnessa, raznih rekreacijskih treninga poput plesa i aerobika koje uključuju usluge animatora, te druge usluge.

Smještajni kapaciteti dijele se na komercijalne i nekomercijalne. Komercijalni smještajni kapaciteti su oni u kojima se uz smještaj i hranu plaća i turistička pristojba po osobi za svako noćenje za razliku od komercijalnog u kojem se smještaj ne plaća, a turistička pristojba se plaća paušalno. Komercijalni smještaj čine hoteli, kampovi, turistički apartmani te pansioni dok nekomercijalan smještaj čine kuće i stanovi za odmor. Slijedi tablica s prikazom komercijalnih smještajnih kapaciteta grada Umaga poredanih po vrsti smještaja.

Tablica 3. Smještajni kapaciteti Grada Umaga

HOTELI	KAMPOVI	APARTMANI	TURISTIČKA NASELJA
Coral Plava laguna ****	Camping Adria Mobile Home park Umag ****	Istrian Villas Resort Plava Laguna****	Stella Maris
Hotel Umag Plava Laguna ****	Kamp Stella Maris ****	Garden Palace ****	Polynesia
Garden Istra Plava Laguna	FKK Naturistički kamp Kanegra ****	Apartments Kanegra Plava Laguna**	Kanegra
Aurora Plava Laguna ****	Kamp Finida ***	Apartments Stella Plava Laguna ***	Savudrija
Kempinski HotelAdriatic Istria Croatia*****	Kamp park Umag ****	Bella Vista ***	Punta
Sipar Plava Laguna ****	Kamp Savudrija ****	Apartments Polynesia Plava Laguna***	Park Umag
Residence Umag Plava Laguna****		Apartments Katoro Plava Laguna****	
Natura Vilanija ***		Apartments Savudrija Plava Laguna***	
Adriatic **		Apartments Amfora Plava Laguna ****	
Garden Suites Plava Laguna ****		Apartments Kanegra Plava Laguna**	
Residence Garden Istra Plava Laguna****			
Rooms Savudrija Plava Laguna****			

Tablica 3. prikazuje smještajne kapacitete grada Umaga prema službenoj stranici Klastera sjeverozapadne Istre- Colours of Istria. Navedeni su komercijalni smještajni kapaciteti koji su podijeljeni na hotele, kampove apartmane i turistička naselja. Smještajna ponuda grada Umaga najviše se sadrži od hotela, zatim apartmana te kampova. Većina hotela, kampova i apartmana u vlasništvu je velikog hotelskog lanca Plava Laguna koji ima važnu ulogu u razvoju i unapređenju turizmu grada Umaga.

Društvo Plava Laguna osnovano je 1957. godine kao poduzeće za ugostiteljstvo i turizam i jedno je od prvih nosilaca turističke ponude u Hrvatskoj. Osnovna djelatnost Plave Lagune je ugostiteljstvo i turizam, a u destinacijama u kojima posluje – Poreč i Umag te putem podružnice na dubrovačkom području, upravlja hotelima, resortima i kampovima u kojima dnevno može ugostiti više od 44 tisuće gostiju u približno 17 tisuća smještajnih jedinica te sa smještajnom strukturom od 20 hotela, 10 apartmanskih naselja te 9 kampova. Također, Plava Laguna upravlja s dvije nautičke marine u kojima raspolaže s 360 vezova te nizom ugostiteljskih, sportskih i ostalih sadržaja koji upotpunjuju temeljnu ponudu smještaja.

Odgovornost prema okolišu dio je poslovne strategije kompanije. Poslovnim aktivnostima kontinuirano se vodi računa o zaštiti i očuvanju okoliša, a ekologija se ističe kao jedan od strateških ciljeva poslovanja kako bi se kompanija mogla razvijati na način da svojim aktivnostima što manje utječe na okoliš i prirodne resurse te da se njima koristi na najučinkovitiji način. Optimizacija potrošnje vode, učinkovito gospodarenje otpadom, recikliranje te štednja energije i korištenje obnovljivih izvora energije čine važnu komponentu održive politike kompanije. Tvrtka potiče razvoj održivog turizma koji teži očuvanju okoliša, obalnog područja sveukupnog ekosustava te prirodnih i kulturnih resursa. Takav način poslovanja omogućio je Plavoj Laguni leadersko mjesto u hrvatskom turizmu¹³.

¹³ Plava Laguna, dostupno na: <https://biz.plavalaguna.hr/hr/o-nama> (8.9.2024.)

4. ANALIZA STANJA

Ovo poglavlje bavi se analizom turističkog prometa grada Umaga što se odnosi na dolaske i noćenja turista u razdoblju od 2020. do 2024. godine. Analizira se ostvareni broj dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista, turistički promet ostvaren po vrsti smještaja, analiza emitivnih turističkih tržišta te analiza okruženja, odnosno udio grada Umaga u Istarskoj županiji.

4.1. Analiza turističkog prometa grada Umaga

Analizom turističkog prometa analiziramo dolaske i noćenja turista koji se uspoređuju kroz 2021., 2022. i 2023. godine, promatra se popunjenost po vrsti objekta, analiziraju se prihodi te analizom okruženja uspoređujemo ostvarene rezultate grada Umaga s rezultatima konkurentnih gradova Poreča i Rovinja.

Na nivou Turističke zajednice Istarske županije u 2021. godini ostvareno je 23.533.167 noćenja, odnosno 74% više noćenja u odnosu na 2020. godinu dok je istovremeno u 2021. godini realizirano 3.499.669 dolazaka ili 86% više nego u 2020. godini. Udio turističke zajednice grada Umaga u ukupnom broju noćenja TZ Istarske županije iznosi 9,13%.¹⁴

Turistički promet za 2021. godinu

Tablica 4. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja u 2020. i 2021. godini na području TZG Umag

Zemlja	Dolasci 2020.	Dolasci 2021.	Noćenja 2020.	Noćenja 2021.
Ukupno domaći	8.903	18.747	39.636	74.808
Ukupno strani	174.427	330.529	1.233.566	2.074.202
Sveukupno	183.330	349.276	1.273.202	2.149.010

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Umag (26.07.2024.)

¹⁴ Coloursofistria.com, Izvješće o izvršenju programa rada za 2021. godinu, dostupno na: https://cms.coloursofistria.com/uploaded/1656598093652-Izvjesce_o_izvršenju_PR_za2021_Umag.pdf, str. 5, (26.08.2024.)

Tablica 4. prikazuje usporedbu ostvarenih dolazaka i noćenja turista u Umagu za 2020. i 2021. godinu. Godine 2020. ostvareno je 8.903 dolazaka od strane domaćih turista i 174.427 dolazaka stranih turista što je za 165.524 više u odnosu na domaće turiste. Domaći turisti su iste godine ostvarili 39.636 noćenja dok su strani ostvarili 1.233.566 noćenja. U 2021. dolasci i noćenja kako domaćih tako i stranih turista su se vidljivo povećali shodno tome da je 2020. godine vladala pandemija COVID-19. Može se vidjeti kako je 2021. godine ostvareno 330.526 dolazaka stranih turista što je za 156.102 više u odnosu na prethodnu godinu, a domaćih turista došlo je za 9.844 više. Domaćih noćenja u 2021. godini, ostvareno je 74.808 što je u odnosu na 2020. godinu 35.172 noćenja više. Strani turisti su 2021. ostvarili 2.074.202 noćenja dok su 2020. ostvarili 1.233.566 što je za 840.636 noćenja manje u odnosu na 2021. godinu. U 2021. godini ostvareno je sveukupno 165.946 dolaska više u odnosu na 2020. godinu. Sveukupno je ostvareno 875.808 noćenja više u 2021. godini u odnosu na 2020.

Tablica 5. Ostvareni dolasci i noćenja po vrsti objekata u 2020. i 2021. godini na području TZG Umag

Vrsta objekta	2021.		2020.	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Hotel	87.612	407.898	33.595	144.869
Kamp	90.253	547.922	41.106	238.401
Objekt u domaćinstvu	55.456	367.634	38.126	248.617
Turističko naselje	44.407	270.209	14.694	94.979
Apartman, soba, kuća za odmor	21.757	122.915	16.175	84.141
Turistički apartman	20.276	113.099	8.422	48.753
Hostel, prenoćište	5.260	36.418	2.803	20.907
Kampiralište, kamp odmorište	5.513	21.661	3.471	13.194
Vikendica, kuća i stan	14.456	243.856	23.637	374.360
Pansion	4.286	17.398	1.301	4.981
Ukupno:	349.276	2.149.010	183.330	1.273.202

Izvor: Izrada autora podacima TZ Umag (26.08.2024)

Može se vidjeti kako se broj dolazaka i noćenja po komercijalnim smještajnim kapacitetima povećao u 2021. godini u odnosu na 2020. Hoteli i kampovi imaju najveći broj ostvarenih dolazaka i noćenja u 2021. godini, dok je 2020. godine najveći broj dolazaka i noćenja ostvaren u nekomercijalnom smještaju što se odnosi na vikendice, kuće i stanove. Dolasci i noćenja su se povećali u 2021. godini po svim vrstama smještaja s obzirom da su prethodne godine nacionalne granice bile zatvorene, bio je prisutan strah od putovanja i zaraze te strah od boravka s drugim ljudima. Iz tog razloga je nekomercijalni smještaj koji se odnosi na vikendice, privatne kuće i stanove, ostvario veći broj noćenja u 2020. godini, dok u 2021. bilježi pad broja noćenja.

Turistički promet za 2022. godinu

Tablica 6. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja u 2021. i 2022. godini na području TZG Umag

Zemlja	Dolasci 2021.	Dolasci 2022.	Noćenja 2021.	Noćenja 2022.
Ukupno domaći	18.747	29.184	74.808	101.172
Ukupno strani	330.529	487.122	2.074.202	2.739.482
Sveukupno	349.276	516.306	2.149.010	2.846.654

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Umag (26.08.2024.)

Tablica prikazuje usporedbu turističkog prometa 2021. i 2022. godine. Vidljivo je da je 2021. godine ostvareno 18.747 dolazaka domaćih turista dok je stranih došlo 330.529, a ukupan broj ostvarenih dolazaka bio je 349.276. U 2022. godini ostvareno je 29.184 dolazaka domaćih turista što je za 10.437 više u odnosu na 2021. godinu. Strani turisti ostvarili su 487.122 dolaska u 2022. godini što je za 156.593 dolaska više u odnosu na prethodnu godinu te je ukupan broj dolazaka 2022. godine bio 516.306. U 2022. godini je ostvareno 167.032 dolaska više u odnosu na 2021. U 2021. ostvareno je 74.808 noćenja domaćih turista dok je ostvareno 2.074.202 noćenja stranih turista, a ukupan broj ostvarenih noćenja je 2.149.010 noćenja. Slijedeće godine vidljiv je porast broja noćenja od 101.172 ostvarena noćenja domaćih turista i 2.739.482 stranih turista. Ukupan broj ostvarenih noćenja 2022. godine iznosio je 2.846.654 noćenja što je za 697.644 noćenja više u odnosu na 2021. godinu.

Tablica 7. Ostvarena noćenja i dolasci po vrsti objekta u 2021. i 2022. godini na području TZG Umag

Vrsta objekta	2021.		2022.	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Hotel	87.612	407.898	147.791	608.741
Kamp	90.253	547.922	124.097	734.745
Objekt u domaćinstvu	55.456	367.634	73.453	468.473
Turističko naselje	44.407	270.209	70.354	376.621
Apartman, soba, kuća za odmor	21.757	122.915	27.351	151.288
Turistički apartman	20.276	113.099	35684	167.014
Hostel, prenoćište	5.260	36.418	12.811	68.318
Kampiralište, kamp odmorište	5.513	21.661	7.314	29.742
Vikendica, kuća i stan	14.456	243.856	11.854	221.048
Pansion	4.286	17.398	5.597	20.742
Ukupno:	349.276	2.149.010	516.306	2.846.654

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Umag (26.08.2024.)

Tablica 7. prikazuje usporedbu ostvarenog turističkog prometa u 2021. i 2022. godini po vrsti objekta. Vidljivo je da kampovi i hoteli prednjače u broju dolazaka i noćenja što nije neobično s obzirom na veliku ponudu smještaja u hotelima i kampovima u Umagu. Objekti u domaćinstvu i turistička naselja također se mogu pohvaliti s većim brojem ostvarenih dolazaka i noćenja u obje godine. U 2021. godini ostvareno je 87.612 dolazaka u hotelima, dok je 2022. godine ostvareno u istim 147.791 dolazak što je za 60.179 dolazaka više. Slijedeće godine ostvareno je za 200.849 noćenja više u odnosu na 2021. godinu. U kampovima je ostvareno u 2021. godini 90.253 dolazaka, što je za 33.844 dolazaka manje u odnosu na 2022. godinu. U 2022. ostvareno je 734.745 noćenja što je za 186.823 noćenja više nego u 2021. godini. Dok navedeni smještajni objekti broje porast dolazaka i noćenja u 2022. godini, nekomercijalni smještaj koji se odnosi na vikendice, kuće i stanove, broji pad broja dolazaka i noćenja u 2022. godini.

Turistički promet za 2023. godinu

Tablica 8. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja u 2022. i 2023. godini na području TZG Umag

Zemlja	Dolasci 2023.	Dolasci 2022.	Noćenja 2023.	Noćenja 2022.
Ukupno domaći	35.805	29.184	135.457	101.172
Ukupno strani	523.537	487.122	2.947.043	2.739.482
Sveukupno	559.342	516.306	3.082.500	2.846.654

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Umag (26.08.2024.)

Tablica 8. prikazuje usporedbu dolazaka i noćenja turista u grad Umag u razdoblju 2022. i 2023. godine. U 2023. godini ostvareno je 35.805 dolazaka domaćih turista i 523.537 dolazaka stranih turista dok je ukupan broj dolazaka iznosio 559.342 dolaska. Strani turisti prednjačili su u broju ostvarenih dolazaka za 36.415 dolazak. Prethodne godine ostvareno je 29.184 dolazaka domaćih turista te 487.122 dolazaka stranih turista, što je za 457.338 dolazaka više u odnosu na domaće turiste. Ukupan broj dolazaka u 2022. je iznosio 516.306 dolazaka što je za 43.036 dolaska manje u odnosu na 2023. godinu. Ostvareni broj noćenja domaćih turista u 2023. iznosio je 135.457 dok je stranih noćenja ostvareno 2.947.043 što je za 2.811.586 noćenja više u odnosu na domaće turiste. Ukupan broj noćenja u 2023. godini iznosio je 3.082.500 noćenja. U 2022. ostvareno je 101.172 noćenja domaćih turista dok je stranih noćenja ostvareno 2.739.482 što je za 2.638.310 noćenja više u odnosu na domaće. Vidljiv je porast ukupan broj noćenja u 2023. godini i to za 235.847 noćenja više u odnosu na prethodnu godinu.

Tablica 9. Ostvarena noćenja i dolasci po vrsti objekta u 2022. i 2023. godini na području TZG Umag

Vrsta objekta	2023.		2022.	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Hotel	166.516	673.461	147.791	608.741
Kamp	135.657	766.450	124.097	734.745
Objekt u domaćinstvu	78.175	456.665	73.453	468.473
Turističko naselje	78.984	406.089	70.354	376.621
Apartman, soba, kuća za odmor	27.690	142.087	27.351	151.338
Turistički apartman	27.006	132.703	35.684	167.014
Hostel, prenoćište	16.336	79.638	12.811	68.318
Kampiralište, kamp odmorište	7.323	20.687	7.314	29.742
Vikendica, kuća i stan	16.058	375.508	11.854	221.013
Pansion	5.597	20.212	5.597	20.742
Ukupno:	559.342	3.082.500	516.306	2.846.669

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ grada Umaga (26.08.2024.)

