

Percepcija utjecaja turizma na život lokalnog stanovništva na primjeru Vrsara

Glavić, Adriana

Master's thesis / Diplomski rad

2023

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:998078>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-27**



Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni diplomski studij

ADRIANA GLAVIĆ

**Percepcija utjecaja turizma na život lokalnog stanovništva na
primjeru Vrsara**

**Perception of the impacts of tourism on the life of the local
population on the example of Vrsar**

Diplomski rad

Opatija, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni diplomski studij
Menadžment u turizmu

**Percepcija utjecaja turizma na život lokalnog stanovništva na
primjeru Vrsara**

**Perception of the impacts of tourism on the life of the local
population on the example of Vrsar**

Diplomski rad

Kolegij: **Turizam i lokalna zajednica**

Student: **Adriana GLAVIĆ**

Mentor: **doc. dr. sc. Jelena ĐURKIN
BADURINA**

Matični broj: **3741/22**

Opatija, srpanj, 2023.



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

IZJAVA STUDENTA - AUTORA O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

Adriana Glavić

(ime i prezime studenta)

3741

(matični broj studenta)

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

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

U Opatiji, 20.7. 2023.

Adriana Glavić

Potpis studenta

Sažetak

Turizam, kao vrlo kompleksni fenomen, svojim djelovanjem oblikuje ukupno okruženje u destinaciji, ostvaljajući pritom najveći utjecaj na živote lokalnih stanovnika. Radi se o sektoru koji isporučuje snažne ekonomske koristi, no njegovi učinci sežu mnogo dalje od isključivo navedenog konteksta. Ovaj rad pruža uvid u ključne pozitivne i negativne utjecaje turizma, koji se promatraju kroz ekološko-prostorni, socio-kulturni te ekonomski aspekt. Dotiče se i uloge domicila u destinaciji te važnosti njegovog prihvaćanja i podupiranja turizma. Istraživanje u sklopu rada provedeno je na primjeru Općine Vrsar, dugogodišnje uspješne turističke destinacije, smještene na zapadnoj obali Istre. Nakon analize sadašnjeg stanja turizma u navedenoj destinaciji, provedeno je istraživanje kojemu je cilj bio ispitati percepciju stanovnika o utjecajima turizma na njihove živote. Dobiveni rezultati empirijskog istraživanja upućuju na činjenicu da tamošnja lokalna zajednica u najvećoj mjeri percipira pozitivne, a zatim i negativne ekonomske utjecaje. No, važno je izdvojiti da stanovnici, zbrojivši sve utjecaje turizma, ipak u većoj mjeri uviđaju one pozitivne od negativnih.

Ključne riječi: turizam; utjecaji turizma; lokalno stanovništvo; Vrsar

Sadržaj

UVOD	1
1. UTJECAJ TURIZMA NA LOKALNU ZAJEDNICU	3
1.1. ULOGA LOKALNE ZAJEDNICE U ODVIJANJU I RAZVOJU TURIZMA	4
1.2. UTJECAJI TURIZMA NA ŽIVOT LOKALNOG STANOVNIŠTVA	6
1.2.1. <i>Ekološki i prostorni utjecaji</i>	7
1.2.2. <i>Socio-kulturni utjecaji</i>	11
1.2.3. <i>Ekonomski utjecaji</i>	15
2. TURIZAM U OPĆINI VRSAR	21
2.1.1. <i>Prirodno-geografski preduvjeti</i>	21
2.1.2. <i>Kulturno-spomenički preduvjeti</i>	22
2.1.3. <i>Prometni preduvjeti</i>	24
2.1.4. <i>Demografski i intelektualni preduvjeti</i>	24
2.2. TURISTIČKA PONUDA U OPĆINI VRSAR	26
2.3. TURISTIČKA POTRAŽNJA U OPĆINI VRSAR	36
2.4. DESTINACIJSKI DIONICI U OPĆINI VRSAR	41
3. METODOLOGIJA I REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA	48
3.1. SOCIO-DEMOGRAFSKI PROFIL ISPITANIKA	49
3.2. PERCEPCIJA EKOLOŠKIH I PROSTORNIH UTJECAJA TURIZMA	50
3.3. PERCEPCIJA SOCIO-KULTURNIH UTJECAJA TURIZMA	56
3.4. PERCEPCIJA EKONOMSKIH UTJECAJA TURIZMA	62
3.5. PERCEPCIJA UKLJUČENOSTI LOKALNOG STANOVNIŠTVA U PLANIRANJE I ODVIJANJE TURIZMA TE OPĆI STAVOVI O TURIZMU U DESTINACIJI.....	68
ZAKLJUČAK	73
BIBLIOGRAFIJA	76

Uvod

Turizam je izuzetno složena pojava koja svojim različitim funkcijama može snažno utjecati na različite aspekte života lokalne zajednice u destinaciji. Kada se govori o utjecajima turizma, naglasak je najčešće na onim ekonomskim koristima, budući da je turizam važan pokretač ekonomske aktivnosti. Međutim, navedeni utjecaji prepoznaju se ne samo u ekonomskom, već i u socio-kulturnom te ekološko-prostornom smislu. Razvoj turizma donosi brojne koristi lokalnim stanovnicima, no može prouzročiti i niz problema kao i izazova s kojima se prvenstveno oni moraju nositi, budući da je destinacija mjesto njihovog života.

Općina Vrsar već godinama predstavlja uspješnu turističku destinaciju koja privlači turiste iz cijele Europe, ali i svijeta. Turizam je u Općini Vrsar dominantan sektor i kao takav rezultira brojnim i značajnim učincima o kojima će se govoriti u ovom radu.

Problem istraživanja izvire iz potrebe da se osim onih ekonomskih benefita, sagleda šira slika utjecaja turizma te da se bolje razumije s kakvim se pozitivnim i negativnim posljedicama i na koji način lokalno stanovništvo suočava. Predmet istraživanja odnosi se na ispitivanje percepcije stanovnika Općine Vrsar o različitim utjecajima turizma na njihove živote.

Osnovni cilj teoretskog dijela rada je objasniti ulogu lokalnog stanovništva u destinaciji te identificirati i opisati moguće ekološko-prostorne, socio-kulturne i ekonomske utjecaje turizma, dok je cilj istraživanja ispitati kako stanovnici Općine Vrsar percipiraju već opisane utjecaje turizma na njihove živote. Ovo istraživanje ima pragmatičnu svrhu. To znači da se dobiveni rezultati mogu koristiti kao podloga za identificiranje ključnih problema koje percipiraju stanovnici, a kojima bi se TZ i Općina trebale više posvetiti, budući da je za postizanje odgovornog i održivog turizma nužno slušati glas stanovnika.

U radu je korišteno nekoliko znanstvenih metoda: metoda analize i sinteze, induktivna i deduktivna metoda, statistička metoda, metoda deskripcije, metoda opažanja te komparativna metoda. Podaci iz teoretskog dijela rada su preuzeti iz sekundarnih izvora, a zatim interpretirani. U empirijskom istraživanju, kojim su se prikupljali primarni podaci, korištena je metoda anketiranja. Prikupljeni podaci analizirani su i obrađeni pomoću programa MS Excel.

Osim uvoda i zaključka, rad se sastoji od tri glavna poglavlja. Prvo se odnosi na utjecaje turizma na lokalnu zajednicu. Unutar njega detaljno je objašnjena uloga lokalne zajednice u odvijanju i razvoju turizma te ključni pozitivni i negativni ekološko-prostorni, socio-kulturni i ekonomski utjecaji turizma na njihove živote. Drugo poglavlje odnosi se na turizam u Općini Vrsar, a u sklopu poglavlja objašnjeni su preduvjeti razvoja turizma, provedena je kvantitativna i kvalitativna analiza sadašnjeg stanja te analiza destinacijskih dionika. Treće poglavlje obuhvaća istraživački dio rada u kojem je objašnjena metodologija istraživanja te su prikazani i interpretirani dobiveni rezultati deskriptivne statističke analize.

1. Utjecaj turizma na lokalnu zajednicu

Svjetska turistička organizacija turizam definira kao društveni, kulturni i ekonomski fenomen koji uključuje kretanje ljudi u zemlje, mjesta, odnosno odredišta izvan njihovog uobičajenog okruženja u osobne ili poslovne/profesionalne svrhe.¹ Navedena odredišta turističkog putovanja nazivaju se turističkim destinacijama. One svojom opremljenošću omogućavaju prihvata i boravak turista, a također predstavljaju šire područje turističkog mjesta čije se granice funkcionalno šire do crte na kojoj prestaje utjecaj jedinstvenog turističkog proizvoda čiju jezgru čini turističko mjesto.² Radi se o složenom sustavu u kojem djeluje veliki broj aktera, koji se bave različitim djelatnostima te čija se obilježja i interesi razlikuju.³ Važno je uspostaviti ravnotežu kako bi odvijanje turizma i turistički razvoj u destinaciji oslikavao interese svih pojedinih aktera, bez narušavanja interesa ostalih. Govoreći o navedenom, ključno je spomenuti da su glavni ciljevi turističke destinacije osigurati kvalitetu gostima i dugoročnu egzistenciju domicilnog stanovništva.⁴ Turizam ima značajne utjecaje na lokalnu zajednicu koji mogu biti pozitivni ili negativni, a očituju se kroz ekonomski, ekološko-prostorni i socio-kulturni aspekt. Iznimno je važno da se negativni utjecaji nastoje minimizirati, dok se oni pozitivni maksimiziraju. U tom kontekstu, javlja se pojam održivog razvoja, odnosno održivog turizma. UNWTO održivi turizam definira kao „turizam koji u potpunosti uzima u obzir svoje sadašnje i buduće ekonomske, društvene i ekološke učinke, obraćajući pozornost na potrebe posjetitelja, industrije, okoliša i lokalne zajednice“.⁵ Održivi razvoj bazira se na tri temeljna načela održivosti: ekološka, socio-kulturna i ekonomska održivost. Nastavno na objašnjeno, u okviru ekološkog načela, održivi turizam bi trebao minimalno štetiti prirodi i okruženju, štititi prirodnu baštinu i bioraznolikost te optimalno koristiti resurse iz okoliša koji su ključni u samom razvoju turizma. Nadalje, u smislu socio-kulturnog načela, trebao bi uvažavati domicilnu zajednicu, štititi kulturnu baštinu, običaje, tradiciju i lokalni identitet te poticati poštivanje i toleranciju

¹ <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (datum preuzimanja 6.3.)

² Galičić i Laškarin, *Principi i praksa turizma i hotelijerstva*, 186.

³ Magaš, Vodeb i Zadel, *Menadžment turističke organizacije*, 50.

⁴ Magaš, *Turistička destinacija*, 8.

⁵ <https://www.unwto.org/sustainable-development> (datum preuzimanja 14.3.)

prema drugim kulturama. Uvažavajući ekonomsko načelo, trebao bi osigurati održive, dugoročne i isplative ekonomske operacije, koje će koristiti svim dionicima.

Drugim riječima, turizam ne smije narušavati kvalitetu života lokalnog stanovništva, već njegova svrha mora biti zadovoljenje potreba gostiju s jedne strane, te s druge strane isporuka dobrobiti lokalnoj zajednici u različitim sferama života. Ovisno o tome u kojoj je mjeri uistinu ostvareno, navedeno može uvelike utjecati na stav stanovništva o turizmu, ali i na želju za uključenost i ispunjavanje uloge koju domicilno stanovništvo ima u njegovom odvijanju i razvoju.

1.1. Uloga lokalne zajednice u odvijanju i razvoju turizma

Kako bi određena destinacija bila konkurentna i kako bi realizacija i unapređenje turizma bilo uspješno na nekom području, ključno je da domicil prihvaća turizam i turiste. Gosti u destinaciji borave samo tijekom svog putovanja, dok ona lokalnoj zajednici predstavlja dom i mjesto života te se iz navedenog može zaključiti zašto je njihovo odobravanje nužno. Prihvaćanje turizma podrazumijeva podržavanje njegovog razvoja te postojanje otvorenosti i pozitivnog stava prema turističkim aktivnostima i samim posjetiteljima. Kako bi zajednica mogla prihvatiti turizam i njegovo odvijanje, neophodno je da shvaća važnost koju on ima za gospodarstvo i opći razvoj destinacije. Također, lokalna zajednica treba biti svjesna i svih ostalih benefita koje turizam može projicirati, a o kojima će biti govora kasnije u radu. Educiranjem stanovništva može se pospješiti uviđanje i osviještenost o vrijednosti i koristima turizma. Naravno, uvjet za prihvaćanje turizma je i percipirani omjer između pozitivnih i negativnih utjecaja koje on pruža. Navedeno je moguće objasniti teorijom društvene razmjene (Social Exchange Theory). Ona govori da na razinu prihvaćanja turizma bitno utječe percepcija pojedinca o ishodima koje turizam pruža njemu i njegovoj zajednici.⁶ Ukoliko stanovnici percipiraju da razvoj turizma šteti lokalnoj zajednici i njezinim resursima, te štete koje stvara nadmašuju dobrobiti, mogu prema turistima osjećati

⁶ Đurkin Badurina i Soldić Frleta, "Tourism Dependency and Perceived Local Tourism Governance: Perspective of Residents of Highly-Visited and Less-Visited Tourist Destinations," 2.

ogorčenost i ljutnju.⁷ S druge strane, ako je mnogo više onih pozitivnih uočenih učinaka, mnogo je i veća vjerojatnost da će razvoj turizma biti odobren od strane zajednice. Vrlo je važno spomenuti i gostoljubivost lokalnih stanovnika kada su u pitanju turisti, koja je povezana sa prihvaćanjem istih. Posjetitelji se žele osjećati dobrodošlima te im važno da se tijekom svog boravka osjećaju ugodno i prihvaćeno. Prijateljska nastrojenost stanovnika, njihova spremnost na pružanje savjeta, pomoći ili informacija, pozitivno će utjecati na doživljaj destinacije u očima turista. Posljedično, to može značiti postizanje dobrog imidža destinacije te želju za povratkom u nju. No, u kontekstu teorije društvene razmjene, važno je napomenuti da će razina prijateljske nastrojenosti, a i općenito prihvaćanje turizma uvelike ovisiti o tome koliko se stanovnici ekonomski oslanjaju na turizam. Što su stanovnici više ovisni o prihodima koji su proizašli iz turizma, to će više uočavati koristi koje turizam pruža i samim time će imati pozitivne stavove prema njegovom daljnjem razvoju. S druge strane, one negativne učinke će blaže doživljivati i negodovanje prema njima će biti manje. Osobe koje pak nemaju izravne financijske koristi od turizma, snažnije doživljavaju njegove negativne posljedice, dok onim pozitivnima pridaju manju pažnju.⁸

Od iznimne je važnosti da svi stanovnici na neki način budu uključeni u turizam. Štoviše, lokalna uključenost je osnova za održiv i primjeren razvoj, koji zadovoljava potrebe zajednice te štiti njeno ukupno okruženje.⁹ Uključenost se može protumačiti kao sudjelovanje zajednice u procesu planiranja, kreiranja i odlučivanja u vezi turističkih projekata, turističke ponude, odnosno proizvoda i usluga te o budućnosti turističke destinacije. Domicilna zajednica bi trebala imati mogućnost sudjelovati i pomagati u organiziranju različitih događaja koji odražavaju osobnost destinacije, lokalnu tradiciju i kulturu, što je značajan dio turističke ponude. Osim navedenog, od ključne je važnosti da lokalna zajednica bude uključena u raspodjelu koristi od turizma. Tijela zadužena za razvijanje turističkog proizvoda, turističke zajednice i lokalne uprave i samouprave te nositelji ponude moraju uvažavati stavove, želje i potrebe stanovnika, slušati, prihvaćati i integrirati njihove ideje u planove i strategije. Ipak, lokalno stanovništvo koje je povezano s određenim područjem, može puno bolje osjetiti što su zaista realne potrebe toga područja, a samim time ima bolju predodžbu i viziju budućeg razvoja nego li to ima središnja uprava ili

⁷ Mathew i Sreejesh, "Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations.," 84.

⁸ Đurkin Badurina i Soldić Frleta, op. cit., 2.

⁹ Kilipiris, "Sustainable tourism development and local community involvement," 27.

netko drugi.¹⁰ Dokaz da je navedeno neophodno je činjenica da projekti nametnuti izvana, kojima je najčešće cilj brzi gospodarski rast, često prelaze lokalne potrebe, uvjete i resurse i samim time rezultiraju neprihvatljivim ekološkim, društvenim i socio-kulturnim utjecajima.¹¹

Osim opisanih aspekata uključivanja stanovnika u turizam, navedeno se ostvaruje i na način da su stanovnici izravno zaposleni u turizmu, da rade u ugostiteljstvu, turističkom posredništvu, prometu i trgovini na malo, dakle u poslovima gdje postoji izravan kontakt s posjetiteljima. Dok se s druge strane, neizravno zapošljavanje odnosi na ostale gospodarske djelatnosti čije su aktivnosti na neki način usmjerene na razvoj turizma i dohodak koji generira, kao što su poslovi u energetici, vodoopskrbi, industriji građevinarstvu, informatici, financijama itd.¹² Uključenost lokalne zajednice u turizam se može očitovati i kroz pružanje usluga turistima. Stanovnici mogu pružati usluge privatnog smještaja, hrane i pića, ali i sve ostale usluge koje turisti koriste u destinaciji.

Istinska uključenost lokalne zajednice, zaista može uvelike obogatiti turističku ponudu, iskustvo i doživljaj turista, a zauzvrat turizam može, ukoliko se odvija na održiv način i uzima u obzir dobrobit svih, pružiti brojne ekonomske, ekološke i socio-kulturne koristi, o kojima će se slijedeće raspraviti.¹³

1.2. Utjecaji turizma na život lokalnog stanovništva

Turizam značajno utječe na život lokalnog stanovništva područja na kojem se odvija. Njegovi učinci mogu biti pozitivni, ali i negativni. O tome koji će prevladavati, ovisi o pristupu njegovom odvijanju i razvoju, odnosno o tome upravlja li se turizmom na odgovoran način i uvažavaju li se, osim potreba turista, potrebe lokalnog stanovništva koje su iznimno važne, s obzirom da su oni ti koji žive u turističkoj destinaciji. U nastavku su

¹⁰ Rudan, "Role of local inhabitants in the development of destination tourism," 3.

¹¹ Kilipiris, op. cit., 32.

¹² Galičić i Laškarin. op.cit., 76.

¹³ Kilipiris, op.cit., 33.

objašnjeni pozitivni i negativni ekološki i prostorni, ekonomski te socio-kulturni učinci koje turizam može prouzročiti i tako utjecati na život domicilnog stanovništva.

1.2.1. Ekološki i prostorni utjecaji

Prostor i njegova geofizička svojstva ključni su resursi na kojima se temelji razvoj turističke ponude određenog područja.¹⁴ Očuvan i čist okoliš predstavlja preduvjet za turistički uspjeh te je iz tog razloga važnost njegove zaštite iznimno velika. No, u potpunosti čist i nenarušen okoliš ne može postojati uz razvijanje turizma. Iako turizam iziskuje brigu o okolišu, nerijetko ga pretjerano narušava, kada se planiranje i njegovo odvijanje ne realizira na pravi način. Utjecaji su izravno povezani sa stupnjem razvoja turizma, s obzirom da povećanjem broja turista dolazi do većeg prostornog opterećenja, a samim time i do povećanih učinaka. Važno je napomenuti da ekološki utjecaji koje turizam nosi, nisu usmjereni i ograničeni samo na područje i prirodu, već utječu i na živote stanovnika koji na njima žive.¹⁵

Turizam može generirati mnogo negativnih učinka na okoliš turističke destinacije, djelujući tako na život tamošnjih stanovnika, a oni ključni se mogu sumirati u nekoliko točaka:¹⁶

- Iscrpljivanje prirodnih resursa
- Zagađenje vode i zraka
- Povećane količine otpada
- Buka i prenatrpanost
- Ugrožavanje biljnog i životinjskog svijeta
- Narušavanje vizualnog izgleda destinacije
- Uništavanje kulturne baštine

Turizam iscrpljuje prirodne resurse. Kada su u destinaciji, osim lokalnog stanovništva i turisti, logično je da će pritisak na prirodne resurse biti veći. Jedan od ključnih prirodnih

¹⁴ Blažević, *Turizam u gospodarskom sustavu*, 367.

¹⁵ Hammad, Ahmad i Papastathopoulos, "Residents' perceptions of the impact of tourism in Abu Dhabi, United Arab Emirates," 556.

¹⁶ Gazta, "Environmental impact of tourism"

resursa je voda. Turistička industrija u velikoj mjeri koristi vodne resurse u smještajnim i ugostiteljskim objektima, za osobne potrebe turista, higijenu, bazene, zalijevanje vrtova, parkova, golf terena, poljoprivrednih površina koje opskrbljuju ugostiteljske objekte itd. To naposljetku može rezultirati nestašicom vode.¹⁷ Konkretni primjer spomenutog je Istra, koja je u posljednjih nekoliko godina, ali i mnogo godina unazad, imala problema s istim, zbog čega je u ljetnim mjesecima uslijedila redukcija vode. Turisti, nositelji ponude, ali i stanovnici morali su se pridržavati različitih ograničenja pri uporabi vode. Osim vode, turizam stvara pritisak na ostale lokalne resurse poput energije ili hrane, pogotovo kada su u pitanju odredišta koja u sezoni imaju i do 10 puta više posjetitelja nego li stanovnika.¹⁸

Turizam može izazvati zagađenje u kontekstu emisije štetnih plinova. Prijevozna sredstva koja turisti koriste kako bi došli do odredišta, ali i kako bi se kretali u destinaciji ispuštaju štetne plinove. Osim toga, hoteli i ostali turistički objekti mogu doprinijeti zagađenju zraka ispuštanjem takvih plinova. Neka od posljedica zagađenog zraka su kisele kiše, koje onda zagađuju tlo i vode. Kao što je prije spomenuto, turisti povećavaju potrošnju vode u destinaciji, što generira veće količine otpadnih voda, a otjecanje otpadnih voda može ozbiljno zagađivati mora, jezera ili rijeke.¹⁹

Nadalje, jedan od negativnih utjecaja je i povećana količina otpada, kojeg treba na adekvatan način zbrinuti, što može predstavljati problem. Također, nesmotreno ponašanje turista može rezultirati bacanjem smeća po prirodi (moru, šumama, livadama i slično), ali i ostalim gradskim površinama (uređenim plažama, ulicama, trgovima).

Sljedeći problem koji će se objasniti je buka. Ona može biti uzrokovana povećanim prometom, ali i različitim događanjima koja privlače turiste.²⁰ To su primjerice fešte, festivali te glasna glazba u ugostiteljskim objektima u kasnim večernjim satima za vrijeme turističke sezone. Takve pojave mogu utjecati na iskustvo turista na putovanju, pogotovo ako je turist došao s ciljem da se odmori, budući da je buka suprotno od onoga što ljudi žele tijekom odmora.²¹ No, osim što navedeno smeta turistima, narušava i kvalitetu života lokalnog stanovništva te ometa životinje u njihovim prirodnim staništima. Turizam dovodi i do prenatrpanosti, posebice tijekom trajanja glavne turističke sezone. Preveliki broj turista u

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Ibid., 10.

²⁰ Frent, "An overview on the negative impacts of tourism," 36.

²¹ Sánchez-Sánchez, Fortes-Garrido i Bolívar, "Characterization and evaluation of noise pollution in a tourist coastal town with an adjacent nature reserve", 70.

destinaciji ometa svakodnevni život domicila jer rezultira velikim gužvama u prometu, u starogradskim jezgrama, po ulicama, u trgovinama, bankama, odnosno svugdje gdje i lokalni stanovnici obavljaju svoje svakodnevne obveze. Osim problema gužvi, prenatrpanost dovodi i do ostalih negativnih ekoloških i drugih učinaka ili ih pospješuje.

Razvoj turizma i prekomjerne turističke aktivnosti mogu negativno utjecati na vegetaciju, što podrazumijeva ugrožavanje bioraznolikosti, smanjenje broja biljaka, pa čak i izumiranje nekih vrsta. Osim što dovode u pitanje biljni svijet, turističke aktivnosti mogu imati loš utjecaj na životinjsku zajednicu, koji se manifestira uznemiravanjem divljih životinja te uništavanjem njihovih prirodnih staništa.²² Izgradnjom objekata za turističke svrhe, uništava se vegetacija na tom području, često dolazi do deforestacije te se devastiraju staništa brojnih životinja.²³ Također, turisti mogu neodgovornim ponašanjem uzrokovati velike štete. Na primjer, prije petnaestak godina je izgorio velik dio površine otoka Longe u Vrsaru, zbog turista koji su zapalili vatru na njemu, potpuno uništivši floru i faunu na dijelu otoka. Između ostalog, posjetitelji često iz neznanja ili nemara беру različite endemske i zaštićene biljke čime degradiraju okoliš.

Još jedna negativna pojava može biti narušavanje vizualnog izgleda destinacije, koje je posljedica nepromišljenog i neadekvatnog prostornog planiranja te nedostatka regulativa ili nedovoljno preciznih i učinkovitih pravila koja se moraju poštivati pri izgradnji različitih objekata i ostale infrastrukture.²⁴ U mnogim je područjima nekontrolirana izgradnja rezultirala neuglednim hotelima „vanzemaljskog“ dizajna kod kojih je arhitektonski dizajn planiran tako da zadovolji želje investitora i posjetitelja, a ne da se uklopi u lokalno okruženje.²⁵ Spomenuto se očituje kroz vizualni nesklad i neuklapanje pojedinih objekata u okolinu te smanjenje atraktivnosti same destinacije, što dovodi do smanjenja uspješnosti destinacije i narušavanje životnog prostora stanovnika.

Osim uništenja prirodnog okruženja, negativnim utjecajima turizma može biti podlegnuta i kulturna baština, odnosno kulturno-povijesni spomenici, zgrade te ostali arheološki i povijesni lokaliteti. Do navedenog dolazi kada se istima ne upravlja na odgovarajući način, kada se dopušta pretjerana turistička aktivnost te kada ne postoje pravila, propisi i sustavi kontrole koji ih štite.

²² Zhong et. al., Ding "Research on environmental impacts of tourism in China: Progress and prospect," 2976.

²³ Frent, op. cit. 36.

²⁴ Gazta, op. cit. 12.

²⁵ Archer, Cooper i Ruhanen, "The positive and negative impacts of tourism," 92.

