

OPĆINA TAR VABRIGA DESTINACIJA ODRŽIVOG TURIZMA

Troskot, Daniel

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

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:128:239939>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-30**



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 UGOSTITELJSTVA

Daniel Troškot

OPĆINA TAR VABRIGA DESTINACIJA ODRŽIVOG TURIZMA

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2021.

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

Daniel Troškot

OPĆINA TAR VABRIGA DESTINACIJA ODRŽIVOG TURIZMA

ZAVRŠNI RAD

Kolegij: Osnove turizma

Mentor: dr.sc. Mateja Petračić

Matični broj studenta: 0618611057

Karlovac, ožujak, 2021.

ZAHVALA

Ovom prilikom želim se zahvaliti svojoj obitelji i djevojci na ukazanom povjerenju, podršci i strpljenju tijekom studiranja.

Posebnu zahvalu dugujem svojoj mentorici dr. sc. Mateji Petračić na uloženom trudu, prenesenom znanju tijekom školovanja te pisanja ovog završnog rada.

SAŽETAK

U radu se prikazuju osnovne informacije koje krase područje općine Tar-Vabriga: geografski položaj, klima, stanovništvo, prometna povezanost.

Glavni dio rada bazira se na razvoju turističkih potencijala i održivog turizma na području općine Tar-Vabriga, te opisu turističkih potencijala u destinaciji. Također zapažene rezultate održivog turizma koji već krase općinu Tar-Vabriga. Obraća se pozornost na mogućnost unapređenja ponude koja bi pridonijela proširenju turističke ponude destinacije, te da unaprijedi svoje samostalno nastupanje na turističkoj karti Istre, neovisno o susjednim destinacijama koje je okružuju.

Cilj završnog rada je prikazati unapređenje održivog turizma u turističkoj ponudi općine Tar-Vabriga u svrsi poboljšanja održivosti turističke destinacije.

Ključne riječi: Općina Tar-Vabriga, turistička ponuda, održivi turizam.

ABSTRACT

The purpose of this dissertation is to provide key information about the beautiful Tar-Vabriga region: geographic position, climate, population and transportation connections.

The main part of the dissertation is focused on the development and sustainability of tourism in the Tar-Vabriga region and the description of tourist potentials in the destination. The dissertation is drawing attention to the possibility of developing existing offerings that would improve the tourist offer of the destination, making Tar-Vabriga tourism more independent, competitive and visible on the tourist map of Istria.

The aim of the dissertation is to demonstrate the development of sustainable tourism in the Tar-Vabriga region, with the specific goal to improve sustainable tourism of the particular tourist destination.

Key words: Tar-Vabriga region, tourist offering, sustainable tourism

SADRŽAJ

Sadržaj

| | | |
|-------|----------------------------------------------------------|----|
| 1. | UVOD | 1 |
| 1.1. | Predmet i cilj rada | 1 |
| 1.2. | Izvori podataka i metoda istraživanja | 1 |
| 1.3. | Struktura rada | 1 |
| 2. | ODRŽIVI TURIZAM | 3 |
| 2.1. | Pojmovno određenje | 3 |
| 2.2. | Načela održivog razvoja..... | 4 |
| 2.2.1 | Ekološka održivost | 5 |
| 2.2.2 | Sociokulturna održivost..... | 5 |
| 2.2.3 | Ekonomska održivost | 6 |
| 2.2.4 | Tehnološka održivost | 6 |
| 2.3. | Ciljevi održivog razvoja turizma..... | 7 |
| 2.4. | Budućnost održivog razvoja turizma | 10 |
| 3. | OPĆA OBILJEŽJA TURISTIČKE DESTINACIJE OPĆINE TAR-VABRIGA | |
| | 16 | |
| 3.1. | Opća obilježja Općine Tar-Vabriga | 16 |
| 3.2. | Prirodna svojstva krajolika..... | 18 |
| 3.3. | Gospodarstvo | 19 |
| 3.4. | Prometna povezanost | 22 |
| 3.5. | Turistička ponuda Općine Tar-Vabriga | 22 |
| 3.5.1 | Kampovi | 23 |
| 3.5.2 | Hoteli i hotelska naselja | 27 |
| 3.5.3 | Kulturno turistička ponuda..... | 28 |
| 3.5.4 | Cikloturizam..... | 30 |
| 3.5.7 | Gastronomija | 31 |
| 3.6. | Turistički promet Općine Tar – Vabriga..... | 31 |
| 3.6.1 | Analiza turističkog prometa destinacije | 31 |
| 3.7. | Ciljne skupine destinacije | 34 |

| | | |
|-------|--------------------------------------------------------------|----|
| 4. | MOGUĆNOSTI RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE OPĆINE TAR-VABRIGA | 37 |
| 4.1. | Brendiranje destinacije..... | 37 |
| 4.2. | Razvoj destinacije u budućnosti..... | 39 |
| 4.2.1 | Smjer razvoja | 41 |
| 4.2.2 | Ciljevi destinacije u budućnosti | 43 |
| 4.2.3 | Razvoj turizma uz COVID-19..... | 45 |
| 4.3. | SWOT analiza | 46 |
| 5. | ZAKLJUČAK | 46 |
| | LITERATURA..... | 50 |
| | POPIS ILUSTRACIJA..... | 52 |

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet rada je održivi turizam na području Općine Tar-Vabriga, postojeći kapaciteti, postojeća ponuda specifičnih oblika turizma kao što su sportsko-rekreacijski turizam, kulturni turizam, ekološki turizam i ostali. Općina Tar-Vabriga nalazi se u Istarskoj Županiji između dvije turističke destinacije, Poreča i Novigrada, tako da su kriteriji u kvaliteti pružanja turističke ponude postavljeni vrlo visoko, potrebno je konstantno povećavati kvalitetu ponude i unapređivati istu. Cilj završnog rada je prikazati resurse kojima raspolaže općina Tar-Vabriga u svojstvu održivog turizma, te prikazati mogućnosti unaprjeđenja u narednom periodu.

1.2. Izvori podataka i metoda istraživanja

Prilikom izrade rada korišteni su podatci iz stručne literature te internetski stranica TZ Općine Tar-Vabriga, ministarstva turizma RH, te ostalih stranica vezane za turizam i tematiku koja se obrađuje. Osim navedenog, određeni podatci su dobiveni izravno od djelatnika TZ Tar-Vabriga. Metoda prikupljanja podataka je metoda analize i sinteze, komparativna metoda te desk metoda.

1.3. Struktura rada

Rad se sadrži od pet povezanih poglavlja. Prvo poglavlje sadrži se od uvoda i izvora podataka gdje se upoznaje o čemu će rad govoriti i koji se izvori podataka koriste za pisanje istoga.

Drugo poglavlje govori općenito o održivom turizmu, njegovom pojmovnom određenju, opisuje načela održivog razvoja, pojašnjava njegove ciljeve, te obraća pozornost na budućnost održivog razvoja.

Treće poglavlje prikazuje opća obilježja turističke destinacije Tar – Vabriga, prirodna svojstva, gospodarstvo, njenu prometnu povezanost, posebna pozornost se obraća na njenu turističku ponudu zbog samog turističkog karaktera destinacije. Nastavak trećeg poglavlja analizira turistički promet unutar destinacije, daje čitatelju jasne podatke o posjećenosti i prihodima koji se ostvaruju iz turističke djelatnosti destinacije. Nastavak poglavlja daje prikaz ciljnih skupina destinacije i pobliže prikazuje koje demografske skupine posjećuju destinaciju.

Četvrto poglavlje daje uvid u mogućnosti razvoja destinacije, buduće planove razvoja i njihov smjer. Obraća se pozornost utjecaja pandemije COVID-19 te njenu potencijalnu opasnost za turističku djelatnost destinacije. Na kraju poglavlja se nalazi SWOT analiza, koja obrađuje prilike, prednosti, nedostatke i prijetnje u destinaciji.

Sam kraj rada dovodi do petog poglavlja u kojem se nalazi zaključak, u kojem se navode rezultati i spoznaje na temelju svih vjerodostojnih podataka koji su iznijeti u radu.

2. ODRŽIVI TURIZAM

Održivi razvoj s općenitog gledišta predstavlja dugoročni globalni proces koji zbog svoje složenosti nadmašuje društvo s pogleda čovjeka kao pojedinca, poduzeća, različitih sektora i država. Trenutno na svijetu egzistiraju mnogi problemi koji upozoravaju na potrebu provedbe globalnog koncepta održivog razvoja. Dobar primjer je sve veća industrijska eksploatacija prirodnih resursa, te konstantni pritisci na društvo u cjelini zbog što brže proizvodnje i potrošnje, sve veći rast stanovništva stvara globalni problem iskorištavanja prostora i prirode te stvara sve veći ekološki problem. Tim činom dolazi do sve bržeg iscrpljivanja i uništavanja obnovljivih i neobnovljivih prirodnih resursa, čime se trajno uništavaju dijelovi okoliša, dobar primjer je uništavanje šumskih bogatstava na području RH, eksploatira se drvena masa a područje koje je prethodno devastirano neadekvatno se sanira bez organiziranog pošumljavanja te samim time područje nekad bogatih šuma postaje zapušteni pašnjak. Također i sve češća devastacija obale, nasipavanjem ili betoniranjem Hrvatskih plaža kojima se uništava prirodni izgled te narušava ambijent. Sve navedeno uzrokuje trajno uništenje ekosustava u cjelini sa svim svojim biološkim raznolikostima, te samim time dovodi do zagađivanja flore i faune, onečišćenja atmosfere. Pogledom na svijet u cjelini, može se primijetiti neravnoteža između zemalja u razvoju koje čine tri četvrtine Zemlje, te zemalja koje žive u bogatim državama visokog stupnja razvijenosti.

2.1. Pojmovno određenje

Razvoj koji zadovoljava potrebe današnjice bez ugrožavanja sposobnosti budućih generacija u zadovoljavanju njihovih potreba jest održivi razvoj. To je proces u kojem su iskorištavanje resursa, smjer ulaganja, orijentacija tehničkog razvoja i institucionalne promjene u međusobnom skladu i omogućavaju ispunjavanje potreba i očekivanja sadašnjih i budućih naraštaja.¹

U turizmu osnovne prirodne resurse predstavljaju prostor i klima. Primorski prostor mediteranskog i suptropskog podneblja po karakteristikama je najtraženiji. Zatim dolaze ostali

¹ Pavić-Rogošić, Lidija. Održivi razvoj. Zagreb: odraz. (2010).

kvalitetni prostori na rijekama i jezerima. Toplice je potrebno navesti kao središte najstarije vrste turizma. Stoga prirodni i privredni resursi u turizmu predstavljaju izrazito zajedništvo. Prema tome je potreba za očuvanjem prirodnih resursa prioritet i trajna obaveza.² Poimanje održivog razvoja se definira kao proces promjena, te se usmjerava prema iskorištavanju resursa, tehničkom razvoju i vrstama ulaganja. Drugim riječima, održivi razvoj se treba zasnivati na rješavanju i usklađivanju zahtjeva okoliša i ostvarivanju gospodarskog razvitka. Održivi razvoj se ne može navesti kao problem razvoja određene destinacije ili razine razvoja zajednice, nego ovisi i o vanjskim čimbenicima koji utječu na planiranje razvoja i njegove dugoročne ciljeve. Održivi razvoj turizma je dio cjelovitog promatranja socijalnih odnosa prema životnom prostoru koji objašnjavaju i promiču ekonomska, ekološka i socijalna načela turizma. To bi značilo da održivi razvoj turizma uvjetuje balans između potrošnje resursa i moć prirodnih sustava za korištenje u budućnosti. Nužno je reći da održivi razvoj turizma predstavlja daljnji razvoj koji ne vodi do propadanja resursa što razvoj čini mogućim i dopustivim.³

2.2. Načela održivog razvoja

Održivi razvoj je utemeljen na četiri glavna načela : ekološkoj, sociokulturnoj, ekonomskoj i tehnološkoj održivosti. Za praćenje budućeg razvoja gospodarstva, osobito turizma, nužno je uskladiti sva načela održivog razvoja. Strategija održivog razvoja izjednačava se sa zaštitom okoliša pa se samim time više oslanja na načelo ekološke održivosti. Iako onečišćenje prirode postaje globalna prijetnja čovječanstva, ostvarenje održivog razvoja nije moguće bez poštivanja svih načela.⁴

Održivi razvoj zasnovan je na četiri temeljna načela⁵:

1. ekološkoj održivosti
2. sociokulturnoj održivosti

² Magaš, D.: Turistička destinacija, Tipograf, Rijeka, 1997 str. 45

³ Grupa autora: Održivi razvoj turizma, Sveučilište u Rijeci, 2005, str. 59-60

⁴ Ibid, str. 15

⁵ Ibid str. 16-19

3. ekonomskoj održivosti
4. tehnološkoj održivosti

2.2.1 Ekološka održivost

Ekološka održivost osigurava usklađenost razvoja s očuvanjem i održanjem primarnih ekoloških procesa, biološke raznovrsnosti i bioloških resursa. Priroda i njezina mogućnost apsorpcije tvari je sve manja unatoč velikom napretku čovječanstva i novim tehnološkim rješenjima. Kako razvoj čovječanstva raste s tim raste i potreba za bržim ekonomskim razvojem, te unapređenjem života u materijalnom smislu, pa je samim time čovjek ugrozio kolijevku iz koje je potekao. Svijet se danas nalazi u apsurdnoj situaciji. Mnoge razvijene zemlje prepoznale su štetnost utjecaja na okoliš i samim time poduzimaju razne mjere u očuvanju svojih država. Istovremeno, profit istih tih država prenosi stare tehnologije koje se više ne koriste, u druge nerazvijenije zemlje. Drugim riječima, onečišćenje se prenosi s jednog mjesta na drugo. Gore navedeno govori o dvjema pojavama. Jedna od pojava je neshvaćanje koncepta održivog razvoja i globalnog svijeta. Kad održivi razvoj doista bude prihvaćen kao strategija za budućnost, tad ga možemo smatrati uspješnim. Učinci onečišćenja se šire, ne poznaju granice, pa samim time ni svijet ne možemo podijeliti na one koji prihvaćaju ili ne prihvaćaju ovu koncepciju. Drugu pojavu možemo interpretirati kao političko djelovanje razvijenih i onih nerazvijenih zemalja. Premda nerazvijene zemlje svoj razvoj baziraju na gospodarstvu koje je ekonomski i tehnološki zaostalo, te iste zemlje su danas u potrazi za ulagačima koji prihvaćaju tehnološka rješenja koja ne pridonose razvoju održivosti. Nedovoljno razvijene zemlje (npr: Kenija, Maldivi) upravo očuvan okoliš žele istaknuti kao važan resurs te se time plasiraju na turistička tržišta. Takve nove destinacije moraju istovremeno zaštititi okoliš i ulagati u znanje da bi ostvarile ekonomsku korist koju donosi turizam.