Tablica 9. prikazuje ostvarena noćenja i dolasci po vrsti objekta u 2022. i 2023. godini u gradu Umagu. Iz tablice je vidljivo da kampovi i hoteli imaju najveći broj ostvarenih dolazaka i noćenja, kao i objekti u domaćinstvu i turističko naselje. Hoteli su 2022. ostvarili 147.791 dolazaka, a 2023. godine 166.516 dolazaka što je za 18.725 dolazaka više u odnosu na prethodnu godinu. Evidentirano je 608.741 noćenja 2022. godine, dok je 2023. evidentirano 673.461, za 64.720 noćenja više. Kampovi su ostvarili 124.097 dolazaka u 2022. godini, dok su u 2023. ostvarili 135.657 dolazaka, 11.560 dolazaka više u odnosu na 2022. godinu. U 2023. ostvareno je 31.705 noćenja više u odnosu na 2022. godinu. Objekti koji bilježe povećanje broja noćenja u 2023. godini su hoteli, kampovi, turističko naselje, hostel, prenoćište, vikendica, kuća i stan. Objekti koji bilježe pad noćenja u 2023. su apartman, soba, kuća za odmor, turistički apartman, kamp odmaralište i kampiralište te pansion.

4.2. Analiza emitivnih turističkih tržišta

Analiza emitivnih turističkih tržišta obuhvaća analizu ostvarenih noćenja stranih turista na području grada Umaga u razdoblju od 2020. godine do 2023.

Tablica 10. Ostvareni broj noćenja po zemljama dolazaka u 2020. i 2021. godinu na području TZG Umag

Zemlja	2021.	2020.
Njemačka	647.636	285.666
Slovenija	503.778	569.781
Austrija	251.004	68.978
Češka	147.740	72.451
Italija	88.159	56.165
Poljska	76.213	43.244
Hrvatska	74.808	39.636
Nizozemska	67.821	10.269
Slovačka	55.693	19.048
Mađarska	46.755	18.391
Švicarska	27.542	13.855
Ostali	161.861	75.691
Sveukupno	2.149.010	1.273.202

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Umag (27.08.2024.)

Tablica 10. prikazuje ostvareni broj noćenja po zemljama dolaska u Hrvatsku u 2020. i 2021. godini. Prema podacima turističke zajednice grada Umaga, sve navedene zemlje bilježe povećanje noćenja u 2021. godini izuzev tržišta Slovenije koje bilježi pad noćenja i to 66.003 noćenja manje. Njemačko tržište bilježi najviše evidentiranih noćenja u 2021. i to 361.970 noćenja više u odnosu na prethodnu godinu. Turisti iz Austrije ostvarili su 182.026 noćenja više u 2021., češki turisti su ostvarili 75.289 noćenja više, a Talijani 31.994 noćenja više u odnosu na 2020. godinu. Poljaci su ostvarili 32.969 noćenja više u 2021. godini, Hrvati 35.172, Nizozemci 57.552, a Slovaci 36.645 noćenja više. Turisti iz Mađarske su ostvarili za 28.364 noćenja više u 2021. godini dok su Švicarci ostvarili za 13.687 noćenja više. Noćenja ostalih turista evidentirano je 75.691 u 2020. te 161.861 u 2021. godini. Sveukupan broj evidentiranih noćenja u 2020. iznosi 1.273.202 dok u 2021. iznosi 2.149.010. Pet tržišta koja su ostvarila najviše noćenja u 2020. su Slovenija, Njemačka, Češka, Austrija i Italija dok je 2021. godine

poredak bio drugačiji. Njemačka, Slovenija, Austrija, Češka i Italija su ostvarile najviše noćenja u 2021. godini.

Tablica 11. Ostvareni broj noćenja po zemljama dolazaka u 2021. i 2022. godini na području TZG Umag

Zemlja	2021.	2022.
Njemačka	647.636	751.095
Slovenija	503.778	645.797
Austrija	251.004	396.277
Češka	147.740	190.496
Italija	88.159	171.772
Hrvatska	74.808	107.172
Nizozemska	67.821	104.508
Poljska	76.213	90.302
Slovačka	55.693	78.097
Mađarska	46.755	61.795
Švicarska	27.542	40.613
Ostali	161.861	208.730
Sveukupno	2.149.010	2.846.654

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Umag (27.08.2024.)

Tablica 11. prikazuje ostvareni broj noćenja po zemljama dolaska u 2021. godini i 2022. godini. Evidentiran je porast broja noćenja svih navedenih tržišta u 2022. godini. Njemačko tržište ostvarilo je 751.095 noćenja u 2022. što je za 103.459 noćenja više u odnosu na 2021. godinu. Slovensko tržište je ostvarilo 645.797 noćenja 2022. godine, odnosno 142.019 noćenja više, dok je tržište Austrije ostvarilo 145.273 noćenja više u odnosu na 2021. godinu. Evidentirano je 190.496 noćenja od strane češkog tržišta 2022. godine, što je za 42.756 više noćenja u odnosu na 2021. godinu. Tržište Italije ostvarilo je 2021. godine 88.159 noćenja, a 2022. godine 171.772, a to je 83.613 noćenja više nego lani. Gosti iz Hrvatske ostvarili su 32.346 noćenja, Nizozemske 36.687, Poljske 14.089, Slovačke 22.404, Mađarske 15.040 i Švicarske 13.071 noćenja više u 2022. godini u odnosu na 2021. godinu. Može se reći kako su u 2022. najveći broj noćenja ostvarili gosti iz Njemačke točnije 26% noćenja, Slovenci su ostvarili 23% noćenja, Austrijanci 14%, Česi 7% i Talijani 6% od ukupnih noćenja. Ukupan broj noćenja 2021. iznosio je 2.149.010, dok je 2022. iznosio 2.846.654.

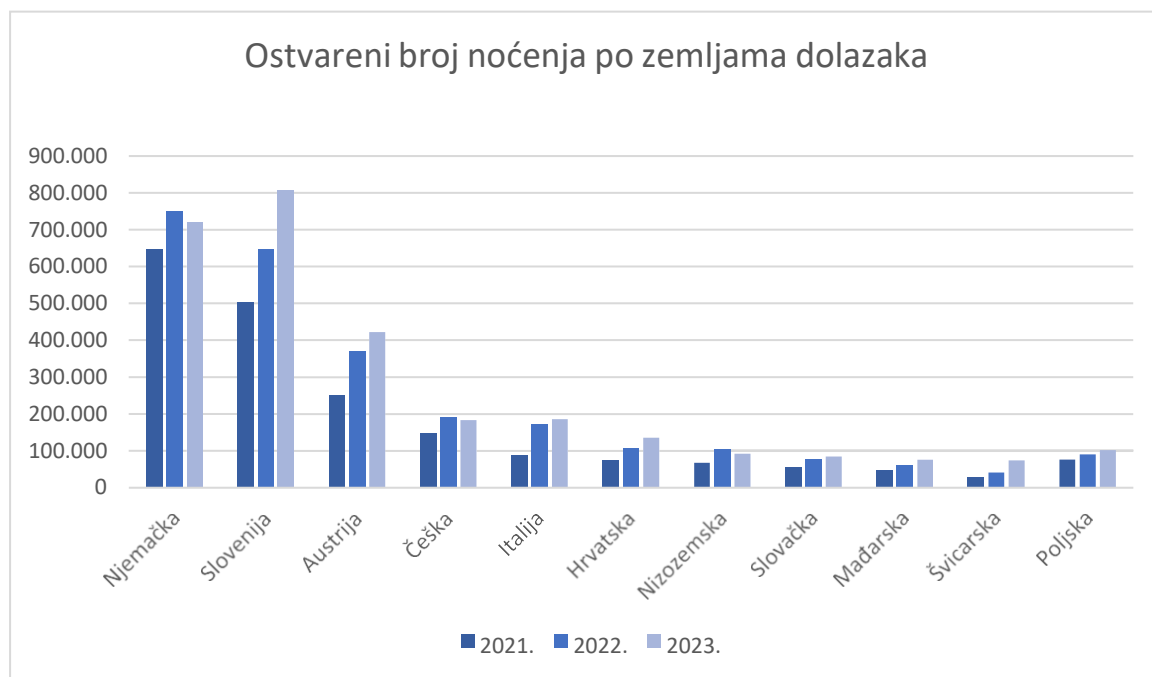
Tablica 12. Ostvareni broj noćenja po zemljama dolazaka u 2022. i 2023. godini na području TZG Umag

Zemlja	2023.	2022.
Slovenija	806.615	645.762
Njemačka	720.458	751.105
Austrija	421.854	396.277
Italija	185.886	171.772
Češka	183.055	190.496
Hrvatska	135.457	107.508
Poljska	101.808	90.302
Nizozemska	92.005	104.508
Slovačka	84.597	78.097
Mađarska	75.889	61.835
Švicarska	43.641	40.613
Ostali	231.235	208.394
Sveukupno	3.082.500	2.846.669

Izvor: Izrada autora TZ grada Umaga (27.08.2024.)

Tablica 12. prikazuje ostvareni broj noćenja po zemljama dolaska u razdoblju 2022. i 2023. godine. Prema sveukupnom broju ostvarenih noćenja u 2023. koji iznosi 3.082.500, vidljivo je povećanje broja noćenja u odnosu na 2022. kada je ostvareno 2.846.669 noćenja. Smanjenje broja noćenja u 2023. godini vidljiv je kod tržišta Njemačke, Češke i Nizozemske. Njemačka je u 2023. ostvarila 720.458 noćenja što je za 30.547 noćenja manje u odnosu na prethodnu godinu. Češko tržište ostvarilo je 183.055 noćenja u 2023. godini što je pad od 7.441 noćenja, dok su gosti Nizozemske ostvarili 12.503 noćenja manje u odnosu na godinu prije. Gosti Slovenije ostvarili su 2023. godine 160.853 noćenja više u odnosu na prethodnu godinu, gosti Austrije su ostvarili 25.577 noćenja više, Italije 14.114, Hrvatske 27.949, a Poljske 11.506 noćenja više u odnosu na 2022. godinu. Tržište Slovačke ostvarilo je 6.500 noćenja više, Mađarske 14.054, a Švicarske 3.028 noćenja više nego prethodne godine. Pet tržišta koja su ostvarila najviše noćenja u 2022. godini su Njemačka, Slovenija, Austrija, Češka te Italija, a 2023. godine je poredak bio drugačiji. Najviše noćenja ostvareno je od strane tržišta Slovenije zatim Njemačke, Austrije, Italije te Češke. Razlog pada noćenja kod Njemačkog, Češkog i Nizozemskog tržišta mogao bi ležati u uvođenju eura kao službene valute Republike Hrvatske koji je rezultirao većom inflacijom, a samim time i povećanjem tržišnih cijena.

Grafikon 1.: Ostvareni broj noćenja po zemljama dolazaka u 2021., 2022. i 2023. godini



Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Umag (27.08.2024.)

Iz grafikona 1. se može vidjeti da Njemačka, Slovenija, Austrija, Češka i Italija imaju najviše ostvarenih noćenja te da se turisti iz tih zemalja svake godine vraćaju u Umag. Turisti iz Hrvatske, Slovačke, Mađarske i Švicarske također svake godine posjećuju Umag, no brojčano manje u odnosu na prvih pet emitivnih zemalja. Najviše njemačkih turista je noćilo u Umagu 2022. godine, Slovenaca 2023., Austrijanaca također 2023., Čeha i Hrvata 2023., Nizozemaca 2022., Slovaka, Mađara, Švicaraca i Poljaka najviše je noćilo 2023. godine. Može se zaključiti da su emitivne zemlje najmanje noćenja ostvarile 2021. godine, a najviše 2023. izuzev Njemačke i Nizozemske koje su najmanje noćenja ostvarile 2021., a najviše 2022. godine.

4.3. Analiza dionika

Analiza dionika, odnosi se na analizu gospodarskog, javnog i civilnog sektora. Grad Umag jedan je od 45 članova Lokalne akcijske grupe pod nazivom *LAG Sjeverna Istra*, koja je osnovana 2011. godine u svrhu davanja podrške razvoju ruralnih područja. LAG predstavlja partnerstvo predstavnika javnog, gospodarskog i civilnog sektora određenog ruralnog područja koje je osnovano s namjerom izrade i provedbe lokalne razvojne strategije tog područja¹⁵. Gradovi Buje, Buzet, Novigrad, Umag i općine Brtonigla, Grožnjan, Lanišće i Oprtalj inicirali su postupak osnivanja lokalne akcijske grupe te iskazali želju za udruživanjem dionika javnog, civilnog i gospodarskog sektora na tom području. U 2015. godini LAG-u se pridružuju općine Vižinada, Tar i Kaštelir. LAG pokriva područje od sveukupno 11 jedinica lokalne samouprave, površine 775 km² te ukupnog broja stanovnika 32.279 km². Osnovni cilj LAG-a je promicanje infrastrukturnog, ekološkog, društvenog, obrazovnog, kulturnog i gospodarskog razvoja na području LAG-a te poticanje protoka informacija i transfera znanja za napredak LAG područja.¹⁶

4.3.1. Analiza gospodarskog sektora

Analiza gospodarskog sektora obuhvaća sve gospodarske djelatnosti na određenom području, u ovom slučaju na području grada Umaga. Kao što je već spomenuto u poglavlju 2.2. najveći doprinos gospodarstvu Grada daju mikro i mali poduzetnici, dok su srednji manje zastupljeni, a velikih nema. Djelatnost koja je najznačajnija za grad je trgovina na veliko i na malo, popravak motornih vozila i motocikala, nakon je prerađivačka industrija koja se nalazi u poduzetničkoj zoni Ungarija te je vrlo značajna za gospodarstvo grada. Djelatnost pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane je jedna od najvažnijih djelatnosti te se odvija u sklopu turizma i uslužne servisne zone Volparija. Građevinarstvo je pretežito aktivno te se svakom godinom sve više razvija i postepeno postaje jedna od ključnijih djelatnosti u razvoju grada. Na djelatnost građevinarstva nadovezuje se poslovanje nekretninama jer se svakom izgradnjom novog objekta povećava potražnja za nekretninama, a shodno tome i razvoj same djelatnosti. Poljoprivredom se bavi ukupno 38 poduzeća prema podacima za 2023. godinu. Poljoprivreda je jedna od važnijih gospodarskih grada u razvoju grada Umaga.

¹⁵ Gospodarstvo grada Umaga, dostupno na: <https://umag.hr/> (21.09.2024.)

¹⁶ Ibid.

Na području grada Umaga djeluje 463 poljoprivrednih gospodarstava od kojih 421 je registrirano kao OPG, 23 ih je registrirano kao obrt te 19 kao trgovačko društvo. Zbog pogodnog sastava tla i mediteranske umjerene klime, ruralno područje grada Umaga pogodno je za razvoj poljoprivrede. U okviru gospodarske djelatnosti poljoprivrede, najzastupljenija je proizvodnja rajčice, s obzirom da se u Umagu nalazila tvornica prerade rajčice Podravka d.d. koja je zatvorena 2023. godine i svoju proizvodnju preselila u grad Varaždin. Nakon uzgoja i prerade rajčice, velika je zastupljenost uzgoja grožđa i proizvodnja vina te uzgoja masline i maslinovog ulja.