Govori li se o ekološkim utjecajima turizma na okoliš, u fokusu su oni negativni. Usprkos spomenutom, turizam itekako može imati pozitivne utjecaje na okoliš. Navedeno proizlazi iz činjenice da turizam iziskuje čist i nezagađen krajolik te da je iz tog razloga svakoj destinaciji u interesu pažnju posvetiti ekološkim pitanjima. Glavni pozitivni učinci turističkih aktivnosti su sljedeći: ²⁶

- Očuvanje prirode i okoliša
- Inicijative za čišćenje lokalnih područja
- Povećanje lokalne svijesti o ekološkim problemima
- Osiguranje financijskih sredstva koja će se ulagati u zaštitu okoliša ²⁷
- Promicanje očuvanja kulturno-povijesnih spomenika, zgrada i ostalih arheoloških i povijesnih lokaliteta
- Bolje prostorno planiranje
- Poboljšanje lokalne infrastrukture

Prvi navedeni povoljni učinak turističkih aktivnosti u ekološkom kontekstu odnosi se na očuvanje prirode i okoliša. U to se može ubrojiti veća usredotočenost lokalnih vlasti i destinacijske menadžment organizacije na očuvanje prirode i okoliša. ²⁸ Odgovorni turizam i održivi razvoj sve više dobivaju na važnosti, pa je lokalnim vlastima i turističkoj zajednici (DMO) u interesu promicati isti. Odgovorni turizam zahtjeva odgovorno ponašanje prema okolišu i veću brigu o njegovoj zaštiti. Navedeno rezultira donošenjem različitih mjera i pravila te boljim upravljanjem zaštitom okoliša, što će osigurati da se svi dionici u destinaciji ponašaju ekološki odgovorno.

Budući da su prirodni resursi i očuvanost okruženja nužni preduvjeti za dugoročni turistički uspjeh destinacije, povećava se svijest o ekološkim problemima i o potrebi zaštite okruženja, koja nije nužno potaknuta strogim pravilima i propisima od strane lokalne vlasti. Lokalna zajednica i svi ostali akteri u destinaciji, u želji da doprinesu destinaciji, nastoje se što odgovornije ponašati prema okolišu. To čine kako bi sačuvali područje u kojem žive ili rade, sebi osigurali što ugodniji prostor kojeg bi i posjetitelji mogli doživjeti u najboljem svijetlu.

²⁶ Dujmović, *Kultura turizma*, 213.

²⁷ Mason, *Tourism impacts, planning and management*, 55.

²⁸ Scarpi, Confente i Russo, "The impact of tourism on residents' intention to stay. A qualitative comparative analysis," 2.

Zbog istog razloga, pokreću se različite inicijative za čišćenje lokalnog područja, u koje se također uključuju svi destinacijski akteri.

Osim što turizam povoljno utječe na brigu o okolišu, stvara i financijska sredstva. Na taj način destinacija ima na raspolaganju više sredstava koja će moći upotrijebiti u svrhu očuvanja prirodnih područja.²⁹

Uz očuvanje prirodnih ljepota, zbog turizma se nastoje očuvati i kulturno-povijesni spomenici, zgrade i ostali arheološki i povijesni lokaliteti,³⁰ koji su važan dio lokalne kulture i identiteta, a isto tako važan dio turističke ponude. Budući da je vizualni izgled destinacije jedan od ključnih faktora njezine atraktivnosti, turizam može doprinijeti i boljem prostornom planiranju kako bi destinacija izgledala što privlačnije te kako bi se izbjegla estetska degradacija prostora.

Razvijanjem turizma se stvaraju određene potrebe, kao što je primjerice potreba za poboljšanjem infrastrukture. To podrazumijeva poboljšanje sustava vodoopskrbe i odvodnje, odnosno bolje upravljanje otpadnim vodama te razvijanje prometne infrastrukture (npr. poboljšanje javnog prijevoza ili uvođenje javnog prijevoza na električni pogon, osiguravanje električnih bicikala ili romobila na području destinacije i slično, kako bi što manje stanovnika i posjetitelja koristilo osobne automobile). Razvoj turizma može pozitivno utjecati i na upravljanje otpadom. Veće količine otpada su rezultat većeg broja ljudi u destinaciji, a svaka uspješna destinacija nastoji imati riješeno pitanje zbrinjavanja istog.

1.2.2. Socio-kulturni utjecaji

Turizam je vjerojatno jedan od glavnih izvora interkulturalnog kontakta između osoba u modernom društvu.³¹ Socio-kulturni utjecaji se mogu nazvati „ljudskim utjecajima“ turističke industrije, koji se posebno odnose na utjecaje na kvalitetu svakodnevice

²⁹ Mason, op. cit. 55.

³⁰ Ibid.

³¹ Sandeep i Vinod, "Perception of socio-culture impacts of tourism: A sociological review," 40.

stanovnika, kulturu, odnosno tradiciju, norme i identitet.³² Oni su usredotočeni na zajednicu, a samim time i na promjene u društvu, sustavima vrijednosti, ponašanju, društvenim odnosima, životnom stilu, načinu izražavanju i strukturi zajednice. Takvi utjecaji se mogu očitovati pozitivno ili negativno na lokalnu zajednicu, što će biti objašnjeno u nastavku.

Neki od ključnih i najučestalijih negativnih učinaka u socio-kulturnom aspektu su sljedeći:

- Akulturacija i gubitak kulturnog identiteta³³
- Iskrivljavanje društvenih vrijednosti³⁴
- Sukobi zbog različitih kultura, društvenih i moralnih vrijednosti
- Pretjerana komercijalizacija tradicionalnih vrijednosti, kulture i kulturno-povijesne baštine³⁵
- Društveni problemi (droga, alkohol, vandalizam, kriminal, prostitucija)³⁶
- Pretjerano zapošljavanje inozemne radne snage
- Isključivanje domaćih stanovnika iz turističkih aktivnosti (npr. koncesije za plaže, prijevoz i slično)³⁷

Akulturacija se može definirati kao proces u kojem jedna kultura preuzima elemente druge kulture.³⁸ Akulturacija ne mora nužno biti negativna, no promatra se u negativnom kontekstu dovede li do gubitka kulturnog identiteta. Odnosno, ukoliko lokalno stanovništvo usvajanjem kulture turista, zanemaruje i prestaje njegovati svoju vlastitu kulturu, vrijednosti, običaje i tradiciju. Uz navedeno možemo povezati još jedan negativni utjecaj, a to je iskrivljavanje društvenih vrijednosti, upravo zbog tog demonstracijskog efekta koji prouzrokuje prihvaćanje društvenih vrijednosti turista.

³² Zhuang, Yao i Li, "Sociocultural impacts of tourism on residents of world cultural heritage sites in China," 3.

³³ Shahzalal, "Positive and negative impacts of tourism on culture: A critical review of examples from the contemporary literature." 30.

³⁴ Pičuljan, Težak Damijanć i Šergo, "Identifikacija i sistematizacija utjecaja turizma," 593.

³⁵ Dujmović, "Komercijalizacija kulturne baštine u turizmu," 145.

³⁶ Jaafar, Rasoolimanesh i Ismail, "Perceived sociocultural impacts of tourism and community participation: A case study of Langkawi Island," 3.

³⁷ Magaš, Vodeb i Zadel, op.cit. 26.

³⁸ Galičić i Laškarin, op. cit., 88.

Turizam može pospješiti razumijevanje između ljudi, no, s druge strane, može dovesti do sukoba između lokalnih stanovnika i turista, ili pak inozemnih radnika i lokalnih ljudi zbog razlika u kulturi, jeziku, vjeri, vrijednostima, razinama prosperiteta te stilu života.³⁹

Kao prisutni problem, može se promatrati i pretjerana komercijalizacija tradicionalnih vrijednosti, kulture i kulturno-povijesne baštine. Turizam komercijalizacijom i komodifikacijom kulture može uništiti autentičnost destinacije⁴⁰ jer na taj način kulturno nasljeđe, tradicija i običaji gube svoju izvornu vrijednost i značenje u svrhu prilagodbe potrebama turističkog tržišta.

Između ostalog, razvoj i odvijanje turizma mogu dovesti do pojave ili intenziviranja društvenih problema poput konzumacije ili prodaje droga u destinaciji, konzumacije alkohola i neprihvatljivog ponašanja turista u alkoholiziranom stanju, vandalizma, kriminala ili prostitucije.

Nadalje, Hrvatski se turizam u zadnjih nekoliko godina sve više susreće s problemima vezanima uz ljudske resurse. Zbog nedostatka potrebne radne snage, ona se uvozi iz inozemstva. Strani državljani pristaju na niske plaće i lošije uvjete rada, koji su za prilike i standarde u njihovim državama prihvatljivi. Ukoliko opcija dolaska stranaca kao zaposlenika u postojećoj mjeri ne bi postojala, poslodavci bi bili primorani povećati plaće i pružiti bolje poslovne uvjete, što bi vrlo vjerojatno privuklo domaće ljude na radna mjesta.

Posljednji navedeni negativni efekt odnosi se na isključivanje domaćih stanovnika iz turističkih aktivnosti. Primjer za to su koncesije na plažama. Iako u Hrvatskoj trenutno ne postoji zakon koji bi dopuštao naplaćivanje ulaza na plaže, mnogo turističkih objekata ima koncesiju nad istima. Navedeno ne može u potpunosti spriječiti lokalne stanovnike da borave na plaži, međutim stanovnici se ne osjećaju poželjno i ugodno na takvim mjestima, a često su i cijene ležaljki, pića i ostalih sadržaja prevelike za njihove prilike.

S druge strane, pozitivnim socio-kulturnim utjecajima može se smatrati sljedeće:

- Upoznavanje novih ljudi i kultura te poticanje kulturološke razmjene⁴¹
- Jačanje kulturnog identiteta⁴²
- Stimulacija za očuvanje kulturnog nasljeđa⁴³

³⁹ Jaafar, Rasoolimanesh i Ismail, op. cit., 3.

⁴⁰ Dujmović, op.cit., 145.

⁴¹ Pičuljan, Težak Damijanć i Šergo, op.cit., 593.

⁴² Ibid.

⁴³ Dujmović, op. cit., 213.

- Bolja kvaliteta javnih usluga (vatrogasci, policija, javno zdravstvo, socijalna skrb i sl.)⁴⁴
- Stimulacija kulturnih aktivnosti⁴⁵
- Više sadržaja, događaja i aktivnosti za razonodu i rekreaciju⁴⁶
- Unapređenje kvalitete obrazovanja⁴⁷

Interkulturalni kontakt između turista i domaćina smatra se jedinstvenim oblikom međukulturalne interakcije.⁴⁸ Fenomen turizma omogućava upoznavanje novih ljudi i kultura te potiče kulturološku razmjenu. Lokalna zajednica i turisti uče jedni od drugih jer im se pruža mogućnost stjecanja znanja o drugim kulturama. Navedeno doprinosi razumijevanju, poštivanju, „otvorenosti“ i toleranciji prema tuđim običajima, stavovima, uvjerenjima, vrijednostima i općenito načinu života.⁴⁹ Smanjuju se predrasude koje ljudi imaju prema kulturama znatnije različitim od njihove, a koje su često izgrađene na neznanju.

Turizam može lokalnoj zajednici donijeti istinski osjećaj ponosa prema vlastitoj kulturi. Navedeno potiče jačanje lokalnog kulturnog identiteta pružajući zajednici uvid u njezinu povijest, kulturno nasljeđe i sam identitet. Osim što jača osjećaj ponosa i pripadnosti, turizam u tom kontekstu motivira lokalno stanovništvo da očuva svoju kulturu te njeguje običaje i tradiciju.⁵⁰ Različiti kulturno-povijesni lokaliteti, muzeji, događaji koji promiču kulturu i tradiciju čine dio turističke ponude, te je zato svakoj destinaciji u cilju konstantno unapređivati takav sadržaj. Također, financijska sredstva prikupljena prodajom ulaznica za opisani segment ponude mogu se reinvestirati u isto.

Turizam u nekoj destinaciji može potaknuti poboljšanje kvalitete javnih usluga kao što su vatrogasci, policija, javno zdravstvo, socijalna skrb i sl. Razlozi mogu biti povećane potrebe za navedenim uslugama, povećana svijest o potrebama zajednice ili želja da destinacija bude

⁴⁴ Šegota, Mihalič i Kuščer, "The impact of residents' informedness and involvement on their perceptions of tourism impacts: The case of Bled," 8.

⁴⁵ García, Balbuena Vázquez i Cortés Macías, "Resident's attitudes towards the impacts of tourism," 35.

⁴⁶ Zhuang, Yao i Li, op. cit., 4.

⁴⁷ <https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda> (datum preuzimanja 20.3.)

⁴⁸ Sandeep i Vinod, op. cit. 41.

⁴⁹ Gnanapala i Sandaruwani, "Socio-economic impacts of tourism development and their implications on local communities," 61.

⁵⁰ S. C. Roy i M. Roy, "Tourism in Bangladesh: Present status and future prospects," 2.

što sigurnija i pruža što kvalitetniju ponudu, koji onda potiču veća ulaganja u te sektore i unapređenje kvalitete istih.

Nadalje, turističke destinacije svoju ponudu nastoje obogaćivati organiziranjem različitih kulturnih događaja, poput koncerata, izložbi, predstava, povijesnih manifestacija, otvaranjem muzeja i slično. Naravno, opisani događaji nisu namijenjeni samo turistima, već ih mogu posjećivati i lokalni stanovnici. Osim spomenutog, na isti način se obogaćuju sadržaj, događaji i aktivnosti namijenjeni za razonodu i rekreaciju. Tako se primjerice otvaraju fitness centri, ronilački centri, saloni za uljepšavanje, spa centri, restorani, kafíci, noćni klubovi, shopping centri, igraonice i sve ostalo što ljudi mogu posjećivati u svoje slobodno vrijeme.

Kvalitetno obrazovani ljudski resursi ključni su za napredak turizma, stoga turistički sektor može biti poticaj za ulaganje u obrazovanje i strukovno osposobljavanje, koje može rezultirati kvalitetnijim obrazovnim sustavom.⁵¹

Nakon svih navedenih pozitivnih socio-kulturnih učinaka, može se zaključiti da se njihovim ostvarenjem može poboljšati kvaliteta života stanovnika, koja obuhvaća unapređenje životnog standarda i zadovoljstva ljudi.⁵²

1.2.3. Ekonomski utjecaji

Treća kategorija utjecaja turizma na lokalnu zajednicu koja će biti opisana su ekonomski utjecaji. Oni također mogu biti svrstani u pozitivne i negativne, a u nastavku će se objasniti ključni.

Negativnim ekonomskim učincima turizma smatraju se:

- Loši radni uvjeti u turističkom sektoru
- Povećanje troškova života⁵³
- Povećanje cijena nekretnina⁵⁴

⁵¹ <https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda> (datum preuzimanja 20.3.)

⁵² Jaafar, Rasoolimanesh i Ismail, op. cit. 3.

⁵³ Frent, op. cit., 32.

⁵⁴ Mikulić et. al., "The effect of tourism activity on housing affordability," 10.

- Prevelika ekonomska ovisnost o turizmu⁵⁵
- Preveliki naglasak na turizmu, što ide na štetu drugim djelatnostima⁵⁶

Iako turizam zaista generira mnogo radnih mjesta, zapošljavanje u turističkoj industriji ima negativan imidž iz više razloga.⁵⁷ Prvenstveno se navedeno nadovezuje na činjenicu da se vrlo često radi o sezonskim poslovima, što dovodi do nezaposlenosti izvan turističke sezone.⁵⁸ Također, karakteristike rada u turizmu su niske plaće i loši radni uvjeti. Prosječne plaće u turističkom sektoru su niže nego u drugim djelatnostima.⁵⁹ Radno vrijeme u turističkoj sezoni prelazi uobičajeno propisano radno vrijeme što je izuzetno iscrpljujuće, a osim toga iziskuje se rad nedjeljama i praznicima.

Odvijanje turizma u nekoj destinaciji utječe na poskupljene cijena proizvoda i usluga koji su ljudima potrebni u svakodnevnom životu. Navedena pojava je posebno naglašena za vrijeme trajanja turističke sezone. Povećavaju se cijene hrane, pića, higijenskih potrepština, prijevoza, liječničkih usluga, usluga u salonima za uljepšavanje, zapravo uglavnom svega, što dovodi do povećanja troškova života.

Mogućnost kupnje stambenog prostora gorući je problem na globalnoj razini, pri čemu intenzitet turističke aktivnosti ima značajan utjecaj na sposobnost lokalnog stanovništva da kupi nekretninu.⁶⁰ Rezultati znanstvenog istraživanja koje se bavi povezanošću između mogućnosti kupnje kuća i turizma u Hrvatskoj, pruža snažne dokaze o negativnim učincima turizma na navedeno.⁶¹ Osim cijena nekretnina, povećavaju se i cijene zemljišta, postajući tako sve manje dostupnima za lokalno stanovništvo.

Jedna od glavnih mana hrvatskog gospodarstva je prevelika ovisnost o turizmu. Iako se taj problem može promatrati na razini države, posebno je naglašen u manjim primorskim destinacijama u kojima je turizam glavna djelatnost. Turizam je vrlo osjetljiv na zbivanja u okolini. Navedeno se moglo jasno potvrditi pojavom pandemije koronavirusa, budući da se tada turizam suočio s velikim gubicima. Opasnost prevelikog oslanjanja na turizam leži

⁵⁵Dujmović, op. cit., 212.

⁵⁶ Ibid.

⁵⁷Mihalič, "Tourism and Economic Development Issues," 42.

⁵⁸ Mihalič, op. cit. 671.

⁵⁹ Aynalem, Birhanu i Tesebay. "Employment opportunities and challenges in tourism and hospitality sectors," 3.

⁶⁰ Mikulić et. al., op. cit. 10.

⁶¹ Ibid.

upravo u velikoj osjetljivosti, jer se u takvim situacijama gospodarstvo ne može osloniti na druge djelatnosti koje nisu pogođene krizom. Osim toga, problem se može pronaći i u naglašenoj sezonalnosti hrvatskog turizma. Odvijanje većine turističkih aktivnosti tijekom ljeta dovodi do neravnoteže u lokalnoj ekonomiji, jer se većina prihoda ostvaruje u kraćem vremenskom razdoblju, dok su tijekom hladnijih mjeseci oni manji ili ih nema. Navedeno se također preslikava na zaposlenost, što je već opisano u radu.

Velika ovisnost o turizmu, povezuje se s prevelikim naglaskom na turizam, što može štetiti drugim djelatnostima. Problem se javlja kada se većina resursa usmjerava na turističke potrebe i razvoj, zanemarujući pritom potrebe drugih sektora. Nedostatak brige i investicija u druge djelatnosti, dovodi do još veće ovisnosti o turizmu.

No, kada se govori o ekonomskim učincima turizma, češće se sagledavaju u pozitivnom smislu:

- Stvaranje radnih mjesta⁶²
- Poticanje malog i srednjeg poduzetništva⁶³
- Turistička potrošnja i njezin multiplikativni učinak
- Boravišna pristojba osigurava prihode lokalnoj upravi i turističkoj zajednici⁶⁴
- Rast kapitalnih investicija⁶⁵

Zapošljavanje, odnosno stvaranje radnih mjesta jedan je od najčešće spomenutih ekonomskih benefita turizma. Kao što je prethodno objašnjeno u radu, u turizmu postoji izravno zapošljavanje na radnim mjestima gdje su zaposlenici u izravnom kontaktu s turistima te neizravno zapošljavanje u djelatnostima koje su povezane s turizmom, služe mu kao potpora ili stvaraju opće uvjete za njegovo odvijanje.

Turizam također potiče lokalne stanovnike i na samozapošljavanje, odnosno na otvaranje vlastitih poduzeća koji su na neki način, direktno ili indirektno povezani s turističkom djelatnosti. Otvaraju se turistička poduzeća, komplementarna poduzeća koja su indirektno uključena u turistički sektor te ostala poduzeća koja stvaraju nužne preduvjete za turističke

⁶² Mihalič, "Economic impacts of tourism, particularly its potential contribution to economic development," 669.

⁶³ Bartoluci, 284.

⁶⁴ https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2020_06_73_1416.html (datum preuzimanja 25.3.)

⁶⁵ Verteš, "Ekonomski utjecaji turizma", 19.

aktivnosti. Takva uloga turizma je vrlo važna, budući da mali i srednji gospodarski subjekti zauzimaju središnju ulogu u zapošljavanju i profitabilnosti na razini europske ekonomije.⁶⁶

Turistička potrošnja, odnosno njezin multiplikativni učinak predstavlja jednu od pozitivnih ekonomskih implikacija turizma. Naime, multiplikativni efekt turizma se može objasniti činjenicom da novac ostvaren turističkom potrošnjom stranih gostiju u određitu kruži kroz veći broj transakcija u nacionalnoj ili lokalnoj ekonomiji, čime pridonosi svim sudionicima u tim transakcijama putem povećanja prihoda, zaposlenosti i slično. U tom pogledu, razlikuju se tri ekonomska učinka, nastala na temelju opisane cirkulacije novca:⁶⁷

- Izravni ekonomski učinci – prihodi koji poduzetnici ostvaruju prodajom usluga turistima, tj. prihodi onih koji direktno apsorbiraju turističku potrošnju (ugostitelji, turistički posrednici, trgovci na malo, prometne djelatnosti...)
- Neizravni ekonomski učinci – nastaju kada poduzetnici koji pružaju turističke usluge kupuju potrebne resurse kod svojih dobavljača da bi mogli realizirati svoje usluge. Na primjer, hoteli ili restorani kupuju namirnice od lokalnih poljoprivrednika ili ribara, koriste usluge graditelja, prijevoznika, banaka i slično. Zatim, ti dobavljači mogu kupovati robu i usluge u ostalim sektorima unutar lokalnog gospodarstva, te se taj proces nastavlja.
- Inducirani ekonomski učinci – odnose se na činjenicu da u tijeku izravnih i neizravnih aktivnosti turističke potrošnje, prihod dopijeva lokalnom stanovništvu u obliku plaća, nadnica, profita, kamata itd.⁶⁸ Dakle, dolazi do povećanja kupovne moći stanovništva na receptivnim područjima, zahvaljujući turističkoj potrošnji.

Boravišna pristojba je naknada koju gost plaća za svaki dan boravka u mjestu gdje je smješten.⁶⁹ Najveći udio, odnosno 65% pripada turističkim zajednicama, od čega 30% općini ili gradu u kojem je osnovana TZ. Navedena sredstva se koriste za poboljšanje uvjeta boravka posjetitelja, od čega koristi imaju i lokalni stanovnici jer se unapređenjem destinacije, zapravo unapređuje njihovo mjesto življenja.

Kao jedan od pozitivnih ekonomskih učinaka može se navesti rast kapitalnih investicija. Investicije u turizmu predstavljaju vrednovanje prirodnih i kulturnih resursa te ulaganje materijalnih i financijskih vrijednosti, ljudskih potencijala i njihovog znanja u sadašnjosti,

⁶⁶ Bartoluci, *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*, 289.

⁶⁷ Galičić i Laškarin, op. cit. 73.

⁶⁸ Magaš, Vodeb i Zadel, op. cit., 28.

⁶⁹ Galičić i Laškarin, op. cit., 112.

kako bi se ostvarili pozitivni učinci u budućnosti.⁷⁰ One se mogu podijeliti na primarne (obuhvaćaju ugostiteljske objekte, objekte uz atrakcije, turističke agencije i prijevoz), sekundarne (shopping, sportsko-rekreacijski objekti, zabava, kongresni sadržaji) te tercijarne investicije (zdravstveni objekti, financijsko poslovanje, sigurnost, administracija). Svrha takvih ulaganja je unaprijediti destinaciju na svim razinama, a samim time i njezinu turističku ponudu, od čega nemaju koristi isključivo turisti, već i lokalna zajednica. Ulaganja mogu proizlaziti od strane javnog sektora, a tada se najčešće radi o poboljšanju prometnog sustava, javnih objekata i institucija, komunalija, vodoopskrbe, energetike, javnih površina i slično. Ulaganje privatnog sektora u turizmu se uglavnom vezuje uz turističke objekte, valorizaciju prirodnih i društvenih atrakcija i razvijanje ostalih turističkih sadržaja. Ulaganje u turizmu može biti rezultat i javno-privatnih partnerstava kojima je svrha postizanje zajedničkih ciljeva. Govoreći o investicijama, neizbježno je spomenuti izravna inozemna ulaganja, koje turizam može privući. Neke od prednosti takvih ulaganja su priljev stranog kapitala, razvoj turističkog proizvoda, povećanje inozemne turističke potražnje, transfer tehnologije, znanja i vještina, otvaranje novih radnih mjesta. No, ona imaju i svoju negativnu stranu, a to je izguravanje domaćeg kapitala, zapošljavanje inozemne radne snage, a mogu i rezultirati neodgovarajućim oblicima i razmjerima turističkog razvoja koji nije u skladu s lokalnim potrebama i mogućnostima.⁷¹

Nakon svega opisanog, može se zaključiti da turizam na lokalnu zajednicu može utjecati na brojne pozitivne ili negativne načine. U tom aspektu, ključno je pravilno planiranje koje će nastojati osigurati održivost turizma i poboljšanje kvalitete života stanovništva. Jedinstveno pravilo o planiranju turističkog razvoja ne postoji, već je potrebno planove prilagoditi obilježjima i specifičnostima destinacije.⁷² Naravno, utjecaj će turizma na svaku destinaciju također biti različit, ovisno o sljedećim čimbenicima: obujmu turističkih dolazaka, strukturi domicilnog stanovništva, tipovima turističkih aktivnosti, socio-kulturnim različitostima domaćina i turista, osjetljivosti domaće okoline te dužini boravka i karakteristikama turista.⁷³

Između ostalog, kako bi zasićenje prostora turističkom aktivnošću ostalo u granicama dopustivosti i kako bi razvoj bio održiv, potrebno je utvrditi i poštivati kapacitet nosivosti

⁷⁰ Bartoluci, op. cit. 443.

⁷¹ Verteš, op.cit.19.-20.

⁷² Dujmović, op. cit. 214.