2.2.2 Sociokulturna održivost

Sociokulturna održivost jedno je od bitnih načela održivog razvoja turizma. Ovo načelo održivosti garantira usklađenost razvoja s očuvanjem kulture i sustava vrijednosti ljudi. Sociokulturna održivost oslanja se na moć zajednice da prihvati nove parametre, u slučaju turizma to su turisti, na kraće ili duže vrijeme te usprkos tome nastavi funkcionirati bez društvene konfuzije koje mogu izazvati, ukoliko razvoj nije pomno planiran. Negativni učinci

novih aktivnosti, uključujući turizam, očituju se na socijalnu zajednicu. Tome pridonosi stvaranje novih ili produbljivanje dosadašnjih razlika. Turizam znači dolazak novih, određenoj zajednici stranih ljudi, koji imaju svoje običaje i drugačiji način življenja. Samim time turizam ima snažan utjecaj na kulturu i tradiciju same zajednice. Razvojem turizma mijenja se i kultura lokalne zajednice. S obzirom da je kultura dinamičan proces kao posljedicu promjene ne možemo navesti samo utjecaj turizma. Da bi se smanjile negativne posljedice koje snažno utječu na promjenu sociokulturnog okruženja potrebno je razviti menadžment utjecaja posjetitelja sa zadaćom sprječavanja kontrole, točnije negativnih učinaka turista na lokalnu zajednicu.

2.2.3 Ekonomska održivost

Kako ekonomsku održivost ne bi trebali zanemariti u odnosu na druga načela govori i činjenica da se ekonomska održivost odnosi na održavanje zaliha profita, garantira ekonomsko učinkovit razvoj, te da je upravljanje sustava takvo da će se njime moći koristiti budući naraštaji. Kako bi se ostvario održivi razvoj potrebno je uključiti vrijednosti prirodnog kapitala koji se do danas nije vrednovao. To znači mogućnost da se od neke aktivnosti dobije određena količina ekonomske dobiti, koja će biti dovoljna za ublažavanje utjecaja turista ili da ponudi, dovoljan prihod kao vrstu naknade za negativne utjecaje turizma. Ne može se reći da bi dostizanje koncepcije održivog razvoja bilo opravdano gledati samo kroz načelo ekonomske održivosti, ali isto tako ju ne možemo zanemariti. Za ekonomsko ekološke temelje održivog razvoja ističu se tri makroekonomska cilja: puna zaposlenost, stabilnost cijena, i ekonomski rast. Tako skupina ekonomista smatra kako ekonomski rast dugoročno utječe na kvalitetu okoliša, iako se u početku prirodni resursi osiromašuju, većim razvojem zajednice se razvija bolja ekološka svijest i veća materijalna mogućnost za očuvanje okoliša.

2.2.4 Tehnološka održivost

Svjedoci smo brzog razvoja tehnoloških rješenja te njihovog djelovanja. Za održivi razvoj je bitno da nova tehnologija uz ekonomske učinke ima i elemente koji štite okoliš, te se koristi isključivo u korist blagostanja čovječanstva.

NOVE TEHNOLOGIJE:

- Trebaju pronaći supstitutivna rješenja za korištenje prirodnih (posebno neobnovljivih) resursa
- Primjenjuju se u postupcima pročišćavanja otpadnih voda, uklanjanja otpada, recikliranja i slično
- Trebaju biti okrenute čovjeku i boljitku čovječanstva

Potreba za razvojem, za neke zemlje je nažalost značilo privlačenje stare tehnologije, koja nije bila ekonomski prihvatljiva, a samim time je imala loš utjecaj na zdravlje ljudi i okoliša. Održivost razvoja će biti postignuta kad čovječanstvo u globalu prihvati sva načela što je opće društveno neodrživo.

2.3. Ciljevi održivog razvoja turizma

Svjetska komisija za okoliš i razvoj (Brundtland komisija) objavila je 1987. godine svoje izvješće i predstavila novi pojam održivog razvoja, kao razvoja koji zadovoljava potrebe današnjice, a pritom ne ugrožava potrebe budućih generacija. Ujedinjeni narodi (UN) glavno su globalno tijelo za kreiranje smjernica održivog razvoja, dok niz međunarodnih dokumenata zaključenih pod okriljem UN-a predstavljaju opći regulatorni okvir za pitanje održivog razvoja⁶.

Agenda 21 je Deklaracija i Akcijski program za 21. stoljeće, usvojena je 1992. godine na konferenciji UN-a o okolišu i razvoju. Akcijski program usvojen na konferenciji daje snažnu potporu načelu održivog razvoja. Republika Hrvatska je podržala akcijski program koji je usvojen 1992. godine te preuzela obveze koje proizlaze iz njega. Među prvim dokumentima koji je usvojen od strane Hrvatskog sabora u kojima se spominje važnost održivog razvoja je Deklaracija o zaštiti okoliša Republike Hrvatske, usvojena je također 1992. godine. Temeljem Zakona o zaštiti okoliša te prethodno uvažavajući postojeće stanje i preuzete međunarodne

⁶ Ministarstvo vanjskih i europskih poslova RH, URL: <http://www.mvep.hr/hr/vanjska-politika/multilateralni-odnosi0/globalne-teme/odrzivi-razvoj/> (06.12.2020.)

obveze, donesena je 2009. godine Strategija održivog razvitka Republike Hrvatske, ključni dokument usmjeren prema održivom razvoju RH.

Dvanaest ciljeva održivog turizma opisano je u publikaciji Svjetske turističke organizacije (UNWTO) Učiniti turizam održivijim: vodič za stvaraoce politika⁷:

1. **Ekonomska održivost:** Osiguravanje održivosti i konkurentnost turističkih destinacija i poduzeća kako bi bila u stanju dugotrajno napredovati i osiguravati korist.
2. **Boljitak lokalne zajednice:** Maksimiziranje doprinosa turizma gospodarskom napretku destinacije uključujući lokalno zadržavan udio potrošnje posjetitelja.
3. **Kvaliteta radnih mjesta:** Poboljšanje količine i kvalitete lokalnih poslova stvorenih radi turizma i koje turizam održava, uključujući razinu plaće, uvjete rada i dostupnost svima bez diskriminacije na temelju spola, rase, invaliditeta ili bilo koje druge osnove.
4. **Društvena pravednost:** Težnja uspostavljanju opsežne i pravedne raspodjele gospodarskih i društvenih koristi ostvarenih turizmom u čitavoj destinaciji, uključujući povećanje prilika, prihoda i usluga dostupnih siromašnima.
5. **Zadovoljstvo posjetitelja:** Osigurati sigurno, zadovoljavajuće i ispunjavajuće iskustvo posjetiteljima, dostupno svima bez diskriminacije vezano uz spol, rasu, invaliditet ili bilo koju drugu osnovu.
6. **Lokalno upravljanje:** Davanje prava glasa lokalnim zajednicama i njihovo uključivanje u planiranje i donošenje odluka o upravljanju i budućem razvoju turizma u njihovome području u suradnji s ostalim dionicima.
7. **Blagostanje zajednice:** Održavanje i poboljšanje kvalitete života lokalnih zajednica, uključujući društvene strukture i pristup resursima, pogodnostima i sustavima održavanja života, a izbjegavajući bilo koji oblik društvene degradacije ili iskorištavanja.
8. **Kulturno bogatstvo:** Poštivanje i poboljšavanje povijesnog nasljedstva, autentične kulture, tradicija i osebnosti destinacija.
9. **Fizički integritet:** Održavanje i poboljšanje kvalitete krajobraza, kako urbanog tako i ruralnog, i izbjegavanje fizičke i vizualne degradacije okoliša.

⁷ Održivi turizam, Ministarstvo turizma RH, URL: www.odrzivi.turizam.hr (09.11.2020.)

10. **Biološka raznolikost:** Podržavanje očuvanja prirodnih područja i staništa te biljnoga i životinjskog svijeta i minimiziranje njihovog oštećivanja.
11. **Učinkovito korištenje resursa:** Minimiziranje korištenja rijetkih i neobnovljivih izvora u razvoju i radu turističkih objekata i usluga.
12. **Čistoća okoliša:** Svođenje na najmanju razinu zagađenje zraka, vode i zemlje te stvaranje otpada koje uzrokuju turistička poduzeća i posjetitelji.

Slika 1. Značenje pojma održivog razvoja turizma



Izvor: Održivi razvoj, www.odraz.hr (14.11.2020.)

Slika 1. Opis sinergijskog djelovanja društva, okoliša, gospodarstva sa ciljem dugoročne održivosti gdje se vodi računa o prirodnim resursima. Tri stavke, Gospodarstvo, društvo i okoliš prikazuju stupove održivog razvoja. Društvo kao cjelina ovisi o Zemljinim resursima, dok u svrhu povećanja kvalitete života koriste se ekonomski modeli. Sve tri stavke funkcioniraju povezano i ne mogu funkcionirati samostalno bez da utječu jedna na drugu.

2.4. Budućnost održivog razvoja turizma

Program održivog razvoja do 2030. godine donesen je na zasjedanju Opće skupštine Ujedinjenih Naroda 2015. godine. Budućnost održivog razvoja turizma možemo vidjeti u prikazu ciljeva održivog razvoja turizma do 2030. godine. Cilj programa je iskorijeniti siromaštvo i postići održivi razvoj u cijelom svijetu. Temelj navedenog programa je globalno partnerstvo, mobiliziranje svih sredstava te strogo praćenje kako bi se osigurao napredak. Kako u budućnosti realizirati Program održivog razvoja možemo vidjeti u prikazu 17 ciljeva održivog razvoja⁸ (COR) s kojima bi se osiguralo dostojanstvo, stabilnost i gospodarsko blagostanje.

COR 1 – Okončati siromaštvo u svakom obliku i svugdje

Turizam ostvaruje prihod kroz stvaranje poslova na razini lokalne zajednice. Može biti povezan s državnom strategijom smanjenja siromaštva te s poduzetništvom. Pri zapošljavanju treba ohrabrivati ranjivije skupine - žene i mlade: raditi na neprestanom usavršavanju osoblja, edukaciji, diversifikacijskom menadžmentu, komplementarnim prednostima, donacijama za edukaciju, ljudskim pravima, odgovornim investicijama, fer trgovini i prodaji lokalnih proizvoda.

COR 2 – Okončati glad, postići sigurnost hrane i nutritivnih vrijednosti, promovirati održivu poljoprivredu

Turizam može poticati razvoj održive poljoprivrede, promovirajući proizvodnju i opskrbu hotela, kao i prodaju lokalnih proizvoda turistima. Agroturizam može proizvesti dodatni dohodak povećavajući vrijednost turističkih proizvoda: prodaja lokalnih autohtonih proizvoda, uključivanje domaćeg stanovništva, zaštita divljeg života i eko sustava.

COR 3 – Osigurati zdravi život i promovirati dobro zdravlje za svaku starosnu dob

⁸ Ministarstvo turizma i sporta, 2018., URL: <https://mint.gov.hr/vijesti/unwto-pokrece-online-platformu-za-dostizanje-ciljeva-odrzivog-razvoja-u-turizmu/14445> (20.11.2020)

Prihod od turističkih pristojbi može biti upotrijebljen za zdravstvenu skrb i usluge, uključujući majčinsko zdravlje, smanjenje smrtnosti kod novorođenčadi i prevenciji bolesti. Pristojbe od posjetitelja zaštićenih područja mogu se, također, koristiti u zdravstvene svrhe: programi prevencije bolesti, borba protiv seksualnog turizma, podizanje svjesnosti o važnosti zdravlja i donacijama, sigurnost i zdravlje gostiju – prevencija i olakšice.

COR 4 – Osigurati konzistentnu i nepristranu edukaciju te promovirati cjeloživotno učenje za sve

Turizam ima potencijal promovirati konzistentnost. Osposobljena radna snaga je od presudne važnosti za uspjeh u turizmu. Turistički sektor daje mogućnosti za izravna i neizravna zaposlenja za mlade i žene te osobe s posebnim potrebama, koje trebaju ostvariti dobit kroz edukaciju: profesionalni razvoj i vježbanje, partnerstvo za edukaciju, diversifikacijski menadžment, edukacija za kulturu i baštinu, donacije za edukaciju, informiranost, uključenje domaćeg stanovništva.

COR 5 – Postići ravnopravnost spolova i ohrabrivati žene i djevojke

Turizam može žene osnažiti, posebice kroz izravna zaposlenja u turizmu i ugostiteljstvu te srodnom poduzetništvu. Turizam može ženama poslužiti kao alat da se potpuno angažiraju i u vodećim strukturama društva: diversifikacijski menadžment, podizanje svijesti u kampanjama, donacije, borba protiv seksualnog turizma, borba za ljudska prava, borba protiv diskriminacije pri zaposlenju i treningu.

COR 6 – Osigurati pristup i održivi menadžment voda i sanitarija za sve

Turističke investicije zahtijevaju i bolje komunalne usluge za pristup vodi i sigurnosti vode, kao i higijeni i zdravstvenoj skrbi. Učinkovito korištenje vode u turizmu, kontrola zagađenja i učinkovita tehnologija mogu biti ključne za očuvanje naših najvažnijih resursa: nova oprema i tehnologije, programi prevencije, sigurnosti i zdravlja, standardi i certifikati, uključenje zajednice.