Tablica 13. Registrirane gospodarske djelatnosti u gradu Umagu

DJELATNOST	UKUPNO
Poljoprivreda, šumarstvo, ribarstvo	38
Prerađivačka industrija	85
Rudarstvo i vađenje	1
Opskrba električnom energijom, plinom, parom i klimatizacija	7
Opskrba vodom, uklanjanje otpadnih voda, gospodarenje otpadom te djelatnosti sanacije okoliša	3
Građevinarstvo	178
Trgovina na veliko i na malo, popravak motornih vozila i motocikala	272
Prijevoz i skladištenje	33
Informacije i komunikacija	29
Financijske djelatnosti i osiguranja	1
Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	150
Poslovanje nekretninama	159
Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti	151
Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti	81
Obrazovanje	0
Djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi	11
Umjetnost, zabava i rekreacija	15
Ostale uslužne djelatnosti	37
UKUPNO:	1.251

Izvor: Izrada autora prema podacima HGK- digitalne komore, dostupno na: <https://digitalnakomora.hr/pretraga/statistika> (21.09.2024.)

Tablica 13. prikazuje registrirane djelatnosti u gradu Umagu te broj registriranih poduzeća po djelatnostima u 2023.godini. Napravljena je po uzoru na tablicu 1. iz poglavlja 2.2. Gospodarske značajke grada Umaga. Iz tablice je vidljivo da su najzastupljenije djelatnosti prerađivačka industrija, građevinarstvo, trgovina na veliko i na malo, popravak motornih vozila i motocikala, djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, poslovanje nekretninama, stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti i administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti. Djelatnosti prerađivačke industrije odnose se na proizvodnju prehrambenih proizvoda u čemu najveći udio ima proizvodnja i prerada rajčice i proizvoda od rajčice, proizvodnja vina iz grožđa te maslinovog ulja, proizvodnja pića, odjeće, gotovih metalnih proizvoda, motornih vozila te prerada drva i proizvoda od drva te proizvodnja gume i plastike. Građevinarstvo se odnosi na gradnju zgrada, gradnju građevina niskogradnje, uklanjanje građevina i priprema za građenje te uvođenje elektroinstalacija i vodovoda. U djelatnost trgovine na veliko i na malo, popravak motornih vozila i motocikala se ubrajaju poduzeća u Umagu koja se bave trgovinom na veliko, trgovinom na malo, koja se bave djelatnošću popravka motornih vozila, trgovina hranom, pićima i duhanskim proizvodima misleći na samoposluge, trgovina s bijelom tehnikom, trgovina na malo informacijsko-komunikacijskom opremom, trgovina na malo putem pošte i interneta, trgovina na malo putem tržnice, štandova i prodavaonica. Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u Umagu djeluje putem hotela, kampova, objekata u domaćinstvu, turističkih apartmana i druge vrste smještaja dok se djelatnost pružanja usluga pripreme i usluživanja hrane odnosi na restorane, samostalne ili u smještajnim objektima te djelatnosti cateringa. Djelatnost poslovanja nekretnina odnosi se na kupnju i prodaju nekretnina, najmom vlastitih nekretnina ili uzetih u zakup te poslovanje nekretninama uz naplatu ili na osnovi ugovora. Stručnim, znanstvenim i tehničkim djelatnostima bave se poduzeća koja se bave pravnim i računovodstvenim djelatnostima, savjetovanjem u vezi s upravljanjem, promidžbom te ostale stručne djelatnosti. Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti odnose se na djelatnosti iznajmljivanja i davanja u zakup, djelatnost zapošljavanja, uredske administrativne djelatnosti, djelatnosti kojenude usluge održavanja zgrada i krajolika te na Putničke agencije kojih ima čak 40 na području Umaga.

Djelatnost koja nije navedena u tablici gospodarskih djelatnosti, a koja je od najvećeg značaja za grad Umag je turizam. Turistička djelatnost osim što se ogleda u djelatnosti pružanja usluga smještaja te pripreme i usluživanje hrane i pića, ogleda se i u drugim dionicima turističkog tržišta. Turističke djelatnosti koje su vezane za turizam su gradski i prigradski kopneni prijevoz putnika, taksistička služba, zračni i pomorski prijevoz putnika. Djelatnosti osiguranja vezane za osiguranje putnika, osiguranje jamstva za paket aranžmane, osiguranja prtljage, osiguranje od otkaza turističkih putovanja, osiguranje od nezgode na putovanju, osiguranje od odgovornosti vlasnika odnosno korisnika marine. Djelatnosti vezane za posredovanje vrijednosnih papira odnosno djelatnosti mjenjačnica, poslovanje nekretninama te agencije za promidžbu. Turističke djelatnosti su i djelatnosti iznajmljivanja i davanja u zakup opreme za rekreaciju i sport, putničke agencije, organizatori putovanja odnosno turoperatori i ostale rezervacijske usluge povezane s njima kao i organizacija sastanaka i poslovnih sajmova, djelatnost kladjenja, sportskih klubova, zabavnih i tematskih parkova te ostale rekreacijske djelatnosti. U turističkoj ponudi ulogu ima i djelatnost iznajmljivanja i davanja u zakup automobila i motornih vozila, plovnih vozila i zračnih prijevoznih sredstava te ih prate djelatnosti trgovine na veliko motornim vozilima i popravka istih. Osim trgovine vozilima u turističku ponudu spada i trgovina na malo hranom i pićem te duhanskim proizvodima, odnosno samoposluge kao i tržnice i štandovi, usluge pošte i bankomata te usluge frizerskih salona i kozmetičkih salona. Sve navedene djelatnosti donose prihode od turizma koji su prikazani u nadolazećoj tablici.

Tablica 14. Prihodi od turizma u razdoblju od 2021.do 2023. godine u eurima

PRIHODI	2021.	2022.	2023.
Prihodi od boravišne pristojbe	715.410,84	1.050.715,38	1.104.566
Prihodi od turističke članarine	105.640	143.931,25	249.746
Prihodi iz proračuna	13.272,28	79.633,69	150.000
Prihodi od sustava turističkih zajednica	39.669,52	55.743,58	110.012
Prijenos viške prihoda iz prethodne godine	650.884,07	755.578,34	850.071
Ostali prihodi	4.056,27	9.544,76	16.752
Ukupni prihodi	1.528.927,99	2.095.147,12	2.481.147

Izvor: Izrada autora prema podacima TZG Umag, dostupno na:

<https://cms.coloursofistria.com/uploaded/1656598093652->

[Izvjescje_o_izvršenju_PR_za2021_Umag.pdf](#) (21.09.2024.)

Tablica 14. prikazuje prihode od turizma koje je ostvario grad Umag u razdoblju od 2021. godinedo 2023. godine. Navedeno je šest vrsta prihoda od kojih su najveći prihodi dobiveni od boravišne pristojbe. Najveći prihodi od boravišne pristojbe ostvareni su 2023. godine od1.104.566 eura dok su 2021. ostvareni najniži prihodi od boravišne pristojbe. Turističku boravišnu pristojbu plaćaju osobe koje u turističkoj destinaciji nemaju prebivalište, već koriste uslugu smještaja u smještajnom objektu, putnici koji koriste uslugu noćenja na plovnom objektu nautičkog turizma, osobe koje pružaju usluge smještaja u domaćinstvu ili seljačkom gospodarstvu, vlasnici stanova i kuća za odmor te vlasnik plovila i sve osobe koje noće na plovnom objektu u turističke svrhe. Turističku članarinu plaćaju sve osobe koje pružaju djelatnosti u gore navedenom tekstu osim djelatnosti pošte, usluga bankomata, frizerskih salona i kozmetičkih salona. Najviši prihodi od turističke članarine ostvareni su u 2023. godinite su iznosili 249.746,00 eura dok su najniži prihodi iznosili 105.640, 00 eura u 2021. godini. Najviši prihodi od proračuna ostvareni su 2023. godine te su iznosili 150.000,00 eura, a najnižisu bili 2021. godine te su iznosili 13.272,28 eura. Prihodi od sustava turističkih zajednica najviši su ostvareni 2023. godine, a iznosili su 110.012,00 eura, dok su najniži ostvareni prihodiiznosili 39.669,52 u 2021. godini. Najviši prijenos viška prihoda iz prethodne godine ostvaren

je u iznosu od 850.071,00 eura u 2023. godini, a najniži prijenos prihoda ostvaren je u 2021. godini te je iznosio 650.884,07 eura. Ostali prihodi iznosili su 4.056,27 u 2021. godini, 9.544,76 u 2022. godini i 16.752,00 eura u 2023. godini. Najviši ukupni prihodi ostvareni su 2023. godine od 2.481.147 eura, dok su najniži ostvareni ukupni prihodi iznosili 1.528.927,99 eura u 2021. godini.

Tablica 15. Prihodi ostvareni od drugih djelatnosti u razdoblju od 2021. do 2023. godine

GODINA	DJELATNOST	Ukupna dobit ili gubitak prije oporezivanja
2021.	Trgovina na veliko i na malo	858.135,48
	Prerađivačka industrija	909.552,83
	Građevinarstvo	340.155,69
	Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	460.535,19
2022.	Trgovina na veliko i na malo	1.664.052,23
	Prerađivačka industrija	1.167.941,31
	Građevinarstvo	3.317,07
	Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	659.798,49
2023.	Trgovina na veliko i na malo	1.204.395,30
	Prerađivačka industrija	873.947,60
	Građevinarstvo	748.585,47
	Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	- 459.920,93

Izvor: Izrada autora prema podacima HGK, dostupno na:

<https://digitalnakomora.hr/pretraga/statistika> (21.09.2024.)

Tablica 15. prikazuje usporedbu prihoda najzastupljenijih gospodarskih djelatnosti u razdoblju od 2021. do 2023. godine prema podacima digitalne komore. Kroz sve tri godine je djelatnost trgovine na veliko i na malo imala najveću ostvarenu dobit na kraju razdoblja. Prerađivačka industrija je najveću ukupnu dobit imala 2022. godine od 1.167.941,31 euro dok je u preostale dvije godine podjednako poslovala. Građevinarstvo je svoju maksimalnu dobit steklo 2023. godine u iznosu od 748.585,47 eura dok je 2022. bila najniža u odnosu na 2021. i 2023. godinu te je iznosila 3.317,07 eura. Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane najveću ukupnu dobit je ostvarila 2022. godine u iznosu od 659.798,49 eura, no 2023. je poslovala s gubitkom od 459.920,93 eura. Može se reći da je prerađivačka industrija bila najunosnija djelatnost 2021. godine, dok je iste godine djelatnost pružanja usluga smještaja i pripreme te usluživanja hrane i pića bila najmanje unosna. Trgovina na veliko i na malo najviše je doprinijela gospodarstvu grada Umaga 2022. godine te je ostvarila profit od 1.664.052,23 eura dok je najmanji profit ostvarila djelatnost građevinarstva od 3.317,07 eura. Djelatnost trgovine na veliko i na malo također je najbolje poslovala u 2023. godini s profitom od 1.204.395,30 eura, a djelatnost pružanja usluge smještaja, hrane i pića je poslovala iste godine s gubitkom.

4.3.2. Analiza javnog sektora

Javni sektor obuhvaća aktivnosti koje se odnose na brigu o djeci, predškolski odgoj i obrazovanje, osnovnoškolsko obrazovanje, kulturu, tjelesnu kulturu, sport i rekreaciju, tehničku kulturu, socijalnu skrb, primarnu zdravstvenu zaštitu i drugo. U području javnog sektora djeluju ustanove poput Dječjeg vrtića i jaslica „Duga“, Talijanskog dječjeg vrtića „Vrtuljak“, Osnovne škole „Marije i Line“, Umag, Talijanske osnovne škole „Galileo Galilei“, Pučkog otvorenog učilišta „Ante Babić“ Umag, Gradske knjižnice Umag, Muzeja Grada Umaga, Ustanove za upravljanje, održavanje i korištenje športskih objekata Grada Umaga te Doma za starije i nemoćne osobe „Atilio Gamboc“ Umag.

Osnovna škola Marije i Line, Umag u svojem sastavu ima područne škole Babići, Bašanija, Juricani, Kmeti, Murine i Petrovija. U školama se provodi program produženog boravka za učenike od 1. do 4. razreda, organizirana je prehrana djece putem vlastitih kuhinja, također je i organiziran prijevoz posebnim učeničkim autobusima, a od 2014. godine u OŠ Marije i Line djeluje glazbeni odjel. Uz navedeno, učenicima s teškoćama u razvoju osigurani su pomoćnici u nastavi. Treba napomenuti kako grad izvrsnim studentima dodjeljuje stipendije na temelju

postignutog uspjeha u akademskoj godini, dok na potporu za studiranje imaju pravo studenti slabijeg imovinskog stanja. Grad od 2024. godine posjeduje srednju školu prirodoslovno-matematičku gimnaziju.

Grad Umag se može pohvaliti bogatom i očuvanom kulturnom baštinom što dokazuje i očuvana stara gradska jezgra te očuvana vanjština starih, renesansnih kuća u staroj jezgri. Tri su institucije na području Grada koje djeluju na području kulture i umjetnosti, a to su Udruga Festum, Muzej grada Umaga i Gradska knjižnica Umag. Smjernice razvoja kulture definirane su Kulturnom strategijom Grada. Također se svake godine organizira kulturno-manifestacijski festival komornog teatra „Zlatni lav“ koji se održava u Gradskom kazalištu „Antonio Coslovich“.

U Gradu se nalazi jedna opća bolnica pod nazivom „Istarski domovi zdravlja“; u čijem su sklopu domovi zdravlja u Buzetu, Labinu, Pazinu, Poreču, Rovinju i Umagu. Na području turističkog naselja Katoro i Stella Maris nalazi se po jedna pomoćna ambulanta.

4.3.3. Civilni sektor

Prema službenim podacima Ureda državne uprave u Istri, na području grada Umaga djeluje 190 udruga i to najvećim dijelom u području sporta što nije čudno s obzirom na razvijenost sporta i sportskog turizma u gradu, njih 115, 14 udruga je u području kulture, četiri u području socijalne skrbi i zdravlja, devet udruga koje se bave nacionalnim manjinama u gradu Umagu te se preko 60 udruga bavi ostalim aktivnostima. Preko 50% aktivnosti registriranih udruga sufinancira Grad Umag. Civilni sektor se može smatrati udruženjem građana koji se okupljaju koji se okupljaju radi zajedničkih interesa i kroz zajedničku provedbu aktivnosti ostvaruju zajedničke ciljeve i potrebe kroz aktivnosti udruga na području sporta, kulture, obrazovanja i drugih udruga u suradnji s jedinicom lokalne samouprave odnosno s Gradom Umagom. S obzirom na spoznaju važnosti udruga za grad Umag, od 2013. godine se provodi projekt „Razvoj civilnog društva u Gradu Umagu“ čiji je cilj povećanje udruga te suradnja udruga i Grada Umaga kako bi se ostvarili zajednički ciljevi. U nastavku su navedene neke od udruga koje djeluju na području grada Umaga prema podacima Registra udruga Republike Hrvatske.

Tablica 16. Udruge na području grada Umaga

Udruge u području SPORTA	Klub ekstremnih biciklista „Connected project“
	Jedriličarski klub „HISTRIA“
	Košarkaški klub Umag
	Stolnoteniski klub „Maestral“
	Rukometni klub Umag
	Nogometni klub Babići 1947
	Teniski klub „Delfin“
	Umag Tennis Acedamy
	Boćarski savez Umag
	Ženski rukometni klub Umag
	Sportski podvodno ribolovni klub „Siparis“
	Odbojkaški klub Umag
	Streljaški klub „Bujština“
Udruge u području KULTURE	Udruga za kulturu i zabavu „GAIA“ Umag
	Folklorno društvo Umag
	Udruga za kreativni razvoj aMORE
	Udruga „Teatar ZOE“ Umag
	Puhački orkestar „Naša sloga“ Babići
	Alibi, Centar za turističke, kulturne i sportske inicijative
	Vokalna skupina – klapa Lungomre
	Talijanska unija- zajednica Talijana „Fulio Tommizza“
Udruge na području SOCIJALNE POMOĆI	Klub liječenih alkoholičara Umag
	Društvo „Naša djeca“ Umag
	Zajednica žena Bujštine
	Udruga „Pružam ti ruku“ Umag
	Udruga umirovljenika Bujštine 50+
Ostale Udruge	Speleološko društvo Umag
	Speleološko društvo Umag
	Inicijativa za promociju umjetnosti mediterana
	Ekološka udruga „MOREMIO“ Umag

Izvor: Registar udruga Republike Hrvatske, dostupno na: <https://registri-npo-mpu.gov.hr/#!udruge> (26.09.2024.)