⁷³ Magaš, Vodeb, Zadel, op. cit. 22.-23.

destinacije (prihvatni potencijal).⁷⁴ Njega UNWTO definira kao maksimalni broj turista koji simultano posjećuju turističko mjesto bez neprihvatljivih poremećaja fizičke, ekonomske i socio-kulturne okoline, kao i bez neprihvatljivog smanjenja kvalitete zadovoljstva posjetilaca.⁷⁵ Dakle, prihvatni potencijal se ne odnosi isključivo na fizički kapacitet nosivosti, koji se vezuje uz fizičke mogućnosti prostora, već obuhvaća i druge dimenzije, a to su: ekonomski kapacitet nosivosti (temelji se na ekonomskoj isplativosti izgradnje i upravljanja turističkim kapacitetima), sociološki kapacitet nosivosti (temelji se na uspostavljanju društvene ravnoteže u destinaciji) te kulturološki kapacitet nosivosti (obuhvaća uspostavljanje kulturološke ravnoteže između posjetitelja i domicila).⁷⁶ Ukoliko se granica kapaciteta nosivosti prekoračuje, destinacija je izložena ozbiljnim i nepopravljivim štetama, naglim povećanjem negativnih učinaka te smanjenjem pozitivnih.⁷⁷ Iz navedenog se može zaključiti koliko je zapravo važno pratiti i regulirati razinu turističke aktivnosti kako bi se sačuvala dobrobit lokalnog stanovništva.

Ovime se zaključuje teoretski dio rada koji je usmjeren na pozitivne i negativne utjecaje turizma na destinaciju, odnosno lokalno stanovništvo. U sljedećem poglavlju analizirat će se turizam u Općini Vrsar.

⁷⁴ Vukonić i Keča, *Turizam i razvoj – pojam, načela, postupci*, 106.

⁷⁵ UNWTO (1999.) u Bartoloci, *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*, 72.

⁷⁶ Vukonić i Keča, op. cit., 108.

⁷⁷ Magaš, Vodeb, Zadel, op. cit., 23.

2. Turizam u Općini Vrsar

U ovom djelu rada opisan će se preduvjeti razvoju turizma i to prirodno-geografski, kulturno-spomenički, prometni, demografski i intelektualni. Provest će se i analiza sadašnjeg stanja turizma, koja obuhvaća kvantitativnu i kvalitativnu analizu turističke ponude i potražnje.

2.1.1. Prirodno-geografski preduvjeti

Općina Vrsar smještena je na zapadnoj obali istarskog poluotoka. Na sjevernoj strani graniči s Općinom Funtana, na zapadnoj s Općinom Sv. Lovreč, a na jugozapadnoj i južnoj strani s Općinom Kanfanar te Gradom Rovinjom. Prije 30 godina, odnosno 1992. godine, postala je samostalna, izdvojivši se iz tadašnje porečke općine. Današnji teritorij Općine Vrsar prostire se na 37,7 km² i obuhvaća devet naselja (Vrsar, Begi, Bralići, Delići, Flengi, Gradina, Kloštar, Kontešići, Marasi). U ovom radu bit će naglasak na Vrsaru, budući da je to najveće i turistički najrazvijenije naselje u sklopu Općine.⁷⁸

Najvažnijim prirodnim resursom u pogledu turizma može se smatrati Jadransko more. Vrsar je jedino naselje u sklopu Općine koje se nalazi na samoj obali mora, dok su ostala naselja smještena prema unutrašnjosti Istre. Dužina obalne crte u Općini Vrsar iznosi približno 30 km.⁷⁹ Budući da je Jadransko more relativno toplo more te da se njegov dio uz hrvatsku obalu smatra najčišćim morem u Europi, ono predstavlja izvrstan preduvjet za razvoj turizma. Osim navedenog, važan preduvjet je povoljna klima. Općina Vrsar može se pohvaliti mediteranskom klimom s toplim ljetima te blagim i kišnim zimama. Klimatske karakteristike i zemlja crvenica uvelike doprinose očaravajućoj prirodi, bogatstvu flore i faune na općinskom prostoru, kako na kopnu, tako i u podmorju. Na kopnu prevladavaju zimzelena i listopadna šuma, šikare i travnjaci. Općinu karakterizira krško porozno tlo te niski reljefni oblici, a nadmorska visina se kreće od 0 do 100 m.⁸⁰

⁷⁸ Strategija razvoja Općine Vrsar za razdoblje 2009. – 2014., 13.

⁷⁹ Ibid, 12.

⁸⁰ Ibid., 13.

Kada su u pitanju prirodne atrakcije, važno je spomenuti Vrsarski arhipelag. Obala uz Vrsar se zajedno s Brijunskim otočjem, smatra najrazvedenijim dijelom obale u Istri. Arhipelag broji 18 nenastanjenih otoka i otočića koje krase sredozemna vegetacija, odnosno borovi i hrast crnika. Najveći i najznačajniji od njih je Sveti Juraj, budući da zaklanja vrsarsko пристаниште.⁸¹ Linski zaljev još je jedna prirodna atrakcija na području Općine. Radi se o potopljenoj riječnoj dolini te njezinu ušću u more. Godine 1964. je zakonom zaštićen kao geomorfološki-hidrogeološki lokalitet, a 1980. je zajedno sa svojim podmorjem proglašen posebnim rezervatom u moru.⁸² Nadalje, šuma Kontija je 1964. proglašena posebnim rezervatom šumske vegetacije te predstavlja idealno mjesto za pješaćenje, izlete, biciklizam i općenito boravak u prirodi.⁸³ Značajan je i Kamenolom Montraker u Vrsaru. Eksploatirao se još od prapovijesti pa sve do polovice 20. stoljeća. Vrsarski kamen služio je kao materijal za izgradnju veoma važnih zgrada, pa su tako, primjerice, neke građevine u Veneciji izgrađene upravo od njega. Danas predstavlja izuzetan ambijent za priredbe, koncerte, manifestacije i različite događaje.⁸⁴

2.1.2. Kulturno-spomenički preduvjeti

Kulturno-spomenička baština Općine Vrsar rezultat je iznimno dugačke povijesti tog područja i različitih zbivanja tijekom dugog niza godina. Tragovi koji upućuju da je ovo područje bilo nastanjeno još u prapovijesti su pronađeni nalazi u spilji Sv. Romualda, koja se nalazi na obali Linskog zaljeva.⁸⁵ Prvi narodi za koje se sa sigurnošću može reći da su bili nastanjeni na području Vrsarštine su Histri. U blizini Vrsara, izgradili su naselja, primjerice Gavanov vrh, na kojem je pronađen arheološki lokalitet velike važnosti koji datira iz brončanog doba.⁸⁶ Još jedno zanimljivo nalazište koje je vrijedno spomena nalazi se na

⁸¹ Grgeta i drugi, *Vrsar: poviješću i zbiljom*, 8.

⁸² Istarska enciklopedija, 443-444, u Grgeta i drugi, *Vrsar poviješću i zbiljom*, 8.

⁸³ <https://www.natura-histrica.hr/hr/zasticena-podrucja> (datum preuzimanja 5.4.2023.)

⁸⁴ <https://infovrsar.com/dozivi/prirodne-ljepote/kamenolom-montraker/> (datum preuzimanja 5.4.2023.)

⁸⁵ Strategija razvoja Općine Vrsar za razdoblje 2009. – 2014, 8.

⁸⁶ Ibid.

lokalitetu Monte Ricco, a istražuje se od 2014. godine.⁸⁷ Radi se o rimskoj cisterni na prapovijesnoj gradini. Iako je život na području Vrsara postojao još u doba prapovijesti, većina kulturne baštine i spomenika seže iz kasnijih razdoblja.

Vrsarsku starogradsku jezgru karakterizira srednjovjekovni koncept grada te uske, skućene i krivudave ulice. Sve ulice u starom gradu vode do najviše točke Vrsara, gdje se nalaze župna crkva, zvonik i kaštel. Današnja župna crkva svetog Martina izgrađena je 1935. godine, a odmah do nje se nalazi i zvonik.⁸⁸ Kaštel, koji se nalazi uz crkvu, u osnovi je srednjovjekovna palača, poslije nadograđivana. Nekada je bio ljetna rezidencija porečkih biskupa, a danas predstavlja stambeno-ladanjsku zgradu u privatnome vlasništvu.⁸⁹

Osim župne crkve, Vrsar ima i druge značajne sakralne objekte s dugom povijesti. Bazilika sv. Marije od Mora je važan spomenik romaničke arhitekture. Iako njen sadašnji izgled potječe iz 12. stoljeća, bila je podignuta još u 8. stoljeću. U njenoj blizini su 2011. godine otkriveni kasnoantički podni mozaici površine oko 70 m² koji potječu iz 4. stoljeća. Mozaici predstavljaju vrlo važan nalaz, no, nažalost i dalje su pokriveni zemljom te nisu turistički valorizirani. Crkvice sv. Antuna potječe iz druge polovine 17. stoljeća, a smještena je pored malih gradskih vrata iz 13 stoljeća. Crkva svete Foške izgrađena je u 17. stoljeću, a obnovljena u 20. Izgrađena je renesansnim stilom, krasi ju okrugli prozor iznad portala, a u njoj se nalazi i sakralna zbirka. Na otoku Svetog Jurja nalazi se istoimena crkvice koja je izgrađena u 9. stoljeću u romaničkom stilu, pod utjecajem kasnoantičke i ranobizantske arhitekture. U srednjem vijeku predstavljala je središte bratovštine Svetog Jurja. U današnje vrijeme se svake godine na dan svetkovine Sv. Jurja održava hodočašće brodom.⁹⁰

Vrsar se može pohvaliti i sadržajem suvremene umjetnosti. Svjetski poznati umjetnik Dušan Džamonja je 1965. izgradio ljetnikovac u kojem je izrađivao makete i impresivne skulpture. Danas se ondje nalazi Park skulptura posvećen njemu. Osim Džamonje, svoj ljetnikovac s ateljeom u Vrsaru imao je i poznati slikar Edo Murtić.⁹¹

⁸⁷ Podaci TZO Vrsar

⁸⁸ Grgeta et al., op. cit., 279.

⁸⁹ <https://infovrsar.com/dozivi/povijest-i-kultura/stari-grad/vrsarski-kastel-biskupska-palaca/> (datum preuzimanja 6.4.2023.)

⁹⁰ <https://infovrsar.com/dozivi/povijest-i-kultura/sakralni-objekti-u-vrsaru/> (datum preuzimanja 6.4.2023)

⁹¹ <https://infovrsar.com/dozivi/povijest-i-kultura/suvremena-umjetnost/> (datum preuzimanja 6.4.2023)

2.1.3. Prometni preduvjeti

Prometna infrastruktura na prostoru Općine Vrsar se odnosi na cestovni, pomorski i zračni promet. Unutar Općine, mogu se spomenuti jedna državna, dvije županijske, dvije lokalne i ostale nerazvrstane ceste koje su pretežito asfaltirane.⁹² Prometnice su uglavnom zavojite, nepregledne i dotrajale, a ti problemi posebno dolaze do izražaja u turističkoj sezoni, kada je u prometu mnogo više sudionika. Europske, nacionalne autoceste te istarski ipsilon povezuju odredište s emitivnim zemljama. Pomorski promet je u prošlosti imao veću važnost, a luka je trenutno kategorizirana kao javna luka županijskog značenja. Općina Vrsar raspolaže i zračnom lukom za sportske i manje zrakoplove te pretežito panoramske letove.⁹³

2.1.4. Demografski i intelektualni preduvjeti

Prema popisu stanovništva iz 2021. godine, u Općini Vrsar živi 1.923 stanovnika. Od navedenog broja, 940 je muškaraca, a 983 žena. Prosječna starost stanovništva je 45,4 godina. Indeks starenja predstavlja postotni udio osoba starih 60 i više godina u odnosu na broj osoba od 0 do 19 godina. U Općini Vrsar indeks starenja je 184,4, što ukazuje na činjenicu da je stanovništvo itekako u procesu starenja, budući da je za ulazak u taj proces potrebno da indeks bude veći od 40. Zatim, koeficijent starosti (postotni udio osoba starih 60 i više godina u ukupnom stanovništvu) iznosi 31,3, a vrijednosti iznad 12 su znak da je stanovništvo u procesu starenja.⁹⁴

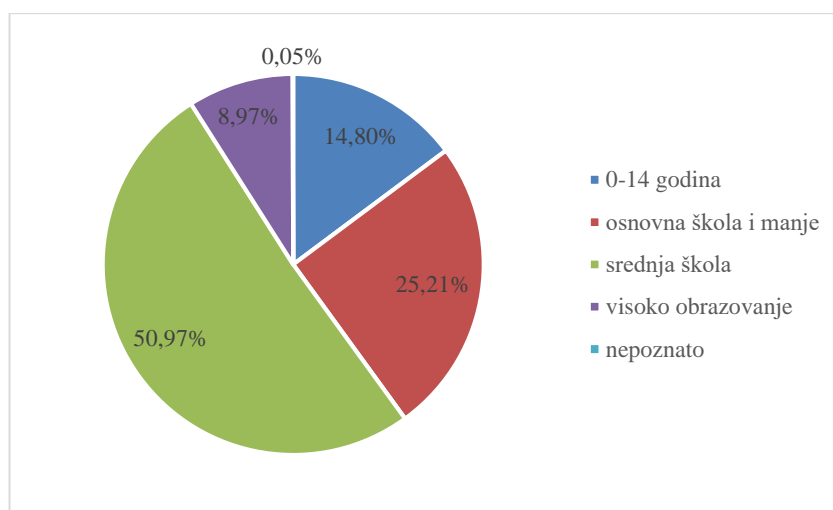
Zadnji dostupni podaci o stupnju obrazovanja stanovništva Općine Vrsar su iz 2011. godine. Tada je 14,80% osoba pripadalo dobnoj skupini od 0 do 14 godina. Završenu osnovnu školu ili niti to imalo je 25,21% stanovnika, a završenu srednju školu 50,97%. Osobe sa visokim obrazovanjem čine 8,97% stanovništva u Općini, dok je za 1 osobu

⁹² Provedbeni program Općine Vrsar-Orsera, 30.

⁹³ Strategija razvoja Općine Vrsar 2009.-2014., 32.-33.

⁹⁴ DZS <https://dzs.gov.hr/vijesti/objavljeni-konacni-rezultati-popisa-2021/1270> (datum preuzimanja 8.4.2023.)

(0,05%) nepoznat stupanj obrazovanja.⁹⁵ U Vrsaru postoji vrtić Tići i Osnovna škola Vladimira Nazora. Uz navedeno djeluje i osnovna glazbena škola, koja je područni odjel Umjetničke škole Poreč. Na području Općine Vrsar nema srednje škole, no u Poreču, gdje se nalaze najbliže srednje škole, učenici mogu izabrati Turističko-ugostiteljsku školu Antona Štifanića ili pak Srednju školu Mate Balote. Općina Vrsar odvaja izdašna sredstva za obrazovanje, a tu tvrdnju potkrepljuje činjenica da svi učenici srednjih škola i određeni studenti primaju mjesečnu stipendiju.



Grafikon 1. Struktura stanovništva u Općini Vrsar s obzirom na obrazovanje
Izvor: izrada autora prema podacima Državnog zavoda za statistiku, 2011. godine

Intelektualnim kapitalom se zaključuje poglavlje koje se odnosilo na preduvjete razvoja turizma. Preduvjeti koji su najviše doprinijeli razvoju turizmu u Općini, su prirodno-geografski preduvjeti, a od njih je najznačajniji resurs Jadransko more. No, ne smije se umanjiti važnost preostalih navedenih preduvjeta koji predstavljaju bogatstvo Općine Vrsar. Slijedeće poglavlje se odnosi na analizu sadašnjeg stanja Vrsara kao turističke destinacije.

⁹⁵ www.dzs.hr (datum preuzimanja 8.4.2023.)

2.2. Turistička ponuda u Općini Vrsar

Elementi ponude turističke destinacije mogu se podijeliti u sljedeće skupine:⁹⁶

- Okoliš
- Stanovništvo, zaposleni
- Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost
- Organiziranost destinacije
- Sadržaji

OKOLIŠ

Klima – Iako su ljetni mjeseci vrući i ponekad neugodni, dopuštaju kupanje i osvježenje u moru. U zimskim mjesecima često puše bura ili jugo. Sve u svemu, klima je na području Općine vrlo povoljna za razvoj i odvijanje turizma te, budući da ju karakterizira veliki broj sunčanih sati godišnje i ugodne temperature, dopušta boravak na otvorenom većinu godine.

Krajolik – Vrsar je malo mjesto smješteno na brežuljku, u čijem se podnožju nalazi luka. Stari grad oslikava tipičnu srednjovjekovnu arhitekturu koju čine uske uličice s kamenim kućama. Prizore koje priroda pruža, posjetitelji često fotografiraju. S obzirom na objave na društvenim mrežama pod hashtagom turističke zajednice #vrsarinspires, može se zaključiti da su turistima vrlo atraktivni zalasci sunca u Vrsaru. Osim navedenog, područje Općine krasi mnogo zelenila i prirodnih površina.

Očuvanost okoliša i čistoća mora – Okoliš je očuvan, a Jadransko more se smatra čistim morem. Nastavni zavod za javno zdravstvo Istarske županije je 2022. godine proveo ispitivanje morskih mikrobioloških pokazatelja na dvije mjerne točke u Vrsaru. Utvrđeno je da je na 100% uzoraka zabilježena izvrsna kakvoća mora za kupanje.⁹⁷ Unatoč očuvanosti okoliša i čistoći mora, veliku prijetnju predstavlja nekontrolirani masovni turizam koji može narušiti kvalitetu okoliša te čistoću mora, koja je ključna za vrsarski turizam, budući da se ponuda i dalje temelji na suncu i moru.

⁹⁶ Blažević, "Ocjena turističke ponude Opatije," 43.

⁹⁷ <https://infovrsar.com/turisticka-zajednica-opcine-vrsar/novosti/izvrsna-kakvoca-mora-za-kupanje-u-vrsaru/> (datum preuzimanja 22.8.2023.)

STANOVNIŠTVO

Ljubaznost stanovništva i zaposlenih u turizmu – Ljubaznost stanovništva, kao i ljudi zaposlenih u turizmu je, prema iskustvu autorice, koja živi u Vrsaru te također radi u turizmu, uglavnom na visokom nivou. Prema svojim osobnim saznanjima autorica smatra da su ljudi gostoljubivi i prihvaćaju turiste bez obzira na to odakle dolaze i koje su kulture. Neprijatnih situacija uvijek ima, no one nisu učestale.

Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu – Autorica rada prema svojem iskustvu života i rada u Vrsaru zaključuje da domaći ljudi koji se bave turizmom uglavnom pričaju njemački, talijanski i engleski. Međutim, kad su u pitanju sezonski zaposlenici iz drugih krajeva, nerijetko pričaju samo engleski.

PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST

Osjećaj sigurnosti i zaštite – Kada je u pitanju sigurnost u turističkoj destinaciji, ona se može promatrati iz nekoliko aspekata. Što se tiče sigurnosti u pogledu kriminala, cijela Hrvatska se u tom kontekstu može smatrati sigurnom zemljom, budući da je stopa kriminala vrlo niska. Nadalje, sigurnost se može razmatrati u pogledu prirodnih katastrofa. Općina Vrsar je geografski smještena na području gdje prirodne katastrofe nisu tipične. Osim navedenog, sigurnost u smještajnim objektima (sigurnosne mjere, alarmni sustavi, video nadzor, sigurnost osobnih podataka) te sigurnost hrane i pića koju konzumiraju turisti u destinaciji je na visokom nivou, a činjenica da uistinu vrlo rijetko dolazi do problema to potvrđuje. Pandemija covid-19 definitivno je svojedobno povećala potrebu za sigurnosnim, zdravstvenim i higijenskim mjerama zaštite. Cijela Istra se smatrala destinacijom koja se uspješno nosi sa izazovima pandemije te je primjenjivala stroge mjere zaštite kako bi se maksimalno zaštitilo zdravlje turista, zaposlenika i stanovnika.

Turističke informacije prije dolaska u destinaciju – Potencijalni posjetitelji, prije dolaska u destinaciju, detaljne informacije o mjestu i turističkoj ponudi mogu pronaći na službenim web stranicama ili društvenim mrežama TZO Vrsar te nositelja turističke ponude.

Turistička signalizacija – Danas se uz pomoć pametnog telefona i interneta turisti mogu vrlo lako snaći u destinaciji. Osim toga, postavljene su pametne interaktivne ploče na trgu i rivi koje detaljno prikazuju sadržaje i ponudu mjesta, zajedno s pridruženom lokacijom gledanog sadržaja. Osim digitalne signalizacije, pomoć pri snalaženju predstavljaju i klasične informativne tabele.

Suveniri – U Vrsaru postoje dvije registrirane suvenirnice, ali se suveniri zapravo prodaju na brojnim štandovima koji su otvoreni tijekom turističke sezone.⁹⁸ Međutim, ono što prema saznanjima autorice rada nedostaje su autohtoni suveniri, koji su uistinu povezani s destinacijom ili ljudima, poput ručnih radova, domaćih proizvoda i slično.

ORGANIZIRANOST DESTINACIJE

Prometna dostupnost, lokalni promet, parkirališta – većina se turista za dolazak na područje Općine koristi cestovnim prometom, odnosno automobilom. Ukoliko se odluče za neki drugi oblik prometa, do samog odredišta će uvijek trebati sudjelovati i u cestovnom prometu. Automobilom je moguće doći iz nekoliko smjerova, odnosno sa sjevera, istoka i juga, putujući europskim i nacionalnim autocestama, istarskim ipsilonom te lokalnim cestama. Najbliža autobusna stanica je u Poreču koji je udaljen 10 km, a između Vrsara i Poreča voze lokalni autobusi, no linije nisu previše učestale. Osim osobnog automobila ili autobusa, postoje usluge taxi prijevoza ili iznajmljivanja automobila. Moguće je doći i zrakoplovom, s time da je najbliža zračna luka u Puli udaljena oko 50 km. Ukoliko se putuje brodom, najbliži morski granični prijelaz nalazi se u Poreču. Iako su hrvatske željeznice poprilično zastarjele, moguće je doći vlakom iz Ljubljane u Buzet ili Pulu ili pak iz Zagreba u Pazin koji je od Vrsara udaljen 30 km. Što se tiče lokalnog prometa unutar Općine, valja napomenuti kako su lokalne prometnice zavojite i dotrajale, a samim time i ne previše sigurne. Problemi koji se javljaju tijekom turističke sezone su zastoji uzrokovani biciklistima koji voze po prometnicama. Od javnog prijevoza za kretanje po samoj destinaciji se mogu izdvojiti autobusne linije, koje su rijetke, a teritorij Općine u tom pogledu predstavlja pretežito tranzitno područje, jer autobusi prolaze tim cestama putujući prema većim odredištima. Parking uglavnom ne predstavlja problem, budući da ima dovoljno parkirnih mjesta i tijekom glavne turističke sezone.⁹⁹

Uređenost mjesta, urbana skladnost, šetnice, parkovi i zelene površine – Općina Vrsar se može okarakterizirati kao uređeno mjesto u kojem postoji urbana skladnost. Naime, dokument prostornog plana uređenja Općine Vrsar ističe stroga pravila kojih se treba pridržavati prilikom izgradnje stambenih ili poslovnih zgrada, uređenja istih, korištenja javnih površina u poslovne svrhe i sl., što omogućava urbanu skladnost i prikladno uređenje

⁹⁸ Podaci TZO Vrsar

⁹⁹ <https://infovrsar.com/dolazak/> (datum preuzimanja 23.8.2023.)

mjesta.¹⁰⁰ Ono čemu bi se moglo pridodati više pažnje je uređenje rive, koja predstavlja mjesto okupljanja turista, ali i lokalnog stanovništva. Osim rive, koja je ujedno i glavno šetalište, na području Općine ima i drugih uređenih i održavanih šetnica uz more, ali i prema unutrašnjosti. Zelene površine i parkovi se također redovito održavaju, no uređenih parkova nema mnogo.

SADRŽAJI

Objekti za smještaj – smještajni kapaciteti temelj su turističke ponude Općine Vrsar. U tablici ispod teksta dan je detaljan prikaz broja pojedinih vrsta objekata, broja smještajnih jedinica te broja kreveta u istima. U smještajnoj ponudi Vrsara postoje tri hotela: Pineta, Vista i Villa Vrsar. Ukupan broj smještajnih jedinica u hotelima je 145, a kreveta ima 289. Objekata kategoriziranih kao turistički apartmani u vlasništvu trgovačkog društva Maistra d.d. ima dva, a sadrže zajedno 153 smještajne jedinice, odnosno 327 ležaja. Ponudu čine i tri turistička naselja, također u vlasništvu prethodno spomenutog dioničkog društva, koja raspolažu sa 750 smještajnih jedinica, točnije 1.594 kreveta. Vrsar ima četiri kampa, tri u vlasništvu Maistre, a jedan Valamarov. U kampovima postoji 4.688 smještajnih jedinica (parcela) i njihov ukupni kapacitet je 14.064 osobe. U smještaj privatnih iznajmljivača (sobe, apartmani i kuće za odmor), odnosno objekte u domaćinstvima svrstana su 252 objekta koji čine 521 smještajnu jedinicu i 1.424 ležaja uz 117 dodatnih kreveta. Ostali ugostiteljski objekti za smještaj broje 56 objekata, a u tu kategoriju spadaju apartmani (31), kuće za odmor (8), prenoćišta (1), sobe za iznajmljivanje te studio apartmani (9). U navedenoj skupini nalazi se 118 smještajnih jedinica, odnosno 373 kreveta. Ukupni broj smještajnih objekata je 320, u kojima se nalazi 6.375 smještajnih jedinica, a u njima 18.071 krevet.¹⁰¹

¹⁰⁰ Urbanistički plan uređenja „Vrsar“

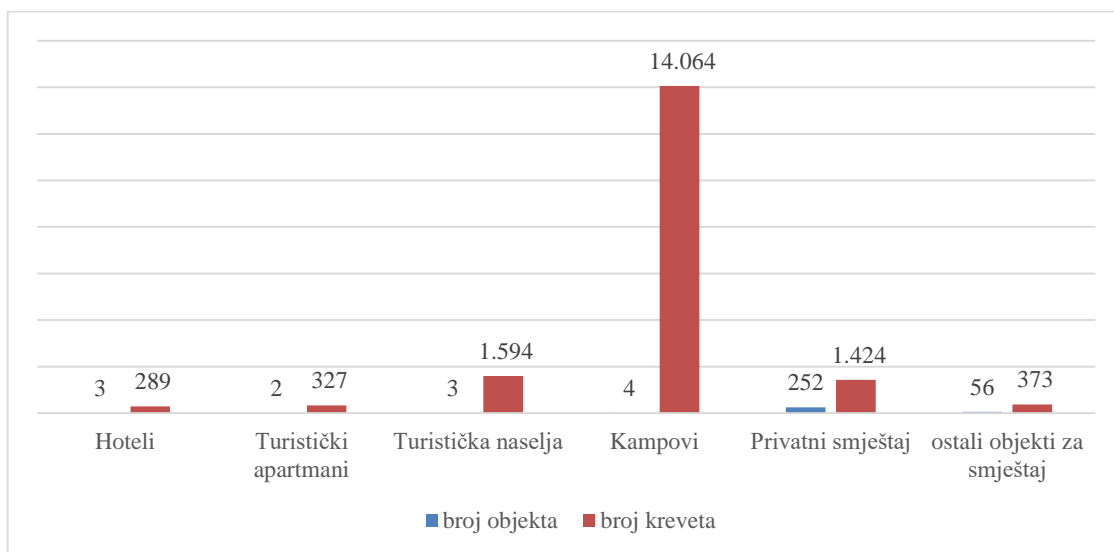
¹⁰¹ Podaci TZO Vrsar

Tablica 1. Smještajni objekti na području Općine Vrsar 2023. godine

	Objekt Vrsta objekta	Broj objekata	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta
Maistra d.d.	Hotel Pineta	1	96	170
Visura d.o.o.	Hotel Vista	1	36	84
Spiza d.o.o.	Hotel Villa Vrsar	1	13	35
Maistra d.d.	Turistički apartmani Koversada	1	119	246
Maistra d.d.	Turistički apartmani Riva	1	34	81
Maistra d.d.	Turističko naselje Belvedere	1	310	706
Maistra d.d.	Turističko naselje Petalon	1	224	456
Maistra d.d.	Turističko naselje Villas Koversada	1	216	432
Maistra d.d.	Kamp Koversada	1	1.700	5.100
Maistra d.d.	Kamp Porto Sole	1	800	2.400
Maistra d.d.	Kamp Valkanela	1	1.601	4.803
Valamar Riviera d.d.	Kamp Orsera	1	587	1.761
Objekti u domaćinstvu (privatni smještaj)	Sobe, apartmani i kuće za odmor kod iznajmljivača	252	521	1.424 (+117)
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	Apartment	31	54	161
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	Kuća za odmor	8	8	45
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	Prenočište	1	1	30
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	Soba za iznajmljivanje	7	32	65
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	Studio apartman	9	23	72
Ukupno		320	6.375	18.071

Izvor: izrada autora prema podacima TZO Vrsar

U sljedećem grafu prikazan je broj objekata s obzirom na vrstu objekta te broj kreveta u pojedinoj vrsti smještaja. Može se uočiti da ima najviše privatnog smještaja gleda li se broj objekata, no po pitanju broja kreveta, kampovi su daleko iznad svih skupina objekata.