COR 7 – Osigurati pristup za dostupnu, pouzdanu i održivu modernu energiju za sve

Kao sektor intenzivnog korištenja energije, turizam može učiniti pomak i ubrzati korištenje obnovljivih vidova energije, u cilju još boljeg postizanja održivog razvoja turizma u globalnom energetsom miksu. Kod promoviranja investicija u čiste vidove energije, turizam može pomoći u smanjenju stakleničkih plinova, ublažiti klimatske promjene i pridonijeti pristupu energije za sve: nova oprema i tehnologije, programi prevencije, sigurnosti i zdravlja, standardi i certifikati, uključenje zajednice.

COR 8 – Promovirati stalan, uključiv i održiv ekonomski rast, zaposlenje i pristojan posao za sve

Turizam, kao sektor usluga, jedan je od četiri najznačajnija globalna igrača, a trenutno se svako deseto radno mjesto u svijetu stvori upravo u turističkom sektoru. Mogućnost obavljanja pristojnih poslova u turizmu, posebice za žene i mlade, i politike koje bolje diversificiraju turističke vrijednosti mogu polučiti boljim socio – ekonomskim učincima: trening za profesionalni razvoj, diversifikacijski menadžment i zapošljavanje lokalnog stanovništva, isticanje komplementarnih prednosti, odgovorne investicije i lokalna prodaja, uključivanje zajednice.

COR 9 – Gradnja fleksibilne infrastrukture, promocija konzistentne i održive industrijalizacije te poticanje inovacija

Turistički razvoj se oslanja na dobru javnu i privatnu infrastrukturu. Turistički sektor može utjecati na politiku kad je u pitanju infrastruktura, čineći ju više održivom, inovativnom i učinkovitijom u pogledu korištenja i očuvanja resursa, kao i smanjenja otpuštanja ugljičnog dioksida u atmosferu, privlačeći tako više turista, ali i stranih investicija: eko dizajn, nova oprema i tehnologije u korištenju energije i vodnih resursa, obnovljivi vidovi energije, oprema i materijali za recikliranje i otpad, kontinuirano usavršavanje osoblja.

COR 10 – Smanjiti nejednakost unutar i između zemalja

Turizam može biti moćni alat za smanjenje nejednakosti ako više angažira lokalno stanovništvo i ključne investitore u njegov razvoj. Turizam može pridonijeti revitalizaciji urbanih područja i razvoju ruralnih područja, dajući ljudima mogućnost da rade i žive tamo gdje

prebivaju. Turizam je fenomen koji potiče ekonomsku integraciju i diversifikaciju: diversifikacijski menadžment, investiranje u lokalno poduzetništvo, odgovorna prodaja, ne diskriminatorne odredbe pri zapošljavanju i treningu, uključenje zajednice.

COR 11 – Činjenje gradova i drugih mjesta za stanovanje, sigurnim, fleksibilnim i održivim

Turizam može unaprijediti urbanu infrastrukturu i pristupačnost, promovirati obnovu i očuvanje prirodne i kulturne baštine, vrijednostima o kojima ovisi turizam. Investiranje u zelenu infrastrukturu (učinkovitiji prijevoz, smanjenje zagađenja zraka) trebalo bi rezultirati pametnije osmišljenim i zelenijim gradovima, ne samo za stanovnike, nego i za turiste: certificiranje, partnerstvo, kampanje podizanja svijesti, donacije za mjesta velike važnosti kulturne baštine, uključivanje domaćeg stanovništva, inicijative očuvanja biološke raznolikosti.

COR 12 – Osiguravanje modela za održivo konzumiranje i proizvodnju

Turistički sektor treba usvojiti model (SCP - Sustainable Consumption and Production) održivog konzumiranja i proizvodnje, čineći ubrzane korake k održivom razvoju. Alati za praćenje utjecaja na održivi razvoj turizma, uključujući energiju, vodu, otpad, bio – raznolikost i stvaranje radnih mjesta, rezultirat će jačanjem ekonomije, društvenih i okolišnih parametara: učinkovite energije i energija voda, obnovljivi vidovi energije, smanjenje zagađenja, lokalna prodaja i poduzetništvo, lokalni dobavljači, integriranje lokalne zajednice i gostiju.

COR 13 – Poduzeti žurne mjere za smanjenje klimatskih promjena i posljedica

Turizam pridonosi klimatskim promjenama, ali je i pogođen njima. Investitori u turizmu trebali bi imati ključnu ulogu u pogledu smanjenja klimatskih promjena. Kod smanjenja otpuštanja ugljičnog dioksida prilikom transporta i korištenja smještajnih kapaciteta, turizam može profitirati od smanjenog otpuštanja ugljičnog dioksida, pomažući tako u borbi protiv jednog od najvećih izazova našega doba: eko dizajn, nova oprema i tehnologije, obnovljivi vidovi energije, recikliranje i otpad, divlji život i eko – sustav – zaštita pejzaža, smanjenje zagađenja, kampanje podizanja svijesti i donacije za ublažavanje katastrofa.

COR 14 – Očuvanje i održivo korištenje oceana, mora i pomorskih resursa za održivi razvoj

Primorski i pomorski turizam leže na zdravom morskom eko sustavu. Turistički razvoj treba biti dio integriranog primorskog (obalnog i priobalnog) menadžmenta, kako bi pomogao očuvanju i zaštiti osjetljivog pomorskog eko sustava i služiti kao promotor razvoja plave ekonomije, pridonoseći tako održivom razvoju morskih resursa: zaštita morskog eko sustava i morskih životinja, smanjenje zagađenja, tretiranje otpada, informacije za goste i djelatnike u turizmu, uključivanje lokalne zajednice.

COR 15 – Zaštita, vraćanje i promocija održivog razvoja eko sustava na kopnu i zaustavljanje gubitka bio – raznolikosti

Bogata bio – raznolikost i prirodna baština često su glavni razlozi posjeta turista nekoj destinaciji. Turizam može igrati glavnu ulogu u održivom menadžmentu osjetljivih područja, ne samo u očuvanju i zaštiti bio – raznolikosti, nego i omogućavanju zarade lokalnom stanovništvu kako bi im omogućio alternativni izvor prihoda.

COR 16 – Promoviranje miroljubivog društva, pristupa pravdi za sve i stvaranje odgovornih institucija

Budući da turizam potiče susrete milijardi ljudi različitih kulturoloških pozadina, turistički sektor može poticati multikulturalnost i među – vjersku toleranciju i razumijevanje, udarajući tako temelje miroljubivijeg društva. Turizam, u koji je uključeno lokalno stanovništvo i koje zarađuje od turizma, može, također, konsolidirati mir u post – konfliktnim društvima: podizanje svijesti o ljudskim pravima, donacije, lokalno poduzetništvo – odgovorne investicije, zapošljavanje lokalnog stanovništva i poticanje prodaje lokalnih proizvoda, politika poštivanja različitosti, antikorupcijske mjere sprečavanja pranja novca, odnos prema gostima, uključivanje domaćeg stanovništva.

COR 17 – Jačanje ideje o implementaciji i revitalizaciji globalnog partnerstva za održivi razvoj

Zbog njegove prirode, turizam ima mogućnost jačanja javnog i privatnog partnerstva i angažiranja velikih investitora: međunarodnih, nacionalnih, regionalnih i lokalnih – kako bi svi skupa radili na postizanju SDG-a i drugih zajedničkih ciljeva. Politika i inovativno financiranje su najvažniji za postizanje 2030 Agende: profesionalni razvoj, partnerstvo za edukaciju, zaštita eko – sustava životinja, uključivanje dobavljača i gostiju, odnosi prema gostu, uključenje osoblja i lokalne zajednice.

Zaključno razmatranje

Turizam kao djelatnost s 10 % svjetskog BDP-a, te visokom zaposlenošću u svojim sektorima, ima izuzetan gospodarski značaj. Turizam itekako igra veliku ulogu u dostizanju ciljeva održivog razvoja, poglavito što se tiče očuvanja prirode i okoliša.

Pandemija COVID-19 izrazito je teško pogodila turistički sektor, to je znatno otežalo dostizanje 17 ciljeva održivog razvoja (COR) navedenih u Agendi 2030. Stoga je potrebno odgovorno upravljati ciljevima održivog razvoja, kako bi turizam izašao iz trenutne krize kao važan čimbenik u doprinosu ciljeva održivog razvoja, pritom stvarajući mogućnosti ljudima širom svijeta da si osiguraju sredstva za život, podjednako biti podrška svim granama oko sebe, da bi se što bezbolnije nadržala potencijalno nadolazeća kriza.

3. OPĆA OBILJEŽJA TURISTIČKE DESTINACIJE OPĆINE TAR-VABRIGA

Turistička destinacija sama za sebe predstavlja razlog putovanja, a turističke robe u destinaciji izazivaju posjete. Sama priroda turističke potrošnje kupuje se tamo gdje je proizvedena ponuda odmora, navedene činjenice uzrokuju da destinacija dolazi pod znatan pritisak gostiju. Osigurana kvaliteta gostima i dugoročno osigurana egzistencija domicilnom stanovništvu, predstavljaju osnovne ciljeve turističke destinacije.⁹

3.1. Opća obilježja Općine Tar-Vabriga

Odvajanjem iz sastava grada Poreča 2006. godine Tar-Vabriga stječe status općine, te se proteže zapadnim dijelom istarskog poluotoka veličine 28.2 km². Općinu Tar-Vabriga čini 6 naselja: Frata, Gedići, Perci, Rošini, Tar i Vabriga.¹⁰

Općinu Tar-Vabriga zbog svoje nadmorske visine (112 m) mogli bi uporediti sa vidikovcem koji pruža prekrasan pogled prema moru i ljetnim zalascima sunca, dok se sa sjeverne strane prostire ušće rijeke Mirne. Tokom vedrijih dana pruža se pogled na Alpe. Tar-Vabrigu danas nazivaju jednim mjestom a dva naselja koje dijeli prometnica Pula – Trst. Plodno tlo ovog područja pruža veliku mogućnost napretka same Općine u raznim sektorima. Izrazito povoljan položaj Općine, pruža dobre mogućnosti razvoja turističke djelatnosti te gospodarstva u cjelini. Blizina Slovenije i Italije te dobra prometna povezanost sa susjednim državama u budućnosti daju optimističan gospodarski razvitak. Da je Istarska županija dobra destinacija za život govori i podatak o porastu stanovništva iz 1971. godine, naravno tom pridonosi gospodarski razvoj. Stanovništvo istarske županije povećalo se u razdoblju (1948-2001) za 11,3 % u usporedbi s ostatkom Hrvatske gdje je u istom razdoblju zabilježen porast od 26,6 %.

⁹ Magaš, D.: Turistička destinacija, op.cit., str. 7

¹⁰ Adria Bonus d.o.o. Poreč, Program ukupnog razvoja Općine Tar-Vabriga,, 2014. str 9. <https://tar-vabriga.hr/uploaded/PUR%20TAR-VABRIGA-TORRE-ABREGA-1533626619777.pdf> (22.11.2020)

Prema zadnjem službenom popisu stanovništva iz 2011. godine, Općina Tar-Vabriga je imala 1966 stanovnika. Gledajući Općinu kao sastav od šest naselja to bi bio 71 stanovnik po km².¹¹ Kakva je danas situacija što se tiče broja stanovnika na području Općine teško je reći zbog konstantnih migracija stanovništva.

Klima je jedan od važnijih čimbenika u turizmu, koja samim time formira turističku ponudu određene destinacije. Čovjek odabire onu turističku destinaciju, u kojoj će se osjećati dobro, gdje će biti raspoložen i gdje će tip klime zadovoljiti njegovo fizičke i psihičke funkcije te kulturne i rekreativne potrebe.¹²

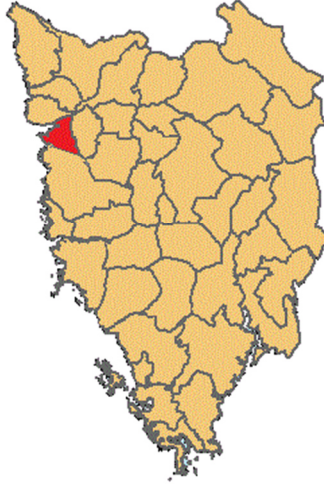
Specifičnost klime Istarskog poluotoka je u tome što iz sredozemne prelazi u kontinentalnu. Razlog tome je stvaranje hladnog zraka s planina i blizina Alpi. Glavna obilježja sredozemne klime su topla i suha ljeta. Najhladniji mjesec je siječanj kad se temperatura spušta do 6 stupnjeva, dok su srpanj i kolovoz najtopliji. Specifični vjetrovi ovog područja su bura i jugo te maestral koji puše ljeti s mora prema kopnu.¹³

¹¹ Adria Bonus d.o.o. Poreč. : op.cit., str. 9

¹² Bilen, M.: Turizam i okoliš: ekonomsko-geografski pristupi izučavanju problematike, mikrorad, Zagreb, 2008, str. 128

¹³ Adria Bonus d.o.o. Poreč. : op.cit., str. 19

Slika 2. Položaj Općine Tar-Vabriga na karti Istre



Izvor: <http://orthopediewestbrabant.nl/tar-vabriga-karta/> (14.11.2020.)