4.4. Analiza okruženja

Analiza okruženja prikazuje statističke podatke dolazaka i noćenja turista u Istarskoj županiji po gradovima i općinama. Analizira se usporedba turističkog prometa Umaga s njemu konkurentnim gradovima što je prikazano u nadolazećim tablicama.

Tablica 17. Pokazatelj turističkog rezultata udjela dolazaka i noćenja po turističkim zajednicama TZ Istarske županije

TURISTIČKA ZAJEDNICA	DOLASCI	%	NOĆENJA	%
Bale	68.213	1,37	426.458	1,42
Barban	15.300	0,31	121.680	0,40
Brtonigla	98.379	1,98	748.000	2,48
Buje	55.969	1,13	254.834	0,85
Buzet	17.249	0,35	65.830	0,22
Fažana	157.788	3,17	1.149.143	3,81
Funtana	301.219	6,06	2.032.313	6,74
Grožnjan	7.850	0,16	30.420	0,10
Kanfanar	9.893	0,20	81.674	0,27
Kaštelir-Labinci	11.530	0,23	100.381	0,33
Kršan	10.430	0,21	77.263	0,26
Labin	236.227	4,75	1.306.019	4,33
Ližnjan	42.574	0,86	325.490	1,08
Marčana	42.963	0,86	355.230	1,18
Medulin	446.665	8,99	2.815.617	9,34
Motovun	24.929	0,50	54.529	0,18
Novigrad	249.550	4,96	1.344.072	4,46
Oprtalj	8.810	0,18	37.260	0,12
Pazin	50.063	1,0	366.355	1,22
Poreč	642.567	12,93	3.457.130	11,47
Pula	448.214	9,02	2.082.404	6,91
Raša	46.273	0,93	339.037	1,13
Rovinj	739.765	14,89	4.259.429	14,14
Sveta Nedjelja	13.816	0,28	127.793	0,42
Svetvičenat	22.854	0,46	189.186	0,63
Tar Vabriga	272.866	5,49	1.955.269	6,49
Umag	559.343	11,25	3.082.501	10,23
Višnjan	12.956	0,26	105.909	0,35
Vižinada	62.056	1,25	630.152	2,09
Vrsar	239.708	4,82	1.795.245	5,96
Žminj	12.820	0,26	107.587	0,36
UKUPNO	4.969.849	100,00	30.133.372	100,00

Izvor: TZ Istarske županije, dostupno na: <https://www.istra.hr/hr/business-information/tzi/dokumenti> (28.08.2024.)

Tablica 17. prikazuje udio dolaska i noćenja turista po gradovima, tj. turističkim destinacijama Istarske županije u razdoblju od 1. do 12. mjeseca u 2023. godini. Vidljivo je da gradovi Rovinj, Poreč, Umag, Pula i Medulin prednjače u broju ostvarenih dolazaka i noćenja. Grad Rovinj ostvario je 739.765 dolazaka u 2023. godini i 4.259.429 noćenja što je 14,14% od ukupnih noćenja u Istri. Poreč je ostvario 642.567 dolazaka što je za 1,96% manje u odnosu na Rovinj. Ostvarenih noćenja bilo je 3.457.130. što je za 2,67% manje u odnosu na ostvarena noćenja u Rovinju. Grad Umag ostvario je 559.343 dolazaka, odnosno za 1.68% manje u odnosu na Poreč te je ostvario 3.083.501 noćenja tj. 1,24% manje u odnosu na Poreč i 3,91% manje u odnosu na Rovinj. Pula je ostvarila 448.214 dolazaka i 2.082.404 noćenja dok je Medulin ostvario 446.665 dolazaka i 2.815.617 noćenja. Uspoređujući Pulu i Medulin, vidljivo je da Pula ima za 0.03% više dolazaka, no Medulin ima za 2,43% više noćenja. Prema podacima TZ Istarske županije vidljivo je da je grad Rovinj najposjećeniji grad u Istri s najviše ostvarenih noćenja, nakon njega, najposjećeniji je grad Poreč te Umag.

Tablica 18. Dolasci i noćenja turista konkurentnih gradova grada Umaga

GRAD	01-12/2023.		01-12/2022.		01-12/2021.	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Rovinj	739.690	4.259.256	709.484	4.225.147	549.399	3.496.654
Poreč	642.530	3.457.065	613.140	3.428.305	430.644	2.609.493
Umag	559.322	3.081.989	516.310	2.846.669	349.276	2.149.010

Izvor: TZ Istarske županije, dostupno na: <https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/statistika> (28.08.2024.)

Tablica 18. prikazuje usporedbu ostvarenih dolazaka i noćenja u navedenim gradovima od 1. do 12. mjeseca u razdoblju od 2021. godine do 2023. Prema podacima Turističke zajednice Istarske županije, vidljivo je da je Rovinj ostvario u 2021. godini 3.496.654 noćenja dok je u 2023. ostvario 4.259.256 što je za 762.602 noćenja više. Poreč je ostvario 2.609.493 noćenja u 2021. godini dok je 2023. ostvario 3.456.065 što je za 847.572 noćenja više u odnosu na 2021. Umag je 2021. ostvario 2.149.010 noćenja, a 2023. 3.081.989 što je za 932.979 noćenja više u odnosu na 2021. godinu. Svaki od gradova je svake sljedeće godine ostvario više dolazaka i noćenja u odnosu na prethodnu godinu. Također, može se zaključiti kako grad Umag ima najveći porast noćenja uspoređujući razdoblje od 2021. godine do 2023. u odnosu na Rovinj i Poreč. Podaci daju naslutiti kako su Rovinj i Poreč konkurentni gradovi gradu Umagu

zbog čega Grad treba stvarati nove turističke proizvode i usluge koji će biti jedinstveni i prepoznatljivi na tržištu, te unaprijediti postojeće kako bi privukao veći broj turista.

5. SPECIFIČNI OBLICI TURIZMA U UMAGU

Specifični oblici turizma su se razvili sa spoznajom štetnosti masovnog turizma na okoliš odnosno kao alternativni oblik turizma. Utemeljen je na odgovornom ponašanju svih sudionika, ekološkom i ekonomskom načelu uravnoteženog razvoja turizma, društvenim i kulturnim vrijednostima zajednice koje omogućavaju pozitivnu interakciju lokalnog stanovništva i turista. Specifični oblici turizma također se mogu definirati kao oni oblici koji se temelje na specifičnim interesima turista za sadržajima i aktivnostima u određenoj turističkoj destinaciji.¹⁷

Turistička zajednica grada Umaga ima vrlo važnu ulogu u razvoju turizma. Financijski potpomaže i sudjeluje u osmišljavanju raznih manifestacija (ATP Croatia Open, Sea Star festival, Sepomaia viva, Međunarodni festival komornog teatra Zlatni lav, Forum Tomizza, Dani rajčica, Dani Švoja i drugi), tiska promotivne materijale, prikuplja i analizira podatke u svim sektorima povezanim sa turizmom.

Kako bi poboljšao svoju ponudu u tome pogledu turističke zajednice Umag, Novigrad, Brtonigla, Buje, Motovun, Grožnjan i Oprtalj te turističke kompanije Plava Laguna i Aminess & campsites dio su Klastera sjeverozapadne Istre koji želi unapređenjem kvalitete svoje ponude učvrstiti poziciju destinacije idealne za odmor.¹⁸

Naziv marke Klastera sjeverozapadne Istre je *Colours of Istria - u svim bojama Istre* koji je prepoznatljiv po svom logo znaku, lepezi u četiri boje, plavoj, narančastoj, zelenoj i ljubičastoj, a svaka od boja predstavlja neku od specifičnosti sjeverozapadne Istre.¹⁹

¹⁷ Tubić D.: Ruralni turizam: od teorije do empirije, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, Virovitica, 2019. str.57

¹⁸ Colours of Istria, dostupno na: <https://coloursofistria.com/o-nama> (08.09.2024.)

¹⁹ Ibid.

Slika 4. Logo Colours of Istria



Izvor: The Best Villas Istria, dostupno na: <https://thebestvillasistria.hr/useful-links/> (08.09.2024.)

Prva pomisao na gradove sjeverozapadne Istre je more, sunce, plaže, nautički turizam te wellness hoteli, pa tako plava boja predstavlja wellness i more. Sjeverozapadna Istra, a posebice grad Umag, postala je atraktivna i prepoznatljiva turistička destinacija za sport, rekreaciju i aktivni odmor zbog velikog broja sportskih objekata kao i raznih sportskih natjecanja, pa je tako narančasta boja, boja sportske ponude. Zelena boja obilježava prirodu i kampiranje, a ljubičasta hranu i vino jer sjeverozapadna Istra okuplja neke od najboljih vinara i maslinara u Hrvatskoj, a poznati tartufi, morski specijaliteti, i pršut čine samo dio gastronomske ponude na koju se vežu razna gastronomska događanja.

Cilj udruživanja gradova sjeverozapadne Istre je zajedničkim djelovanjem osmisliti nove turističke proizvode, razvoj destinacije, unapređenje kvalitete ponude te ostvarivanje boljih rezultata u pod i posezoni. Glavni problem gradova je sezonalnost koja se pokušava smanjiti osmišljavanjem novih turističkih proizvoda kroz razvoj specifičnih oblika turizma s ciljem prepoznatljivosti destinacije na tržištu te ostvarivanjem boljih rezultata izvan sezone. Tokom sezone naglasak je na suncu i moru, dok se proizvodi poput nogometa, tenisa, gourmet, wellnessa i prirode mogu ponuditi i izvan glavne sezone. Turistička ponuda grada Umaga objašnjena je kroz specifične oblike turizma koje je grad razvio poput ruralnog turizma i njegovih pojavnih oblika te nautičkog turizma pri čemu je naglasak na sportskom i cikloturizmu po kojima je Umag prepoznatljiv.

5.1. Ruralni turizam

Ruralni turizam sadržava sve turističke aktivnosti i usluge koje se odvijaju unutar ruralnog područja, odnosno obuhvaća spektar pojavnih ruralnih oblika turizma, kao što su primjerice seoski turizam, zdravstveni, lovni i ribolovni, kulturni turizam, vjerski, eno i gastro turizam, avanturistički, ekoturizam, sportski turizam, kamping turizam, eko turizam, nautički kontinentalni, edukacijski, zavičajni, mračni turizam itd.²⁰

Grad Umag razvio je ruralni turizam i njegove pojavne oblike jer oni stvaraju novu kvalitetu i dodatnu vrijednost turističkog proizvoda koji se promoviraju kroz klaster sjeverozapadne Istre, jer osiguravaju kontroliran i dugoročan razvoj destinacije. Turizam i njegovi specifični oblici pokretač su održivog razvoja u nekoj turističkoj destinaciji. *Održivi razvoj turizma predstavlja proces zadovoljenja potreba sadašnjih generacija bez ugrožavanja mogućnosti i sposobnosti budućih generacija da zadovolje svoje potrebe.*²¹ Ruralni turizam u gradu Umagu odvija se u ruralnom području koji je objašnjen kroz njegove pojavne oblike, a to su: sportski turizam, cikloturizam, kulturni turizam, eno-gastronomski turizam, kamping turizam i zdravstveni turizam.

²⁰ Tubić D.: Ruralni turizam: od teorije do empirije, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, Virovitica, 2019. str. 85

²¹ Op. Cit. Str. 61

5.1.1. Sportski turizam

Sportski turizam je specifični oblik turizma u kojem je sport glavni motiv putovanja i boravka turista u nekoj turističkoj destinaciji. Pojavni oblici sportskog turizma su *natjecateljski sportski turizam, ljetni i zimski sportsko – rekreacijski turizam*. Sudjelovanje na sportskim događajima može biti aktivno ili pasivno. *Aktivno* sudjeluju sportaši, treneri, pomoćno osoblje, dok *pasivno* sudjeluju gledatelji sportskih događanja. Sudionici zimskog ili ljetnog sportsko-rekreacijskog turizma su obično rekreativci koji se žele baviti određenim sportsko - rekreacijskim aktivnostima poput planinarenja, jogginga, sportovi na vodi, odbojka, golf i drugi.²²

Sportski turizam dijeli se na tvrdi i meki sportski turizam. *Tvrđi sportski turizam* odnosi se na putovanja turista kako bi aktivno sudjelovali u sportskim aktivnostima i natjecateljskim sportskim događanjima. *Meki sportski turizam* odnosi se na putovanje sportaša rekreativaca kako bi uživali u određenim sportskim aktivnostima. Turisti kojima je glavni motiv putovanja sport dijelimo na sportske nostalgičare koji posjećuju stadione, terene, dvorane, sportske muzeje ili se bave uspjehom lokalnih sportaša zatim gledatelje sportskih natjecanja i natjecatelje koji aktivno sudjeluju u sportskoj aktivnosti.

Umag je već desetljećima poznat kao grad turizma i sporta. Sport kao i sve manifestacije i aktivnosti koje su vezane za sport, razonodu i zdrav život, strateška su odrednica grada Umaga. Obzirom na veliki broj sportskih udruga i klubova, profesionalnih i rekreativnih sportaša te razvijene sportske infrastrukture, Umag je nagrađen titulom „Europski grad sporta 2018.“ od strane ACES Europe.

U Umagu djeluju 54 sportske udruge u ukupno 24 sporta, koje su organizirane u Sportsku zajednicu grada Umaga. Osim aktivnosti sportskih klubova koje se odnose na njihov redovan rad, Umag sport razvija kroz organizaciju različitih sportskih manifestacija. Najznačajniji sportovi grada Umaga su tenis, nogomet, rukomet i biciklizam.

²² Sportski turizam i wellness, dostupno na: <https://eubd.edu.ba/02-ID/023-Mon/SPORTSKI%20TURIZAM%20I%20WELLNESS-min.pdf> (8.9.2024.)

Najveći sportski događaj u Umagu je ATP Tennis Tournament Croatia Open, a ujedno je i najveći sportski događaj u Hrvatskoj. Na turniru su sudjelovali brojni vrhunski svjetski igrači poput Novaka Đokovića, Rafaela Nadala, Marina Čilića, Gaela Monfilsa i drugih. Turnir svake godine posjeti oko 100 000 posjetitelja, a putem globalnih tv prijenosa, prati ga stotina milijuna gledatelja. Umag je ugostio i Davis Cup natjecatelje između Hrvatske i Velike Britanije 2013. godine. ATP turnir održava se na ATP stadionu „Goran Ivanišević“ u Stella Marisu.

Slika 5. ATP stadion "Goran Ivanišević"



Izvor: Visit Umag, dostupno na: <https://visitumag.croatia.hr/hr-hr/outdoor-i-aktivni-odmor/tenis> (08.09.2024.)