Grafikon 2. Broj objekata s obzirom na vrstu objekata i broj kreveta u objektima u Općini Vrsar 2023. godine

Izvor: izrada autora prema podacima TZO Vrsar

Tablica u nastavku prikazuje broj smještajnih objekata određene vrste s obzirom na kategorizaciju, odnosno broj zvjezdica. Vidljivo je da većina objekata, odnosno njih 198 spada u kategoriju 3 zvjezdice. Također sva tri hotela, kao i svi kampovi, imaju 3 zvjezdice. Nadalje, smještajnih objekata s 4 zvjezdice ima 41, a s 5 zvjezdica samo jedan objekt. Navedeno stanje ukazuje na problem kvalitete smještajne ponude, odnosno nedostatak objekata veće kvalitete, dakle smještajnih objekata s 4 ili 5 zvjezdica.

Tablica 2. Struktura smještajnih objekata u Općini Vrsar 2023. godine

SMJEŠTAJNI OBJEKT	1*	2*	3*	4*	5*
Hoteli	/	/	3	/	/
Turistički apartmani	/	/	1	1	/
Turistička naselja	/	1	/	2	/
Kampovi	/	/	4	/	/
Privatni smještaj	22	39	163	27	1
Ostali objekti za smještaj	5	12	27	11	/
UKUPNO	27	52	198	41	1

Izvor: izrada autora prema podacima TZO Vrsar

Ugostiteljski objekti – ugostiteljski objekti predstavljaju značajan dio turističke ponude destinacije. Sudeći po visokim ocjenama i brojnim pozitivnim recenzijama na Google platformi, Općina se može pohvaliti izvrsnom gastronomskom ponudom koja kombinira tradicionalne istarske okuse i mediteransku kuhinju. Tako se u ugostiteljskim objektima mogu okusiti različiti riblji specijaliteti, plodovi mora, mesni specijaliteti, tradicionalna istarska jela poput fuža, njoka, pljukanca, maneštre te domaći sirevi i pršut. Restorani u vrsarskoj marini i u Limskom zaljevu fokusirani su na riblju ponudu, dok se u selima Flengi, Gradina i Kloštar, koji su također na području Općine Vrsar ponuda bazira na autohtonoj istarskoj kuhinji. Osim bogate ponude jela, u ponudi se mogu pronaći i kvalitetna vina istarskih vinograda, ali i brojni objekti koji nude osvježavajuće ljetne koktele. U nastavku je prikazana tablica s brojem ugostiteljskih objekata s obzirom na vrstu objekta.¹⁰²

Tablica 3. Ugostiteljski objekti u Općini Vrsar 2023. godine

Objekt	Broj
Restorani	22
Konobe	6
Pizzerie	9
Enoteke (wine bar)	2
Slastičarne	4
Barovi	10
Fast food	3
UKUPNO	56

Izvor: izrada autora prema podacima TZO Vrsar

Plaže – Vrsar raspolaže stjenovitim, šljunčanim ili pak popločenim plažama. Plaža Montraker je gradska plaža, a ona je udaljena 500 metara od starogradske jezgre. Dijelom je šljunkovita, dijelom stjenovita i kamenita s popločenim platoima, a drveće stvara prirodni hlad na dijelu površine. Dostupni sadržaji na navedenoj plaži su: dječji park, plaža za djecu, sportski centar, najam ležaljki i suncobrana, tuševi, dva objekta brze prehrane te dva beach bara.¹⁰³ Ostale plaže nalaze u sklopu kampova ili turističkih naselja, a to su: plaža Belvedere,

¹⁰² <https://infovrsar.com/okusi/gastronomija/> (datum preuzimanja 10.4.2023.)

¹⁰³ <https://infovrsar.com/dozivi/plaze-i-bazeni/gradska-plaza-montraker/> (datum preuzimanja 10.4.2023.)

Petalon, Porto Sole, Valkanela, nudistička plaža Koversada.¹⁰⁴ Plaže za kućne ljubimce nalaze se u neposrednoj blizini gradske plaže, kampa Orsera te u kampovima Porto Sole, Koversada i Valkanela.¹⁰⁵ Plaže u kampu Orsera, Valkanela i Porto sole imaju plavu zastavu, koja predstavlja vrlo cijenjenu turističku oznaku očuvanog i ugodnog okruženja, u sklopu međunarodnog ekološkog programa zaštite okoliša mora i priobalja.¹⁰⁶ Osim navedenih plaža, i ostale plaže se uredno održavaju i čiste, iako su ljeti prisutne pretjerane gužve, koje potencijalno narušavaju doživljaj i mir na odmoru.

Događaji – Od značajnijih događaja u turističkoj ponudi Vrsara, treba spomenuti Ribarske fešte. One se održavaju na vrsarskoj rivi od kraja travnja pa sve do kraja rujna jednom mjesečno, iznimno u srpnju dva puta. Gastronomsku ponudu na feštama čine tematski podijeljeni punktovi, odnosno štandovi gdje se mogu kušati različita riblja jela. Osim toga, fešta predstavlja druženje uz razne glazbene sastave uz čiju muziku ljudi mogu zaplesati, a organizira se i dječji kutak s radionicama povezanim uz tematiku mora.¹⁰⁷ Zatim, Stari samanj pod kaštelom manifestacija je koja se održava u starogradskoj jezgri u lipnju i rujnu. U starom gradu vlada ugođaj iz 18. stoljeća, odnosno doba kada je Vrsar posjećivao poznati pustolov Giacomo Casanova. Na štandovima se nude domaći proizvodi lokalnih proizvođača poput istarskog pršuta i sira, maslinovog ulja, vina, meda, starinskih kolača, ali i ostali autohtoni suveniri od kamena i drva. Za dobru atmosferu i zabavni program zaduženi su svirači i plesači.¹⁰⁸ Vrsaranske goložece događaj je u sklopu kojeg gosti mogu uživati u lokalnim gastronomskim specijalitetima i menijima po promotivnoj cijeni. Sedam vrsarskih restorana i konoba sudjeluju u navedenom, a svaki od njih pripremi dva menija, jedan riblji te jedan mesni od tri slijeda koji je posjetiteljima dostupan po cijeni od 20€. Vrsaranske goložece se održavaju svaku godinu u razdoblju pred i post sezone.¹⁰⁹ Od događanja, može se izdvojiti i festival U zagrljaju glazbe, kamena i mora, koji se organizira tri godine za redom (2021., 2022. te 2023.). Održava se u kamenonolomu Montraker, krajem kolovoza ili u rujnu te ugošćuje poznate glazbenike. Ove godine (2023.) posjetitelji imaju priliku

¹⁰⁴ <https://infovrsar.com/dozivi/plaze-i-bazeni/> (datum preuzimanja 11.4.2023.)

¹⁰⁵ <https://infovrsar.com/dozivi/plaze-i-bazeni/pet-friendly-plaze/> (datum preuzimanja 11.4. 2023.)

¹⁰⁶ <https://www.lijepa-nasa.hr/plava-zastava/> (datum preuzimanja 11.4.2023)

¹⁰⁷ <https://infovrsar.com/dogadanja/kalendar-dogadanja/ribarska-festa/> (datum preuzimanja 11.4.2023.)

¹⁰⁸ <https://infovrsar.com/dogadanja/kalendar-dogadanja/stari-samanj-pod-kastelom/> (datum preuzimanja 11.4.2023.)

¹⁰⁹ <https://infovrsar.com/dogadanja/kalendar-dogadanja/vrsaranske-golozece/> (datum preuzimanja 13.4.2023.)

poslušati Bajagu, Vlatka Stefanovskog, Tomislava Bralića i klapu Intrade te sastav Gipsy Kings.¹¹⁰ Zatim, u Vrsaru se se organizira i FAKS – Festival amaterskog kulturnog stvaralaštva. Radi se o međunarodnoj manifestaciji kulturnog, edukativnog i zabavnog karaktera. Koncert se odvija u proljeće u Bazilici Sv. Marije od Mora, a okuplja zborove iz različitih zemalja.¹¹¹ Još jedan festival koji se održava u navedenoj crkvi je glazbeni festival More i gitare. Održava se tijekom ljetnih mjeseci, jednom tjedno te okuplja gitarističke virtuozne.¹¹² Također, u župnoj crkvi sv. Martina se tijekom ljeta redovito organiziraju koncerti klasične i duhovne glazbe. Nadalje, Vrsar Art Fest događaj je povezan sa suvremenom umjetnošću. Obuhvaća likovne izložbe, slikarske performanse uživo te različite slikarske radionice. Događaj se održava tijekom ljeta, također u Bazilici Sv. Marije od mora.¹¹³ Od sportskih događaja, može se spomenuti Limes Bike Tour. Riječ je o rekreativnoj biciklističkoj turi organiziranoj u razdoblju predsezona, za posjetitelje koji vole aktivan odmor i boravak u prirodi. Tura vodi kroz područje šume Kontije, Mrgane, Braliće te obronke Linskog kanala. Lim Bay Challenge također je jedan od značajnijih evenata u Vrsaru. Spomenuto predstavlja avanturističku utrku koja kombinira trčanje, vožnju biciklom, veslanje te abseil. Održava se u proljeće na području Linskog kanala i njegovog zaleđa.¹¹⁴ Svake godine se redovito organizira i međunarodni ribolovni kup Koversada koji okuplja ekipe ribara iz Hrvatske, Slovenije i Italije.¹¹⁵ Budući da Vrsar ima potrebnu tenisku infrastrukturu, u destinaciji se održava nekoliko teniskih turnira, a to su: Memorijal Slavoj Greblo, Perin Memorijal te Maistra Cup.¹¹⁶

Povijesno-kulturni i edukativni sadržaji – kao što je prije rečeno u radu, Općina Vrsar obiluje kulturno-povijesnom baštinom. No, usprkos navedenom, ona nije dovoljno turistički valorizirana te se iz toga razloga u ponudi Vrsara ne može naći mnoštvo povijesno-kulturnog sadržaja. U tom pogledu, mogu se izdvojiti prije opisani sakralni objekti. Crkva sv. Foške ima svoju sakralnu zbirku koja može biti zanimljiva za posjetitelje, a u crkvi sv. Antuna Padovanskog i u crkvi sv. Marije od mora se tijekom ljeta odvijaju izložbe slika. Također,

¹¹⁰ <https://infovrsar.com/dogadanja/kalendar-dogadanja/festival-u-zagrljaju-kamena-i-mora/> (datum preuzimanja 26.8.2023.)

¹¹¹ <https://infovrsar.com/dogadanja/kalendar-dogadanja/faks-festival/> (datum preuzimanja 14.4.2023.)

¹¹² <https://infovrsar.com/dogadanja/kalendar-dogadanja/more-i-gitare/> (datum preuzimanja 14.4.2023.)

¹¹³ <https://infovrsar.com/dogadanja/kalendar-dogadanja/vrsar-art-fest/> (datum preuzimanja 14.4.2023.)

¹¹⁴ <https://infovrsar.com/dogadanja/kalendar-dogadanja/lim-bay-challenge/> (datum preuzimanja 14.4.2023.)

¹¹⁵ <https://infovrsar.com/dogadanja/kalendar-dogadanja/kup-koversada/> (datum preuzimanja 13.4.2023.)

¹¹⁶ <https://infovrsar.com/dozivi/sport-rekreacija/sportska-dogadanja/> (datum preuzimanja 13.4.2023.)

tijekom cijele godine je moguće posjetiti park skulptura Dušana Džamonje s umjetnikovom radionicom, galerijom i vanjskim prostorom za izlaganje, koji predstavlja zaštićeno nepokretno kulturno dobro.¹¹⁷ Dostupna je i interaktivna kulturna tura od rive do starogradske jezgre, Casanova Tour. Casanova je bio poznati svjetski pustolov i zavodnik koji je u 18. stoljeću imao svoje utočište u Vrsaru. Navedenu turu vode kostimirani glumci, a cilj je posjetitelje upoznati s poviješću Vrsara u to vrijeme i glumačkim izvedbama uvesti ih u svijet Casanove.¹¹⁸ Od edukativnog sadržaja valja istaknuti Znanstveno-edukacijski centar ZEC Kontija. Radi se o centru edukacije iz područja prirodnih i tehničkih znanosti, prvenstveno za učenike i studente, koji nudi korištenje laboratorijske opreme. On služi i kao centar za educiranje i informiranje lokalnog stanovništva i turista koji posjete Kontiju, te kao punkt za organiziranje turističkih i sportskih aranžmana.¹¹⁹ Nadalje, u zapuštenom kamenolomu Montraker, već se dugi niz godina krajem ljeta održava međunarodna kiparska škola, a radovi polaznika se mogu vidjeti na rivi, plažama i ostalim javnim prostorima.¹²⁰

Nautička ponuda - U Vrsaru vrlo važnu ulogu ima Marina Vrsar. Riječ je o marini sagrađenoj 2001. godine koja raspolaže s 200 vezova u moru te 40 suhih vezova. Prema ocjenama njemačkih nautičara pet puta je proglašena najboljom marinom na istočnom Jadranu. Marina ima recepciju, bežični Internet, parkiralište, klimatizirane sanitarije, restoran, kafić te dvije charter agencije, morsku benzinsku crpku i servis za brodove.¹²¹

Sportsko-rekreativni sadržaji – Prije dvije godine (2021.) je otvorena sportska Dvorana Saline. Prostor je prikladan za treninge različitih sportaša i rekreativaca, sportska natjecanja, sajmove, kongrese, koncerte i ostale događaje.¹²² Kao što je već navedeno, Vrsar raspolaže teniskim terenima u kampovima i turističkim naseljima pa tako djeluju tri teniska centra, što omogućuje organizaciju teniskih turnira, ali i ponudu rekreativnog tenisa. U ponudi su i različiti sportovi na vodi u sklopu šest sportskih centara na plažama, kampovima ili turističkim naseljima. Također, vrsarski ronilački centri nude doživljaje u kojima gosti imaju

¹¹⁷ <https://infovrsar.com/dogadanja/muzeji-i-izlozbe/park-sklulptura-dusana-dzamonje/> (datum preuzimanja 14.4.2023.)

¹¹⁸ <https://infovrsar.com/dozivi/romanticni-vrsar/najveci-zavodnik-u-vrsaru-giacomo-casanova/> (datum preuzimanja 14.4.2023.)

¹¹⁹ <https://www.istra-istria.hr/hr/clanci/istarska-zupanija-novosti/13128/otvoren-znanstveno-edukacijski-centar-zec-kontija/> (datum preuzimanja 14.4.2023.)

¹²⁰ <https://infovrsar.com/dozivi/povijest-i-kultura/suvremena-umjetnost/medunarodna-kiparska-skola-montraker/> (datum preuzimanja 14.4.2023.)

¹²¹ <https://infovrsar.com/dozivi/nautika/marina-vrsar/> (datum preuzimanja 15.4.2023.)

¹²² <https://dvoranavrsar.hr/> (datum preuzimanja 15.4.2023.)

prilikom upoznatu Jadransko podmorje. Cijela Istra je poznata biciklistička destinacije, stoga su brojne biciklističke staze u okolici Vrsara i lijepa priroda u kojoj se može biciklirati često motiv dolaska gostiju. Budući da u Općini ima mnogo prostora i staza na otvorenom, idealno je mjesto za pješaćenje, trčanje i aktivan boravak u prirodi.¹²³

Zabavni sadržaji – Zabavni sadržaj postoji u vidu prije opisanih događaja, manifestacija, različitih rekreativnih sadržaja i sportova. Uz to se može još spomenuti panoramsko razgledavanje malim avionima, živa glazba u barovima u ljetnim mjesecima, ali i vodeni park Aquacolors i tematski park Dinopark, koji se ne nalaze u Općini, već u njezinoj blizini. Noćnih klubova u Vrsaru već nekoliko godina nema, iako su prije postojali.

Ponuda izleta – od ponude izleta mogu se izdvojiti izleti brodom, i to do Limskog kanala i Rovinja te izleti promatranja dupina, ali i turistički ribolov.¹²⁴ Također, turistički objekti i turističke agencije nude jednodnevne izlete i ture po obližnjim destinacijama.

2.3. Turistička potražnja u Općini Vrsar

Analiza turističke potražnje u Vrsaru provest će se kroz analizu broja dolazaka i broja noćenja turista.

U donjoj tablici prikazan je broj dolazaka domaćih i stranih turista te suma navedenog kroz proteklih 10 godina, a kretanje ukupnih dolazaka može se jasnije pregledati na priloženom linijskom grafu. Uglavnom je prisutan pozitivan rast broja dolazaka, no nagli pad može se uočiti 2020. godine. Uzrok navedenome je poznat, a to je pandemija covida-19. Najuspješnija promatrana godina bila je 2022. kada je ostvareno 230.952 ukupnih dolazaka. Udio dolazaka domaćih turista u ukupnom broju je malen, no s godinama se povećava, pa su tako 2013. godine domaći dolasci činili 1,33%, a 2022. čak 4,25%.

¹²³ <https://infovrsar.com/dozivi/sport-rekreacija/> (datum preuzimanja 15.4.2023.)

¹²⁴ <https://infovrsar.com/dozivi/sport-rekreacija/izleti-brodom/> (datum preuzimanja 15.4.2023.)

Tablica 4. Broj turističkih dolazaka u Općini Vrsar u periodu 2013.-2022.

Dolasci	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Domaći	2.255	2.636	3.731	5.207	4.662	5.686	5.922	3.334	6.469	9.815
Strani	167.324	179.107	191.644	199.056	211.480	220.174	215.743	83.589	165.356	221.137
Ukupno	169.578	181.743	195.375	204.263	216.142	225.860	221.665	87.193	171.825	230.952

Izvor: izrada autora prema podacima TZO Vrsar

**Grafikon 3.** Kretanje turističkih dolazaka u Općini Vrsar u periodu 2013.-2022.

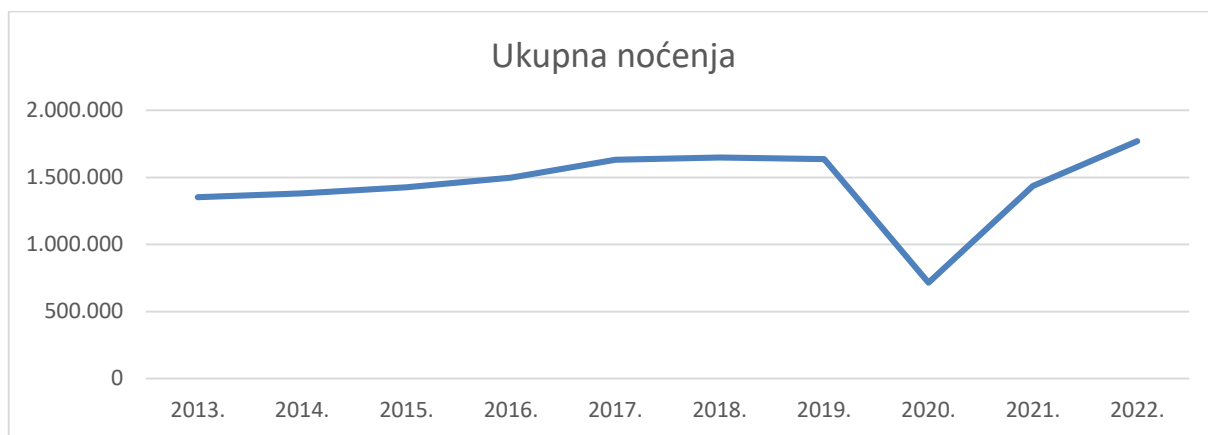
Izvor: izrada autora prema podacima TZO Vrsar

U sljedećoj je tablici prikazan broj domaćih, stranih i ukupnih noćenja kroz 10 godina. Trend kretanja je zapravo sličan broju dolazaka turista, što dodatno potvrđuje prikazani linijski graf. Najveći broj noćenja je također ostvaren 2022. godine, a iznosio je 1.770.573. Noćenja domaćih turista u promatranim godinama čine između 1,33% (2013.) i 3% (2020. godine) ukupnih noćenja.

Tablica 5. Broj turističkih noćenja u Općini Vrsar u periodu 2013.-2022.

Noćenja	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Domaći	18.016	17.357	22.168	27.230	25.363	27.447	31.050	21.472	41.717	37.088
Strani	1.334.773	1.362.785	1.403.641	1.470.114	1.607.313	1.622.078	1.605.391	694.104	1.395.352	1.733.485
Ukupno	1.352.789	1.380.142	1.425.809	1.497.344	1.632.676	1.649.525	1.636.441	715.576	1.437.069	1.770.573

Izvor: izrada autora prema podacima TZO Vrsar



Grafikon 4. Kretanje turističkih noćenja u Općini Vrsar u periodu 2013.-2022.
Izvor: izrada autora prema podacima TZO Vrsar

Donja tablica prikazuje broj noćenja turista od 2013. do 2022. s obzirom na emitivnu zemlju iz koje dolaze. Turisti iz Njemačke svake godine ostvaruju najveći broj noćenja, a redosljed ostalih zemalja od najvećeg broja noćenja prema najmanjem je uglavnom slijedeći: Austrija, Slovenija, Nizozemska, Italija, Češka Hrvatska, Poljska, Mađarska, Danska i ostale zemlje.

Tablica 6. Broj noćenja prema emitivnim zemljama u Općini Vrsar u periodu 2013.-2022.

Zemlja	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Njemačka	505.391	521.927	532.081	541.805	618.671	610.668	613.440	320.415	662.728	773.709
Austrija	178.390	204.347	224.814	237.652	239.352	250.978	245.681	73.914	195.851	249.625
Slovenija	202.388	197.876	199.918	200.005	190.587	200.629	199.513	123.920	155.102	199.557
Nizozemska	130.710	121.991	118.203	135.340	176.294	155.917	150.275	23.895	93.656	140.843
Italija	132.048	131.871	135.639	140.548	137.732	140.521	134.804	43.682	64.974	107.217
Češka	37.574	38.008	41.532	42.031	44.125	44.996	45.950	28.676	48.651	51.971
Hrvatska	18.016	17.357	22.168	27.230	25.363	27.447	31.050	21.472	41.717	37.088
Poljska	18.954	17.033	18.006	20.488	23.760	29.719	28.005	19.498	40.092	39.797
Mađarska	15.558	17.880	20.326	21.074	19.857	24.959	26.306	10.199	20.992	23.073
Danska	16.489	14.152	11.561	18.196	27.290	28.299	21.708	6.095	17.790	23.126
ostali	97.913	95.639	97.482	111.577	135.803	143.969	141.326	41.918	97.527	124.567
UKUPNO	1.352.789	1.380.142	1.425.809	1.497.344	1.632.676	1.649.525	1.636.441	715.576	1.437.069	1.770.573

Izvor: izrada autora prema podacima TZO Vrsar

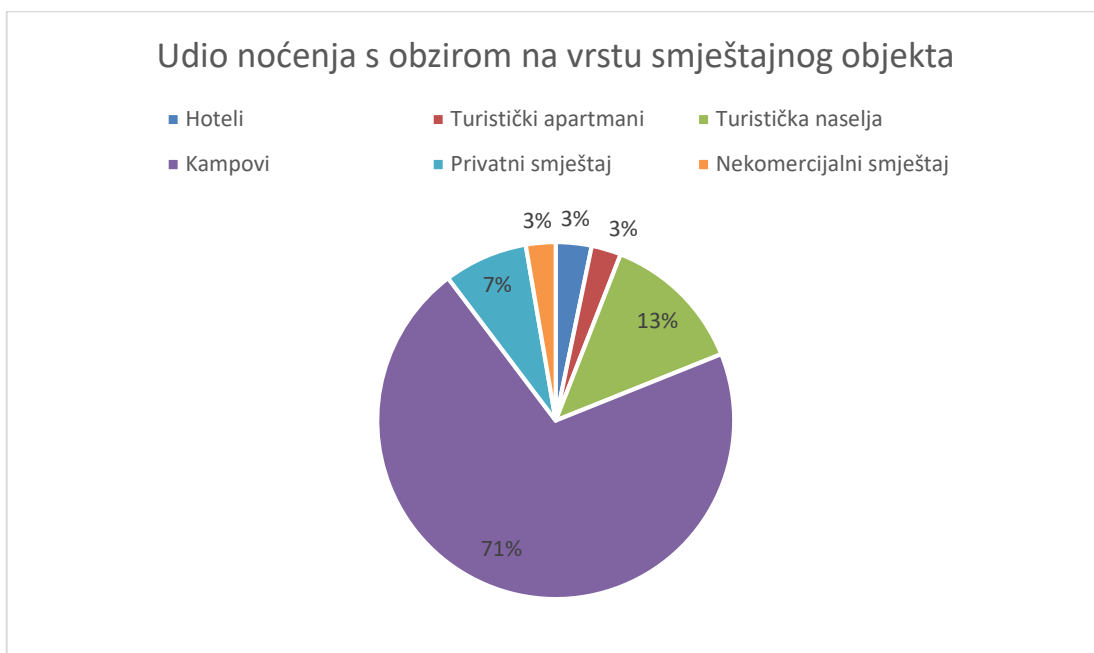
Tablica u nastavku pruža pregled turističkih dolazaka po mjesecima tijekom proteklih pet godina. Podaci potvrđuju činjenicu da u Vrsaru postoji naglašena sezonalnost, a glavna turistička sezona se odnosi na srpanj i kolovoz.