3.2. Prirodna svojstva krajolika

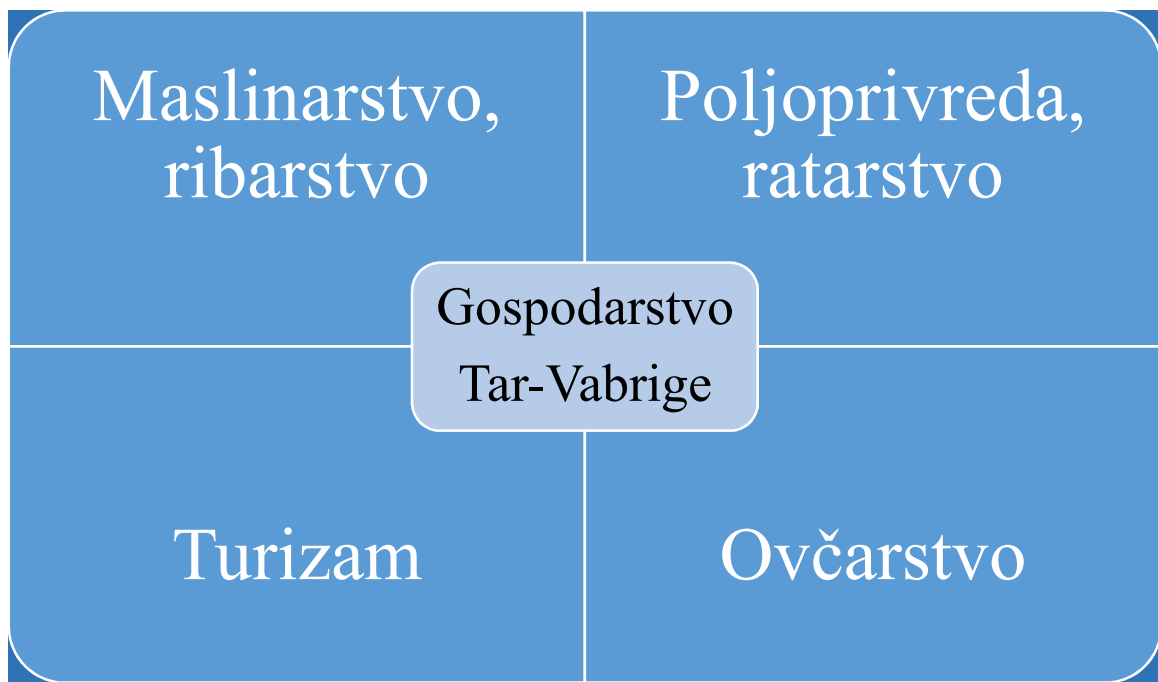
Prema geološkoj građi, Istru možemo podijeliti na bijelu, sivu i crvenu. Bijela Istra je karakteristična za područje oko planinskih vrhova dok je siva plodna zemlja u unutrašnjosti. Za crvenu Istru je karakterističan zapadni dio obala gdje prevladava zemlja crvenica (Terra Rossa). Iznimnu važnost za Općinu Tar – Vabriga imaju dvije korisne biljke: maslina i vinova loza. Pridaje se pažnja uzgoju voća i povrća te šumama koje su bogate gljivama i šparogama. Područjem Općine dominiraju karbonatne stijene, a zemlja crvenica je jedan neotopivi dio te karbonatne mase.¹⁴.

¹⁴ Adria Bonus d.o.o. Poreč. : op. cit., str. 17

3.3. Gospodarstvo

Gospodarstvo vezano za Istarsku županiju je vrlo raznoliko. Od turizma, građevinarstva, trgovine, ribarstva do poljoprivrede i transporta. Gospodarstvo Općine Tar-Vabriga vezano je uglavnom za turizam, iznajmljivanjem privatnog smještaja, te je poslovno vezano uz turističko naselje Lanterna koje je 3 km udaljeno od naselja. Ribarstvo i ugostiteljstvo su na drugom mjestu. Većina stanovništva Općine vezano je radno uz grad Poreč. Kraj je također poznat po dugoj tradiciji maslinarstva i vinogradarstva. Potrebno je napomenuti da se na području Općine dobiva jedno od najboljih maslinovih ulja u Europi.

Tablica 1. Grane gospodarstva na područje Općine Tar-Vabrig



Izvor: Vlastita obrada autora (14.10.2020.)

Tablica 1. pokazuje grane gospodarstva Općine Tar-Vabriga. Najzastupljenija grana je svakako turizam, sa mnogobrojnim turističkim sadržajima i kapacitetima, tu su naravno tradicionalne grane gospodarstva maslinarstvo i ribarstvo kojima se domaći ljudi bave dugim nizom godina njegujući svoju tradiciju, tu ne zaostaje poljoprivredni sektor, koji daje mnoštvo proizvoda izrazite kvalitete. Ovčarstvo kao grana gospodarstva pojavljuje se u sastavu

obiteljsko poljoprivrednih gospodarstava te na farmi Špin koja se bavi uzgojem velikog broja ovaca te industrijskom proizvodnjom tradicionalnih proizvoda od ovčjeg mlijeka.

Oslanjajući se na razvojne resurse i potencijale u cjelini promatrano gospodarski razvoj temeljit će se na:

- ugostiteljstvu i turizmu
- intenziviranju poljoprivrede, posebno vinogradarstva, maslinarstva i povrtlarskih kultura,
- ribarstvu
- industrijsko-servisnim uslugama, i obrtničkim i drugih usluga vezanim za građevinarstvo
- izletničko-rekreacijskom turizmu
- stvaranjem lokalnog partnerstva / lokalne akcijske grupe (LAG)

Tablica 2. Poduzetnici Općine Tar-Vabriga po djelatnostima.

| RB | DJELATNOST | BROJ PODUZETNIKA 2015 | BROJ PODUZETNIKA 2016 | BROJ PODUZETNIKA 2017 |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 1. | Poljoprivredne djelatnosti (žitarice, uljarice, sadni materijal, govedarstvo, morski ribolov) | 7 | 9 | 9 |
| 2. | Proizvodne djelatnosti (drvo, plastika, metal, struja, popravci) | 8 | 11 | 8 |
| 3. | Građevinske djelatnosti (izvođenje, gradnja, ugradnja, soboslikarski, fasaderski) | 16 | 18 | 17 |
| 4. | Trgovina, posredovanje, popravci | 19 | 19 | 19 |
| 5. | Kopneni prijevoz | 2 | 1 | 2 |
| 6. | Turizam i ugostiteljstvo | 16 | 21 | 24 |
| 7. | Računalno programiranje | 1 | 1 | 2 |
| 8. | Kupnja, prodaja i upravljanje nekretninama | 15 | 19 | 19 |
| 9. | Intelektualne usluge | 4 | 5 | 9 |
| 10. | Rent-a-car službe, putničke agencije, krajobrazno uređenje | 13 | 11 | 11 |
| 11. | Stomatološke ordinacije | 1 | 1 | 1 |
| 12. | Sportske djelatnosti | 3 | 3 | 3 |
| 13. | Uslužne djelatnosti (kozmetički saloni, pogrebne usluge, ostalo) | 3 | 2 | 5 |
| 14. | Nepoznati razred | 1 | 1 | 1 |
| UKUPNO | | 108 | 122 | 129 |
| DOBITAŠI | | 53 | 62 | 73 |
| GUBITAŠI | | 55 | 60 | 56 |

Izvor: Vlastita izrada autora prema podacima Općine Tar-Vabriga

Tablica 2. Prikazuje broj poduzetnika po djelatnostima na području Općine Tar Vabriga, u periodu od 2015. godine do 2017. godine. Iz tablice je vidljivo da su Turizam i ugostiteljstvo zastupljeni u najvećem broju, slijede ga Trgovačke djelatnosti te poduzetništvo usmjereno na kupoprodaju nekretnina. Samim time vidimo da je destinacija usmjerena prema turističkom sektoru te prometu nekretninama, zbog svog geostrateškog položaja na karti EU.

3.4. Prometna povezanost

Turizam se ne može ostvariti bez sudjelovanja svih činitelja njegovog razvoja, među kojima posebnu važnost ima promet. Da bi turisti stigli do turističke destinacije koriste usluge kopnenog, zračnog i vodenog prijevoza. Glavni zadaci prijevoza su omogućiti prijevoz turista do destinacije i na području destinacije u okviru kojeg osim prijevoza turista udovoljavaju rekreacijskim sadržajima¹⁵.

Prometna povezanost Istre je izrazito dobra kako prema ostatku Hrvatske tako i prema Europi, razlog tomu je izrazito povoljan geografski položaj. Prva postaja redovnog zračnog prometa je Zračna Luka Pula, koja uz redovne letove tijekom cijele godine, obogaćena je u sezonskim mjesecima i charter letovima. Pored Zračne Luke Pula tu je Zračna Luka Vrsar koja je namijenjena civilnom zrakoplovstvu. U krugu od 150 km tu se nalaze zračne luke u Rijeci i Trstu. Željezničkom infrastrukturom moguće je doći iz smjera Zagreba i Ljubljane. Morskim putem moguće je doći stalnim i sezonskim brodskim linijama, dok su za dolazak privatnim brodicama tu Istarske Marine koje pružaju visok standard usluge. Najpraktičniji dolazak u Istru je osobnim automobilom.

Što se tiče Općine Tar-Vabriga, turisti koji dolaze na njeno područje koje je bogato privatnim smještajem, kampovima i hotelskim naseljima, najčešće sredstvo dolaska su upravo osobni automobili sa popratnom kamp opremom.

3.5. Turistička ponuda Općine Tar-Vabriga

Općinu kao nositelja ponude na turističkom tržištu treba posmatrati kao stvaratelja interne mogućnosti turističkog djelovanja. Općina svojim infrastrukturnim projektima izravno i neizravno omogućuje cjelokupno djelovanje turističke destinacije. U sastavu općina/gradova postoje turističke zajednice koje formiraju ponudu odmora i plasman na tržištu.¹⁶

¹⁵ Ružić, P.: Ruralni Turizam. – Poreč: Institut za poljoprivredu i turizam, 2005, str.81

¹⁶ Magaš, D.: Turistička destinacija, op.cit., str. 69

Najznačajniji ulazni čimbenici kod stvaranja mogućnosti turističkog djelovanja na području općine/grada možemo smatrati: održavanje kulturne baštine, održavanja prometnica, izgradnju pročišćivača otpadnih voda, održavanje plaža, održavanje krajolika, odvoz i reciklaža otpada i slično.¹⁷

Turističku ponudu Općine Tar-Vabriga možemo podijeliti na privatni smještaj koji broji cca 1000 kreveta, na hotele i apartmane, kampove, te kulturno turističku ponudu kao što su specijalizirane trgovine, vinske ceste, prirodne atrakcije i naravno nezaobilazna kulturna baština na području Tar-Vabriga. U daljnjem dijelu rada поближе ćemo opisati turističke resurse Općine Tar-Vabriga.

3.5.1 Kampovi

Nudistički kamp - Solaris Camping Resort

- Površina: 49 ha
- Kapacitet: 4266 osobe

Nudistički kamp Solaris jedan među najpoznatijih kampova ove kategorije u regiji. Kategoriziraju ga tri zvjezdice. Kamp se nalazi na području Općine Tar-Vabriga, uz samo more, udaljen je 12 kilometara od Grada Poreča te ga to čini izrazito atraktivnim zbog blizine ostalih turističkih destinacija u Istri. Kamp nudi mnoštvo samostalnih parcela, što omogućuje postavljanje vlastitih kamp kućica, tu se nalazi i niz apartmana i soba smještenih u šumovitom predjelu, parcele krasi blizina mora, izuzetan prirodan krajolik i duge uređene staze za šetanje te uvale za sunčanje. Glavne značajke kampa uz navedeno su animacijski program za djecu, bogate sportsko rekreacijske ponude, od uređenih otvorenih vježbališta, osam teniskih terena, mini golf igrališta, stolni tenis, slatkovodnog bazena za plivanje. Ponudu upotpunjuje centar vodenih sportova s mogućnostima jedrenja i ronjenja, mogućnost iznajmljivanja manjih plovniha objekata. Kamp također sadrži vlastite ugostiteljske objekte gdje se nudi izbor lokalnih i

¹⁷ Ibid., str. 70

regionalnih specijaliteta. Bogatstvo kampa upotpunjuju mnoge zabavne manifestacije i ostala zabavna događanja.¹⁸

Lantern Premium Camping Resort

- Površina: 83 ha
- Kapacitet: 8721 osobe

Kamp Lanterna nalazi se na istoimenom poluotoku Lanterna, smješten na području Općine Tar-Vabriga, okružen sa dva Turistička odredišta, Porečom i Novigradom.

Kamp krasi izrazito lijepo prirodno okruženje, u autohtonom i dobro očuvanom mediteranskom okruženju borove i hrastove šume, smješten neposredno u blizini mora na obali dugoj tri kilometara sa pregršt prekrasnih plaža. Izrazito veliki kapaciteti s mogućnošću ugošćavanja preko 9000 kampista, ovom kampu daje titulu najvećeg, ali i jednog među najluksuznijih kampova u Istri. Uz mnoštvo izbora smještaja, od luksuznih šatora, mobilnih kućica, kamp vozila, kamp raspolaže i dijelom za turiste koji svoj odmor žele provesti sa svojim kućnim ljubimcima u „Happy doog premium village“ gdje postoje svi uvjeti za smještaj kućnih ljubimaca. U sastavu kampa su bazeni za djecu, bazeni za odrasle sa hidro masažama, bofata sportsko rekreacijska ponuda, ugostiteljski objekti, te ostali sadržaji koji upotpunjuju boravak u kampu.¹⁹

¹⁸ Kamping Udruženje Hrvatske, 2020. URL: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/solaris-naturist> (22.11.2020.)

¹⁹ Kamping Udruženja Hrvatske, 2020. URL: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/lanterna> (22.11.2020.)

Slika 3. Poluotok Lanterna



Izvor: <https://www.myporec.com/hr/destinacije/tar-vabriga> (22.11.2020)

Kamp Santa Marina

- Površina: 4,5 ha
- Kapacitet: 690 osoba

Kamp se nalazi u blizini istoimene uvale koja se nalazi u naselju Vabriga, smiješten u autohtonom prirodnom okruženju, udaljen od Poreča i Novigrada 10-tak kilometara. Kamp je otvoren tokom cijele godine, krasi ga kategorizacija s 5 zvjezdica, što ga čini prvim takvim kampom u Istri. Visok stupanj uređenosti parcela, prostranim mobilnim kućicama sa vlastitim hidromasažnim kadama te izlaskom na zajedničke bazene, zonama za luksuzno kampiranje te luksuznim šatorima. Kamp upotpunjuje infrastruktura sa ugostiteljsko trgovačkim djelatnostima, poput trgovine, mini pekare, restoranom sa tradicionalnom kuhinjom. Sve to gostu omogućuje visok stupanj komfora.²⁰

²⁰ Kamping udruženje Hrvatske, 2020. URL: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/santa-marina> (22.11.2020.)