Umag ima 80 teniskih terena, a najvažniji centri su ATP Tennis Centar u Stella Marisu sa 14 terena i Umag Tennis Academy u Katoru s 25 terena. Tenis nije predodređen samo za sportska natjecanja vrhunskih sportaša već je dostupan svima. Tako se u Umagu već 30 godina održavaju juniorska teniska natjecanja, od kojih su najpoznatiji turniri „Perin Memorijal“, „Istraturist Cup“ i „Memorijal Slavoj Greblo“. U Umagu djeluje Umag Tennis Academy koja je regionalni centar Hrvatskog teniskog saveza. Akademija organizira službeni LTA inozemni trening kamp, Tennis PRO Camp Goran Ivanišević te druge turnire međunarodnog karaktera.²³

²³ Grad Umag, dostupno na: https://umag.hr/uploaded/Sportska_knji%C5%BEica_Grada_Umaga-Umago-1589790677534.pdf (08.09.2024.)

Umag je posljednjih godina stalna baza rukometnih reprezentacija Hrvatske te se gradski ženski i muški rukometni klub natječu u Prvoj ligi. U sklopu priprema, u Umagu je održano desetak međunarodnih rukometnih utakmica i nekoliko međunarodnih turnira na kojima su sudjelovale najjače svjetske rukometne reprezentacije. Umag je domaćin svih nacionalnih završnica u rukometu za mlađe uzraste: od završnica Prvenstva Hrvatske za djevojčice i dječake, mlađe kadete i mlađe kadetkinje, kadete i kadetkinje te juniorke i juniore. Najvažnijadva velika turnira za najmlađe su Istra Open i Allianz Cup.

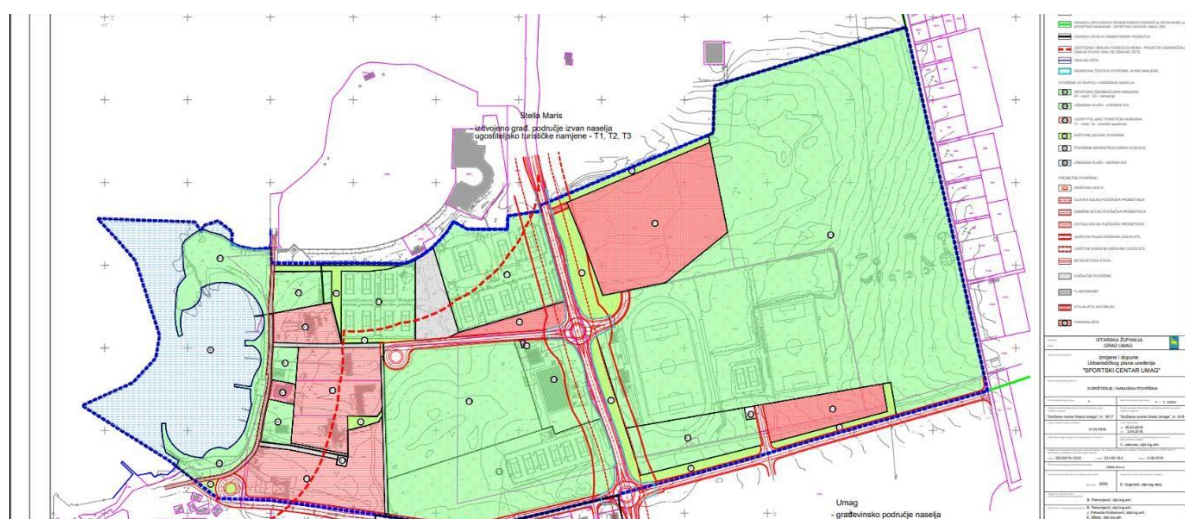
Umag je izuzetno pogodan za zimske pripreme nogometaša i kao takav stalna destinacija gostovanja velikog broja nogometnih ekipa. Najvažnije natjecanje za seniore je Winter Cup na kojem sudjeluju profesionalne nogometne ekipe iz više zemalja. U Umagu je sve više zastupljen i ženski nogomet, a najvažniji događaj u ženskom nogometu je Istria Cup. Da Umag iz godine u godinu postaje jedan od najjačih i najkvalitetnijih centara sportskih događanja, potvrđuje i ovogodišnja uspješna organizacija i posjećenost vrhunskog FC Barcelona Escola Soccer Camp. Prethodnih godina, Umag je bio domaćin Juventusovog nogometnog kampa i Europskog Kupa u australskom nogometu.²⁴

Mjesto susreta vrhunskih sportaša, rekreativaca i amatera u sportu su organizirane sportske utakmice, turniri i natjecanja. U nastavku slijedi popis ostalih sportskih manifestacija:

- WKF Youth training camp & Karate 1 WKF youth World cup,
- Basketball Kamp Umag „B4U“,
- Ultra-trail World Cup: 100 milja Istre,
- „Kup 6. svibnja“ i „Kup Slobodana Šoljana“,
- HO!HO!HO! Run,
- Festival sporta.

²⁴ Ibid.

Slika 6. Kartografski prikaz "Sportski centar Umag"



Izvor: Grad Umag, dostupno na: https://umag.hr/uploaded/UPU_SCU_1_namjena-1588276533939.pdf (08.09.2024.)

Tablica 19. Sportska infrastruktura

Sportske dvorane	4
Nogometna igrališta	10
Boćališta	7
Teniski tereni	80
Golf teren	1

Izvor: Umag- grad sporta, dostupno na: <https://www.udruga-gradova.hr/inpuls/umag-grad-sporta/> (08.09.2024.)

Umag raspolaže s 4 sportske dvorane od kojih se jedna nalazi u Stella Marisu u kojem se također nalazi sportski centar Umag, te dvorana može primiti 900 gledatelja, druga dvorana nalazi se uz osnovnu školu Marije i Lene te može primiti 1.200 gledatelja, treća se nalazi u talijanskoj osnovnoj školi „Galileo Galilei“ te cabrio dvorana za boćanje u Mariji na Krasu koja može primiti 200 gledatelja. Nogometnih igrališta ima 10 od kojih je devet s prirodnom travom i jedan s umjetnom i električnom rasvjetom. Boćanje je popularan sport u Umagu kao i u većini istarskih gradova, pa Umag raspolaže sa sedam boćališta s dva i četiri joga. Umag također raspolaže s montažnom dvoranom za boćanje u kojoj se održavaju natjecanja. Boćanje je najviše zastupljen u sportskoj rekreaciji građana treće životne dobi. Teniskih terena ima najviše s obzirom da je tenis vodeći sport u Umagu. ATP Tennis Centar u Stella Marisu broji 14 teniskih terena, a Umag Tennis Academy u Katoru 25 terena.

Golf teren nalazi se u sklopu Kempinskog hotela Adriatic Istria u Savudriji te sadrži 18 rupa. Osim sportske infrastrukture Umag raspolaže s 21 kilometrom staze za jogging na području Savudrije, makadamom i šumskim puteljcima od Umaga do Brtonigle Buja i Grožnjana, te sa kilometrima biciklističkih staza uključujući povijesnu stazu Parenzana koja je ujedno bivša željeznička pruga Poreč-Kopar-Trst. U umaškoj luci nalazi se sportsko-ribolovni plato, te jedriličarske platoe u ACI Marini i u naselju Moela.

Grad Umag prepoznao je važnost sporta kroz poticanje zdravog načina života i razne sportske manifestacije, što se može vidjeti po broju razvijenih sportova, organizaciji sportskih natjecanja u raznim sportovima ne samo tokom sezone već i tokom cijele godine, te kroz brojnu sportsku infrastrukturu. Iz tog razloga, grad Umag je prepoznat kao destinacija sportskog turizma koji svake godine privlači sve veći broj aktivnih sportaša, rekreativaca i gledatelja koji mogu sudjelovati i uživati u sportskog ponudi grada.

S obzirom na veliki broj učesnika u sportskom turizmu grad Umag ostvaruje ekonomske koristi koje se očituju u sportskim noćenjima kao i u organizaciji i provedi velikih sportskih manifestacija koje imaju makro i mikroekonomski značaj. Makroekonomski učinci organiziranja sportskih priredaba manifestiraju se na razini nacionalne ekonomije, i to u različitim djelatnostima: komunalna infrastruktura, graditeljstvo, turizam, industrija, uslužne djelatnosti i dr. Sve te djelatnosti imaju korist od organizacije takvih manifestacija. Mikroekonomski učinci sporta ostvaruju se unutar samih sportskih organizacija koje se bave određenom sportskom djelatnošću.²⁵ Sportske organizacije poput sportskih klubova i druga, najčešće imaju pravnu i ekonomsku samostalnost te ostvaruju prihode iz poslovanja i podmiruju troškove poslovanja. Sportska poduzeća, djeluju kao trgovačka društva koja mogu djelovati kao sportska poduzeća za proizvodnju i prodaju sportske opreme, odjeće i obuće, te mogu ostvariti ekonomske učinke u razvijenim zemljama. Velike sportske priredbe mogu se financirati putem mješovitih izvora. Iz javnih se izvora financiraju uglavnom veliki infrastrukturni projekti, poput izgradnje stadiona i cesta dok se ostali izvori prihoda odnose na prodaju televizijskih prava, prodaje karata, sponzorstva, donacija i drugo.²⁶ Može se zaključiti da sportski turizam značajno doprinosi gospodarstvu grada Umaga te je jedan od najrazvijenijih specifičnih oblika turizma na tom području.

²⁵ Bartoluci M. i dr.: Menadžment sportskog i nautičkog turizma, Veleučilište u Karlovcu, 2009. str. 32

²⁶ Op.cit. str. 34

5.1.2. Cikloturizam

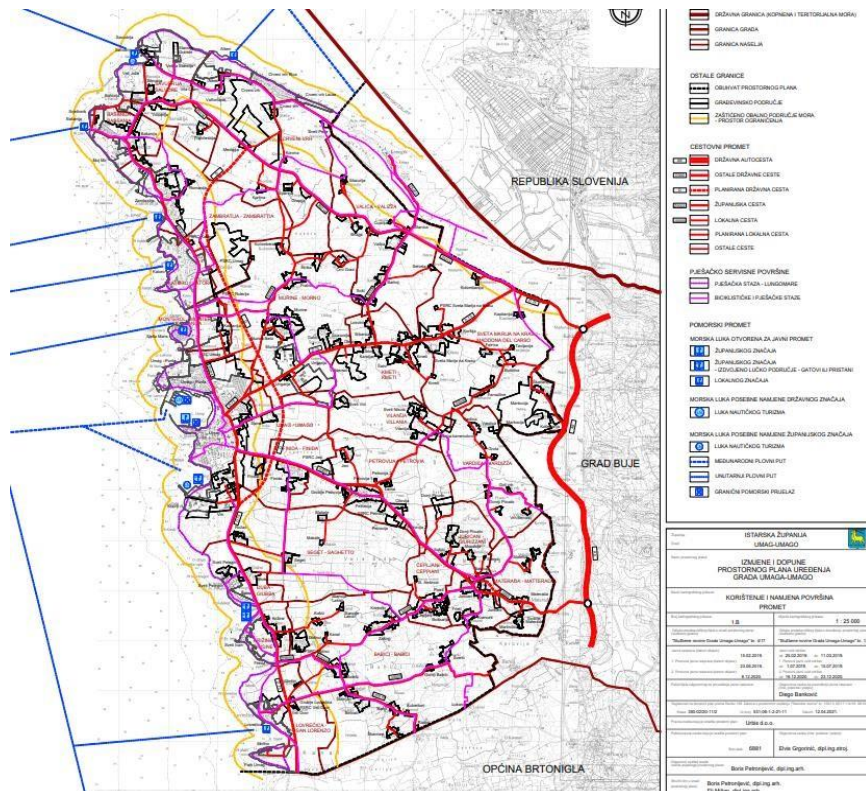
Cikloturizam podrazumijeva biciklizam kao svrhu odmora, rekreacije, užitka ili sporta i uključuje ili noćenje ili izlete u druge turističke regije tijekom kojih se posjetitelj bavi aktivnim biciklizmom ili je gledatelj na biciklističkom događaju. Cikloturizam predstavlja oblik turizma koji se dominantno odvija u visokovrijednom, ekološki očuvanom i privlačnom krajoliku. Predstavlja turističku aktivnost koja je u prostornom smislu minimalno izazvana jer najčešće rezultira velikim i nepopravljivim intervencijama na prostor. Razvojem cikloturizma može se podići kvaliteta boravka turista u destinaciji i razina standarda lokalnog stanovništva kao i unaprijediti opće zdravstveno stanje stanovnika. Cikloturizmom se razvija turistička ponuda koja je ekološki i ekonomski održiva, temelji se na zdravom i aktivnom načinu života koja doprinosi povezivanju europskih regija putem mreže biciklističkih staza te značajno podiže životni standard zajednice.²⁷

Prema Akcijskom planu razvoja cikloturizma, cikloturisti se dijele na *bicikliste rekreativce* i *pasionirane bicikliste*. *Biciklisti rekreativci* klasificiraju se na povremene cikloturiste i cikloturiste na kratke udaljenosti. Predstavljaju veći potrošački segment, preferiraju fizički manje zahtjevne rute, imaju unaprijed planiran i organiziran intinerer te traže udoban smještaj. Većinom su srednje i zrelije dobi odnosno između 35 do 60 godina, dolaze vlastitim biciklom, a koriste i „bike and sharing“ odnosno sustav najma bicikala. Često putuju u grupama ili putuju cijele obitelji. Koriste manje zahtjevne rute, prakticiraju vožnju kroz očuvanu prirodu, biciklom posjećuju kulturne i prirodne atrakcije te sudjeluju u tematskim manifestacijama. *Pasionirani biciklisti* podijeljeni su na cikloturiste na duge staze te na sportske bicikliste. Najčešće nemaju razrađen plan putovanja, traže jednostavan i cjenovno prihvatljiv smještaj te su većinom mlade životne dobi, od 20 do ranih tridesetih godina. Zanima ih izazov i zahtjevnije biciklističke staze te dolaze vlastitim biciklom. Karakterizira ih i sudjelovanje na međunarodnim i nacionalnim biciklističkim natjecanjima. Cikloturistima je bitna sigurnost ceste, označenost rute, raznolik sadržaj te smještajni kapaciteti prilagođeni potrebama cikloturista.

²⁷ Klarić Z. i dr.: Akcijski plan razvoja cikloturizma, Institut za turizam, Zagreb, 2015. str. 10

Biciklizam je izrazito razvijen specifični oblik turizma u sjeverozapadnoj Istri. Uređeno je i označeno 19 biciklističkih staza koje obuhvaćaju grad Umag, Novigrad, Buje i Brtoniglu. Možda najpoznatija biciklistička staza je Parenzana koja je bivša željeznička pruga, spajala je nekoć Poreč s Koprom i Trstom. Idealna je za ljubitelje prirode i za bijeg iz urbane sredine. Postoje razne biciklističke staze poput šumskih i makadamskih, one koje idu uz obalu mora, pored vinograda i maslinika te cestovne staze.

Slika 7. Biciklističke staze u Umagu



Izvor: Grad Umag, dostupno na: [https://umag.hr/uploaded/1.B PROMET%20Model-1627539614653.pdf](https://umag.hr/uploaded/1.B_PROMET%20Model-1627539614653.pdf)(09.09.2024.)