Tablica 7. Broj dolazaka po mjesecima u Općini Vrsar u periodu 2018.-2022.

mj./ god.	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
siječanj	1.202	1.430	1.031	211	2.112
veljača	1.847	2.763	2.725	171	3.547
ožujak	4.309	3.852	415	1.272	3.331
travanj	12.867	12.230	29	2.196	15.185
svibanj	24.179	17.883	1.140	6.351	20.184
lipanj	35.170	38.932	16.593	24.237	41.229
srpanj	52.122	50.011	28.754	45.587	51.855
kolovoz	53.566	56.643	25.812	54.233	54.513
rujan	26.890	24.957	7.254	25.951	27.548
listopad	8.077	7.804	1.432	7.000	8.505
studen	1.577	509	352	823	1.415
prosinac	1.640	2.130	95	1.389	1.528

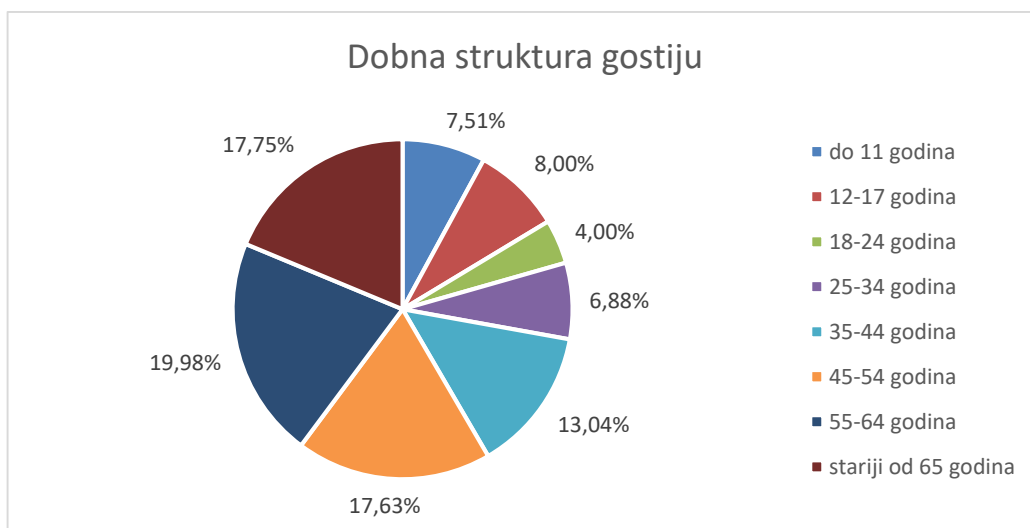
Izvor: izrada autora prema podacima TZO Vrsar

Sljedeći graf prikazuje udio noćenja u ukupnom broju noćenja tijekom 2022. godine s obzirom na vrstu smještajnog objekta u kojem turisti borave. Jasno je prikazano da je većina noćenja ostvarena u kampovima, odnosno čak 71%, a zatim slijede turistička naselja, privatni smještaj, hoteli, turistički apartmani i nekomercijalni smještaj.



Grafikon 5. Udio noćenja s obzirom na vrstu smještajnog objekta u Općini Vrsar 2022. godine
Izvor: izrada autora prema podacima TZO Vrsar

Što se tiče dobnih skupina gostiju koji borave u turističkoj destinaciji Vrsar, najviše je onih u dobnoj skupini 55-64 godine (19,98%), zatim turista u dobnoj skupini 45-54 godine (17,63%) te turista starijih od 65 godina (17,75%). Udio turista 25-34 godine čine 6,88% noćenja dok turisti 35-44 godine ostvaruju 13,04% noćenja u destinaciji. Tinejdžeri (12 do 17 godina) imaju udio od 8%, a djeca do 11 godina 7,51%.



Grafikon 6. Dobna struktura gostiju u Općini Vrsar 2022. godine
Izvor: izrad autora prema podacima TZO Vrsar

2.4. Destinacijski dionici u Općini Vrsar

Dionik turističke destinacije je svaka osoba ili organizacija koja ima interes, utjecaj i određenu ulogu u turističkoj destinaciji ili pak na neki način turizam u destinaciji utječe na nju.¹²⁵ Postoje različite skupine dionika koje imaju različite interese, zahtjeve i potrebe. Iznimno je važno da destinacija predstavlja cjelinu koja skladno funkcionira te u kojoj su interesi dionika maksimalno moguće uravnoteženi, usprkos njihovoj brojnosti i različitosti perspektiva. Glavne skupine dionika destinacije Vrsar i njihovi ključni interesi opisani su u nastavku.

Tablica 8. Pregled dionika i njihovih ključnih interesa

Skupina dionika	Sastav	Ključni interesi
Stanovnici i ostali lokalni korisnici destinacije	Stalno i privremeno stanovništvo Općine Vrsar te osobe u tranzitu	<ul style="list-style-type: none">• Kvaliteta života• Zdravo i održivo okružje• Sigurnost i zaštita• Kvaliteta i pristup stanovanja• Kvalitetna te dostupna infrastruktura i javne usluge• Zaštita i briga o materijalnoj te nematerijalnoj kulturnoj i prirodnoj baštini
Tijela koja upravljaju destinacijom	TZO Vrsar (DMO), Općina Vrsar	<ul style="list-style-type: none">• Ekonomsko i društveno blagostanje• Lokalni razvoj• Održivost i zaštita okoliša• Iskustvo posjetitelja

¹²⁵ "Pojam i analiza dionika u kontekstu lokalne zajednice i razvoja turizma", Đurkin Badurina, nastavni materijal u sklopu kolegija Turizam i lokalna zajednica, https://moodle.srce.hr/2022-2023/pluginfile.php/8060194/mod_resource/content/1/TEMATSKA%20JEDINICA%205%20Teorija%20me%20nad%C5%BEmenta%20dionika.pdf, (datum preuzimanja 20.6.2023.)

Gospodarski sektor – nositelji turističke ponude i ostalih usluga u destinaciji	Pružatelji usluge smještaja, ugostitelji, turističke agencije, nositelji turističkih atrakcija, pružatelji nautičkih usluga, pružatelji sportskih i rekreacijskih aktivnosti, prijevoznici, trgovine i suvenirnice, ostala poduzeća koja su na usluzi turistima (a nisu nužno direktno povezana s turizmom)	<ul style="list-style-type: none"> • Profitabilnost i dugoročna održivost poslovanja • Konkurentnost • Zadovoljstvo i lojalnost gostiju • Konkurentnost i održivost destinacije
Posjetitelji	Međunarodni i domaći turisti, međunarodni i domaći izletnici	<ul style="list-style-type: none"> • Kvaliteta usluga i proizvoda u destinaciji • Vrijednost za novac
Dionici u širem kontekstu	Udruge građana, udruge usmjerene na zaštitu prirodne i kulturne baštine, poduzeća nepovezana s turizmom	Ključni interesi ovise o svrsi i ciljevima pojedinih aktera, no u konačnici je svima u cilju dobrobit i unapređenje lokalne zajednice ili destinacije kao prostora njihovog života i rada

Izvor: djelomično preuzeto iz Milivojević i Krajinović, "Uloga dionika turističke destinacije u prevladavanju učinaka prekomjernog turizma", 104.

S aspekta turističkih dionika na razini destinacije, lokalno stanovništvo predstavlja primarnog i internog dionika.¹²⁶ Navedeno proizlazi iz činjenice da stanovnici žive unutar destinacije, odnosno zajednice u kojoj se odvija turizam. Zahvaćeni su utjecajima turizma, ali isto tako i oni sami djeluju na njega. Uloga lokalnog stanovništva u destinaciji kao i mogući utjecaji na njih su prethodno opisani u radu. Konkretni utjecaji koje percipiraju stanovnici Općine Vrsar bit će opisani u prikazu rezultata istraživanja. Stanovnicima Vrsara je prvenstveno u interesu kvaliteta života, odnosno mogućnost vođenja kvalitetnog života u zdravom i održivom okruženju. Sigurnost i zaštita te adekvatan i dostupan prostor za stanovanje njihovi su osnovni interesi. Važno im je da na raspolaganju imaju javne usluge i

¹²⁶ Ibid.

infrastrukturu koje odgovaraju njihovim potrebama. Također, u interesu im je da materijalna i nematerijalna baština (prirodna i kulturna) koja oslikava identitet zajednice bude zaštićena i održavana. Turističke aktivnosti se u destinaciji trebaju planirati i realizirati na način da ne ugrožavaju navedene interese i potrebe, nego da ih podupiru i omogućavaju njihovo zadovoljenje.

TZO Vrsar predstavlja destinacijsku menadžment organizaciju, a njena glavna zadaća je upravljanje složenim sustavom kojeg čine različiti dionici, navedeni u ovom djelu rada. DMO je zaslužna za okupljanje i koordiniranje dionika javnog, privatnog i civilnog sektora kako bi se ostvarili zajednički ciljevi destinacije.

Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji upravljanje destinacijom podrazumijeva provođenje sljedećih aktivnosti:¹²⁷

1. Stvaranje prikladnog okruženja za razvoj turizma kroz:
 - Planiranje razvoja u prostoru i infrastrukture
 - Razvoj ljudskih resursa
 - Razvoj destinacijskog proizvoda
 - Razvoj tehnologije i sustava podrške
 - Povezane industrije i nabavu
2. Marketinško privlačenje posjetitelja putem:
 - Promocije, brendiranja destinacije i stvaranja imidža
 - Kampanja za poticanje poslovanja (posebno srednjih, malih i mikro poduzetnika)
 - Nepristranog pružanja informacija
 - Olakšavanja bookinga
 - Upravljanja odnosima s gostima (CRM-Customer Relationship Management)
3. Podizanje kvalitete doživljaja posjetitelja:
 - Koordinacijom i upravljanjem kvalitetom doživljaja posjetitelja
 - Razvojem novih proizvoda
 - Razvojem i upravljanjem događajima
 - Razvojem i upravljanjem atrakcijama
 - Edukacijama i obukama
 - Poslovnim savjetovanjima

¹²⁷ UNWTO, *A practical guide to tourism destination management*, 4-6

- Strategijom, istraživanjem i razvojem

Kao tijelo koje upravlja destinacijom, TZO Vrsar mora se baviti svim navedenim točkama, no u nastavku će biti opisane one koje se ističu. Turistička zajednica u Vrsaru vrlo je usmjerena na razvoj turističkog proizvoda i to ponajviše u pogledu outdoor, biciklističke, teniske, gurmanske i kulturne ponude. Cilj navedenog je produljiti turističku sezonu putem uvođenja proizvoda namijenjenih za period pred i post sezone, povećati turističku potrošnju u destinaciji i potaknuti posjetitelje na ponovni dolazak.¹²⁸ Primjer već realiziranog novog proizvoda je vođena degustacijska tura „Okusi Vrsara“. Sudjelovanjem u turi, posjetiteljima je omogućeno upoznavanje povijesti i gastronomske baštine Vrsara uz kušanje lokalnih namirnica, jela i pića.¹²⁹ Osim opisane ture, planira se razvijanje tematskih ruta, jedne koja će promovirati skulpturnu baštinu Vrsara te druge tzv. Instagram rute, u kojoj će posjetitelji obilaziti foto punktove kako bi mogli kreirati i dijeliti sadržaj na društvenim mrežama.¹³⁰

Turistička zajednica pridaje veliku pažnju i razvoju te upravljanju događajima. Njima se ponajviše želi obogatiti turistička ponuda, produljiti turistička sezona te jačati promocija i imidž destinacije. Već opisana ponuda događaja u destinaciji, može potkrijepiti navedene tvrdnje, kao i činjenica da prema financijskom planu za 2023. godinu TZ izdvaja izdašna sredstva za financiranje ili sufinanciranje različitih vrsta događanja.¹³¹

Turistička zajednica pažnju posvećuje i promociji, brendiranju te imidžu destinacije. Prema informacijama dobivenim od direktorice TZ-a, destinacija svake godine donosi komunikacijsku strategiju za društvene mreže (Facebook, Instagram, TikTok) na kojima aktivno objavljuju različite promotivne i informativne sadržaje. Nadalje, direktorica je istaknula da se marketinške kampanje ponajviše koriste za promociju događaja u svrhu porasta osviještenosti o postojanju istih, informiranja potencijalnih posjetitelja o ponudi te poboljšanja imidža i vidljivosti cijele destinacije. Brinući o imidžu, nakon svakog događanja sastavlja se medijski plan i prate se komentari struke, medija i posjetitelja kako bi se ponuda konstantno unapređivala, a greške uklonile ili minimizirale. Također, Vrsar se nastoji brendirati kao destinacija koja svojim prirodnim i kulturnim bogatstvima inspirira posjetitelje, što može potvrditi i sam naziv brenda – Vrsar inspires.

¹²⁸ Program rada TZO Vrsar s financijskim planom za 2023. godinu, 10.-11.

¹²⁹ <https://infovrsar.com/okusi/gourmet-doživljaji/vrsar-food-tour/> (datum preuzimanja 25.8.2023.)

¹³⁰ Programa rada TZO Vrsar s financijskim planom za 2023. godinu, 12.

¹³¹ Ibid., 13.-15.

Kako bi destinacija postigla željene rezultate te uspješno odgovorila na sve dinamičnije okruženje, nužno je da ima odgovarajuću strategiju razvoja. TZO Vrsar prepoznaje njezinu važnost, budući da se tijekom 2022. godine pisala Strategija razvoja turizma općine Vrsar do 2032. godine koja predstavlja svojevrsni putokaz prema ostvarenju ciljeva.¹³²

TZO prepoznaje i važnost educiranja te zato svake godine organizira edukacije za privatne iznajmljivače i ugostitelje. Navedeno se provodi kako bi se ponuđačima usluge pružila podrška te kako bi se podigla kvaliteta turističke ponude u destinaciji.

U kontekstu upravljanja destinacijom, neizostavno je spomenuti i lokalnu samoupravu, odnosno Općinu Vrsar koja isto tako ima važnu ulogu u razvoju turizma. Glavna zadaća Općine Vrsar je osigurati prikladne uvjete za život stanovnika i razvoj održivog turizma, posebno kada je u pitanju uređenje prostora, javna turistička i ostala infrastruktura, zaštita i očuvanje okoliša te briga o prirodnim bogatstvima i kulturnoj baštini. Turistička zajednica i Općina surađuju u određenim aktivnostima. Primjerice, u dogovoru oko korištenja sredstava prikupljenih turističkom pristojbom koja će se ulagati za poboljšanje uvjeta u destinaciji, praćenju turističkog prometa, izradi strateških planova za razvoj turizma i ostalim aspektima koji se vezuju uz turistički razvoj.¹³³

Ključni interesi TZ-a i Općine Vrsar pri planiranju i provođenju svih turističkih aktivnosti trebaju biti poticanje i osiguravanje ekonomskog i društvenog blagostanja, odnosno poticanje lokalnog razvoja i povećanje koristi za lokalnu zajednicu, generiranje prihoda od turizma, zapošljavanje, poticanje lokalnog gospodarstva, unapređenje kvalitete života stanovnika, poticanje socijalne uključenosti i postizanje balansa između interesa domicila, nositelja ponude i turista. Njihov interes trebao bi biti usmjeren i na osiguranje dugoročne očuvanosti destinacije i ukupnog okruženja, što podrazumijeva upravljanje prirodnim resursima, zaštitu okoliša, promicanje održivih praksi te smanjenje negativnih utjecaja turizma. Osim navedenog, TZ i Općina neprestano teže poboljšanju iskustva posjetitelja kroz razvoj i unapređenje turističke infrastrukture i sadržaja.

Nositelji ponude u destinaciji su prvenstveno poduzeća ili osobe koje pružaju uslugu smještaja. Promatra li se ova skupina dionika, najveći utjecaj u destinaciji ima poduzeće Maistra, budući da raspolaže najvećim dijelom smještajnih objekata i njihovim popratnim sadržajima poput ugostiteljskih objekata, sportskih centara, plaža i slično. U vlasništvu

¹³² Ibid., 10.

¹³³ Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, čl. 26, st. 2.

Maistre su jedan hotel, dva objekta s apartmanima, tri turistička naselja, te tri kampa. Spomenuto poduzeće ukupno raspolaže s 14.394 ležaja od ukupnih 18.071 postojećih u destinaciji.¹³⁴ Maistra u suradnji s TZO i ostalim dionicima, aktivno sudjeluje i u organizaciji te promociji događanja koja obogaćuju turističke sadržaje. Osim Maistre, može se spomenuti Valamar, najveća turistička kompanija u Hrvatskoj, koja u Vrsaru posjeduje jedan kamp te Visura d.o.o. i Spiza d.o.o. koje u vlasništvu imaju po jedan hotel.¹³⁵ U skupinu dionika pružatelja usluge smještaja svrstavaju se i privatni iznajmljivači, koji također čine značajan dio strukture smještajnih objekata. Ostali dionici koji pružaju usluge u destinaciji su ugostitelji (restorani, konobe, barovi, slastičarne...), turističke agencije, nositelji turističkih atrakcija, pružatelji nautičkih usluga, pružatelji sportskih i rekreacijskih aktivnosti, prijevoznici, trgovine i suvenirnice te ostali dionici koji pružaju usluge turistima, a nisu direktno povezani s turizmom. Ključni interes navedenih dionika je u konačnici ostvarivanje profita, što osigurava potrebna sredstva za investiranje u razvoj i poboljšanje kvalitete usluga te ekonomsku isplativost poslovanja, odnosno povrat na uloženi kapital. Gospodarski subjekti teže dugoročnoj održivosti poslovanja. Dakle, žele postići i održavati konkurentnost i kontinuirano uspješno poslovati. Važno im je da njihove usluge rezultiraju zadovoljstvom gostiju, jer zadovoljni gosti postaju lojalni gosti, što znači da će ponovno htjeti kupovati njihove usluge. Svi pružatelji usluga u destinaciji imaju u interesu da destinacija bude konkurentna jer to znači da je prepoznata na tržištu i da privlači veći broj turista, što uzrokuje povećani promet i prihode za nositelje ponude. Također, u interesu im je da destinacija bude održiva i da osigurava dugoročnu stabilnost poslovanja, smanjujući negativne utjecaje na okruženje i lokalnu zajednicu.

Destinacija svoj imidž gradi na temelju ukupnog dojma te na tržištu nudi svoju objedinjenu ponudu, odnosno destinacijski proizvod, koji je satkan od mnogo proizvoda i usluga različitih pružatelja. Iz toga proizlazi važnost suradnje nositelja turističke ponude, usprkos činjenici da su pojedini akteri unutar destinacije u suštini konkurenti. Prije svega, potrebna je međusobna podrška, nadopunjavanje i usklađenost, kako bi se postizali zajednički ciljevi koji rezultiraju uspjehom destinacije. U Vrsaru djeluju Udruga iznajmljivača privatnog smještaja te Udruga ugostitelja koje su osnovane kako bi zaštitile interese svojih članova, pružile podršku u rješavanju zajedničkih problema, omogućile

¹³⁴ Podaci TZO Vrsar

¹³⁵ Ibid.

„glasnije“ izražavanje stavova i potreba članova te omogućile razmjenu informacija i educiranje.¹³⁶

Posjetitelji, odnosno međunarodni i domaći turisti i izletnici, također se smatraju dionicima u destinaciji. Njihovi glavni interes je stjecanje pozitivnog iskustva u destinaciji koje je stvoreno kroz konzumiranje usluga i proizvoda određene razine kvalitete. Kako bi se navedeno postiglo, njihova očekivanja trebaju biti ispunjena ili nadmašena te njihove potrebe, zahtjevi i želje, zadovoljene. Osim toga, novac koji su potrošili na boravak u destinaciji i tamošnje turističke proizvode i usluge, mora odgovarati dobivenoj percipiranoj vrijednosti tih proizvoda i usluga.

U Vrsaru djeluje nekoliko udruga i društva kojima u cilju dugoročna dobrobit i unapređenje lokalne zajednice i Općine Vrsar te promicanje i zaštita interesa članova, ali i svih stanovnika. Kulturno edukacijsko društvo Orsata bavi se promicanjem i očuvanjem kulturne baštine i tradicionalnih običaja kraja, poticanjem interesa za kreativno provođenje dokolice. Provođe različite edukativne sadržaje te sadržaje nadahnute kulturom i umjetnošću. Društvo naša djeca Vrsar djeluje s ciljem osmišljavanja aktivnosti za djecu, što obuhvaća organizaciju raznih priredba i susreta. Udruga mladih Galineri osnovana je kako bi se mlade poticalo na volonterski rad i aktivno uključivanje u zajednici. Njihove aktivnosti su organiziranje različitih radionica i javnih tribina te sudjelovanje u eko akcijama. Lovačko društvo Lim zaduženo je za održavanje lovišta, staza i šumskih puteva na području Općine, za gospodarenje lovištem, zaštitu prirode i izobrazbu lovaca. Uzgoj maslina je utkan u tradiciju Istre, stoga je udruga maslinara Buga važna za destinaciju, budući da se bavi promicanjem kulture maslinarstva, ekološke proizvodnje, osiguravanjem uvjeta za adekvatnu preradu i prodaju maslinovog ulja. Ženski pjevački zbor Mendule djeluje već dugi niz godina, a njihov je cilj promicati istarsku i primorsku tradicionalnu glazbu te svojim nastupima obogatiti razne kulturne i turističke manifestacije u Vrsaru i okolici.¹³⁷ Sve nabrojene udruge i uz to još poduzeća koja nisu povezana s turizmom, smatraju se dionicima u širem kontekstu jer djeluju u destinaciji. Samim time, sve turističke aktivnosti i odluke povezane s turizmom utječu na njih, ali i oni na određeni način utječu na odvijanje turizma i destinacijski proizvod.

¹³⁶ <https://www.poslovna.hr/lite/uuv/1430205/subjekti.aspx>, <https://www.poslovna.hr/lite/udruga-iznajmljivaca-privatnog-smjestaja-opcine-vrsar/1429627/subjekti.aspx>, (datum preuzimanja 25.4.2023.)

¹³⁷ <https://www.vrsar.hr/za-gradane/udruge/> (datum preuzimanja 25.4.2023.)

3. Metodologija i rezultati empirijskog istraživanja

Turizam u Vrsaru zauzima vrlo važno mjesto i rezultira brojnim utjecajima na živote njegovih stanovnika, koji s njihove strane gledišta, mogu biti pozitivno ili negativno percipirani. Stavove domicila i način na koji oni doživljavaju turizam i njegove učinke, izuzetno je važno uzeti u obzir ukoliko se teži održivom i odgovornom turizmu, koji u suvremenom svijetu predstavlja jedini ispravni put razvoja. Glavni cilj ovog empirijskog istraživanja bio je ispitati percepciju lokalne zajednice Vrsara o ekološko-prostornim, socio-kulturnim i ekonomskim utjecajima turizma na njihove živote. Uz navedeno, cilj je bio ispitati i uključenost lokalnog stanovništva u planiranje i odvijanje turizma, njihove određene opće stavove o istome te o zadovoljstvu kvalitetom života u Općini. Postavljeno je sljedeće istraživačko pitanje: Kako lokalno stanovništvo Općine Vrsar percipira učinke turizma na njihove živote?

Istraživanje se provodilo tijekom travnja, svibnja i lipnja 2023. godine. Radi se o anketnom istraživanju u sklopu kojeg se koristio online anketni upitnik izrađen pomoću Google Forms obrasca te isti takav upitnik, u papirnatom obliku. Upitnik je bio podijeljen punoljetnom stanovništvu Općine Vrsar, različitog spola, dobi, radnog statusa, stupnja obrazovanja i načina povezanosti, odnosno nepovezanosti s turizmom. Istraživanje je provedeno na uzorku od 115 stanovnika te je prikupljeno 115 važećih upitnika.