Zaključno razmatranje

Kampovi na području Općine Tar-Vabriga ostvaruju najveći prihod i ujedno najveći broj noćenje za vrijeme turističke sezone. Te su kao takvi izrazito bitan čimbenik turističke destinacije. Novonastalo stanje sa izbijanjem pandemije uzrokovane virusom COVID 19, pokazalo je koliko je turistički sektor ranjiv takvim oblikom izvanrednog stanja, upravo su se Kamp destinacije pokazale kao najbolji izbor u vrijeme pandemije, zbog svoje prostranosti, odvojenih mjesta koja omogućuju korisnicima smanjeni kontakt sa ostalim gostima. U sljedećem grafikonu ćemo prikazati ostvareni broj noćenja u 2019. godini na području Općine Tar – Vabriga.

Grafikon 1. Pregled ostvarenih noćenja za 2019. godinu



Izvor: Vlastita izrada autora prema podacima Turističke Zajednice Tar –Vabriga

Grafikon 1. jasno pokazuje da se najveći broj noćenja odvija na prostoru kampova u destinaciji, te samim time kampovi predstavljaju najpopularnije smještajne kapacitete destinacije. Uz daljnju podršku kamp smještaja potrebno je poticati i ostale smještajne kapacitete na području destinacije.

3.5.2 Hoteli i hotelska naselja

Valamar Tamaris Resort

Valamar Tamaris Resort krasi bogata i očuvana priroda, destinacija je bogata parkovima, šumarcima hrasta, crnike, po čemu je poznat krajobraz poluotoka Lanterna gdje se Resort nalazi. Topla obiteljska atmosfera i ugođaj koji ova destinacija pruža, uz mnoštvo aktivnosti za djecu i odrasle, čine ovu destinaciju idealnom za obitelji sa malom djecom. Poseban program posvećen odnosima sa djecom, pruža roditeljima bavljenje drugim aktivnostima dok su njihova djeca na radionicama sa profesionalnim timovima animatora. Za odrasle koji žele provesti aktivan odmor, tu je mnoštvo sportsko rekreacijskih sadržaja koji upotpunjuju aktivnost i rekreaciju.²¹

Smještajni kapaciteti destinacije: Tamaris Hotel, obiteljski apartmani Palma, obiteljske apartmane Casa Agava, luksuzne vile među kojima se ističe vila na svjetioniku.

Svi gosti resorta, bez obzira u kojem smještajnom objektu borave, mogu koristiti sve usluge i sadržaje unutar resorta - odlične restorane, bazene, sportske sadržaje i zabavne programe za djecu i odrasle.

Hotel Tamaris

- Broj Hotelskih soba: 160

Nudi vrhunsku uslugu u all inclusive ponudi. Udaljen svega 100 m od prekrasnih plaža, raznovrsni sadržaji za svakog člana obitelji. Pregršt popratnih sadržaja, uživanje u cikloturizmu jer Hotel Tamaris krasi titula Bike Hotela. Udaljen je 3 kilometra od mjesta Tar te 13 kilometara od grada Poreča.

²¹Lanterna premium camping resort by Valamar, Poreč, Hrvatska, 2020. URL: <https://www.valamar.com/hr/hoteli-porec/valamar-club-tamaris#hotel-in-resort-anchor> (29.11.2020)

Apartmani lanterna

- Broj soba: 570
- Broj kreveta: 2101

Apartmansko naselje lanterna, krasi udaljenost od plaže na 500m, razni sportsko rekreacijski sadržaji, teniski tereni, škola jahanja. To sve potencijalnim posjetiteljima uvelike pomaže u donošenju odluke da upravo posjete ovu destinaciju.

Tablica 3. Ukupno ostvarena noćenja i dolasci za razdoblje 2015. do 2019. godine

| Godina | Dolasci | Noćenja |
|--------|---------|-----------|
| 2015 | 197.614 | 1.574.052 |
| 2016 | 214.252 | 1.703.000 |
| 2017 | 232.980 | 1.895.857 |
| 2018 | 240.260 | 1.913.000 |
| 2019 | 256.000 | 1.973.000 |

Izvor: Vlastita obrada autora prema informacijama TZ Tar-Vabriga (11.10.2020)

Tablica 2. pokazuje konstantni porast dolazaka i noćenja, za razdoblje proteklih pet godina. Zbog trenutne pandemije COVID 19, pozitivan trend treba očekivati s određenom dozom opreza.

3.5.3 Kulturno turistička ponuda

Turizam i kultura su usko vezani. Kulturno naslijeđe zajedno s prirodnim atraktivnostima, čini osnovne resurs opstanka i preduvjeta razvoja turizma. Uključivanje kulturnih motiva u pojavu turizma oblikuje se kulturni turizam. Kulturni turizam kao trend u prvi plan stavlja kulturu, obrazovanje, doživljaje, iskustva, kao zahtjeve aktivnog i sadržajnog odmora. Današnji posjetitelji sve više traže upoznavanja s lokalnom kulturom, kontakt s domaćinom, a turističko odredište sve manje percipira kao pasivni promatrač²².

²² Ružić, P.: Ruralni Turizam, op.cit.str.23

Kulturni turizam se preklapa s ostalim oblicima gastronomskim, vjerskim, tranzitnim, ruralnim i dr. Svi ti oblici temelje se na istom izvoru – narodne baštine, tj. Iz njenih pokretnih i nepokretnih elemenata, a ostvaruju se u okvirima izletničkog prometa²³.

- *Kulturno turistička ponuda na području Općine Tar-Vabriga*

Jama Baredine & Traktor story

Jama Baredine je krški fenomen, geomorfološki spomenik prirode i prvi speleološki lokalitet Istre uređen za turističku namjenu, za posjete otvoren od 1995. godine. Nalazi se na 117 metara nadmorske visine, dubina same jame je 132 metra, dužina staze se prostire na 300 metara na kojoj se nalazi 5 dvorana.

Smještena je u zapadnom dijelu Istre kod Nove Vasi između Poreča, Višnjana i Tara, samo 5 km od obale mora. Okružena je bogatim prapovijesnim arheološkim lokalitetima, histarskim gradinama, antičkim vilama, srednjovjekovnim samostanima, ali također još uvijek sačuvanim prirodnim krajolikom²⁴.

Traktor Story

Etno priča posvećena poljoprivredi, Prikaz predmeta i strojeva te brojnih sačuvanih fotografija i dokumenta usko je vezan uz povijest ovog kraja i njegovih ljudi. Izložba prvenstveno predstavlja razvoj procesa vršenja žita, neposredno prije i nakon mehanizacije rada u polju. Priča započinje od gumna kao jednog od najranijeg oblika vršenja, nastavlja se prikazom od jednostavnijih pa do složenijih vršilica za žito te kombajna i traktora koji su čovjeku bitno olakšali taj težak proces.

Pedesetak oldtimer traktora i strojeva predstavljeno je u originalnom stanju u kojem su posljednji put korišteni za rad na polju. Bez naknadnih preinaka i u izvornom stanju, svaki traktor, počevši od Fordsona iz 1923. godine koji je prvi pristigao u obližnje selo, predstavlja jednu od brojnih priča vezanih uz ovaj kraj²⁵. Popratni sadržaj lokaliteta su još Galerija sa

²³ Ibid., str.24

²⁴ Park Jama Baredine, 2020. URL: <https://baredine.com/jama-baredine/> (30.11.2020)

²⁵ Parka Jama Baredine, 2020. URL: <https://baredine.com/dodatna-ponuda/traktor-story/> (30.11.2020)

tradicionalnom konobom te vinoteka gdje se mogu kušati domaći specijaliteti te kušati vrhunska istarska vina provjerene kvalitete te autohtona sorte maslinova ulja.

Kulturno-zabavne manifestacije

3.5.4 Cikloturizam

Cikloturizam i drugi oblici korištenja bicikala u turizmu spadaju u rastuće oblike turističkih aktivnosti. Procjenjuje se da će u europskim okvirima udio putovanja tijekom kojih je vožnja bicikala glavna aktivnost ili je bicikl glavno prijevozno sredstvo porasti u idućih desetak godina više od deset posto, a još je značajniji tržišni segment onih kojima je tijekom odmora vožnja biciklom važna dodatna aktivnost. Iz toga proizlazi da cikloturizam predstavlja jedan od turističkih proizvoda s najvećom perspektivom razvoja²⁶.

Glavni motiv putovanja cikloturista je aktivno ili pasivno sudjelovanje u biciklizmu, a dodatni motivi koji utječu na potražnju su sudjelovanje u natjecateljskom biciklizmu i promatranje biciklističkih događanja. Budući da oblike cikloturizma definira dužina trajanja odmora, moguće je razlikovati²⁷:

- Jednodnevni cikloturizam – najčešći oblik cikloturizma, karakterističan za domaće turiste, odnosno dnevne izletnike
- Odmorišni cikloturizam – oblik cikloturizma u kojemu je biciklizam jedna od aktivnosti turista tijekom odmora
- Aktivni cikloturizam – biciklizam je glavni motiv putovanja.

Područje Općine Tar –Vabriga izrazito je bogato biciklističkim stazama koje se nadovezuju na ostale općine i gradove te staze koje se nalaze isključivo na području destinacije. Biciklisti mogu uživati u nizu idiličnih pejzažnih krajolika, duž trasa izmjenjuju se kultivirane park šume, vinogradi maslinici te tipična mediteranska vegetacija koja biciklistu daje potpuni doživljaj destinacije.

²⁶ Institut za turizam. (2015). Akcijski plan razvoja cikloturizma. Str. 3.

²⁷ Ibid., Str. 24-25.

3.5.7 Gastronomija

Brojni ugostiteljski objekti, restorani, tradicionalne konobe, pružaju bogatu ponudu vrhunskih specijaliteta koji garantiraju besprijekornu kvalitetu domaćih proizvoda i tradicionalne istarske kuhinje. Kušaonice vina i sireva, proizvedenih na području destinacije, lokalna obiteljska gospodarstva na kojima se mogu kušati i kupiti domaća vina, sirevi i ostali proizvodi. Nezaobilazno maslinovo ulje po kojem je lokalitet Općine Tar Vabriga poznat ne samo u Hrvatskoj već i na karti svijeta po proizvodnji jednog od najkvalitetnijih ulja, poznatog širom svijeta, u nastavku rada posebna pozornost bit će posvećenja maslinarstvu, proizvodnji ulja te budućim planovima vezanima za popunjavanje turističke ponude posvećene maslinarstvu.

3.6. Turistički promet Općine Tar – Vabriga

Općina Tar-Vabriga već dugi niz godina bilježi porast u turističkim dolascima samim time i porast prihoda destinacije. Za to su zaslužni povoljan geografski položaj, visok stupanj kvalitete turističke ponude, prirodne atraktivnosti destinacije, izrazito dobre prometne povezanosti.

3.6.1 Analiza turističkog prometa destinacije

U ovom djelu rada bit će prikazan turistički promet na području destinacije, emitivna turistička noćenja, prihodi ostvareni od naplate boravišne pristojbe te ostale informacije vezane za turistički promet.

Tablica 4. Naplaćena boravišna pristojba 2019. godine na području TZO Tar-Vabriga

| | Objekt | Naplaćena boravišna pristojba | Prosjek b.p. po noćenju |
|---|------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------|
| 1 | Kampovi | 6,927,847.00 | 5.00 |
| 2 | Hoteli | 3,631,692.00 | 7.00 |
| 3 | Nekomercijani smještaj | 64,748.00 | 1.00 |
| 4 | Objekti u domaćinstvu | 329,055.00 | 4.00 |
| 5 | Ostali ugostiteljski objekti za smještaj | 46,658.00 | 3.00 |
| | SVEUKUPNO | 11,000,000.00 | 6.00 |

Izvor: Vlastita obrada autora prema dostupnim informacijama Turističke zajednice Općine Tar – Vabriga

Tablica 4. Prikazuje naplaćenu boravišnu pristojbu po objektima u HRK, vidljivo je kako je u navedenom razdoblju kao što je u prethodnom djelu rada navedeno, najveći prihod ostvaren upravo u kampovima.