Slika 8. Nazivi biciklističkih staza Umag/Novigrad po težini

<p>Umag/Novigrad</p> <p>01 ARHEOLOŠKI LOKALITETI I VINSKE CESTE UMAGA, SAVUDRIJE I OKOLICE</p> <p>34 km 200 m</p> <p>2:30 - 3:00 h GPS</p>	<p>Umag/Novigrad</p> <p>02 JUŽNA STRANA UMAGA I VOŽNJA UZ MORE</p> <p>31.5 km 120 m</p> <p>2:30 - 3:00 h GPS</p>	<p>Umag/Novigrad</p> <p>03 SREDNJOVJEKOVNI GRADIĆI I VINSKE CESTE MOMJANŠTINE</p> <p>38.8 km 460 m</p> <p>4:00 - 4:30 h GPS</p>	<p>Umag/Novigrad</p> <p>04 OPRTALJ I IZVORNI OKUSI ISTARSKOG SELA</p> <p>39.3 km 420 m</p> <p>4:00 - 4:30 h GPS</p>
<p>Umag/Novigrad</p> <p>08 NOVIGRAD - OD MORA DO VINOGRADA I MASLINIKA</p> <p>19.3 km 100 m</p> <p>1:30 h GPS</p>	<p>Umag/Novigrad</p> <p>05 NETAKNUTA PRIRODA DOLINE MIRNE I GRADA VINA - BRTONIGLA</p> <p>31.3 km 420 m</p> <p>3:00 - 3:30 h GPS</p>	<p>Umag/Novigrad</p> <p>06 OD NEAPOLISA DO NOVIGRADA</p> <p>32.28 km 150 m</p> <p>2:30 - 3:00 h GPS</p>	<p>Umag/Novigrad</p> <p>07 STAZA SV. PELAGIJA</p> <p>34.1 km 240 m</p> <p>3:00 - 3:30 h GPS</p>

Izvor: Istra trails, dostupno na: http://www.istria-trails.com/hr/staze/old_bike-popis_staza (09.09.2024.)

Slika 9. Nazivi biciklističkih staza Umag/Novigrad po težini

<p>Umag/Novigrad</p> <p>12 TRI ISTARSKA MUŠKETIRA</p> <p>43.4 km 1120 m</p> <p>4:30 - 5:00 h GPS</p>	<p>Umag/Novigrad</p> <p>11 OD IZVORA DO IZVORA</p> <p>25.4 km 420 m</p> <p>3:00 - 3:30 h GPS</p>	<p>Umag/Novigrad</p> <p>09 STAZA MOMJANSKOG MUŠKATA</p> <p>32.8 km 510 m</p> <p>3:00 - 3:30 h GPS</p>	<p>Umag/Novigrad</p> <p>10 STAZA ISTARSKOG MALVAZIJE</p> <p>38.4 km 350 m</p> <p>3:00 - 3:30 h GPS</p>
<p>Umag/Novigrad</p> <p>16 STAZA ISTARSKIH BREŽU LJAKA</p> <p>27.92 km 420 m</p> <p>3:00 h GPS</p>	<p>Umag/Novigrad</p> <p>15 STAZA POTOPLJENIH ANTIČKIH LUKA</p> <p>36.5 km 160 m</p> <p>2:30 - 3:00 h GPS</p>	<p>Umag/Novigrad</p> <p>13 POGLED S NAJZAPADNIJEG DIJELA HRVATSKE</p> <p>24.3 km 130 m</p> <p>0:45 - 1:30 h GPS</p>	<p>Umag/Novigrad</p> <p>14 IDILA ISTARSKOG ZALEĐA</p> <p>42.13 km 380 m</p> <p>3:00 - 3:30 h GPS</p>
<p>Poreč</p> <p>112 STAZA SV. MIHOVILA POD ZEMLJOM</p> <p>18.1 km 177 m</p> <p>1:00 - 1:30 h GPS</p>	<p>Umag/Novigrad</p> <p>19 USKOTRAČNA PRUGA PARENZANA</p> <p>61 km 610 m</p> <p>3:30 - 4:00 h</p>	<p>Umag/Novigrad</p> <p>18 STAZOM AFRODIZIJAKA</p> <p>34 km 830 m</p> <p>3:30 h GPS</p>	<p>Umag/Novigrad</p> <p>17 OD GALERIJA DO SKULPTURA</p> <p>36.41 km 480 m</p> <p>3:30 h GPS</p>

Izvor: Istra trails, dostupno na: http://www.istria-trails.com/hr/staze/old_bike-popis_staza (09.09.2024.)

Zbog svog geografskog položaja i razvijene mreže biciklističkih staza, grad Umag je organizator mnogih biciklističkih događanja, pa je tako jedne godine bio domaćin jedne etape utrke Giro d'Italia. Umag je organizator i profesionalne utrke Istarsko proljeće, Tour of Croatia i Trofej Umaga. Osim profesionalnih utrka, održava se i niz utrka za amatere, a najvažnija je Istria Granfondo, trodnevno biciklističko natjecanje podijeljeno u Classic i Small Marathon te rekreativnu vožnju. Još neke od biciklističkih utrka koje se svake godine održavaju u Umagu su: Biciklijada putevima šmrčka, Istrian Wild Ride, Novogodišnja biciklijada, Tour of Croatia, Umag bike, Umag Trophy Ladies, Europski dan bez automobila.

Zbog razvijenosti cikloturizma u Umagu, odnosno poznavanja potreba potražnje, Grad je prilagodio smještajne kapacitete upravo za potrebe cikloturista. Turistička kompanija Plava Laguna posluje prema načelima održivog razvoja turizma te je prepoznala važnost cikloturizma kao načina provođenja aktivnog odmora i kao važnog faktora u očuvanju okoliša. Hotel Garden Istra Plava Laguna, apartmani Amfora i Stella Plava Laguna, nude usluge smještaja i ugostiteljske usluge biciklistima. Navedeni smještajni objekti nositelji su certifikata „bike and bed“ koji dodjeljuje Istarska županija i Istarska razvojna agencija. Usluge koje nude za bicikliste su pranje sportske odjeće, najam bicikla, prostorija za bicikle pod ključem 24 satnim video nadzorom opremljena nosačima i kukama, vanjski parking za bicikle, prehrana prilagođena biciklistima na upit te vanjski parking za potrebe biciklističkih timova i grupa s priključcima za vodu i struju.

Cikloturizam je usko povezan s ekoturizmom. Ekoturizam se može definirati kao odgovorno putovanje u prirodna područja kojim se čuva okoliš i unapređuje blagostanje lokalnog stanovništva. Prema definiciji UNWTO-a, čine ga svi oblici prirodnog turizma u kojima je glavna motivacija turista promatranje i uvažavanje prirode i tradicionalnih kultura koje dominiraju u prirodnim područjima.²⁸ Cikloturizam kao i ekoturizam se odvijaju u prirodnom ekološki očuvanom krajoliku, zalažu se za minimalizaciju negativnih utjecaja na prirodu i kulturu koji mogu nanijeti štetu turističkoj destinaciji, podržavaju zaštitu prirodnih područja podizanjem svijesti o potrebi očuvanja prirodnih i kulturnih dobara.

²⁸ Marković S. i dr.: Hrvatski turizam-plavo, bijelo, zeleno, Institut za turizam Zagreb, Zagreb, 2006., str. 153

Cikloturizam je jedan od specifičnih oblika turizma koji u svom provođenju u potpunosti podupire ideju održivog razvoja i održivog turizma. U radu je prije navedeno da specifični oblici turizma smanjuju sezonalnost destinacije te povećavaju konkurentnost destinacije, upravo se to može navesti kao ekonomska komponenta cikloturizma u održivom razvoju. Grad Umag je prepoznata destinacija sportskog turizma te se može pohvaliti s biciklizmom kao turističkim proizvodom čime može konkurirati na tržištu. Ekološka komponenta biciklizma je svijest o očuvanju okoliša s obzirom da je glavno prijevozno sredstvo bicikl koji ne zagađuje okoliš ispušnim plinovima poput drugih prijevoznih sredstava s motorom. Društvena komponenta cikloturizma može se sagledati u aktivnom i zdravom načinu života koji kao takav potiče te shodno tome podiže kvalitetu života lokalnog stanovništva i turista.

5.1.3. Kulturni turizam

Svjetska turistička organizacija (UNWTO) definirala je kulturni turizam kao putovanja motivirana kulturom poput studijskih, kazališnih i kulturnih tura, putovanja na festivale i slična događanja, posjete povijesnim lokalitetima i spomenicima, putovanja kako bi se proučavala priroda, folklor, umjetnost te hodočašća.²⁹ Kulturni turizam se može definirati kao putovanje osoba izvan mjesta stalnog boravka, motivirana u potpunosti ili djelomično interesom za povijest, kulturu i umjetnost. Kulturna turistička putovanja mogu uključivati posjet kulturnoj baštini od povijesnog značaja, umjetničkim i kulturnim manifestacijama, posjet muzejima, galerijama i kazalištima izvan mjesta stalnog boravka. Svako kulturno naslijeđe posjeduje određeni stupanj autentičnosti i prepoznatljivosti te se na temelju toga gradi kulturni identitet i prepoznatljivost turističke destinacije.

Glavnu ulogu u razvoju kulturnog turizma i organizaciji različitih manifestacija u Gradu Umagu imaju tri institucije, a to su: Pučko otvoreno učilište „Ante Babić“, Muzej Grada Umaga i Gradska knjižnica. Stara jezgra grada razvila se još u srednjem vijeku. Prateći oblik otoka, gradski su bedemi u potpunosti zatvarali prostor unutar kojeg su se formirali stambeni blokovi s višeceljskim zgradama međusobno razdijeljenim uskim, skućenim ulicama koje su gotovo u potpunosti popunjavali sve slobodne prostore.³⁰ Grad je građen u gotičkom i renesansnom stilu čija obilježja se danas mogu vidjeti na starim zgradama i crkvama unutar gradske jezgre, ali i šire. U nastavku su prikazani najznačajniji spomenici kulturne baštine grada Umaga.

²⁹ Marković S. i dr.: Hrvatski turizam-plavo, bijelo, zeleno, Institut za turizam, Zagreb, 2006., str. 121.

³⁰ Grad Umag, dostupno na: <https://umag.hr/it/o-umagu/kulturna-bastina> (10.9.2024.)

Crkva Svetog Roka

Crkva je podignuta u spomen svetom Roku, zaštitniku od kuge. Izgrađena je 1515. godine, na lokaciji između gradskih zidina koje su tada okruživale grad. Crkvica je često otvorena za posjetitelje te služi kao umjetnička galerija. Misa se u njoj služi jednom godišnje, na blagdan svetog Roka.

Crkva u Svetom Pelegrinu

Crkva je posvećena Svetom Pelegrinu koji je zaštitnik Umaga. Nastradao je u Dioklecijanovim progonima kršćana na kraju 3. stoljeća ili na početku 4. stoljeća.

Župna crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije

Stara župna crkva, posvećena je Uznesenju Blažene Djevice Marije i svetom Pelegrinu, zaštitniku grada. Crkva se prvi puta spominje u 14. stoljeću. Zbog oštećenja tijekom nevremena 1651. godine, crkva je srušena, a na istom je mjestu izgrađena nova, veća crkva. Crkva se, zajedno s odvojenim zvonikom venecijskog stila iz 15. stoljeća, nalazi na umaškom Trgu slobode.

Cisterna

Nalazi se na prostoru današnjeg Trga Venecije te je bio jezgra javnog života novovjekovnog grada. Nalazi se u neposrednoj blizini zvonika .

Odmorište antičkih vladara

Na području naselja Stella Maris i Katoro te hotela Aurora i Coral, u antičko doba su bile izgrađene raskošne vile i odmarališta za tadašnje vladare. Poznato je da su još u antici rimski plemići otkrili ovo područje te sagradili svoje ljetne rezidencije. Iskopavanjem, naročito uz obalu, pronađene su grobnice i čitav niz ostataka antičkih predmeta poput kovanica, alata, amfora, spomenika, kipova i drugo.

Savudrijska luka

Savudrijska luka je nekoć bila jedina luka koja je na tom području bila dovoljno duboka i sa sigurnim prilazom za prihvat većih brodova. Luka u Savudriji je ujedno bila zadnja luka na plovidbenoj ruti duž cijele istočne jadranske obale.

Svjeticionik u Savudriji

Savudrijski svjeticionik je najstariji svjeticionik na Jadranu izgrađen 1818. godine. Nalazi se u neposrednoj blizini Camping Savudrija, nedaleko od Apartmana Savudrija točnije 9 kilometara od Umaga. Visok je 36 metara i obilježava ga lokalna legenda koja je jedan od razloga posjeta. Lokalna legenda kaže da je svjeticionik dao sagraditi austrijski grof Metternich koji se na bečkom balu zaljubio u hrvatsku damu. Dama je na kraju preminula od teške bolesti i nikada nije ugledala svijetlo svjeticionika.

Naselje Sepomaia

Smatra se da je cijelo naselje Sepomaia zapravo bilo jedno dobro organizirano veliko antičko imanje podijeljeno na više manjih imanja od kojih je svatko imalo svog upravitelja. Danas je to područje na kojem se nalaze mnogobrojni antički i kasnoantički ostaci arhitekture poput zidova, podova, bazena, mozaika, ali i ostaci keramičkih posuda, stakla, željeznih i brončanih predmeta. Po naselju Sepomaia nazvan je i kulturni festival u spomen antičkog doba Sepomaia viva.

Osim nepokretne kulturne baštine, razvitku kulture u gradu pridonose i razne manifestacije koje privlače sve više turista u grad i značajne su za razvoj kulturnog turizma. Tijekom ljetnih mjeseci u gradu se odvijaju tri značajne manifestacije glazbenog karaktera kao što je UmaGOblues, UmaGOClassica i Organum Hisriae. Najpoznatija manifestacija scenskog karaktera zasigurno je Međunarodni festival komornog teatra „Zlatni lav“ koji uključuje niz vrhunskih kazališnih izvedbi u ljetnim mjesecima, lipnju i srpnju. Grad organizira i manifestacije međunarodnog karaktera kao što je Sepomaia Viva, Forum Tomizza, Međunarodni festival folklor, Tjedan ruske kulture i druge manifestacije.

Turisti koji su privučeni kulturom, umjetnošću, kulturnim atrakcijama i manifestacijama, nazivaju se kulturni turisti. Obično su to osobe iznadprosječnih primanja i obrazovanja te srednje i starije životne dobi. Kulturni turisti su iskusne osobe koje posjećuju nadprosječan broj kulturnih atrakcija tijekom putovanja, a i sama im je profesija povezana s kulturom i umjetnošću.³¹

³¹ Marković S. i dr.: Hrvatski turizam-plavo, bijelo, zeleno, Institut za turizam, Zagreb, 2006., str. 122.

5.1.4. Eno-gastronomski turizam

Eno-gastronomski turizam predstavlja vrstu putovanja kojemu je glavni motiv odlaska na putovanje upoznavanje gastronomije i vina određene turističke destinacije. To uključuje konzumiranje hrane i pića, učenje o načinu pripremanja određenih jela u ovom slučaju pripremanje autohtonih jela istarske županije, kupovinu proizvoda u vezi s hranom i pićem poput vina, maslinovog ulja, tartufa, šparoga, proizvoda od rajčice karakterističnih za područje grada Umaga, posjet maslinicima i vinskim cestama, pohađanje tečajeva kuhanja.

Eno-gastronomski turizam predstavlja spoj enofilskog i gastronomskog turizma. Enofilski odnosno vinski turizam se može definirati kao posjet vinogradima, vinarijama vinskim festivalima i događajima gdje su kušanje i doživljaji vina primarni motiv. Gastronomski turizam se definira kao posjet destinaciji s primarnim ciljem upoznavanja nacionalne gastronomije i autohtonih proizvoda. Podrazumijeva posjet proizvođačima hrane, festivalima hrane, restoranima i specifičnim lokacijama gdje su kušanje i doživljaj hrane e prehrambenih proizvoda primarni motiv putovanja.

Istra je turistička destinacija poznata po vrhunskom vinu, uzgoju masline i proizvodnji maslinovog ulja, tartufima, šparogama, domaćem ovčjem i kozjem siru, pršutu kao i po morskim specijalitetima. Iz tog razloga, jedan od turističkih proizvoda koje nudi klaster sjeverozapadne Istre je gourmet koji se odnosi na autohtone proizvode istarske županije. Grad Umag je prepoznatljiv i po preradi i proizvodnji rajčice. Poljoprivreda i prerađivačka industrija, razvijene su u pogledu proizvodnje rajčica, masline i grožđa od kojih se dobiva koncentrat od rajčice, vrhunsko maslinovo ulje te kvalitetno istarsko vino.