Anketni upitnik je podijeljen na pet dijelova i obuhvaća 35 pitanja, odnosno tvrdnji. Prvi dio upitnika odnosi se na socio-demografski profil ispitanika gdje je postavljeno 5 pitanja. Zatim slijede dijelovi koji se odnose na percepciju ekološko-prostornih, socio-kulturnih i ekonomskih utjecaja turizma. Svaki navedeni dio posvećen utjecajima, podijeljen je na dva manja dijela – pozitivne i negativne utjecaje, od kojih svaki obuhvaća četiri tvrdnje. Tvrdnje vezane za utjecaje turizma su uglavnom preuzete iz znanstvenog članka "Meet "sceptics", "neutrals" and "believers": an alternative approach to analysing residents' attitudes towards tourism in urban destinations", autora Jelene Đurkin Badurina, Daniele Soldić Frleta te Larryja Dwyera, koji je objavljen u znanstvenom časopisu "Theoretical & Empirical Researches in Urban Management". U zadnjem dijelu upitnika nalazi se 6 tvrdnji / pitanja, koje se vezuju uz uključenost lokalnog stanovništva u planiranje i odvijanje turizma te opće stavove o turizmu i kvaliteti života u destinaciji. Spomenute tvrdnje su pretežito preuzete iz

znanstvenog članka "Tourism dependency and perceived local tourism governance: Perspective of residents of highly-visited and less-visited tourist destinations", autorica Jelene Đurkin Badurina i Daniele Soldić Frleta, objavljenog u sklopu znanstvenog časopisa "Societes" te iz znanstvenog članka "Well-being and residents' tourism support-mature island destination perspective", autora Daniele Soldić Frleta, Jelene Đurkin Badurina i Larryja Dwyera, koji je objavljen u znanstvenom časopisu "Zagreb International Review of Economic & Business". Osim preuzetih tvrdnji iz navedenih izvora, u upitniku se mogu pronaći i tvrdnje koje je oblikovala autorica rada, na temelju donešenih zaključaka iz teoretskog dijela rada. Sva su pitanja zatvorenog tipa, što znači da je bilo potrebno zaokružiti jedan od nekoliko ponuđenih odgovora. Ispitanici su za tvrdnje o utjecajima turizma na njihove živote te o informiranosti, uključenosti i općim stavovima o turizmu i kvaliteti života iskazivali stupanj slaganja s istima na Likertovoj ljestvici slaganja od 5 stupnjeva. Dakle, 1 je označavao - u potpunosti se ne slažem, 2 - uglavnom se ne slažem, 3 - niti se slažem niti se ne slažem, 4 - uglavnom se slažem, 5 - u potpunosti se slažem. U nastavku će se analizirati dobiveni rezultati ankete. Za svaku tvrdnju izračunata je srednja ocjena koja predstavlja aritmetičku sredinu ocjena koje su dodijelili ispitanici svojim odgovorima na Likertovoj ljestvici od 1 do 5. Takvim pristupom se subjektivna mišljenja pretvaraju u kvantitativne podatke, što olakšava analizu podataka i omogućuje njihovu usporedbu. Dolazi se do prosječnog mišljenja svih ispitanika o svakoj pojedinoj tvrdnji.

3.1. Socio-demografski profil ispitanika

Uzorak od ukupno 115 ispitanika čini 60% žena te 40% muškaraca. Dobna struktura je sljedeća: 24,3% ispitanika ulazi u dobnu skupinu 18-25 godina, njih 18,3% u skupinu 26-35 godina, osobe 36-45 godina čine 16,5% uzorka, 21,7% se odnosi na one 45-55 godina, 9,6% na stanovnike u skupini 56-65 godina, a 9,6% ispitanika ima 66 ili više godina. U uzorku se pronašlo 2,6% učenika, 17,4% studenata, 1,7% nezaposlenih, 18,3% samozaposlenih, 34,8% zaposlenih u privatnom sektoru, 11,3% zaposlenih u javnom sektoru te 13,9% umirovljenika. Od ispitanika su se zatim tražile informacije o najvišem postignutom stupnju obrazovanja.

Njih 4,3% ima završenu osnovnu školu, 40% srednju školu, 31,3% uzorka čine prvostupnici ili osobe sa završenom višom školom te 24,3% magistri ili doktori znanosti. Posljednje pitanje u aspektu socio-demografskih karakteristika odnosilo se na povezanost osobe s turizmom. Rezultati su pokazali sljedeće: 22,6% ispitanika stalno je zaposleno u turizmu, 24,3% je zaposleno sezonski, za 34,8% ispitanika turizam predstavlja dodatan izvor prihoda (privatni iznajmljivači i sl.), 16,5% nema povezanost s turizmom. Ovaj odgovor imao je mogućnost davanja vlastitog odgovora (koji nije ponuđen) pa je tako jedan ispitanik iskazao da je ribar, a jedan da je stalno zaposlen u uslužnoj djelatnosti.

3.2. Percepcija ekoloških i prostornih utjecaja turizma

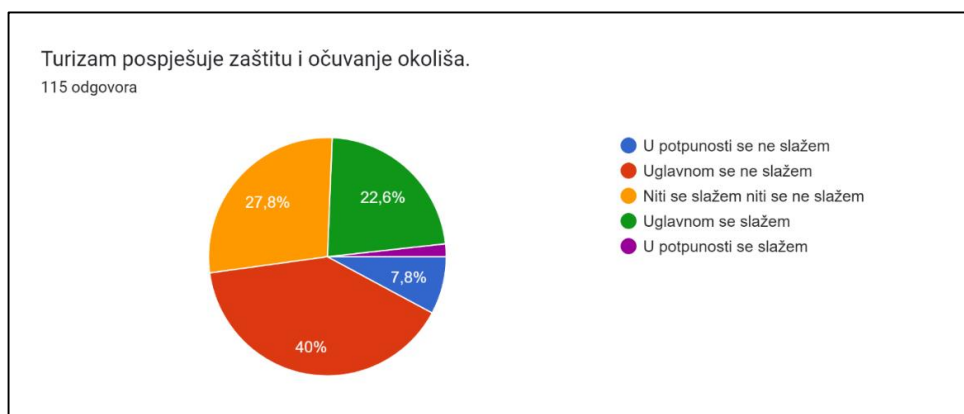
U sljedećoj tablici prikazane su izračunate prosječne ocjene stupnja slaganja sa svakom pojedinom tvrdnjom povezanom s pozitivnim ili negativnim ekološkim te prostornim utjecajima turizma.

Tablica 9. Pregled tvrdnji o ekološkim i prostornim utjecajima turizma

Pozitivni ekološki i prostorni utjecaji	Srednja ocjena
Turizam pospješuje zaštitu i očuvanje okoliša.	2,70
Infrastruktura u destinaciji (prometna, komunalna) se unapređuje zbog razvoja turizma.	3,52
Razvoj turizma u destinaciji dovodi do boljeg prostornog planiranja.	3,03
Turizam potiče očuvanje kulturno-povijesnih spomenika, zgrada te ostalih arheoloških i povijesnih lokaliteta u destinaciji.	3,85
Negativni ekološki i prostorni utjecaji	
Turizam uzrokuje buku i prenatrpanost u destinaciji.	3,57
Turizam je razlog zagađenja okoliša.	2,91
Zbog turizma se u destinaciji previše iscrpljuju prirodni resursi.	3,50
Zbog turizma dolazi do uništenja kulturno-povijesnih spomenika, zgrada te ostalih arheoloških i povijesnih lokaliteta u destinaciji.	2,23

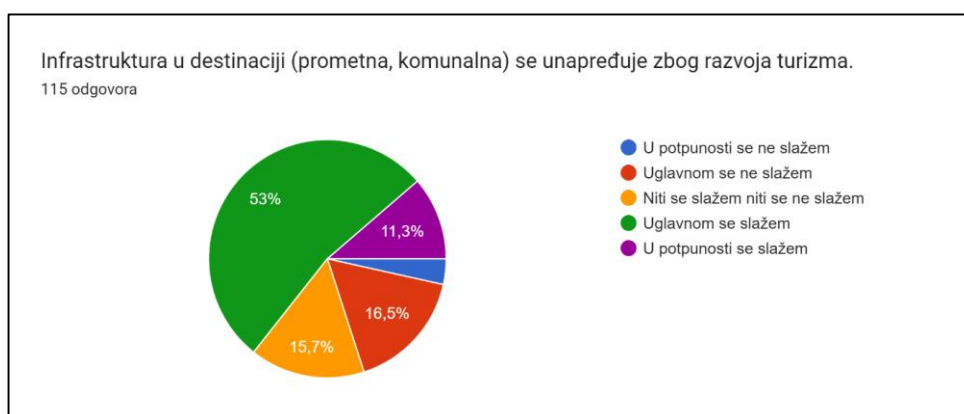
Izvor: izrada autora

Prva tvrdnja glasi „Turizam pospješuje zaštitu i očuvanje okoliša“. Na grafu se može vidjeti da je najviše ispitanika, odnosno njih 40% iskazalo da se uglavnom ne slaže s tvrdnjom, a njih 7,8% da se u potpunosti ne slaže. Njih 27,8% nije izrazilo niti slaganje, niti neslaganje. S druge strane, 22,6% uglavnom se slaže s navedenim, što nije zanemariv postotak. Samo 1,7% ispitanika izrazilo je potpuno slaganje. Izračunata prosječna ocjena je niska (2,70) pa se na temelju svega navedenog može zaključiti da ispitano stanovništvo Općine Vrsar ipak generalno ne percipira pozitivni utjecaj turizma u pogledu zaštite i očuvanja okoliša.



Grafikon 7. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Google Forms

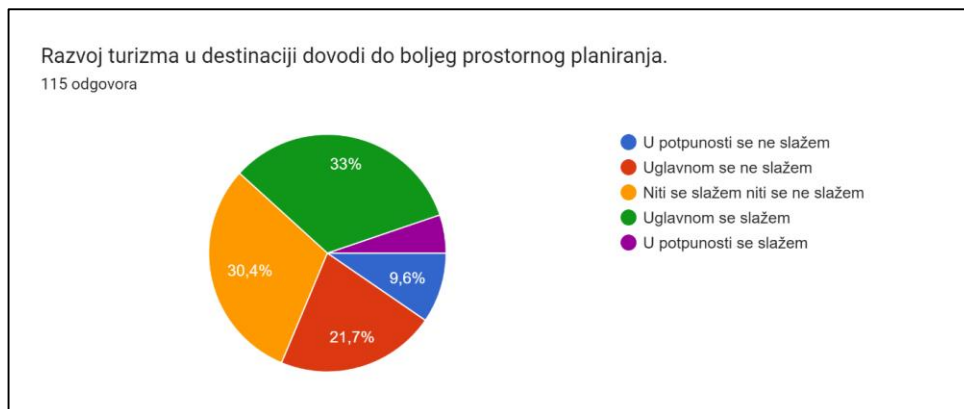
Sljedeća tvrdnja odnosila se na unapređenje infrastrukture u destinaciji (prometne, komunalne) zbog razvoja turizma. Na ovom grafu se može vidjeti mnogo pozitivnija percepcija ispitanika o tvrdnji. Više od pola ispitanika (53%) izrazilo je da se uglavnom slaže s tvrdnjom te njih 11,3% da se u potpunosti slaže. Njih 16,5% se uglavnom ne slaže s navedenim, a 15,7% se niti slaže, niti ne slaže. U potpunosti se ne slaže samo 3,5% ispitanika. Srednja ocjena za ovu tvrdnju je 3,52. Opisani rezultati ukazuju na činjenicu da ispitanici domicil uviđaju ovaj pozitivan utjecaj turizma koji je povezan s infrastrukturom u destinaciji, iako ne u potpunosti.



Grafikon 8. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Google Forms

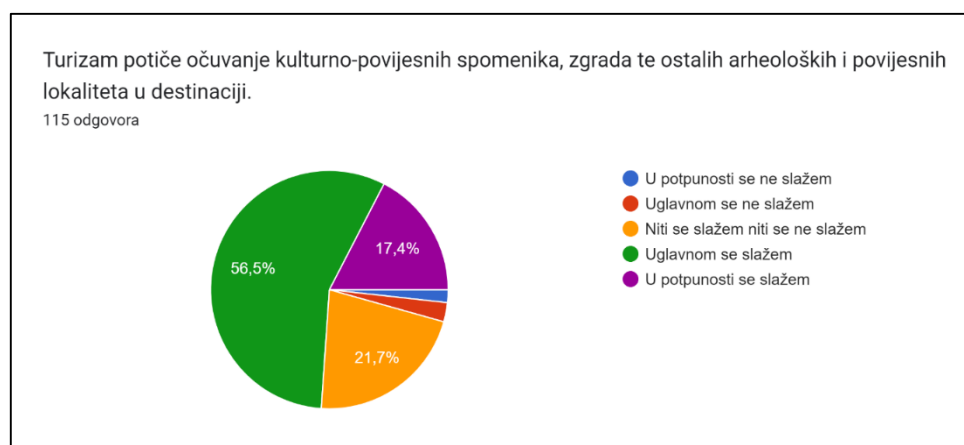
Kod tvrdnje „Razvoj turizma u destinaciji dovodi do boljeg prostornog planiranja“ je najviše ispitanika iskazalo da se uglavnom slaže s njome (33%), a njih 5,2% da se u potpunosti slaže. No, 30,4% ispitanika je izrazilo neutralni stav, odnosno niti slaganje, niti

neslaganje, 21,7% uglavnom neslaganje te 9,6% u potpunosti neslaganje. Mišljenja su kod ove tvrdnje podijeljena, što potvrđuje i srednja ocjena koja oslikava neutralni stav 3,03.



Grafikon 9. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Google Forms

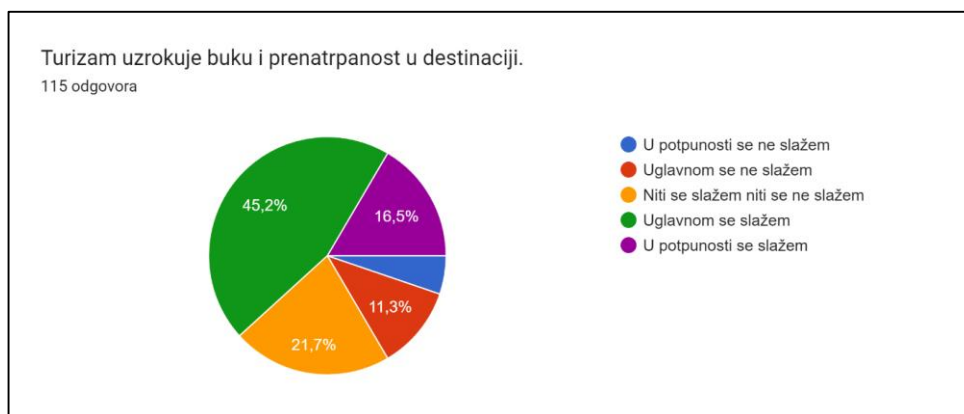
Sljedeća tvrdnja glasi „Turizam potiče očuvanje kulturno-povijesnih spomenika, zgrada te ostalih arheoloških i povijesnih lokaliteta u destinaciji. Čak 56,5% ispitanika se uglavnom složilo sa navedenom tvrdnjom, a 17,4% u potpunosti. „Niti se slažem niti se ne slažem“, reklo je 21,7% ispitanika, dok u potpunosti slaganje i neslaganje nemaju značajne udjele (1,7% i 2,6%). Srednja ocjena za ovu tvrdnju iznosi 3,85. Rezultati upućuju na uglavnom pozitivnu percepciju u opisanom kontekstu.



Grafikon 10. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Google Forms

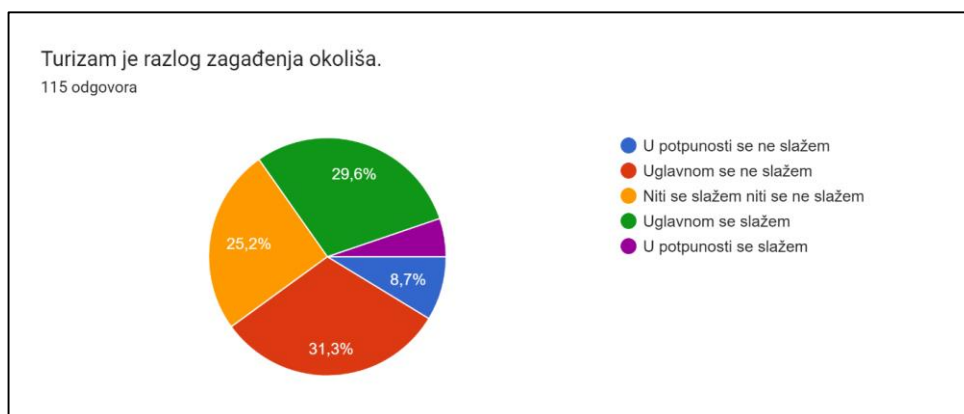
Nakon pozitivnih ekoloških i prostornih utjecaja turizma, uslijedile su tvrdnje o negativnim utjecajima. Prva u toj podskupini glasi „Turizam uzrokuje buku i prenatrpanost

u destinaciji“. S njome se uglavnom slaže 45,2% ispitanika, a u potpunosti se slaže njih 16,5%. Neutralni stav iskazalo je 21,7% ljudi. S navedenim se uglavnom ne slaže 11,3%, dok se u potpunosti ne slaže njih 5,2%. Srednja ocjena iznosi 3,57. Na temelju svega opisanog može se doći do zaključka da stanovnici u Vrsaru u određenoj mjeri percipiraju buku i prenatrpanost kao negativni utjecaj turizma, no ipak, ne u potpunosti.



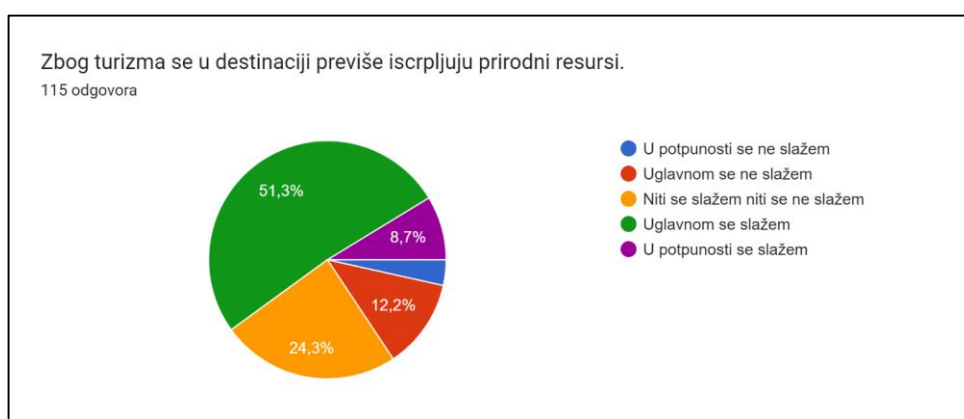
Grafikon 11. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Google Forms

Da je turizam razlog zagađenja okoliša uglavnom smatra 29,6% ispitanika, a njih 5,2% se u potpunosti slaže s navedenim. S druge strane, najviše ispitanika se uglavnom ne slaže s navedenim (31,3%), a u potpunosti se ne slaže njih 8,7%. Nadalje, 25,2% ispitanika neodlučno je po tom pitanju, odnosno niti se slaže niti ne slaže. Srednja ocjena je 2,91, što znači da ispitanici ipak malo više teže neslaganju s navedenim, što je pozitivno, budući da se radi o tvrdnji koja ukazuje na negativni učinak turizma.



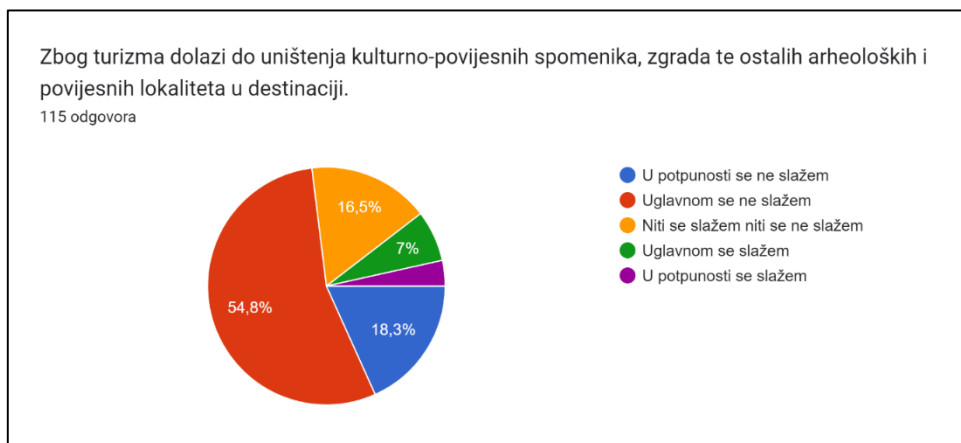
Grafikon 12. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Google Forms

Više od pola ispitanih stanovnika (51,3%) se uglavnom složilo s time da se u destinaciji previše iscrpljuju prirodni resursi zbog turizma. Njih 8,7% se u potpunosti slaže s navedenim. Kao što je već navedeno u radu, Istra je u posljednjim godinama imala problema s pretjeranom potrošnjom vode u sezoni, što je u nekim trenucima rezultiralo nestašicom vode i određenim sankcijama. Opisano je zasigurno imalo utjecaja na stupanj slaganja s tvrdnjom. Indiferentni stav iskazalo je 24,3% stanovnika. Njih 12,2% se uglavnom ne slaže s navedenim, a u potpunosti se ne slaže tek 3,5%. Prosječna ocjena iznosi 3,5, što upućuje na to da stanovnici uviđaju navedeni problem, ali ne u prevelikoj mjeri.



Grafikon 13. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Google Forms

Posljednja tvrdnja u skupini ekoloških i prostornih učinaka turizma je: „Zbog turizma dolazi do uništenja kulturno-povijesnih spomenika, zgrada te ostalih arheoloških i povijesnih lokaliteta u destinaciji. Najveći postotak ispitanika (54,8%) se uglavnom ne slaže s tvrdnjom te 18,3% ispitanika se u potpunosti ne slaže. Neutralan odgovor pružilo je 16,5% ispitanih. S tvrdnjom se uglavnom slaže tek 7% stanovnika, a u potpunosti njih 3,5%. Prosječna ocjena za ovo pitanje iznosi 2,23. Ukupno gledajući, rezultati pokazuju da većina ispitanika ne vjeruje da turizam dovodi do uništenja kulturno-povijesnih spomenika i lokaliteta u destinaciji.



Grafikon 14. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Google Forms

3.3. Percepcija socio-kulturnih utjecaja turizma

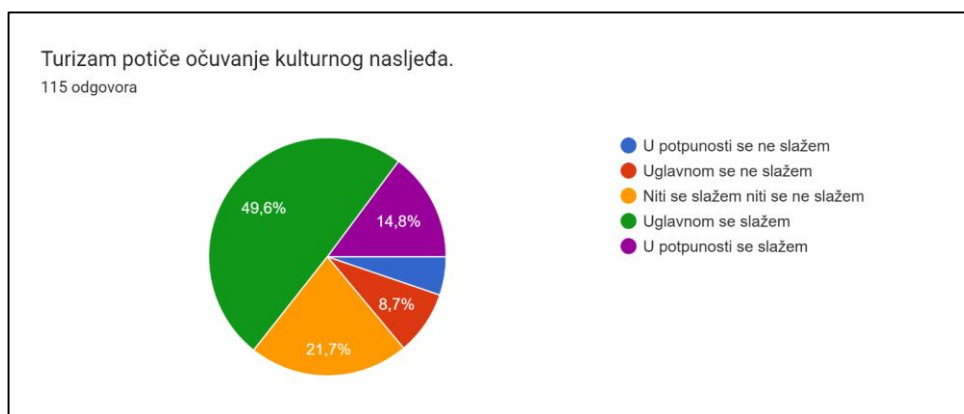
U nastavku su analizirani odgovori četiriju tvrdnji koje se vezuju uz pozitivne socio-kulturne utjecaje turizma te četiriju tvrdnji koje oslikavaju negativne učinke.

Tablica 10. Pregled tvrdnji socio-kulturnim utjecajima turizma

Pozitivni socio-kulturni utjecaji turizma	Srednja ocjena
Turizam potiče očuvanje kulturnog nasljeđa.	3,60
Zahvaljujući razvoju turizma, lokalno stanovništvo ima na raspolaganju više različitih sadržaja i prilika (kulturnih događaja, sadržaja i aktivnosti za razonodu i rekreaciju).	4,19
Turizam poboljšava kvalitetu javnih usluga (vatrogasci, policija, javno zdravstvo, socijalna skrb i sl.) u destinaciji.	3,19
Turizam poboljšava kvalitetu života lokalnog stanovništva.	3,84
Negativni socio-kulturni utjecaji turizma	Srednja ocjena
Razvoj turizma dovodi do gubitka kulturnog identiteta.	2,41
Turizam vodi do povećavanja društvenih problema u destinaciji (droga, alkohol, vandalizam, kriminal).	2,81
Lokalno stanovništvo se sve više isključuje iz turističkih aktivnosti (npr. koncesije za plaže, prijevoz i sl.).	3,00
Zbog turizma dolazi do pretjerane komercijalizacije tradicionalnih vrijednosti, kulture i kulturno-povijesne baštine.	2,98

Izvor: izrada autora

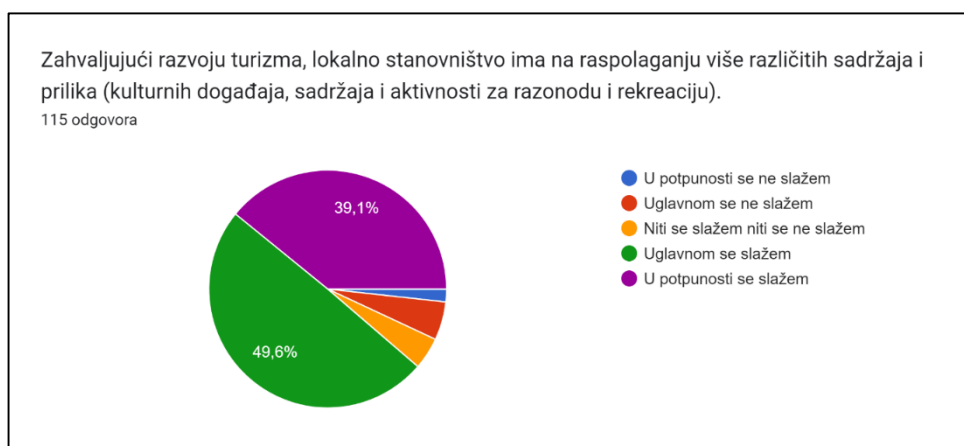
S izjavom „Turizam potiče očuvanje kulturnog nasljeđa“ se najviše ispitanih uglavnom složilo (49,6%), a uz to se njih 14,8% u potpunosti složilo. Niti slaganje, a niti neslaganje je izrazilo 21,7% ljudi, njih 8,7% uglavnom neslaganje te 5,2% u potpunosti neslaganje. Aritmetička sredina stupnja slaganja za ovo pitanje iznosi 3,6. Dakle, većina ispitanika ankete ima pozitivno mišljenje o utjecaju turizma na očuvanje kulturnog nasljeđa, no nisu zanemarivi ni oni neodlučni ili negativni stavovi.



Grafikon 15. Rezultati anketnog upitnika

Izvor: Google Forms

Najviše ispitanih lokalnih stanovnika (49,6%) se uglavnom slaže, a čak njih 39,1% u potpunosti, s time da imaju na raspolaganju više različitih sadržaja i prilika poput kulturnih događaja i ostalih aktivnosti za razonodu i rekreaciju posredstvom razvoja turizma. Preostali rezultati su sljedeći: 4,3% ispitanika ima neutralan stav, 5,2% se uglavnom ne slaže te samo 1,7% se u potpunosti ne slaže s navedenim. Takva struktura odgovora i srednja ocjena 4,19 znače snažnu pozitivnu percepciju o tome kako turizam donosi koristi stanovništvu kroz pružanje raznih sadržaja, prilika i aktivnosti.