Tablica 5. Pregled noćenja po zemljama

| Država | Dolasci | Noćenja | Broj turista | Udio turista |
|------------------------|----------------|------------------|----------------|-----------------|
| Njemačka | 75,186 | 684,430 | 75,188 | 29.34 % |
| Austrija | 46,805 | 296,590 | 46,814 | 18.27 % |
| Nizozemska | 17,338 | 189,173 | 17,338 | 6.77 % |
| Slovenija | 23,766 | 164,671 | 23,771 | 9.28 % |
| Italija | 23,347 | 147,186 | 23,349 | 9.11 % |
| Poljska | 11,131 | 88,325 | 11,131 | 4.34 % |
| Češka | 9,378 | 65,232 | 9,378 | 3.66 % |
| Danska | 6,004 | 54,247 | 6,004 | 2.34 % |
| Hrvatska | 9,711 | 50,325 | 9,172 | 3.79 % |
| Mađarska | 6,847 | 40,090 | 6,847 | 2.67 % |
| Švicarska | 3,765 | 30,502 | 3,765 | 1.47 % |
| Belgija | 3,486 | 29,685 | 3,486 | 1.36 % |
| Ujedinjena kraljevina | 3,277 | 26,920 | 3,281 | 1.28 % |
| Francuska | 2,377 | 14,750 | 2,377 | 0.93 % |
| Slovačka | 2,254 | 14,583 | 2,254 | 0.88 % |
| Rusija | 1,118 | 10,696 | 1,118 | 0.44 % |
| Irska | 835 | 8,431 | 835 | 0.33 % |
| Švedska | 1,037 | 7,162 | 1,037 | 0.40 % |
| Ukrajina | 871 | 6,958 | 871 | 0.34 % |
| Srbija | 1,021 | 6,957 | 1,023 | 0.40 % |
| Bosna i Hercegovina | 1,017 | 5,869 | 1,017 | 0.40 % |
| Rumunjska | 762 | 4,224 | 762 | 0.30 % |
| Norveška | 490 | 4,090 | 490 | 0.19 % |
| SAD | 602 | 2,465 | 602 | 0.23 % |
| Luksemburg | 166 | 1,474 | 166 | 0.06 % |
| Ostale afričke zemlje | 356 | 1,427 | 356 | 0.14 % |
| Makedonija | 111 | 1,284 | 111 | 0.04 % |
| Finska | 223 | 1,233 | 223 | 0.09 % |
| Spanjolska | 276 | 1,171 | 276 | 0.11 % |
| Letonija | 177 | 1,156 | 177 | 0.07 % |
| Litva | 172 | 1,082 | 172 | 0.07 % |
| Estonija | 124 | 956 | 124 | 0.05 % |
| Izrael | 192 | 732 | 192 | 0.07 % |
| Ostale azijske zemlje | 133 | 667 | 133 | 0.05 % |
| Strani turisti: | 246,485 | 1,922,100 | 246,509 | 96.21 % |
| Domaći turisti: | 9,711 | 5,,325 | 9,712 | 3.79 % |
| UKUPNO: | 256,000 | 1,973,000 | 256,221 | 100.00 % |

Izvor: Vlastita obrada autora prema dostupnim informacijama Turističke zajednice Općine Tar – Vabriga

Tablica 5. Prikazuje noćenja za 2019. godinu prema podacima Turističke zajednice Općine Tar Vabriga. Vidljivo je da su na prvom mjestu turisti iz Njemačke, na drugom Austrije te na trećem iz Nizozemske. Samim time je vidljivo da su najbrojniji posjetitelji destinacije upravo sa Europskog kontinenta a manji broj iz ostatka svijeta, to naravno ne umanjuje važnost ostalih emitivnih tržišta, već nastaviti kontinuiran i predan rad na promidžbi destinacije.

Prema kapacitetima smještaja i interesnim skupinama, na području općine najveću zastupljenost po dolascima imaju kampovi na području destinacije. Kampovi su izrazito popularni duž obale Istre ali i ostatka jadranske obale.

Tablica 6. Dolasci i noćenja po kategorijama smještaja

| Godina | 2018 | | 2019 | | INDEKS | |
|--------------------------------|----------------|------------------|----------------|------------------|--------------|--------------|
| | DOLASCI | NOĆENJA | DOLASCI | NOĆENJA | DOLASCI | NOĆENJA |
| L. PREMIUM CAMPING | 111,514 | 955,155 | 116,655 | 980,632 | 104.6 | 102.7 |
| S. KAMP | 25,023 | 238,490 | 27,088 | 253,623 | 108.3 | 106.3 |
| BOUTIQUE CAMPING S.M. | 2,650 | 14,900 | 8,760 | 58,250 | 330.6 | 390.9 |
| L. APARTMANI | 42,291 | 231,927 | 43,880 | 231,365 | 103.8 | 99.8 |
| H. TAMARIS | 26,712 | 148,641 | 26,969 | 146,951 | 101.0 | 98.9 |
| NEKOMERCIJALNI | 2,181 | 81,195 | 2,130 | 90,402 | 97.7 | 111.3 |
| S.APP | 9,443 | 68,824 | 9,936 | 68,778 | 105.2 | 99.9 |
| OBJEKTI U DOMAĆINSTVIMA | 10,935 | 86,279 | 10,735 | 81,291 | 98.2 | 94.2 |
| T. VILLE | 7,296 | 46,082 | 7,501 | 44,708 | 102.8 | 97.0 |
| OSTALI UG. SMJEŠTAJ | 2,215 | 41,507 | 2,346 | 17,009 | 105.9 | 41.0 |
| SVEUKUPNO: | 240,260 | 1,913,000 | 256,000 | 1,973,009 | 106.6 | 103.1 |

Izvor: vlastita izrada autora prema podacima Turističke zajednice općine Tar-Vabriga

Tablica 5. Pokazuje dolaske i noćenja za 2018. i 2019. godinu. Iz prikazanih podataka vidljiv je porast noćenja u 2019. godini u gotovo svim kategorijama smještaja osim u nekomercijalnim smještajnim kapacitetima i objektima u domaćinstvima. Po brojnosti dolazaka prednjače upravo kampovi zbog prednosti u smještajnim kapacitetima.

3.7. Ciljne skupine destinacije

Pojam ciljne skupine definira se kroz skupinu ljudi koji kupuju proizvod i koriste usluge turističke destinacije. Ciljna skupina destinacije Tar-Vabriga dijeli se na:

1. Demografske ciljne skupine²⁸

- Predškolski uzrast
- Osnovnoškolski uzrast (1-4, 5-8 razred)
- Srednjoškolski uzrast
- Obitelji s djecom
- Mladi (18-24)
- Mladi parovi/prijatelji (25-35)
- Zrela dob (50-65)
- Treća dob (65+)

Destinaciju Tar-Vabriga pokriva široka demografska skala mogućih posjetitelja: obitelji s djecom, školske skupine, individualni posjetitelji, organizirane grupe posjetitelja. Ovakav široki spektar ciljne skupine definiran je raznoraznom ponudom sadržaja kroz cijelu godinu.

2. Ciljne skupine prema zemljopisnoj pokrivenosti

Na prvom mjestu ciljne skupine prema zemljopisnoj pokrivenosti čine domaći posjetitelji Općine Tar- Vabriga. Samim time je potrebno preispitati činjenicu da turizam nužno znači putovanje i da se ne može govoriti o turizmu u mjestu stanovanja. Odnos između kvalitete života i turizma je jako bitan, te je korisno da se događanja kreirana za turiste i turistička infrastruktura koristi i od same strane lokalnih stanovnika. Školski izleti iz raznih dijelova Hrvatske su bitan dio ciljne skupine. Kako je škola u prirodi sve razvijeniji program školstva, tako će rastom ponude destinacije i poboljšanjem programa i aktivnosti rasti i posjete destinaciji. Nužan uvjet da prema destinaciji Tar- Vabriga krenu posjetitelji iz cijele zemlje je sve bolja premreženost Hrvatske autoceste. Prvenstveno se to odnosi na stanovnike većih hrvatskih središta kao što su Zagreb i Rijeka, ali i gradskih sjedišta same Istarske županije, Pule,

²⁸ Muze d.o.o. savjetovanje i upravljanje u kulturi i turizmu., Strategija održivog razvoja destinacije 2017.-2025. Turistička zajednica Općine Tar-Vabriga Torre Abrega. 2017, str 180

Novigrada, Poreča, Umaga. Važnu karakteristiku za dolazak europskih posjetitelja ima prometna povezanost autocestom – istarski ipsilon, blizina Italije, osobito Trsta i Venecije, granica sa Slovenijom, te prometna povezanost sa Izolom, Koprom.

3. Ciljna skupina prema turističkoj motivaciji

Motivacija se definira kao utjecaj sile ili moći na ponašanje ljudi, a izazvana je cijelom skupinom čimbenika. Kada govorimo o destinaciji Tar-Vabriga kao o ciljnoj skupini prema turističkoj motivaciji dijeli se na kategorije trenutnih i potencijalnih posjetitelja. Do takve podjele dovodi razvoj turističkih atrakcija i posjetiteljske infrastrukture. Ciljne skupine prema turističkoj motivaciji dijelimo na :

- Opušteni odmarачi

Kao glavna motivacija je odmor i opuštanje , te što kvalitetnije provedeno vrijeme. Mladi su skloni mijenjanju destinacija, obitelji s djecom traže ponude za sve članove, osobito za djecu. Demografski gledajući, mladi parovi, skupina prijatelja ili zrela dob za motivaciju imaju nagrađivanje sebe samih kroz neka nova iskustva.

- Fizički aktivni

Gledajući demografska obilježja za ovu skupinu značajni su mladi parovi (25-35), zrela dob (50-65), mladi (18-24). Važnost ove skupine je visoko ekološka osviještenost te posvećivanje pažnje zdravoj prehrani. Fokusirani su na fizičke izazove ali rado odvajaju vrijeme za mnoge druge zabavne, kulturne i opuštajuće sadržaje.

- Kulturnjaci

Obrazovani pojedinci,iskusni putnici koji veliku pažnju posvećuju učenju, izvornosti i autentičnosti. Kao osnovni motiv je upoznavanje kulturne baštine. Kulturnjaci zrele i treće dobi imaju fokus na povijest, glazbu, umjetnost, kazalište, dok mlade parove i mlade motiviraju umjetnost i kulturno nasljeđe.

- Zdravstveno osviješteni

U ovu skupinu ubrajamo pojedince koji veliku pažnju posvećuju zdravlju i fizičkom izgledu. Ekološki su osviješteni, te hrana i fizička aktivnost za njih imaju veliku važnost. Kao

motiv putovanja su programi koji pridonose fizičkom i duhovnom zdravlju. Prirodno ljekoviti činitelji (more, zrak, klima), te prehrana koja je koncentrirana na zdrave i lokalno uzgojene namirnice je veliki plus za ovu skupinu.

- Skloni hedonizmu

Ovu skupinu čine pojedinci koji su zaposleni i karijerno orijentirani, vole se nagraditi za naporan rad te su takav gušt spremni i platiti. Samo putovanje je velika motivacija za njih, dok naravno gušt za hedoniste znači viša kvaliteta koja graniči sa luksuzom, posebnost mjesta a uz sve to i skuplja usluga.

Bogatstvom smještajnih kapaciteta, turističkih i prirodnih atrakcija, Općina Tar-Vabriga nudi širok spektar ponude za sve demografske skupine. Što čini destinaciju bogatom i raznolikom te samim time turistički primamljivom. Sve navedeno pridonosi održivosti destinacije u budućem razvoju.

4. MOGUĆNOSTI RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE OPĆINE TAR-VABRIGA

4.1. Brandiranje destinacije

Brandiranje destinacije je definiranje lokacije u svrhu promocije na turističkom tržištu. Destinacija se na turističkom tržištu predstavlja putem : imena, simbola, slogana ili ostalih grafičkih simbola. Uspoređivanje pojma branda s markom ili logom proizvoda je nemoguća jer logo označava vanjsku manifestaciju branda.

Najveća vrijednost turističke destinacije , a istovremeno i njen najbolji brand je upravo ono što sama destinacija pruža svojim kupcima-turistima. Brand vrijednosti se može podijeliti na racionalnu vrijednost koja se opisuje kao praktična ili ekonomska te emocionalnu vrijednost koja se veže uz osjećaje koji sam posjet destinaciji izaziva u turistu.²⁹

KOMPONENTE BRENDA

- Identitet branda- se može predstaviti kao skup specifičnih asocijacija vezanih uz brand, te samim time utječe na kupca.

Identitet branda se sastoji od dvanaest karakteristika koje su bazirane na četiri ključna pojma³⁰:

- ◆ Brand kao proizvod
- ◆ Brand kao organizacija
- ◆ Brand kao osoba
- ◆ Brand kao simbol

- Brand imidž- je važna značajka u stvaranju jasnog i prepoznatljivog identiteta branda na tržištu te donosi jasnu predodžbu potrošača o brandu. Tako se primjerice, kada govorimo o brandiranju destinacije dodaju ljudske osobine. Osobnost branda je skup ljudskih

²⁹ Petrić, L.: Upravljanje turističkom destinacijom načela i praksa.-Ekonomski fakultet u Splitu, 2011, str.

³⁰ Ibid., 167,177.

obilježja koje se vežu uz brand. Slogan je najbolji pokazatelj te vrste brandiranja: „ Stara dama“ , „Kraljica turizma“ što je vezano uz grad Opatiju.

- Duh branda – predstavlja emocionalne elemente i vrijednost branda.
- Karakter branda – je jako bitan jer se veže uz obećanje onog osjećaja koje se

veže uz samo ime branda određene destinacije.

Primjer : „ Hrvatska – Mediteran kakav je nekoć bio“ . Ovim sloganom se pokušala brandirati Hrvatska kao destinacija izvornog mediteranskog duha i načina življenja. (167 str). Gore navedeni primjer izazvao je brojne rasprave. Jedni su smatrali da slogan nije prikladan, te da se njime ne može izraziti raznolikost hrvatskog identiteta, dok su s druge strane mnogi smatrali da mediteranski duh ne stvara pozitivne konotacije, nego podsjeća na opuštenost koja graniči s lijenošću.

- Kultura branda- predstavlja program vrijednosti koje krase brand, točnije kulturne aspekte naroda ili destinacije. Kada je riječ o imenima u svrhu turističkog pozicioniranja, njihova tradicionalna imena se često ne mijenjaju, ali postoje i takvi slučajevi. U slučaju imena destinacije, geografski položaj na kojem se nalazi destinacija ne može se zaštititi kao brand, no postoji mogućnost stvaranja novog imena destinacije koji se oslanja na geografski položaj.

- Destinacijski simbol – odnosno logo, prokazuje poznate ikone kao što je Eiffellov toranj, kineski zid ili likovi grčkih junaka. Destinacije poput Hrvatske, koje nemaju autentične simbole te su vrlo raznolike što se tiče svog kulturnog, povijesnog i geografskog nasljeđa, imaju probleme s odabirom simbola odnosno dizajniranjem istih. Hrvatska je dugo godina za svojim jedinstvenim simbolom, ali sa sigurnošću se može reći da su kvadratići (u različitim kombinacijama) zauzeli ulogu simbola Hrvatske kao destinacije.

Vizualni identitet destinacije Tar – Vabriga sastoji se od tekstualnog i slikovnog prikaza. Tekstualni dio ističe ime destinacije na hrvatskom i talijanskom jeziku: Tar- Vabriga / Torre-Abrega , Istra- Hrvatska/Istria-Croatia. Slikovni dio predstavlja kapljice maslinovog ulja te se zajedno stapaju u zadanu melodiju. Ovakav vizualni identitet Općine prikazuje raznolike sadržaje destinacije te naglašava važnost malinovog ulja, kao najproduktivnijeg elementa bogate destinacije Tar-Vabriga .