Ljubitelji vina u okviru eno-gastronomskog turizma mogu posjetiti poznatu vinsku cestu Bujština koja prolazi kroz Brtoniglu, Umag, Novigrad, Dajlu, Novu Vas, Grožnjan, Buje i Savudriju. Vinska cesta je prepoznatljiv turistički proizvod u Istri, a podrazumijeva jedno zaokruženo vinsko područje koje u sklopu vinske ceste ima vinske punktove gdje se može kušati vino. Tipične sorte vina za to područje su istarska malvazija, muškat, pinot bijeli i sivi, chardonnay, hrvatica, refošk, teran, borgonja, merlot i cabernet sauvignon.

Osim posjeta Bujštini, lokalnim vinarima i maslinarima, Turistička zajednica grada Umaga u suradnji s Gradom organizira dvije značajne gastronomske manifestacije; *Feštu rajčica i Istria Gourmet Festival*. Fešta rajčica organizirana je manifestacija od strane TZ Umag, Podravke d.d. i Grada Umaga. U okviru manifestacije nudi se tjestenina i proizvodi Podravke s obzirom da je Podravka d.d. do 2023. godine imala svoju prerađivačku industriju rajčice u Umagu. Festival je posvećen tradicionalnoj preradi rajčice u Umagu gdje posjetitelji mogu degustirati jela napravljena od rajčice, većinom je to umak od rajčice s raznim vrstama tjestenine.

Istria Gourmet Festival organizira se paralelno s ATP Croatia Open Umag, turnirom u tenisu. Festival se organizira s ciljem da se gostima ATP turnira omogući osim u tenisu, uživanje u najboljoj ponudi autohtonih jela istarske županije. U trajanju turnira od jedanaest dana, Istria Gourmet Festival se prezentira kroz četiri sadržajna djela: *Naša kužina*, *Istria Gourmet Restaurant*, vinske degustacije *Skrivene čari malvazije i terana* te se prezentira bogata ponuda Istarskih vinara koje prezentira *Vinistra*. U zonu Naša kužina, obično su uvršteni najbolji restorani klastera sjeverozapadne Istre koji za sve posjetitelje pripremaju ATP menu, ali i istarske specijalitete. Istria Gourmet Restaurant je program tematskih večera i degustacija s osnovnom namjerom predstavljanja Istre. Vinsku kulturu predstavlja *Vinistra*, a *Skrivene čari malvazije i terana* predstavljaju vođene degustacije vina.

Slika 10. Istria Gourmet Festival



Izvor: Total Croatia, dostupno na: <https://total-croatia-news.com/lifestyle/istria-gourmet-festival-joins-forces-with-croatia-open-umag-tennis-tournament/>(10.09.2024.)

5.1.5. Zdravstveni turizam

Zdravlje je najstariji i najjači motiv turističkih kretanja. Zdravstveni se turizam se locira u vrlo široko područje koje se poteže od wellness-turizma do bolničkog turizma te od ugostiteljskih tvrtki do zdravstvenih ustanova, koje pružaju zdravstveno-turističke usluge.³² Surogati zdravstvenog turizma su zabavni vodeni parkovi i wellness hoteli. Wellness hoteli su dio zdravstveno-turističke ponude te su njihovi ciljevi slični onima zdravstvenog turizma, s tim da se u njima mogu i ne moraju koristiti prirodni ljekoviti činitelji i obavljati liječnički nadzor.

Zdravstveni turizam se definira kao turistički proizvod kojim se u za to opremljenim centrima, lociranim u sklopu ili neposrednoj blizini turističkih smještajnih kapaciteta, uz usluge stručnog osoblja, zadovoljavaju potrebe očuvanja i unapređenja zdravlja. Takva vrsta ponude se na tržištu definira kao zdravstveno-turistički odmor.³³ Osnovni motiv odlaska na zdravstveno-turističko putovanje je očuvanje vlastitog zdravlja i očuvanje kvalitete života.

Zdravstveni turizam u Umagu se manifestira kroz wellness ponudu hotela te kroz zdravstvena svojstva mora. „More liječi sve rane“ je poznata uzrečica koja se koristi laičkom govoru misleći se na ljekovita svojstva mora. More ne samo da je dobro za fizički izgled osobe, već i za mir, blagostanje te psihički odmor. More sadrži razne minerale poput joda, kalcija, magnezija, natrija, kalija i vitamine A, B, C i E koji prodiru duboko u kožu poboljšavajući cirkulaciju, učvršćuju kožu koja postaje napeta, nježnija i zdravija. More također blagotvorno djeluje na astmu, plućne bolesti i alergiju. Fizička aktivnost u moru poduže tjelesnu kondiciju, snagu i izdržljivost te djeluje umirujuće na psihi čovjeka. Zdravlje, odmor, relaksacija i očuvanje kvalitete života, čest su motiv putovanja u neku primorsku destinaciju poput Umag. Hoteli u vlasništvu Plave Lagune poput hotela Coral, Garden Istria, Umag, Residence Garden Istria, Residence Umag i Kempinski hotel Adriatic Istria Croatia nude usluge wellnessa kao oblika zdravstvenog turizma a u nastavku slijedi izdvojena ponuda wellness hotela.

³² Marković S. i dr.: Hrvatski turizam-plavo, bijelo, zeleno, Institut za turizam, Zagreb, 2006., str. 215

³³ Op.cit. str. 219

Hotel Coral Plava Laguna u svojoj wellness ponudi nudi:

- **hydra boost facial 60** tretman lica prilagođen svim tipovima kože koji je kombinacija opuštajuće ručne i gua sha masaže lica sa proizvodima bogatim hijaluronskom kiselinom ,
- **SOS after sun body tretment 20** tretman posebno osmišljen da hidratizira kožu nakon dugog, nezaštićenog i pretjeranog izlaganja suncu,
- **magnesium massage 60** Tretman koji je kombinacija švedske klasične masaže i primjene magnezija koji dodatno opusti mišiće,
- **elissian aroma massage 60** tokom koje se koristi toplo bademovo ulje i kombinacija eteričnih ulja. Kombinacija tih proizvoda čiste, smiruju, opuštaju i osvježavaju cijelo tijelo.

Kempinski Hotel Adriatic Istria Croatia također je poznat po prvoklasnoj wellness ponudi. Kempinski hotel Adriatic Croatia nalazi se u Savudriji u blizini grada Umaga te je kategoriziran s pet zvjezdica. U svojoj wellness ponudi nudi spa odmor uz saune, hamam, privatni spa, satove joge, tretmane lica, rituale, tretmane i pilinge tijela, luksuzne kupke, kozmetičke usluge poput depilacije, manikure i pedikure, tretmane s istarskim maslinovim uljem kao i usluge bazena, olimpijskog bazena, fitnessa i druge usluge.

5.1.6. Kamping turizam

Kamping predstavlja tržište odmora na otvorenom, čiji su počeci vezani za ogromna prostranstva pogotovo sjeverne Europe, a velika individualizacija i život u urbanim sredinama uvelike su utjecali na traženje odmora na otvorenom. Kampiranje je oblik slobodnog bivanja u prirodi, vremenski ograničen, u malenim jedinicama takozvanim autodomovima, šatorima ili kamp prikolicama.³⁴ Statistički ured Europske unije, Eurostat, definira kamp kao kolektivnu vrstu smještaja u ograđenom prostoru za šatore, kamp-prikolice i autodomove gdje se mogu pružati određene turističke usluge.

Može se reći da je kampiranje stil života. Osobe koje prakticiraju ovakav stil života žele se osjećati slobodno, ekološki su osviješteni, vole boraviti u prirodi, družiti se s ljudima, vole biti pokretni i aktivni, istraživati i otkrivati nešto novo. U gradu Umagu razvijen je kamping turizam što se može vidjeti po turističkoj ponudi kampova u gradu. Kampovi u Umagu su kamp Stella Maris, kamp Finida, kamp Park Umag i kamping Savudrija. Razvitku kamping turizma svjedoče i statistički podaci turističkog prometa. U nastavku slijedi usporedba turističkog prometa između kampova i drugih smještajnih objekata u razdoblju od 2021. do 2023. godine.

³⁴ Sladoljev J.: Kamping turizam, priručnik za vlasnike i voditelje kampova, C.A.S.H., Pula, 1998. str. 8

Tablica 20. Usporedni prikaz noćenja u smještajnim objektima u razdoblju od 2020. do 2023.

Vrsta objekta	2020.	2021.	2022.	2023.
Hotel	144.869	407.898	608.741	673.461
Kamp	238.401	547.922	734.745	766.450
Objekt u domaćinstvu	248.617	367.634	468.473	456.665
Turističko naselje	94.979	270.209	376.621	406.089

Izvor: Izrada autora prema podacima TZ Umag (10.09.2024.)

Tablica prikazuje objekte u kojima je ostvareno najviše noćenja tokom godina. Vršiti se usporedba noćenja u razdoblju od 2020. do 2023. između kampova i ostalih smještajnih objekata. Iz tablice je vidljivo da je najviše noćenja ostvareno u kampovima i u hotelima, zatim u objektima u domaćinstvu i u turističkim naseljima. U 2020. godini najviše noćenja ostvareno je u objektima u domaćinstvu, što nije neobično s obzirom na pandemiju Covid-19 te da su nacionalne granice bile zatvorene, vladao je strah od putovanja te boravka s drugim ljudima. Nakon objekata u domaćinstvu, najviše je noćenja ostvareno u kampovima. Slijedeće tri godine 2021., 2022. i 2023. je najviše noćenja ostvareno u kampovima, zatim u hotelima, objektima u domaćinstvu te u turističkim naseljima. Najviše noćenja u kampovima ostvareno je 2023. godine, dok je najmanje ostvareno 2020. godine. Statistički podaci turističkog prometa po vrsti objekta prikazuju zastupljenost i popularnost boravka i noćenja u kampovima i shodno tome potvrđuju popularnost i razvijenost kamping turizma u gradu Umagu. U nastavku slijedi primjer kampa Stella Maris.

Kamp Stella Maris sastavni je dio turističkog naselja Stella Maris smješten 1,5 km od samog centra Grada. Kamp je kompletno preuređen za sezonu 2018., čime je poboljšana kvaliteta parcela te postoji mogućnost smještaja u modernim mobilnim kućicama kategorije Superior. Napravljeno je potpuno nova recepcija te bazen i restoran koji su na raspolaganju gostima unutar samog kampa. Podijeljen je u tri velika dijela: parcele namijenjene za šatore, za kamp vozila te parcele određene za mobilne kućice. Kategoriziran je s četiri zvjezdice, a uređene i opremljene plaže nalaze se na samo par minuta pješice od kampa.

Također, gosti kampa mogu birati između nekoliko restorana, trgovina i sportskih sadržaja koji se nalaze unutar naselja Stella Maris. U sklopu kampa se nalazi i svjetski poznati teniski centar u kojemu se svake godine održava turnir ATP Plava Laguna Croatia Open Umag na stadionu „Goran Ivanišević“. Osim brojnih dječjih igrališta, kamp i Resort Stella Maris raspolaže uređenim prostorom za roštilj, dok je animacijski program namijenjen svim uzrastima.

Kategorije 4 zvjezdice s kompleksom bazena, restoranom, dječjim igralištima, uređenim parcelama u neposrednoj blizini plaža. Od komplementarnih ugostiteljskih objekata, u kampu se nalaze barovi, klubovi, restorani, dućani i organiziraju se razne manifestacije za goste kampa na kojima mogu prisustvovati i ostali posjetitelji. U sklopu parcela namijenjenih za mobilne kućice, nalazi se 463 parcela različitih veličina i 25 kamp mjesta. Kamp nudi četiri vrste parcela: premium parcela, superior parcela, classic i economy parcela. Gosti koji izaberu premium parcelu raspolažu prostorom od 120 m² do 145 m² te maksimalna veličina šatora, kamp prikolice ili kampera koja se može nalaziti na parceli je od 9 do 11 metara. Superior parcela ima površinu od 70 m² do 120 m², maksimalna veličina šatora, kamp prikolice ili kampera koja se može nalaziti na parceli je 9 metara. Classic i economy parcela, površine su od 70 m² do 120 m² te je maksimalna veličina šatora, kamp prikolice ili kampera koja se može nalaziti na parceli također 9 metara.

Kamp ima i svoju sportsku ponudu poput odbojke na pijesku, staze za jogging i trekking, stolni tenis, višenamjenski sportski tereni za nogomet, rukomet, košarku i odbojku te biciklističke staze. U blizini kampa nalazi se tenis centar s 13 zemljanih i jednim betonskim terenom, moguće je upisati školu tenisa te se u blizini nalaze dodatna 3 teniska terena. U blizini se nalaze tereni za mini golf, odbojku i rukomet na pijesku, ronilački centar, sportska dvorana te stanica za najam bicikala.

5.2. Nautički turizam

Nautički turizam u Hrvatskoj počeo se značajnije razvijati krajem sedamdesetih godina prošloga stoljeća, da bi pred početak Domovinskog rata u Hrvatskoj dosegnuo značajne kvantitativne i kvalitativne razmjere, a bio je prepoznat i Svijetu, posebice na Mediteranu, čemu je između ostalog, doprinio i tadašnji brand hrvatskog nautičkog turizma ACY – Adriatic Club Jugoslavija, danas ACI- Adriatic Croatia International Club u čijem je sastavu dvadesetak marina duž obale i na otocima.³⁵ Nautički turizam definira se kao plovidba i boravak turista nautičara na plovnim objektima i u lukama nautičkog turizma radi odmora i rekreacije. Nautički turizam je segment maritimnih djelatnosti koje su ukupnost turističkih aktivnosti na moru, u moru i na obali, uključujući aktivnu i pasivnu rekreaciju kao i sva kretanja u vezi s odmorom i rekreacijom na turističkim plovnim jedinicama, plažama, lukama nautičkog turizma i drugim pomorsko- turističkim objektima.

Nautički turizam grada Umaga odvija se u ACI nautičkoj marini Umag. Trgovačko društvo Adriatic Croatia International Club, za djelatnost marina d.d., započelo je svoje poslovanje pod imenom ADRIATIC CLUB YUGOSLAVIA Brijuni, poduzeće za nautički turizam. Skraćeno ime tvrtke bilo je tada ACY. Poduzeće je osnovano 1. srpnja 1983. godine s temeljnim poslovnim ciljem realizacije zamašnog programa razvoja kapaciteta i prateće ponude usluga nautičkog turizma na istočnoj obali Jadranskog mora.³⁶ Umaška nautička marina, jedna je od prvih marina puštena u rad na području Republike Hrvatske.

ACI marina Umag danas ima kapacitet za plovila do 60 metara dužine, osvajač je priznanja „Turistički cvijet- kvaliteta za Hrvatsku“ i ponosni je nositelj Plave zastave budući da svojom kvalitetom zadovoljava stroga ekološka mjerila čistoće vode i okoliša. Sadrži 518 vezova na gatovima i 60 na suhom vezu te 500 parkirnih mjesta za automobile.

³⁵ Marković S. i dr.: Hrvatski turizam- plavo, bijelo, zeleno, Znanstvena edicija instituta za turizam, Zagreb, 2006. str. 39

³⁶ Aci-marinas.com, dostupno na: <https://aci-marinas.com/hr/aci-history/>(10.09.2024.)