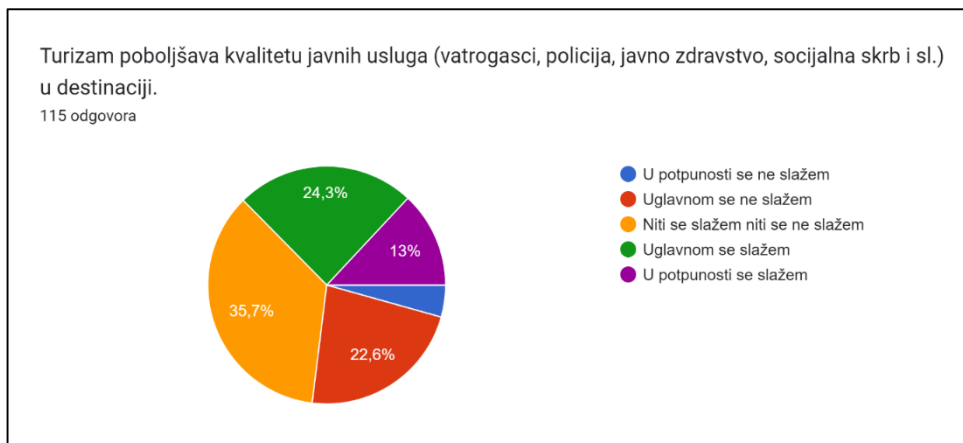


Grafikon 16. Rezultati anketnog upitnika

Izvor: Google Forms

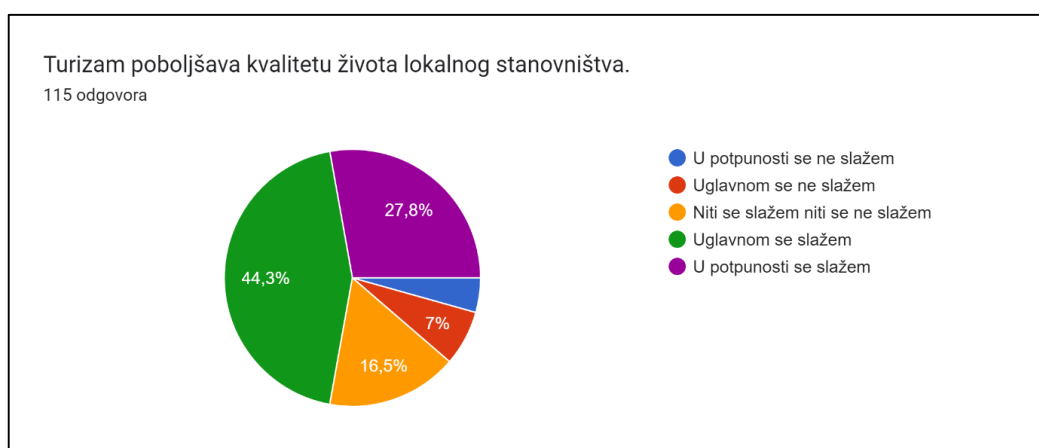
Kod tvrdnje „Turizam poboljšava kvalitetu javnih usluga (vatrogasci, policija, zdravstvo, socijalna skrb i sl.) u destinaciji“ najviše je osoba izrazilo indiferentnost (35,7%). Onih koji se uglavnom slažu s time (24,3%) je tek nešto malo više od onih se uglavnom ne slažu (22,6%). No, u potpunosti se slaže 13% ispitanika, dok se u potpunosti ne slaže tek njih

4,3%. Srednja ocjena 3,19 ukazuje na blagi pozitivan do neutralan stav ispitanika o povezanosti kvalitete javnih usluga u destinaciji i turizma.



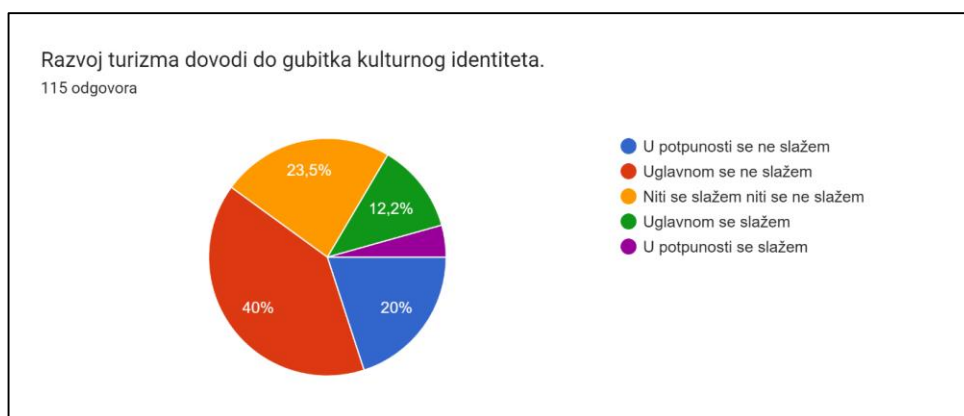
Grafikon 17. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Google Forms

Kod tvrdnje „Turizam poboljšava kvalitetu života lokalnog stanovništva“ najveći udio ispitanika čine oni koji se uglavnom slažu s time (44,3%), a značajan je udio i onih se u potpunosti slažu (27,8%). Zatim, 16,5% stanovnika se niti slaže niti ne slaže, 7% se uglavnom ne slaže, dok se tek 4,3% u potpunosti ne slaže. Prosječna ocjena je u ovom slučaju 3,84. Takvi rezultati u suštini upućuju na pozitivnu percepciju ispitanika o utjecaju turizma na kvalitetu života.



Grafikon 18. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: izrada autora

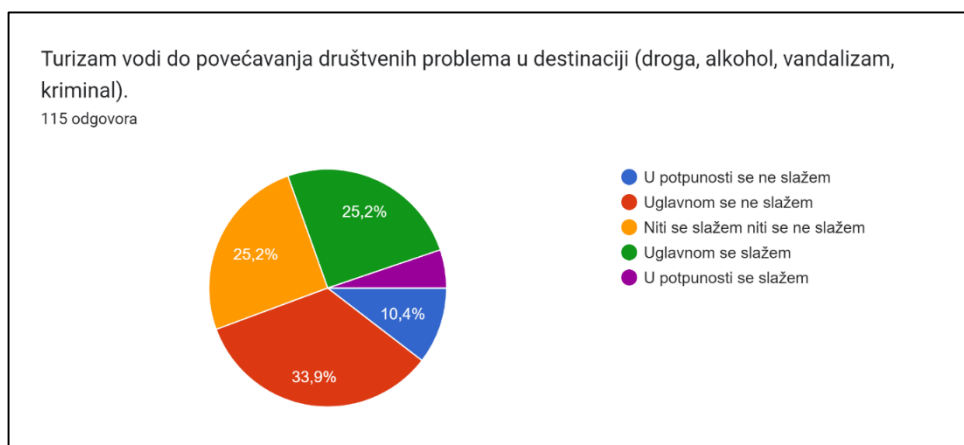
Nakon pozitivnih socio-kulturnih utjecaja, slijede oni negativni. Većina se ispitanika (40%) uglavnom ne slaže da razvoj turizma dovodi do gubitka kulturnog identiteta, a uz to se njih 20% u potpunosti ne slaže. Njih 23,5% iskazalo je neutralno mišljenje. Sa spomenutim se uglavnom slaže 12,2% ispitanih stanovnika, a u potpunosti 4,3%. Srednja ocjena je 2,41. Sudeći po rezultatima, može se doći do spoznaje da stanovnici pretežito ne percipiraju navedeni negativni učinak turizma kao postojeći problem u Općini Vrsar.



Grafikon 19. Rezultati anketnog upitnika

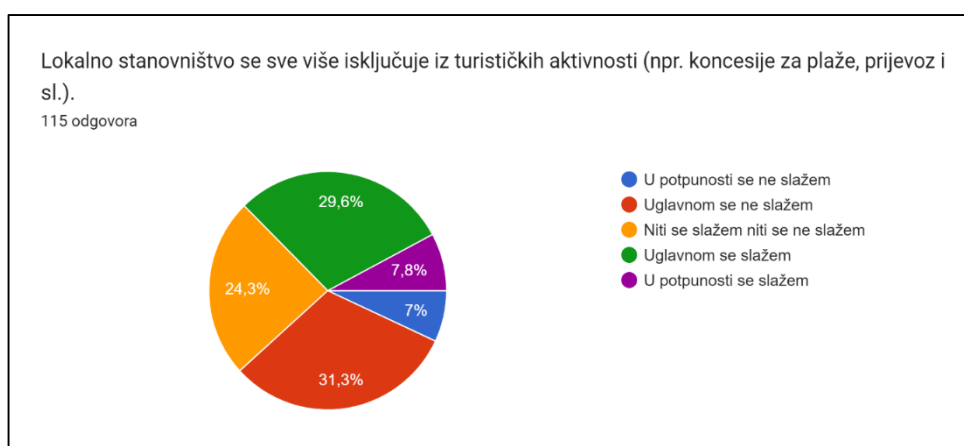
Izvor: Google Forms

Zatim se ispitao stupanj slaganja s tvrdnjom „Turizam vodi do povećanja društvenih problema u destinaciji (droga, alkohol, vandalizam, kriminal)“. Najviše se ljudi uglavnom nije složilo s time (33,9%). Pritom se njih 10,4% u potpunosti nije složilo. Neutralni i oni koji se uglavnom slažu su jednako zastupljeni (25,2%). U potpunosti se s slaže 5,2% ispitanika. Srednja ocjena za ovu izjavu je 2,81. Opisano naznačuje da većina ispitanika nije sklona vjerovati u povezanost turizma s povećanjem društvenih problema, no svejedno postoji nezanemariv broj onih sa suprotnim ili indiferentnim stajalištima.



Grafikon 20. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Google Forms

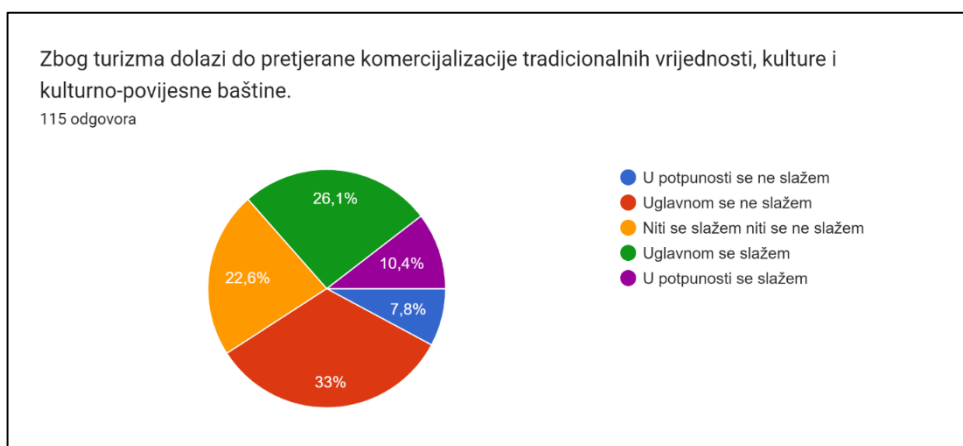
Mišljenja su dosta podijeljena kad je u pitanju sve učestalije isključivanje lokalnog stanovništva iz turističkih aktivnosti (koncesije za plaže, prijevoz i sl.) Najviše se ispitanih osoba uglavnom ne slaže s time, dok ih se 7% u potpunosti ne slaže. Njih 24,3% se niti slaže niti ne slaže, 29,6% se uglavnom slaže te se 7,8% u potpunosti slaže. Takvi raznoliki stavovi rezultirali su srednjom ocjenom 3,00, koja iskazuje opći umjereni stav prema isključivanju stanovnika iz turističkih aktivnosti.



Grafikon 21. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Google Forms

Sljedeća tvrdnja vezuje se uz pretjeranu komercijalizaciju tradicionalnih vrijednosti, kulture i kulturno-povijesne baštine zbog turizma, kod koje također postoji raznolikost stavova. Najveći je udio onih koji se s tvrdnjom uglavnom ne slažu (33%) te se još njih 7,8% u potpunosti ne slaže. Neodređeni stav prema tome ima 22,6% ispitanika. Čak njih 26,1% se

uglavnom slaže te još 10,4% u potpunosti slaže s izjavom. Prosječna ocjena tvrdnje je 2,98 što naznačuje umjereni ukupni stav ispitanika, koji ipak blago naginje prema neuviđanju pretjerane komercijalizacije kulturnih i tradicionalnih vrijednosti i baštine uzrokovane turizmom.



Grafikon 22. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Google Forms

3.4. Percepcija ekonomskih utjecaja turizma

Posljednja skupina učinaka turizma koja se razmatrala u ovom istraživanju su pozitivni i negativni ekonomski učinci, koji će se analizirati u nastavku.

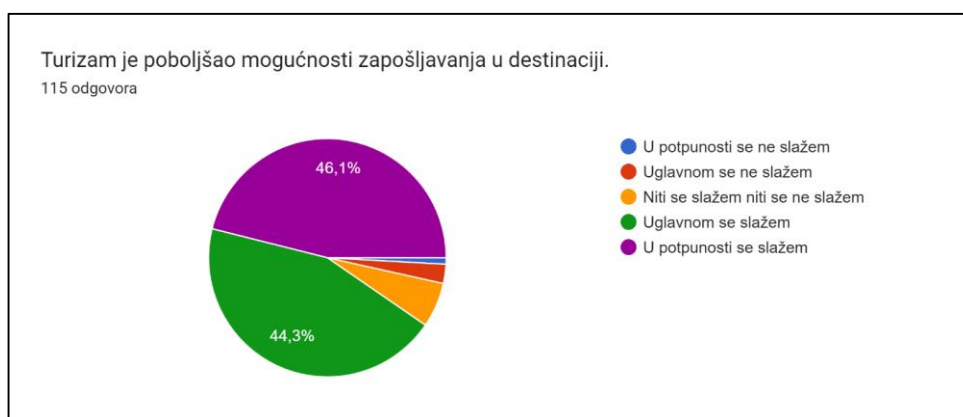
Tablica 11. Pregled tvrdnji o ekonomskim utjecajima turizma

Pozitivni ekonomski utjecaji turizma	Srednja ocjena
Turizam je poboljšao mogućnosti zapošljavanja u destinaciji.	4,32
Turizam je rezultirao većim ulaganjima u destinaciju.	4,20
Životni standard lokalnog stanovništva u destinaciji se povećao zbog turizma.	4,16
Turizam potiče malo i srednje poduzetništvo.	4,10
Negativni ekonomski utjecaji turizma	Srednja ocjena
Cijene proizvoda i usluga u destinaciji su povišene zbog turizma.	4,45
Kupnja nekretnina u destinaciji postaje nedostižna lokalnom stanovništvu zbog velikih cijena uzrokovanih turizmom.	4,66
U destinaciji je prisutan preveliki naglasak na turizmu, što ide na štetu drugim djelatnostima.	3,75
Poslove u turističkom sektoru karakteriziraju loši radni uvjeti.	3,41

Izvor: izrada autora

Najviše ispitanika se u potpunosti slaže da je turizam poboljšao mogućnosti zapošljavanja u destinaciji, točnije čak njih 46,1%, dok se njih 44,3 % uglavnom slaže s navedenom tvrdnjom. Neutralnu percepciju ima 6,1% stanovnika, uglavnom se ne slaže tek 2,6% i u potpunosti samo 0,9%.

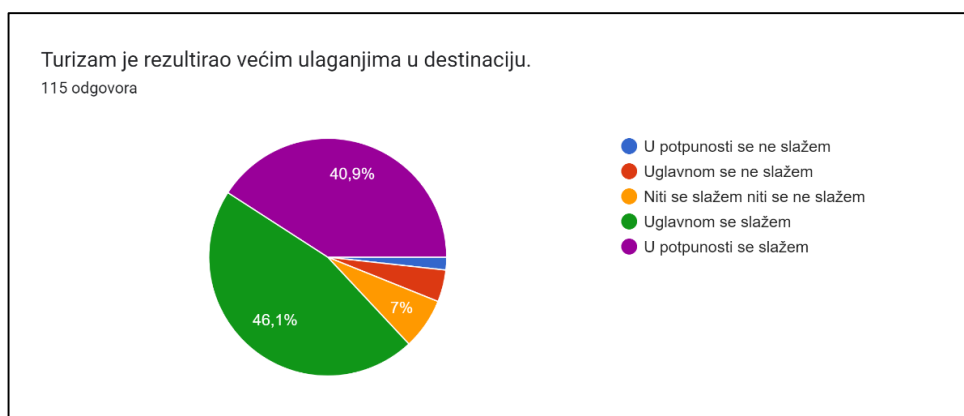
Srednja ocjena iznosi visokih 4,32. Može se zaključiti da postoji vrlo pozitivan stav stanovnika prema tvrdnji, odnosno da velika većina ispitanih stanovnika percipira značajne pozitivne utjecaje turizma u kontekstu mogućnosti zapošljavanja.



Grafikon 23. Rezultati anketnog upitnika

Izvor: Google Forms

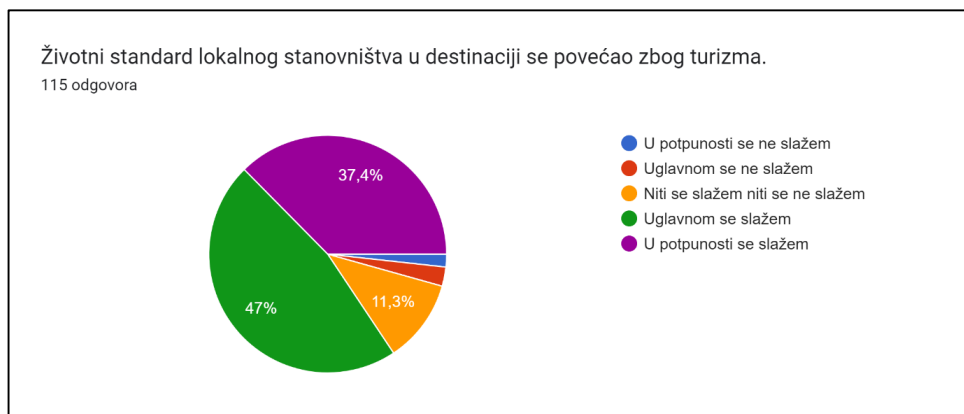
Slična situacija prisutna je i kod sljedeće tvrdnje: „Turizam je rezultirao većim ulaganjima u destinaciju“. Najviše se ispitanika uglavnom složilo s tvrdnjom (46,1%), dok se njih 40,9% u potpunosti slaže. Preostali rezultati su sljedeći: 7% je izrazilo niti slaganje niti neslaganje, 4,3% uglavnom neslaganje te tek 1,7% u potpunosti neslaganje. Prosječna ocjena u ovom slučaju iznosi 4,2, što također potvrđuje zaključak o vrlo pozitivnom stavu ispitaniku prema analiziranoj tvrdnji.



Grafikon 24. Rezultati anketnog upitnika

Izvor: Google Forms

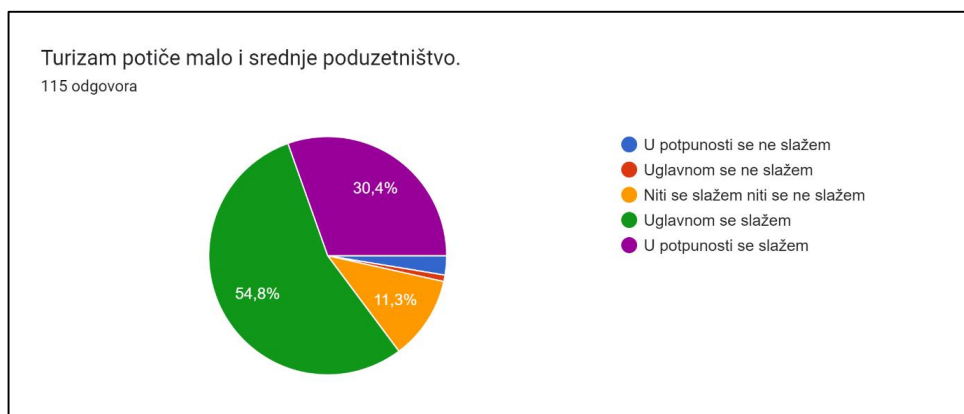
Čak 47% ispitanika se u uglavnom slaže i 37,4% u potpunosti slaže s time da je životni standard u Općini Vrsar povećan zbog turizma. Ispitanika koji su indiferentni prema tome ima 11,3%, dok se uglavnom ne slaže (2,6%) i u potpunosti ne slaže (1,7%) mali broj njih. Prosječna ocjena za ovu tvrdnju iznosi 4,16. Analizom rezultata čvrsto se utvrdilo da ispitanici primjećuju pozitivni učinak turizma na životni standard stanovništva.



Grafikon 25. Rezultati anketnog upitnika

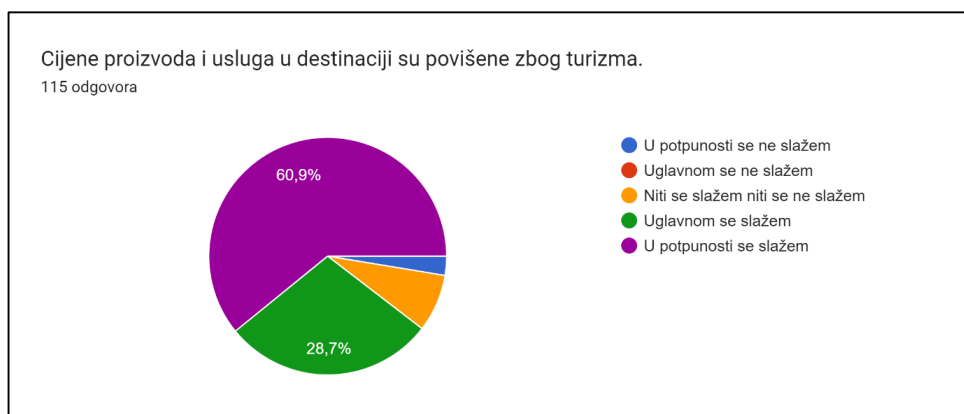
Izvor: Google Forms

Više od pola ispitanika, točnije njih 54,8% se uglavnom slaže s time da turizam potiče malo i srednje poduzetništvo, dok se 30,4% u potpunosti slaže s tvrdnjom. „Niti se slažem niti se ne slažem“ iskazalo je 11,3%, „uglavnom se ne slažem“ samo 0,9% te u „u potpunosti se ne slažem“ njih 2,6%. Prosječna ocjena iznosi 4,16 te potvrđuje da stanovništvo adresira navedeni pozitivni učinak turizma u destinaciji.



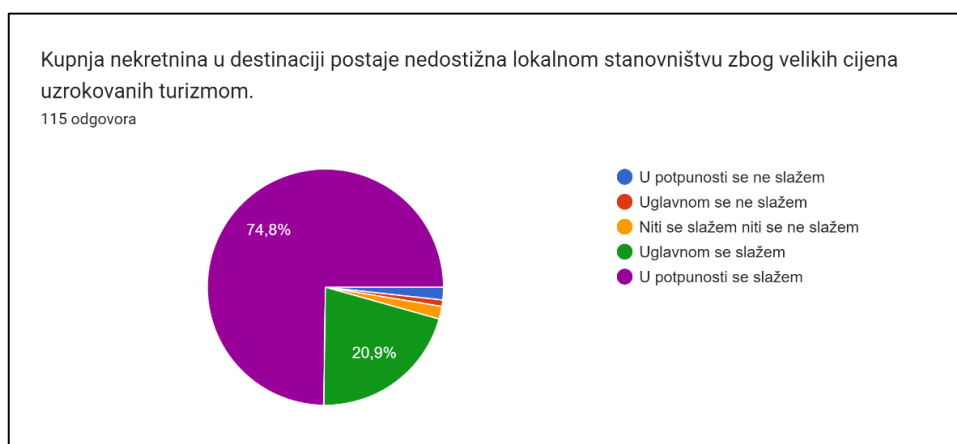
Grafikon 26. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Google Forms

Nakon pozitivnih ekonomskih učinaka turizma, uslijedile su tvrdnje o onim negativnim. Čak 60,9% osoba je izrazilo potpuno slaganje s time da su cijene proizvoda i usluga u destinaciji povišene radi turizma. Njih 28,7% se uglavnom slaže s tvrdnjom. Ispitanici koji se niti slažu niti ne slažu čine 7,8%, a preostalih 2,6% čine oni koji se u potpunosti ne slažu. Srednja ocjena je vrlo visoka, iznosi 4,45 te ukazuje na činjenicu da stanovništvo Vrsara vjeruje da turizam ima negativan utjecaj u pogledu povišenih cijena proizvoda i usluga.



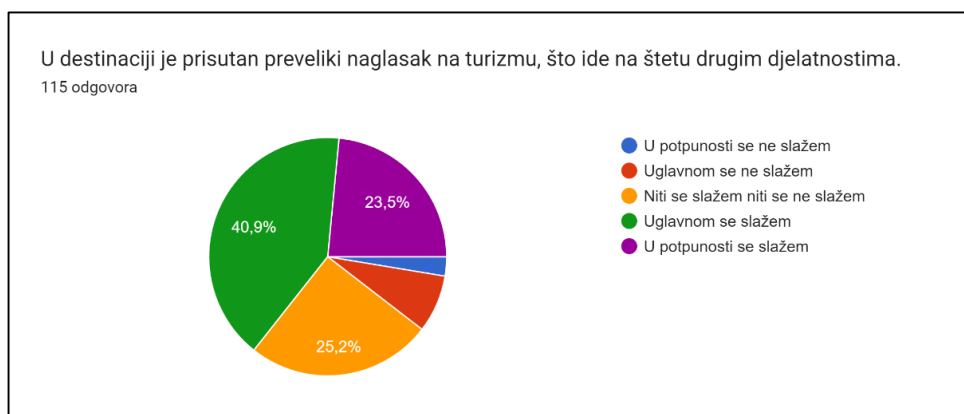
Grafikon 27. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Google Forms

Stanovnici još više percipiraju negativan utjecaj turizma na cijene nekretnina, budući da se njih 74,8% u potpunosti slaže s tvrdnjom da kupnja nekretnina u destinaciji postaje nedostižna lokalnom stanovništvu zbog velikih cijena uzrokovanih turizmom, te se uz to još njih 20,9% uglavnom slaže s navedenim. Preostali udjeli su zanemarivi: ispitanici s neutralnim stavom čine 1,7%, oni koji se uglavnom ne slažu 0,9% te oni koji se u potpunosti ne slažu 1,7%. Ova tvrdnja rezultirala je najvećom srednjom ocjenom koja iznosi visokih 4,66, što znači da su se ispitanici s njom složili u najvećoj mjeri, uspoređujući li se s rezultatima ostalih tvrdnji iz upitnika.