Isti vizualni jezik upotrebljava se prilikom brandiranja prezentacije baštine poput Rute malina ili Festivala mora i ribarstva.

Općina Tar- Vabriga kao prednost može istaknuti svoju mobilnu aplikaciju koja korisnicima pruža nešto što ne mogu iskusiti na samoj lokaciji. Aplikacija nastoji prikazati kulturnu baštinu područja sa svim njenim znamenitostima, tematskim rutama, festivalima i ostalim zabavnim aktivnostima. Kada se korisnik nađe na određenoj lokaciji unutar aplikacije, otključava određeni sadržaj koji mu nije predstavljen na lokaciji, te mu aplikacija može poslužiti kao dodatan vodič kroz destinaciju.

Također, web stranica eko-muzeja Tar- Vabriga može poslužiti kao mjesto educiranja o destinaciji i njenim sadržajem. Web stranica nudi osnovne informacije o samoj Općini (smještaj, aktualna događanja, znamenitosti) te sadržaj koji se odnosi na povijesnu i kulturnu baštinu.

Povezanost web stranice s društvenim mrežama pomaže kod kreiranja novih kanala komunikacije s potencijalnom publikom. Cilj same stranice je zaintrigirati posjetitelje destinacijom te im pružiti mogućnost upoznavanja povijesti i kulturne baštine Tara i Vabriga.

4.2. Razvoj destinacije u budućnosti

Destinacija Tar-Vabriga u ponudi ima niz izvrsnih autohtonih proizvoda, razne posjetiteljske i interpretacijske centre, interpretacije na otvorenom te programske djelatnosti. Povezivanje novih programa i atrakcija s trenutno aktualnim aktivnostima nudi posjetitelju zanimljiviji i edukativniji doživljaj destinacije. To znači da se osim ulaganja i razvijanja novih kulturno-turističkih koriste i postojeći te se umrežuju u cjelokupnu ponudu. Također, dosadašnja infrastruktura kao što su biciklističke staze, sportske dvorane i mnoge druge koristit će se prilikom održavanja niza festivala koji će u svojoj ponudi sadržavati razna sportska natjecanja.

Centar gastronomskog turizma i baštine Istre Kaštel magične zemlje bio bi jedan od glavnih interpretacijskih i prezentacijskih infrastruktura destinacije Tar-Vabriga u budućnosti. Cilj je na zanimljiv i kreativan način predstaviti posjetitelju važnost maslinovog ulja te dugogodišnju ulogu maslina i maslinarstva u životu i razvoju Tar-Vabriga. Kao glavna sastavnica Eko muzeja, Kaštel centar bi bio fokusna točka ovog mjesta. Izložbom povijesti Tara

i Vabriga, stoljetne tradicije maslinarstva, prikazom mediteranske kuhinje okupljao bi lokalno stanovništvo i posjetitelje prilikom održavanja niza programa.

Uz Kaštel centar možemo spomenuti i kuću tradicijske gastronomije kao dio interpretacijskog centra koja bi svojim posjetiteljima približio gastronomsku ponudu Tara i Vabriga. Kroz prezentaciju i sudjelovanje posjetitelja u pripravljanju tradicijskih jela cilj je potaknuti na kupnju domaćih proizvoda te tako doprinijeti i razvoju lokalnih proizvođača.³¹

Ruta maslina i arheologija, dva tematska puta koji imaju cilj potaknuti svijest o posebnim kvalitetama maslinovog ulja te upoznavanju arheološke baštine ovog područja, glavni cilj je objediniti ponudu i uslugu lokalnih ljudi koji su ujedno i glavni dionici održivog razvoja Općine Tar-Vabriga.

Posjetiteljski centar „Kućica za ptice“ bi se smjestio u ornitološkom rezervatu ušća rijeke Mirne. Centar bi svojom stalnom izložbom prezentirao prirodnu baštinu ornitološkog rezervata te njegov značaj za očuvanje raznolikih vrsta ptica koje su nastanjene na ovom području.³²

Također, „Interpretacijska staza za pet čula“ sa svojim smještajem u ornitološkom rezervatu ušća rijeke Mirne ima cilj prezentirati prirodne vrijednosti te na inovativan način predstaviti ptice s ovog područja. Staza bi posebno bila prilagođena osobama s posebnim potrebama, opremljena elementima za lakše kretanje, s nekoliko klupa za odmor te ostalom prilagođenom opremom. Slijepim i slabovidnim osobama bi se omogućio vodič koji bi zajedno s njima prolazio stazu i pritom ih usmjeravao na zapažanje zvukova koji dolaze iz prirode, a osobama oštećenog sluha sadržaj bi bio prezentiran s mnoštvom vizualnih prikaza te tekstom na interpretacijskim pločama. Cilj staze je pružiti osobama s posebnim potrebama mogućnost upoznavanja prirode područja ušća rijeke Mirne te prepoznavanja važnosti očuvanja i zaštite okoliša.³³

³¹ Muze d.o.o. savjetovanje i upravljanje u kulturi i turizmu., Strategija održivog razvoja destinacije 2017.-2025. Turistička zajednica Općine Tar-Vabriga Torre Abrega. 2017, str. 201, 202.

³² Muze d.o.o. savjetovanje i upravljanje u kulturi i turizmu., Strategija održivog razvoja destinacije 2017.-2025. Turistička zajednica Općine Tar-Vabriga Torre Abrega. 2017, str. 210.

³³ Ibid., str. 220.

Na kraju vrijedi spomenuti razne festivale koji se održavaju u mjestu Tar-Vabriga, a cilj je proširiti aktivnosti na način da se održavaju u različitim razdobljima tokom cijele godine. Ovakva vrsta programskih djelatnosti posjetiteljima omogućuje sudjelovanje u raznolikim kulturno-zabavnim programima. Festivali u ponudi imaju raznovrsne sadržaje, od mogućnosti pripreme i degustacije najboljih tradicionalnih jela do sudjelovanja u izboru najboljeg maslinovog ulja te razne radionice kako bi se posjetitelji na zabavan i edukativan način upoznali sa kulturnom baštinom Tra i Vabriga.

Kao primjer može poslužiti „Tarska fešta“ koja je jedna od najčuvenijih fešta u Tar-Vabrigi. Poznata je po tradicionalnoj utrci magaraca, maskirnom dječjom povorkom, raznim kulinarskim specijalitetima, odličnom glazbom te mnoštvo drugih aktivnosti.

Ovakav vid programa je dakako i veliki poticaj za lokalno stanovništvo pružajući im priliku na prezentaciju njihovih proizvoda te mogućnosti za razne suradnje koje ni znatno pomogle u njihovom daljnjem razvoju.

Destinacija Općine Tar-Vabriga jedna je od posjećenijih i uspješnijih u Istri. Kako bi tako ostalo i u budućnosti od velike važnosti je smjer razvoja destinacije. Razvojem programa koji se temelje na baštini i tradiciji Tar- Vabriga će postati mjesto doživljaja ,susreta, zabave, odmora, učenja i rekreacije. Od velike važnosti bi bio dolazak posjetitelja, kako iz inozemstva tako i iz Hrvatske tokom cijele godine, te značajnija ulaganja u lokano stanovništvo koje se prvenstveno bavi proizvodnjom autohtonih proizvoda.³⁴

4.2.1 Smjer razvoja

- Poticanje lokalnog stanovništva, osobito mladih, ona održavanju tradicijskih vrijednosti (maslinarstvo, vinogradarstvo..)
- Privlačenje brojnih malih i velikih poduzetnika te ih usmjeravati prema kreiranju novih proizvoda koji će obogatiti turističku ponudu destinacije

³⁴ Muze d.o.o. savjetovanje i upravljanje u kulturi i turizmu., Strategija održivog razvoja destinacije 2017.-2025. Turistička zajednica Općine Tar-Vabriga Torre Abrega. 2017, str. 129.

- Putem interpretacija i prezentacija na inovativan način upoznati posjetitelje s kulturom, tradicijom i baštinom Tara i Vabriga
- Ponuditi atrakcije i programe koji su privlačni turistički resursi i motivacija za dolazak turista te samim time produžiti turističku sezonu
- Ulagati u poboljšanje kvalitete života u lokalnoj zajednici stvaranjem novih radnih mjesta

Rad s dionicama jedan je od značajnijih zadataka u vodstvu destinacije i njezinih turističkih atrakcija. Kao svaka destinacija ili projekat u razvoju, tako i destinacija Tar-Vabriga treba pomoć i podršku svojih dionika na putu prema uspjehu i ostvarenju zadanih ciljeva.

Dionike se može podijeliti na :

- Primarne dionike koje čine glavni baštinici destinacije Tar-Vabriga, te su oni ujedno i glavni korisnici i stvaraoci. Oslanjaju se na lokalnu i regionalnu upravu i samoupravu, Istarsku županiju te brojne županijske udruge kojima je uspjeh destinacije bitno i samim time se odražava na njihove vlastite uspjehe. Kulturno-znanstvene institucije su od iznimne važnosti za razvoj destinacije.
- Sekundarni dionici su sve sektorski slične institucije, udruge i projekti na nacionalnoj razini. To su stručne ustanove ili pojedinci koji aktivno sudjeluju u razvoju destinacije i teže prema uspjehu.
- U tercijarne dionike destinacije Tar- Vabriga ubrajaju se međunarodne institucije i pojedinci koji teže za uspjehom destinacije u gastro-kulturoškom smjeru te potiče lokalnu zajednicu na valorizaciju svog identiteta za održivi razvoj.³⁵

Budućnost razvoja turističke destinacije je izuzetno bitan za određenu destinaciju , tako i za cijelu Hrvatsku. Unatoč besprijevnim prirodnim ljepotama Hrvatski turizam znatno

³⁵ Muze d.o.o. savjetovanje i upravljanje u kulturi i turizmu., Strategija održivog razvoja destinacije 2017.-2025. Turistička zajednica Općine Tar-Vabriga Torre Abrega. 2017, str 189, 197.

zaostaje za europskim destinacijama. Hrvatska kao turistička destinacija se mora modernizirati te samim time biti prilagodljiva turističkim potrebama. Neko određeno mjesto može postati turističko odredište modernog turizma usmjeravanjem svojih aktivnosti prema razvoju lokalnih objekata koji ispunjavaju zahtjeve turista i marketinških napora koji se provode u mjestima iz kojih dolaze turisti. Ono što popularna turistička destinacija mora posjedovati su prirodne atrakcije kao primjerice klima, plaža, egzotični pejzaž, odluke o razvoju infrastrukture i turističkih objekata, obučeno turističko osoblje te odrediti način promoviranja turističkih atrakcija mjesta te njegove posebne karakteristike na najbolji način približiti posjetitelju.

Jedan od popratnih razvojnih problema je infrastrukturna opremljenost. Trenutno stanje komunalne infrastrukture znatno utječe na razvoj turizma, a često se ističe važnost sustava otpadnih voda i uređenje odlagališta otpada.³⁶ Kada se govori o Hrvatskoj, gotovo svi gradovi uz jadransku obalu, uz iznimku Rovinja, Rijeke i Poreča imaju neriješeno pitanje pročišćavanja otpadnih voda. Hrvatska kao zemlja u razvoju se mora pozabaviti s pitanjem rješavanja ovih problema. Za rješavanje ovakvih problema nužno je uspostaviti partnerstva turističkog gospodarstva, države i lokalne zajednice. Jedan od primjera rješavanja ovakvih problema je grad Poreč. Sanacija postojećih odlagališta izgradnja sustava za postupanje s otpadom u Poreču zasniva se na partnerskom principu. Grad Beč je Poreču osigurao sredstva i tvrtku za pripremu studije za infrastrukturne objekte na području zbrinjavanja otpadnih voda i krutog otpada. Studija nude inovativna rješenja te potpuno nove razvojne mogućnosti Poreča u odnosu na dosadašnje zbrinjavanje otpadnih voda. Ovako uspostavljanje partnerstva moglo bi biti rješenje problema turističkih destinacija u budućnosti.³⁷

4.2.2 Ciljevi destinacije u budućnosti

Jasno postavljeni ciljevi temelj su kojim se oblikuje akcijski plan za ostvarenje strateškog djelovanja i aktivnosti destinacije Tar-Vabriga.

Ciljeve dijelimo na:

Opće, odnosno projektne ciljeve razvoja destinacije:

³⁶ Grupa autora: Održivi razvoj turizma, Sveučilište u Rijeci, 2005, str. 240.

³⁷ Ibid., str. 242.

- Unaprijediti kvalitetu kulturno turističkog proizvoda i ponude u skladu s održivim razvojem.
- Osvijestiti vlastite ciljeve te pobuditi osjećaj ponosa kod lokalne zajednice te educirati posjetitelje o važnosti očuvanja baštinskih vrijednosti.
- Poticati lokalno stanovništvo na sudjelovanje u programima i aktivnostima, unaprijediti poduzetnički duh te promicati društveni razvoj.
- Poticati međunarodnu suradnju te sudjelovanje u programima financiranja EU fondova.
- Dugoročno razvijanje prepoznatljivog brenda destinacije.

Posebni ciljevi, odnosno razvoj interpretacije i doživljaja .

- Ostvariti pomake i inovacije u interpretaciji i prezentaciji kulturne baštine u lokalnom, nacionalnom i europskom kontekstu.
- Stvoriti originalnu infrastrukturu i medije interpretacije u zatvorenom i na otvorenom.
- Razviti posebne programe doživljaja destinacije koji uključuju lokalnu zajednicu.
- Osigurati stručnu razinu provedbe projekata: muzeologija, dizajn, fotografija..
- Koristiti suvremene i inovativne načine komunikacije i promocije brenda destinacije i njezinih proizvoda.
- Poticati i promovirati proizvodnju i prodaju autohtonih proizvoda destinacije.