Smatra se marinom najvišeg standarda te nudi brojne usluge za što kvalitetniji boravak turista, a to su:

- sanitarije,
- sanitarije prilagođene osobama sa posebnim potrebama,
- restoran,
- trgovinu s prehrambenim namirnicama,
- praonicu rublja,
- tehnički servis plovila,
- Tesla punionica i Tesla univerzalna punionica,
- samohodnu dizalicu,
- navoz,
- bankomat,
- parkiralište za osobne automobile,
- frizerski salon,
- besplatan pristup internetu,
- benzinska crpka.

Većina nautičara je na privatnim plovilima bez obzira plove li na vlastitom plovilu ili na plovilu prijatelja ili obitelji. Oni koji nemaju svoje plovilo mogu koristiti charter usluge, odnosno usluge najma plovila. Nautičari su u pravilu stariji od turista koji borave u smještajnim objektima. Prosječna dob nautičara u Hrvatskoj je 44 godine, u prosjeku imaju višu naobrazbu, a glavni motiv putovanja im je odmor i relaksacija, upoznavanje prirodnih ljepota, pogodnost za plovidbu te nova iskustva i doživljaji.

Slika 11. ACI marina Umag



Izvor: Seasy, dostupno na: <https://www.seasy.com/hr/marina/aci-marina-umag-croatia-1584457907020>(10.09.2024.)

6. SWOT ANALIZA

SWOT analiza analizira i identificira četiri aspekta, a to su Strengths (snage), Weaknesses (slabosti), Opportunities (prilike) i Threats (prijetnje). Unutarnji čimbenici SWOT analize su snage i slabosti na koje čovjek ima neposredan utjecaj te je odgovoran za razvoj ili djelovanje cijele organizacije ili samo nekih dijelova na pravilan način. Prilike i prijetnje čine vanjske čimbenike SWOT analize na koje čovjek ne može utjecati, već im se treba prilagoditi.

Tablica 21. SWOT analiza grada Umaga

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> - Povoljan geografski položaj i povoljni klimatski uvjeti - Priroda i čist okoliš - Dobra prometna povezanost - Prepoznatljiv turistički proizvod: more, sport, gastronomska ponuda, priroda i kamping - Razvijenost SOT-a posebice sportskog turizma i cikloturizma - Bogata ponuda smještajnih kapaciteta - Bogata kulturna baština - Kvalitetna ponuda sportskih i rekreativnih sadržaja - Izvrсна kvaliteta mora i nenarušen ekosustav- Plava zastava - Uređenost ACI marine - Razvijenost mreže biciklističkih staza - Bike and sharing - Razvijenost poljoprivrede: grožđe, maslina, rajčica 	<ul style="list-style-type: none"> - Nedovoljna razvijenost agroturizma s obzirom na razvijenost poljoprivrede i turizma - Nepostojanje strategije za održivi razvoj turizma klastera sjeverozapadne Istre - Nepostojanje strategije razvoja ruralnog turizma - Parkirališni kapaciteti - Neiskorištenost potencijala kulturne baštine - Nedovoljno izgrađeno sportske infrastrukture da se njome može koristiti i izvan glavne sezone - Noćni život - Nedovoljno razvijen gourmet proizvod u okviru organizacije manifestacija

PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> - Podupiranje suradnje lokalnih OPG poduzeća i smještajnih kapaciteta - Razvoj agroturizma - Unapređenje razvoja ruralnog turizma - Unapređenje razvoja gourmet ponude - Izgradnja sportske infrastrukture dostatne za korištenje izvan glavne sezone - Smanjenje sezonalnosti kroz razvoj SOT-a - Uređenje prometnica i zelenih površina - Mogućnost razvoja ekološke poljoprivrede - Otvaranje nove tvornice za preradu rajčice 	<ul style="list-style-type: none"> - Zatvaranje tvornice za preradu rajčice u 2023. godini - Neumreženost gospodarstvenika i poljoprivrednika - Prenapučenost područja izgradnje građevinskih objekata - Masoni turizam degradira okoliš - Prenapučenost tokom glavne sezone smanjuje osobni doživljaj posjetitelja - Rast konkurencije u županiji

Izvor: Grad Umag, Strategija razvoja grada Umaga 2016.-2021., dostupno na: https://umag.hr/uploaded/Strategija_razvoja_Grada_Umaga_2016-2021-1589970896447.pdf (17.09.2024.)

SWOT analiza rađena je na temelju podataka iz završnog rada te Strategije razvoja grada Umaga za razdoblje od 2016. do 2021. Izdvojene snage grada Umaga su njegov povoljan geografski položaj i povoljna klima, čista priroda i okoliš uključujući more, prepoznatljiv turistički proizvod što uključuje sport, more i wellness, gourmet te prirodu i kamping turizam. Razvijena je poljoprivreda odnosno uzgoj i prerada rajčice, grožđa i masline. Sinonim za grad Umag je grad turizma i sport, pa mu svakako ide u prilog razvijenost sportskog turizma i biciklizma kao i izgrađenost sportske infrastrukture i organizacija sportskih manifestacija. Slabosti grada vide se u nedovoljnoj razvijenosti agroturizma s obzirom da je poljoprivreda razvijena kao i turizam, ne postoji strategija razvoja ruralnog turizma i održivog turizma kao smjernice za daljnji razvoj turizma, nije iskorišten puni potencijal kulturne baštine kao ni gourmet ponuda. Izgrađenost sportskih kapaciteta je velika, ali je nedostatna za korištenje izvan

glavne sezone. Prilike koje bi grad Umag trebao iskoristiti su razvoj ruralnog i agroturizma, podupiranje suradnje OPG poduzeća sa smještajnim kapacitetima, otvaranje nove tvornice za preradu rajčice te unaprijediti razvoj specifičnih oblika turizma radi smanjenja sezonalnosti i podupiranja održivog razvoja turizma. Prijetnje grada Umaga su zatvaranje tvornice za preradu rajčice 2023. godine, čija je proizvodnja preseljena u grad Varaždin, prenapučenost zonama gradnje građevinskih objekata, apartmanizacija, rast konkurencije u Županiji te degradiranje okoliša kroz masovni turizam.

7. ZAKLJUČAK

Grad Umag je poznati turistički grad smješten na sjeverozapadu istarskog poluotoka. Prometno je dobro povezan s ostatkom Hrvatske, ali i s ostalim zemljama Europe što omogućuje lakši dolazak gostiju u destinaciju. Različiti atraktivni faktori utjecali su na razvoj turizma u gradu. Ugodna mediteranska klima, čisto more i uređene plaže, privlače svake godine sve više turista da dođu u posjet što pokazuje analiza statističkih podataka o turističkom prometu. Najviše dolazaka i noćenja zabilježili su kampovi i hoteli od strane stranih turista. Emitivna tržišta koja svake godine posjećuju Umag su Njemačka, Italija, Slovenija, Austrija i Češka. Analizom okruženja utvrđena je konkurentnost grada Umaga s gradovima Porečom i Rovinjem. Kako bi se smanjila konkurentnost između gradova, grad Umag razvija nove turističke proizvode te unapređuje postojeće.

Glavnu ulogu u promociji turizma ima Turistička zajednica grada Umaga, Grad Umag i klaster Sjeverozapadne Istre koji se promovira pod nazivom Colours of Istria. Važnu ulogu u organizaciji raznih manifestacija i događanja u gradu imaju TZ Umag i Grad Umag, ne samo u ljetnim mjesecima već i tokom cijele godine. Colours of Istria svoju turističku ponudu promovira putem mora i wellnesa, sporta, gourmet odnosno gastronomske ponude te putem prirode i kampinga.

Umag je poznat kao grad turizma i sporta, shodno tome sportski turizam je jedan od glavnih razvijenih specifičnih oblika turizma. Najpoznatiji sport je tenis. U mjesecu srpnju svake godine, održava se ATP turnir u tenisu kao i drugi turniri u domeni ovog sporta. Popularan je i golf, biciklizam, nogomet i rukomet. Veliki razvoj doživio je i cikloturizam s obzirom na razvijenost mreže biciklističkih staza, smještajnih kapaciteta za bicikliste kao i organizacija manifestacija u domeni biciklizma. Da se zaključiti kako je sport jedan od čestih motiva dolazaka turista u turističku destinaciju Umag. Osim sportskog i cikloturizma koji su najrazvijeniji oblici turizma na tom području, razvijen je i kulturni turizam zbog bogate kulturne baštine grada Umaga. Gourmet ponuda odnosno gastronomski turizam još je u fazi razvoja te se može ubrajati u domenu kulturnog turizma s obzirom da se promovira eno-gastronomska ponuda autohtonih jela istarske županije koja je dio kulture tog područja. Zdravstveni turizam manifestira se kroz hotelsku ponudu wellnesa te kroz ljekovita svojstva mora koja turisti mogu uživati tokom ljetnih mjeseci. Važan faktor u razvoju nautičkog turizma je uređenost ACI marine Umag i iznimna kvaliteta i čistoća mora i priobalja. Iako je Grad

prepoznao potencijal ovih oblika turizma koji se usavršavaju iz godine u godinu, oni su i dalje ograničeni na ljetne mjeseci u godini. To ukazuje na jedan od većih problema a to je sezonalnost. Sportski turizam se pokazao kao uspješan u rješavanju problema sezonalnosti kao i cikloturizam, a nautički u pogledu produljenja sezone na ranu jesen. Kako je navedeno i u SWOT analizi, slabosti Grada su nedostatna sportska infrastruktura. Upravo bi izgradnja nove sportske infrastrukture omogućila neometan promet turista i u hladnijim mjesecima u godini. S obzirom na razvijenost poljoprivrede kao gospodarske grane i turizma u smislu turističke ponude smještajnih kapaciteta i razvoja specifičnih oblika turizma, nedovoljno je razvijen ruralni i agroturizam koji imaju veliki potencijal za razvoj s obzirom na geografski položaj Grada. Promidžba ruralnog turizma i umreženost smještajnih kapaciteta s OPG poduzećima pomogla bi u rješavanju tog problema kao i problema sezonalnosti.

POPIS LITERATURE

KNJIGE

1. Batel, Đ. : Selektivni oblici turizma u Istarskoj županiji, Završni rad, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2017. str.9-11,
2. Bartoluci M. i dr.: Menadžment sportskog i nautičkog turizma, Sveučilište u Karlovcu, Karlovac, 2009. str. 32-34,
3. Boroša V.: Analiza prometnog sustava Grada Umaga i prijedlog unapređenja povezanosti zone Komunela s okolnim gradskim područjem, Završni rad, Sveučilište u Rijeci, 2017. str. 11-16,
4. Klarić Z. i dr.: Akcijski plan razvoja ciklorituzma, Institut za turizam, Zagreb, 2015. str.10,
5. Marković S. i dr.: Hrvatski turizam- plavo, bijelo, zeleno, Znanstvena edicija instituta za turizam, Zagreb, 2006. str. 39-216,
6. Rajić M.: Prostorna struktura turizma grada Umaga, Završni rad, Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet, Zagreb str. 5,
7. Sladoljev J.: Kamping turizam- priručnik za vlasnike i voditelje kampova, C.A.S.H., Pula, 1998. str. 8,
8. Tubić D. Ruralni turizam: od teorije do empirije, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, Virovitica, 2019. str, 57-85.

INTERNETSKE STRANICE

1. Aci-marinas.com, dostupno na: <https://aci-marinas.com/hr/aci-history/> (25.07.2024.),
2. Bike hotel Garden Istra, dostupno na: <https://www.plavalaguna.com/hr/hoteli/garden-istra/bike-hotel> (8.9.2024.),
3. Coloursofistria.com, dostupno na: <https://coloursofistria.com/> (23.07.2024.),
4. Grad Umag, dostupno na: <https://umag.hr/> (23.07.2024.),
5. HGK Digitalna komora, dostupno na:
<https://digitalnakomora.hr/pretraga/statistika>(18.07.2024.),
6. Istarski rječnik, dostupno na: <https://www.istarski-rjecnik.com/projekt/> (28.07.2024.),
7. Registar udruga Republike Hrvatske, dostupno na: <https://registri-npo-mpu.gov.hr/#!udruga>(15.9.2024.),
8. Turistička zajednica grada Umaga, dostupno na: <https://www.tz-umag.hr/> (23.07.2024.),
9. Turistička zajednica Istarske županije, dostupno na: <https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/statistika> (01.09.2024.),
10. Umag- grad sporta, dostupno na: <https://www.udruga-gradova.hr/impuls/umag-grad-sporta/> (8.9.2024.),
11. Vinske ceste Istre; dostupno na:
<https://storymaps.arcgis.com/stories/7a2d6dd77ff049d3b6d2503e1f1f7347>
(8.9.2024.),
12. Visitumag.croatia.hr, dostupno na: <https://visitumag.croatia.hr/hu-hu/tennis> (23.07.2024.).

POPIS ILUSTRACIJA

Slika 1. Geografski položaj Umaga	3
Slika 2. Turističke zone.....	11
Slika 3. Turističke zone.....	12
Slika 4. Logo Colours of Istria.....	38
Slika 5. ATP stadion "Goran Ivanišević".....	41
Slika 6. Kartografski prikaz "Sportski centar Umag"	43
Slika 7. Biciklističke staze u Umagu	46
Slika 8. Nazivi biciklističkih staza Umag/Novigrad po težini.....	47
Slika 9. Nazivi biciklističkih staza Umag/Novigrad po težini.....	47
Slika 10. Istria Gourmet Festival	54
Slika 11. ACI marina Umag.....	62

Tablica 1. Gospodarske djelatnosti grada Umaga po veličini poduzeća za 2023. godinu.....	5
Tablica 2. Usporedba poduzetnika u razdoblju od 2021. do 2023. godine.....	6
Tablica 3. Smještajni kapaciteti Grada Umaga	13
Tablica 4. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja u 2020. i 2021. godini na području TZG Umag.....	15
Tablica 5. Ostvareni dolasci i noćenja po vrsti objekata u 2020. i 2021. godini na području TZG Umag	16
Tablica 6. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja u 2021. i 2022. godini na području TZG Umag.....	17
Tablica 7. Ostvarena noćenja i dolasci po vrsti objekta u 2021. i 2022. godini na području TZG Umag	18
Tablica 8. Usporedni prikaz dolazaka i noćenja u 2022. i 2023. godini na području TZG Umag.....	19
Tablica 9. Ostvarena noćenja i dolasci po vrsti objekta u 2022. i 2023. godini na području TZG Umag	20
Tablica 10. Ostvareni broj noćenja po zemljama dolazaka u 2020. i 2021. godinu na području TZG Umag	21
Tablica 11. Ostvareni broj noćenja po zemljama dolazaka u 2021. i 2022. godini na području TZG Umag	22
Tablica 12. Ostvareni broj noćenja po zemljama dolazaka u 2022. i 2023. godini na području TZG Umag	23
Tablica 13. Registrirane gospodarske djelatnosti u gradu Umagu.....	26
Tablica 14. Prihodi od turizma u razdoblju od 2021.do 2023. godine u eurima.....	29
Tablica 15. Prihodi ostvareni od drugih djelatnosti u razdoblju od 2021. do 2023. godine	30
Tablica 16. Udruge na području grada Umaga	33
Tablica 17. Pokazatelj turističkog rezultata udjela dolazaka i noćenja po turističkim zajednicama TZ Istarske županije.....	34
Tablica 18. Dolasci i noćenja turista konkurentnih gradova grada Umaga	35
Tablica 19. Sportska infrastruktura.....	43
Tablica 20. Usporedni prikaz noćenja u smještajnim objektima u razdoblju od 2020. do 2023.	58
Tablica 21. SWOT analiza grada Umaga.....	63
Grafikon 1. Ostvareni broj noćenja po zemljama dolazaka u 2021., 2022. i 2023. godini	24