4.2.3 Razvoj turizma uz COVID-19

Gospodarska kriza uzrokovana epidemijom COVID-19 neće proći bez posljedica. Turizam je jedan od elemenata globalnog gospodarstva koji je ovom krizom najviše pogođen. Kao što epidemija ima svoj tijek, odnosno svoju početnu fazu, fazu rasta, fazu maksimuma i fazu opadanja tako možemo zaključiti kako se i oporavak turističkog gospodarstva neće dogoditi odmah, to jest da će nakon završetka epidemije trebati neko izgledno vrijeme da se turistički promet vrati na promet rekordne 2019. godine. Oporavak turističkog gospodarstva odvijat će se u nekoliko faza. Prva faza oporavka uskladit će se sa zadnjom fazom epidemije, odnosno fazom opadanja. Većinu turističke potražnje uključivat će lokalno stanovništvo te regionalna turistička potražnja, odnosno one zemlje koje će epidemiju držati pod kontrolom. Druga faza oporavka povezana je sa stvaranjem ključnih elemenata za pružanje turističkih usluga, odnosno otvaranje granica svih europskih zemalja s uspostavom redovnih kopnenih, zračnih i pomorskih veza. Treća faza oporavka turizma u Hrvatskoj znatno će ovisiti o gospodarskom oporavljanju država koja su naša glavna emitivna tržišta (Italija, Austrija..). Ova faza se očekuje tijekom 2022. godine, ali teško je to potvrditi s obzirom na trenutnu epidemiološku situaciju.³⁸

Epidemija korona virusa ostavit će neizbrisiv trag i sa sigurnošću se može reći da će turizam nakon doba korone biti drugačiji. Ovakvo iskustvo usađuje i neku novu svijest te će dovesti do nekih ključnih promjena. Odnosi prema prostoru, prema zdravstvenoj sigurnosti, prema okolišu, ljudski odnosi su samo neke od promjena koje će inzistirati na socijalnom distanciranju, pojačanim sanitarnim standardom, očuvanju prirode i okoliša.

³⁸ Damir, K., Josip, M.: „Scenarij faznog pristupa oporavku turističkog tržišta nakon COVID-19 pandemije“. http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Kre%C5%A1i%C4%87-D_Mikuli%C4%87-J_2020.pdf 21.01.2021., str. 1-3.

4.3. SWOT analiza

Swot analiza destinacije Tar – Vabriga je napravljena na temelju prikupljenje literature, strateških dokumenata TZ Tar – Vabriga i Općine Tar – Vabriga, te vlastitom obradom autora u svrhu unapređenja održivog turizma na prostoru destinacije.

Tablica 7. Swot analiza destinacije održivog turizma Općine Tar-Vabriga

| Prednosti | Nedostatci |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - Institucionalna potpora razvoju turizma - Znatan turistički rast posljednjih nekoliko godina - Izuzetan potencijal brendiranja destinacije, kroz jaku tradiciju maslinarstva, sadašnju i povijesnu - Atraktivnost i pristupačnost destinacije - Stanovništvo s visokom poljoprivrednom educiranošću u smjeru tradicijske proizvodnje - Razvijeno ribarstvo i školjkarstvo - Iskustvo privlačenja bespovratnih sredstava - Prilična razvijenost poljoprivrednih proizvoda (ulje, sir, vino) - Razvoj i rast poduzetništva | <ul style="list-style-type: none"> - Djelatnosti sezonskih karakteristika, kratkoća turističke sezone - Oscilacije pri zapošljavanu, zbog sezonskih karakteristika destinacije - Ugroza manjih trgovina i obrtnika uslijed pojave velikih trgovačkih lanaca - Nedostatak visoko kvalificirane radne snage specijalističkih znanja i vještina - Otežan plasman domaćih proizvoda izvan turističke sezone - Manjak korištenja modernih tehnologija - Nedostatak vanjske infrastrukture za prodaju proizvoda domaćih poljoprivrednika - Nedovoljna educiranost stanovništva o zaštiti okoliša - Brzo starenje stanovništva |
| Prijetnje | Prilike |
| <ul style="list-style-type: none"> - Negativan utjecaj na okoliš, degradacija prirodnih resursa, prevelika urbaniziranost - Konkurentnost u okruženju, županijska i državna razina - Neadekvatna agrarna politika - Potencijalna gospodarska i financijska kriza - Utjecaj nepredvidljivih faktora, elementarne nepogode, pandemije i slično | <ul style="list-style-type: none"> - Mogućnost daljnjeg razvoja održivog turizma, u svim sektorima destinacije - Korištenje poticaje Europske unije - Poticanje kulturno turističke ponude destinacije Općine Tar-Vabriga - Poboljšanje održavanja infrastrukture - Poboljšati cjeloživotno obrazovanje stanovništva - Povećanje poduzetničkog ulaganja |

Izvor: Vlastita izrada autora

Cilj swot analize je prikazati prednosti, prilike, prijetnje i nedostatke održivog turizma na području Općine Tar-Vabriga.

Prednosti koje krasi Općinu Tar Vabriga zadnjih godina je izrazito veliki rast poduzetništva, izgrađenost infrastrukture, koja je od ključne važnosti za poboljšanje kvalitete života u destinaciji, kako lokalnom stanovništvu tako i turistima koji posjećuju destinaciju. Također valja navesti izrazito povoljne mogućnosti brandiranja destinacije kroz razvijenu kulturu maslinarstva, ribarstva, te drugih poljoprivrednih djelatnosti kojima se lokalno stanovništvo bavi, i svojim proizvodima osigurava bogatu ponudu turistima koji posjećuju destinaciju.

Prilike na području destinacije su daljnja ulaganja u poduzetništvu, daljnji razvoj turističke ponude, kroz razne projekte državnih i europskih fondova pogotovo u smjeru oplemenjivanja kulturnih dobara kojima je destinacija izrazito bogata, od sakralnih objekata do arheoloških nalazišta i sl. Pozornost treba pridodati i razvoju komunalne infrastrukture, s posebnim naglaskom na pročistače otpadnih voda zbog povećane urbanizacije lokaliteta, te smanjivanje rizika od zagađivanja prirodnih resursa neophodnih za opstanak i održivost destinacije.

Prijetnje koje se pojavljuju je povećanje urbanizacije, i ukoliko prilike iz Swot analize ne budu realizirane u skladu sa vremenom i zahtjevima mogu postati ozbiljna prijetnja resursima destinacije. Blizina okolnih i popularnih destinacija predstavlja konkurenciju, koju stalnim radom i napretkom treba nadmašivati. Odljev mladog i obrazovanog stanovništva ulazi u prijetnje ne samo destinacije koja je obuhvaćena ovim radom, već Republike Hrvatske u cjelini. Na kraju posebnu pozornost treba pridodati nevidljivim faktorima, jedan od njih u obliku pandemije COVID-19 je pogodio globalno cijeli svijet, tako i destinaciju, daljnjim mjerama je potrebno sanirati moguće nastalu štetu i pratiti prilagodbu trenda koju novonastalo stanje zahtjeva.

Ključni nedostatak je karakteristika sezonskog poslovanja, gdje destinacija van sezone pruža drastično smanjenu ponudu zaposlenja. Ugrožavanje malih obrta i trgovina zbog dolaska velikih trgovačkih lanaca, prijetnje privatnih iznajmljivača zbog povećanja smještajnih kapaciteta u hotelskim i kamp naseljima. Zanemarivanje cjeloživotne edukacija i brzo demografsko starenje stanovništva predstavlja dugoročnu problematiku koja pogađa Općinu Tar-Vabriga, Istarsku županiju i Republiku Hrvatsku u cjelini.

5. ZAKLJUČAK

Održivi razvoj neophodan je u svim segmentima ljudskog djelovanja te samim time ima veliki značaj u turističkoj djelatnosti. Značajne promjene proteklih godina koje se događaju u društvu imaju i veliki utjecaj na razvoj turizma. Govori o tome činjenica kako danas turistu nije dovoljno ponuditi samo smještaj i hranu, njegove potrebe su mnogo veće. Pružiti posjetitelju ugodno provođenje njegovog slobodnog vremena u određenoj destinaciji, moguće je uz slobodan spoj osnovnih načela održivog razvoja. Spoj ekonomske održivosti, društvene odgovornosti te zaštite okoliša je nužan za uključivanje lokalnog stanovništva u suživot s turistima. Otkrivanje nekih novih mjesta, proučavanje gradova i kulturne baštine, zabava te doživljaj nečeg novog su samo neke od potreba posjetitelja.

Zadovoljiti sve potrebe turista moguće je uz konstantan razvoj destinacije i ulaganjem u lokalne objekte a pritom zaštititi prirodne resurse. Turizam 21. stoljeća je velikim djelom turizam doživljaja, učenja, zabave, emocije premda im je sunce i more prioritet. Marketing i strategija imaju značajnu ulogu u razvoju destinacije. Uspješno brendiranje, poticanje lokalnih dionika na originalnost, inovativnost te veliki izbor domaćih proizvoda dovodi posjetitelja do osjećaja zadovoljstva.

Sa sigurnošću se može reći kako živimo u jednom kontradiktornom vremenu, istovremeno bogatom i zabrinjavajuće siromašnom. Teško je predvidjeti što nosi budućnost u razvoju turizma, posebno nakon gospodarske krize uzrokovane korona virusom. Ovo neko novo doba sa sobom nosi i neke nove potrebe i promjene kako kod turista tako i kod turizma kao primarnog elementa gospodarstva. Turisti traže osjećaj sigurnosti i socijalnu distancu a za uspjeh turizma upravo u tom smjeru bi razvoj u budućnosti trebao ići. Sigurnost, čistoća i kvaliteta su na vrhu prioriteta posjetitelja. Luksuzne kuće za odmor i kampovi pružaju upravo ono što posjetitelji žele. Ovakvi podatci su od iznimne važnosti kako za Istru tako i za Općinu Tar – Vabriga, jednu od uspješnijih ljetnih kamping destinacija koja dnevno u sezoni ugosti i dvadeset i pet puta više gostiju nego što ima stanovnika. Epidemiološka slika Istre je izrazito povoljna, govori o tome podatak da je u razdoblju od 01.08 do 16.08.2020. godine ostvareno 14,30 % više dolazaka u odnosu na isto razdoblje 2019. godine. Očekivanja su bila potpuno drugačija s obzirom na blizinu Italije koja je u tom periodu bila u fazi iznimnog rasta virusa.

Poduzimanjem odgovarajućih mjera u borbi protiv korona virusa, strani a i veći dio domaćih turista osjetio je sigurnost te ovakva situacija ostavlja izvrsne rezultate. Izvrsni turistički pokazatelji i brojke su između ostalog najveći razlog što Općina Tar - Vabriga ostvaruje proračunske prihode daleko iznad regionalnog, a pogotovo državnog prosjeka.

LITERATURA

Knjige:

Pavić-Rogošić, Lidija. **Održivi razvoj**. Zagreb: odraz. 2010.

Magaš, D.: **Turistička destinacija**, Tipograf, Rijeka, 1997 .

Grupa autora: **Održivi razvoj turizma**, Sveučilište u Rijeci, 2005.

Bilen, M.: **Turizam i okoliš: ekonomsko-geografski pristupi izučavanju problematike**, mikrorad, Zagreb, 2008.

Ružić, P.: **Ruralni Turizam**. – Poreč: Institut za poljoprivredu i turizam, 2005.

Petrić, L.: **Upravljanje turističkom destinacijom načela i praksa**.-Ekonomski fakultet u Splitu, 2011.

Materijali stručnih organizacija:

Muze d.o.o. savjetovanje i upravljanje u kulturi i turizmu., Strategija održivog razvoja destinacije 2017.-2025. Turistička zajednica Općine Tar-Vabriga Torre Abrega. 2017

Internet stranice:

Ministarstvo vanjskih i europskih poslova RH, URL: <http://www.mvep.hr/hr/vanjska-politika/multilateralni-odnosi0/globalne-teme/odrzivi-razvoj/>

Održivi turizam, Ministarstvo turizma RH, URL: www.odrzivi.turizam.hr

Ministarstvo turizma i sporta, 2018., URL: <https://mint.gov.hr/vijesti/unwto-pokrece-online-platformu-za-dostizanje-ciljeva-odrzivog-razvoja-u-turizmu/14445>

Adria Bonus d.o.o. Poreč, Program ukupnog razvoja Općine Tar-Vabriga., 2014. str 9. <https://tar-vabriga.hr/uploaded/PUR%20TAR-VABRIGA-TORRE-ABREGA-1533626619777.pdf>

Kamping Udruženje Hrvatske, 2020. URL: <https://www.camping.hr/hr/kampovi/solaris-naturist>

Lanterna premium camping resort by Valamar, Poreč, Hrvatska, 2020. URL: <https://www.valamar.com/hr/hoteli-porec/valamar-club-tamaris#hotel-in-resort-anchor>

Park Jama Baredine, 2020. URL: <https://baredine.com/jama-baredine/>

Institut za turizam. (2015). Akcijski plan razvoja cikloturizma

Damir, K., Josip, M.: „Scenarij faznog pristupa oporavku turističkog tržišta nakon COVID-19 pandemije“. http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Kre%C5%A1i%C4%87-D_Mikuli%C4%87-J_2020.pdf

POPIS ILUSTRACIJA

Slika 1. Značenje pojma održivog razvoja turizma **Pogreška! Knjižna oznaka nije definirana.**

Slika 2. Pokožaj Općine Tar-Vabriga na karti Istre 18

Slika 3. Poluotok Lanterna 25

Grafikon 1. Pregled ostvarenih noćenja za 2019. godinu 26

Tablica 1. Grane gospodarstva na područje Općine Tar-Vabrig..... 19

Tablica 2. Poduzetnici Općine Tar-Vabriga po djelatnostima. 21

Tablica 3. Ukupno ostvarena noćenja i dolasci za razdoblje 2015. do 2019. godine... 28

Tablica 4. Naplaćena boravišna pristojba 2019. godine na području TZO Tar-Vabriga
..... 31

Tablica 5. Pregled noćenja po zemljama..... 32

Tablica 6. Dolasci i noćenja po kategorijama smještaja 33

Tablica 7. Swot analiza destinacije održivog turizma Općine Tar-Vabriga..... 46