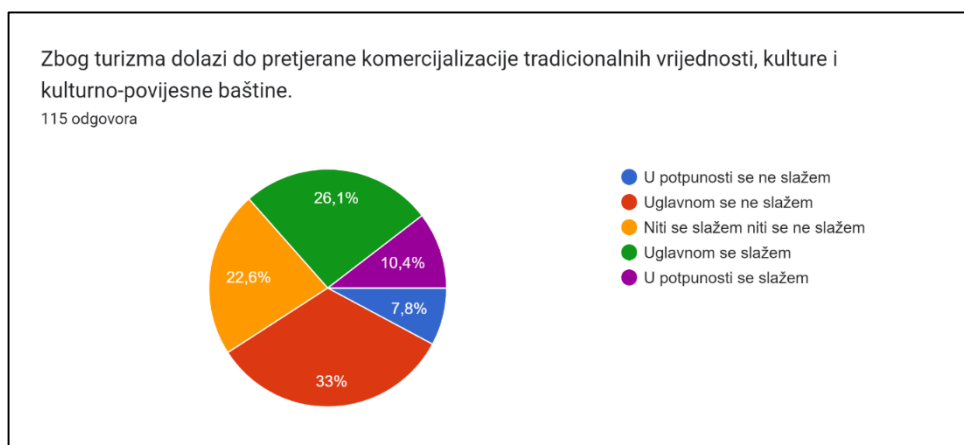
Grafikon 28. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Google Forms

S tvrdnjom „U destinaciji je prisutan preveliki naglasak na turizmu, što ide na štetu drugim djelatnostima“ se najveći udio ispitanika uglavnom složio (40,9%), te se njih 23,5% u potpunosti složilo. Značajan udio (25,2%) čine i oni koji se niti slažu niti ne slažu s tvrdnjom. Ispitani stanovnici koji se uglavnom ne slažu s tvrdnjom predstavljaju 7,8%, a oni koji se u potpunosti ne slažu tek 2,6%. Prosječna ocjena slaganja s ovim negativnim utjecajem turizma iznosi 3,75. Rezultati naznačuju da ispitanici uglavnom smatraju da je preveliki fokus na turizmu, no opet postoji nezanemariv udio onih koji nisu konkretno iskazali slažu li se ili ne s navedenim.



Grafikon 29. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Google Forms

Ispitane osobe su se u najvećem postotku (40%) uglavnom složile s time da poslove u turističkom sektoru karakteriziraju loši radni uvjeti, dok se njih 11,3% u potpunosti složilo s tvrdnjom. Niti slaganje niti neslaganje izrazio je također značajan udio ispitanika (29,6%). Uglavnom se nije složilo njih 16,5%, a u potpunosti samo 2,6%. Prosječna izračunata ocjena je 3,41, što upućuje na to da negativno mišljenje o uvjetima rada u turističkom sektoru postoji, no ne u vrlo velikoj mjeri. Navedeni rezultati mogu se povezati sa strukturom smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta. Naime, kao što je prikazano u analizi turističke ponude, prema broju ležaja u Vrsaru prevladavaju kampovi. Tri od četiri kampa rade tijekom turističke sezone, dok je samo jedan otvoren cijele godine. Privatni iznajmljivači i hoteli te ugostiteljski objekti isto tako većinski rade samo određeni dio godine. Takvo poslovanje znači da izuzev stalnih sezonaca, zaposleni nemaju stalan posao. Kao što je već objašnjeno i u teoretskom dijelu, sezonski rad može biti vrlo iscrpljujući zbog prekovremenog rada, rada nedjeljama i praznicima te velikog obujma posla. Osim toga, vremenski uvjeti, odnosno ljetne vrućine dodatno otežavaju rad, a takvi uvjeti karakteristični su za mnoga radna mjesta u kampovima i ugostiteljskim objektima. Nadalje, Vrsar u svojoj ponudi pretežito ima objekte s 3 zvjezdice, a u takvim objektima je prosječno zaposleno manje radnika po smještajnoj jedinici, nego u luksuznim smještajnim objektima, što može dovesti do preopterećenosti radnim zadacima.



Grafikon 30. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Google Forms

3.5. Percepcija uključenosti lokalnog stanovništva u planiranje i odvijanje turizma te opći stavovi o turizmu u destinaciji

U zadnjem dijelu upitnika, našlo se 6 pitanja čiji će odgovori biti analizirani u nastavku.

Tablica 12. Pregled tvrdnji o uključenosti lokalnog stanovništva u turizam te opći stavovi o turizmu

Tvrdnja	Srednja ocjena
Informiran/a sam o aktivnostima vezanim uz turistički razvoj u destinaciji u kojoj živim.	3,45
Zadovoljan/na sam razinom uključenosti lokalnog stanovništva u planiranje i donošenje odluka u vezi s turizmom.	2,67
Smatram da općina i turistička zajednica vode računa o dobrobiti lokalne zajednici pri donošenju odluka vezanih uz razvoj i odvijanje turizma.	3,42
Uzimajući u obzir sve utjecaje turizma na destinaciju, smatram da turizam lokalnom stanovništvu donosi više pozitivnih nego negativnih utjecaja.	3,97
Zadovoljan/na sam kvalitetom života u Vrsaru.	3,86

Izvor: izrada autora

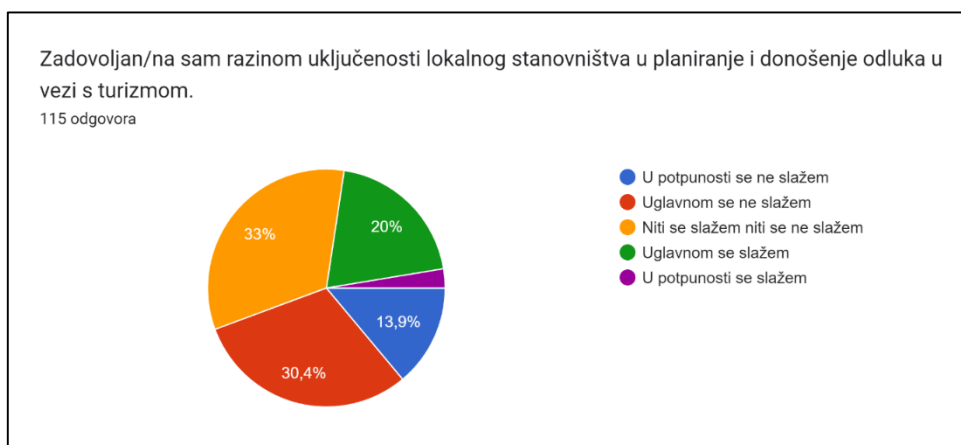
S tvrdnjom „Informiran/a sam o aktivnostima vezanim uz turistički razvoj u destinaciji u kojoj živim“ uglavnom se složilo 40% ispitanih te njih 12,2% u potpunosti. Da se niti slažu te niti ne slažu iskazalo je 33% ljudi. Njih 10,4% se uglavnom ne slaže s time, a 4,3% u potpunosti. Prosječna ocjena iznosi 3,45. Raznolikost odgovora ukazuje na različite razine informiranosti, no ipak se može zaključiti da je ispitano stanovništvo više informirano nego neinformirano.



Grafikon 31. Rezultati anketnog upitnika

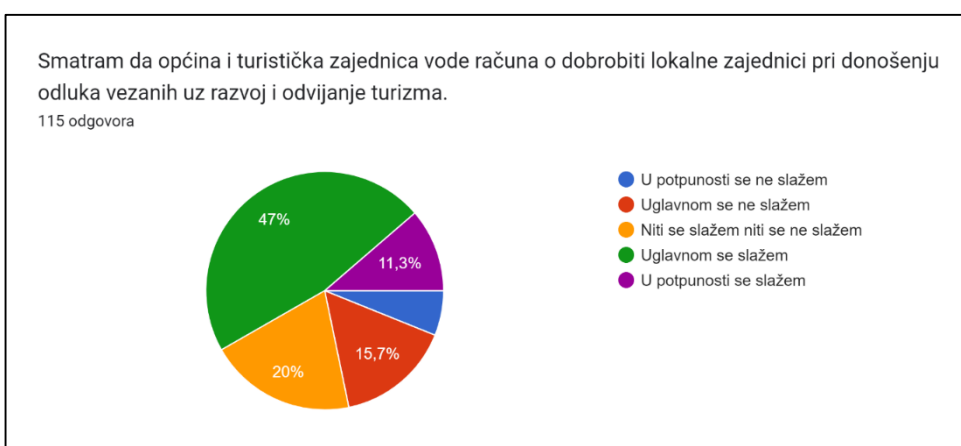
Izvor: Google Forms

Percepcija je negativnija kod sljedeće tvrdnje. Naime, najviše ispitanika (33%) se niti slaže niti ne slaže s time da su zadovoljni s razinom uključenosti stanovništva u planiranje i donošenje odluka u vezi s turizmom. Zatim se 30,4% uglavnom ne slaže s tvrdnjom, a njih 13,9% u potpunosti ne slaže. Preostalih 20% se uglavnom slaže sa spomenutim te 2,6% u potpunosti slaže. Izračunata srednja ocjena iznosi 2,67. Takvi rezultati upućuju na nedovoljnu razinu zadovoljstva kada je u pitanju uključenost domicila u turistička pitanja, a tom problemu TZO i Općina definitivno u budućnosti trebaju pridati pažnju.



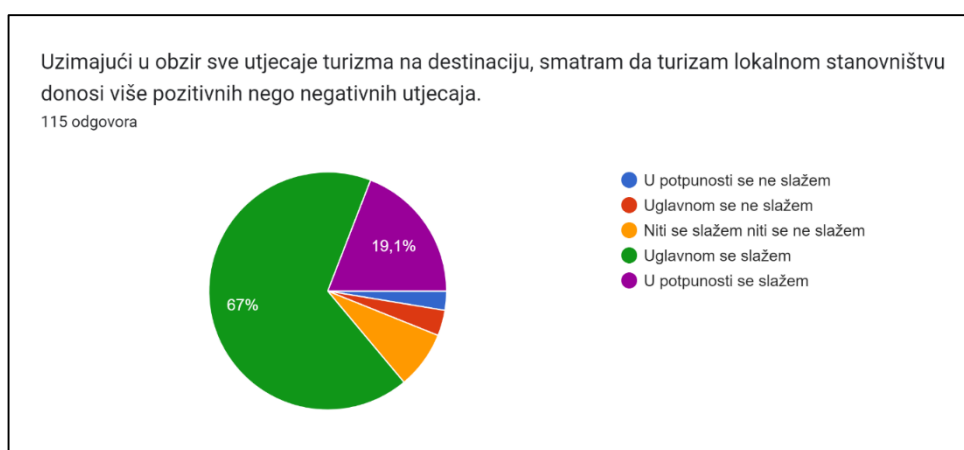
Grafikon 32. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Google Forms

Iako se stanovništvo možda ne osjeća dovoljno uključeno u planiranje i donošenje odluka u vezi s turizmom, ipak se većina ispitanika (47%) uglavnom slaže s tvrdnjom da turistička zajednica i općina vode računa o dobrobiti lokalne zajednice pri donošenju odluka vezanih uz razvoj i odvijanje turizma. Osim toga, 11,3% ispitanih se u potpunosti slaže s navedenim. Njih 20% izrazilo je neutralno mišljenje, 15,7% se uglavnom ne slaže, a u potpunosti se ne slaže njih 6,1%. Srednja ocjena iznosi 3,42. Ukupno gledano, postoji umjereno pozitivan stav u kontekstu navedene tvrdnje. No, postoji i ne tako mali udio onih koji su neutralni ili se ne slažu s tvrdnjom, što predstavlja važan signal za lokalne vlasti i TZO koji može upućivati na to da njihove odluke nisu uvijek rezultirale zadovoljstvom stanovnika.



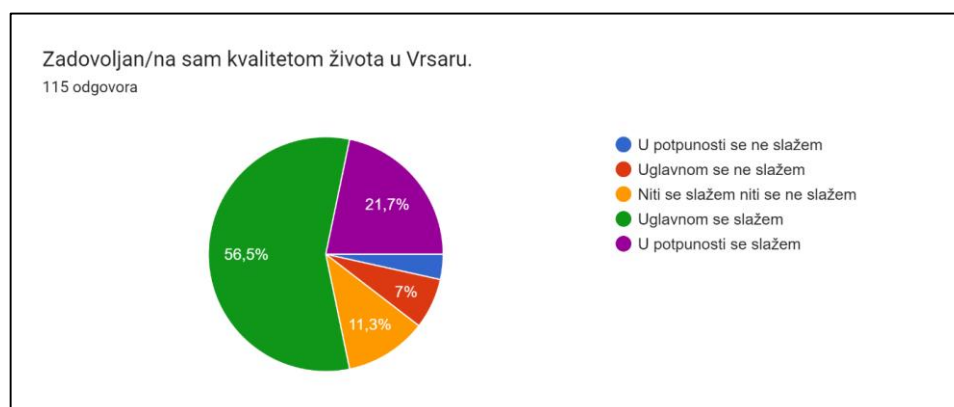
Grafikon 33. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Google Forms

Uvjerljiva većina ispitanika (67%) se uglavnom složila s time da ukoliko se uzmu obzir svi utjecaji turizma na destinaciju, sve u svemu turizam donosi više pozitivnih nego negativnih utjecaja. Njih 19,1% se u potpunosti složilo s tvrdnjom. Preostali ispitanici su na sljedeći način odgovorili: 7,8% se niti slaže niti ne slaže, 3,5% se uglavnom ne slaže te 2,6% se u potpunosti ne slaže. Izračunata je srednja ocjena koja iznosi 3,97, a iskazuje da stanovništvo ipak više uviđa pozitivne učinke turizma od onih negativnih.



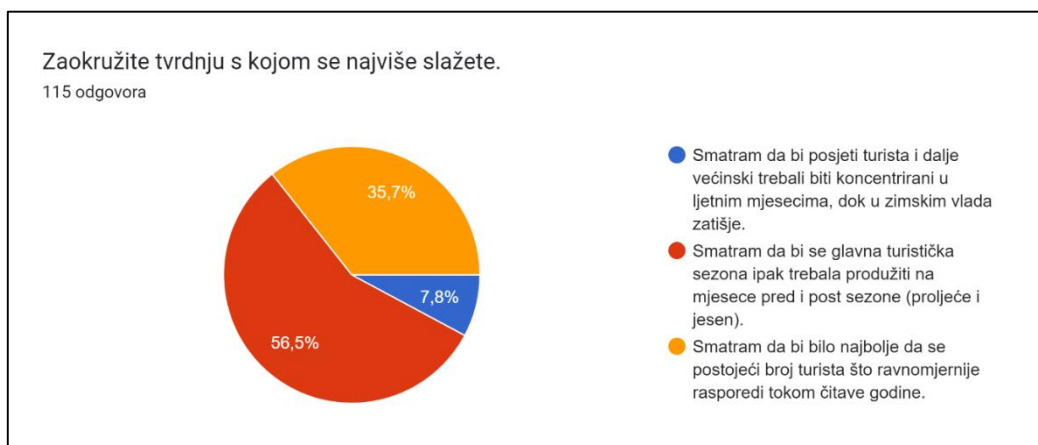
Grafikon 34. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Googl Forms

Većina ispitanika (56,5%) odgovorila je da se uglavnom slaže s tvrdnjom koja iskazuje zadovoljstvo kvalitetom života u Vrsaru. Uz navedeno se još 21,7% ispitanika u potpunosti slaže s tvrdnjom. Njih 11,3% ima indiferentno mišljenje, 7% se uglavnom ne slaže te 3,5% u potpunosti slaže. Ovakvi odgovori rezultirali su prosječnom ocjenom 3,86 koja potvrđuje umjerenu do visoku razinu zadovoljstva kvalitetom života u Općini Vrsar među ispitanicima.



Grafikon 35. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Google Forms

U posljednjem pitanju od ispitanika se tražilo da zaokruže tvrdnju s kojom se najviše slažu. Najviše ispitanika (56,5%) smatra da bi se glavna turistička sezona ipak trebala produžiti na mjesece pred i post sezone (proljeće i jesen). Zatim, 35,7% izrazilo je da smatra kako bi bilo najbolje da se postojeći broj turista što ravnomjernije rasporedi tokom čitave godine. Preostalih 7,8% smatra da bi posjeti turista i dalje većinski trebali biti koncentrirani u ljetnim mjesecima, dok u zimskim vlada zatišje. Valja istaknuti da je većinsko mišljenje ispitanika usklađeno s nastojanjima turističke zajednice. Naime, ona svojim djelovanjem nastoji produžiti glavnu turističku sezonu, organizirajući različite događaje i sadržaje u vrijeme pred i postsezone.



Grafikon 36. Rezultati anketnog upitnika
Izvor: Google Forms

Analizom percepcije uključenosti stanovnika u planiranje i odvijanje turizma te njihovih općih stavova o turizmu u Vrsara završava se poglavlje u kojem se provela detaljna analiza rezultata istraživanja u sklopu ovog diplomskog rada. U nastavku rada, istaknuti su zaključci do kojih se došlo na temelju teoretskog dijela rada, analize sadašnjeg stanja turizma u Općini Vrsar te posebice na temelju provedenog istraživanja.

Zaključak

U teoretskom dijelu rada detaljno su objašnjeni najvažniji i najučestaliji pozitivni i negativni utjecaji turizma u nekoj destinaciji, koji ponajviše dotiču živote lokalnih stanovnika. Osim toga, objašnjena je uloga lokalne zajednice te važnost njenog prihvaćanja i podupiranja turizma. Turističku destinaciju čini veliki broj aktera, a ključno je postizanje harmoničnog odnosa između njih. Važno je osigurati razvoj i odvijanje turizma koje će s jedne strane osiguravati konkurentnost destinacije, a s druge strane dugoročno koristiti lokalnoj zajednici kroz isporuku pozitivnih utjecaja.

Provedena analiza sadašnjeg stanja turizma Općine Vrsar ukazuje da se radi o destinaciji koja godinama niže uspjehe. Povoljni geografski položaj, očuvan okoliš i ponajviše Jadransko more te povoljna klima, uvelike su pridonijeli navedenom. Od smještajne ponude, prednjače kampovi, na koje se odnosi većina turističkih dolazaka i noćenja. Osim navedenog, u turističkoj ponudi Općine Vrsar ističu se plaže koje privlače mnogobrojne turiste, bogata gastronomska ponuda, suvremena i nagrađivana Marina te razni događaji koji destinacijski proizvod čine dinamičijim i privlačnijim. Ono što se može smatrati ključnim nedostacima je kvaliteta smještajnih objekata, odnosno nedostatak objekata s 4 ili 5 zvjezdica, nedovoljni stupanj valorizacije kulturno - povijesne baštine te naglašena sezonalnost.

Nakon svega navedenog može se zaključiti da određene utjecaje turizma stanovnici Vrsara percipiraju različito, dok su oko nekih tvrdnji složni. Kada se promatraju svi pozitivni učinci spomenuti u istraživanju, lokalna zajednica u najmanjoj mjeri smatra relevantnim za turizam u Vrsaru ekološke i prostorne utjecaje turizma. Stanovnici uglavnom ne uviđaju da je turizam razlog zagađenja okoliša, što također potvrđuje činjenica da je okoliš zaista i očuvan. No, s druge strane, ne uviđaju niti da turizam u dovoljnoj mjeri pospješuje zaštitu i očuvanje okoliša. Turizam bi svakako trebao poticati čistoću i zdravlje okoliša, budući da je očuvani okoliš ključni resurs destinacije. U tom bi aspektu lokalne vlasti i TZO mogle kreirati različite edukacijske programe za pružatelje usluga, ali i za turiste te uvoditi stroža pravila i propise. Cilj je da se takvim aktivnostima ne održava postojeće stanje, već da se teži unapređenju i postizanju održivog okruženja.

Kod svih pozitivnih socio-kulturnih učinaka prosječna ocjena je viša od 3, što u biti znači da su oni pretežito adresirani od strane stanovnika. Najviše uočeni pozitivni utjecaj turizma u navedenom kontekstu je više različitih sadržaja i prilika, poput kulturnih događaja, sadržaja i aktivnosti za razonodu i rekreaciju koji su na raspolaganju stanovnicima. Iznimno je važno da ispitanici uviđaju da turizam povećava kvalitetu njihovih života, što je u konačnici i jedan od glavnih ciljeva turizma. Niti jedan negativni socio-kulturni utjecaj turizma nema iznimno zabrinjavajući stupanj slaganja, no može se izdvojiti sve češće isključivanje lokalnog stanovništva iz turističkih aktivnosti, primjerice u vidu koncesija za plažu. Stanovnici su skloniji prihvaćati turističke sadržaje i aktivnosti, ako i oni mogu sudjelovati u istima. Pristup koji isključuje domicil, a sve je češći, može uzrokovati negodovanje i odbojnost prema turistima i turizmu. Pri planiranju i razvoju turizma se mora voditi računa o navedenom kako ne bi došlo do potencijalnih problema i negativnih reakcija stanovništva.

Sagledaju li se sve skupine utjecaja, može se doći do zaključka da stanovnici u najvećoj mjeri percipiraju ekonomske utjecaje turizma, kako i pozitivne, tako i one negativne. Velika većina ispitanika primjećuje sve pozitivne ekonomske utjecaje – poboljšanje mogućnosti zapošljavanja, veća ulaganja u destinaciju, bolji životni standard te poticanje malog i srednjeg poduzetništva. No, u velikoj mjeri su zamijećeni i oni negativni utjecaji, pogotovo kad su u pitanju iznimno visoke cijene nekretnina, što lokalnom stanovništvu onemogućuje ili otežava kupnju istih. Taj problem uočava se na razini Hrvatske, posebice u turističkim mjestima te bi se iz tog razloga rješenje trebalo tražiti na nacionalnom nivou. Međutim, rješenja se mogu pronaći i na lokalnoj razini. Općina Vrsar je primjerice mladim stanovnicima odlučila ustupiti stanove po povoljnim cijenama, što će ublažiti probleme stambenog pitanja mladih. Uz navedeni problem, stanovnici ponajviše zamjećuju visoke cijene proizvoda i usluga, što u konačnici povećava troškove života.

Iz odgovora posljednje skupine pitanja, može se zaključiti da je stanovništvo uglavnom informirano o turističkom razvoju. Ono što predstavlja problem na kojem treba poraditi jest nedovoljno zadovoljstvo ispitanika razinom uključenosti u planiranje i donošenje odluka u vezi s turizmom. Uključivanje osigurava da se u obzir uzmu potrebe i interesi lokalnog stanovništva, a za uzvrat turizam dobiva veću lokalnu podršku, prihvaćanje i mogućnost stvaranja autentičnih turističkih proizvoda koji oslikavaju lokalnu kulturu i tradiciju.

Ograničenja ovog istraživanja se mogu pronaći u činjenici da u anketnom istraživanju osobe ne iskazuju uvijek svoje iskreno mišljenje jer žele pružiti prihvatljiv, odnosno društveno poželjan odgovor. Osim toga, istraživanje je provedeno prije glavne turističke sezone tijekom koje su utjecaji turizma najupečatljiviji, te postoji mogućnost da bi rezultati bili drugačiji da je istraživanje provedeno za vrijeme ljeta ili kroz dulje razdoblje.

Dolazi se do zaključka da turizam u Općini Vrsar na različite načine oblikuje ekonomske, socio-kulturne i prostorne aspekte destinacije. One pozitivne utjecaje važno je održavati i optimizirati, dok one negativne treba odgovornim upravljanjem i održivim praksama minimizirati. Prvi korak ka postizanju navedenog je njihova identifikacija, a ovaj rad tome može doprinijeti. Ipak, na kraju svega, najvažnije je da stanovništvo u konačnici smatra da turizam donosi više pozitivnih, nego onih negativnih utjecaja, a ovo istraživanje je pokazalo da većina ispitanih stanovnika Općine Vrsar to i misli.

Bibliografija

Članci u znanstvenim časopisima

- Aynalem, Sintayehu, Kassegn Birhanu, i Sewent Tesefay. "Employment opportunities and challenges in tourism and hospitality sectors." *Journal of tourism & Hospitality* 5, br. 6 (2016): 1-5.
- Blažević, B. "Ocjena turističke ponude Opatije." *Tourism and hospitality management* 10, br. 2 (2004): 41-50.
- Dujmović, Mauro. "Komercijalizacija kulturne baštine u turizmu." *Socijalna ekologija: časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline* 28, br. 2 (2019): 145-161.
- Đurkin Badurina, Jelena, i Daniela Soldić Frleta. "Tourism dependency and perceived local tourism governance: Perspective of residents of highly-visited and less-visited tourist destinations." *Societies* 11, br. 3 (2021): 79.
- Đurkin Badurina, Jelena, Daniela Soldić Frleta, i Larry Dwyer. "Meet "sceptics", "neutrals" and "believers": an alternative approach to analysing residents' attitudes towards tourism in urban destinations." *Theoretical & Empirical Researches in Urban Management* 17, br. 1 (2022): 24-44.
- Frent, Cristi. "An overview on the negative impacts of tourism." *Journal of tourism – studies and research in tourism.* br. 22 (2016): 32-37.
- García, Fernando Almeida, Antonia Balbuena Vázquez, and Rafael Cortés Macías. "Resident's attitudes towards the impacts of tourism." *Tourism Management Perspectives* 13 (2015): 33-40.
- Gazta, Kajal. "Environmental impact of tourism." *AGU International Journal of Professional Studies & Research* 6 (2018): 7-17.
- Gnanapala, W. K. Athula, i J. A. R. C. Sandaruwani. "Socio-economic impacts of tourism development and their implications on local communities." *International journal of economics and business administration* 2, br. 5 (2016): 59-67.
- Hammad, Nada, Syed Zamberi Ahmad, i Avraam Papastathopoulos. "Residents' perceptions of the impact of tourism in Abu Dhabi, United Arab Emirates." *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* (2017).

- Jaafar, Mastura, S. Mostafa Rasoolimanesh, i Safura Ismail. "Perceived sociocultural impacts of tourism and community participation: A case study of Langkawi Island." *Tourism and Hospitality Research* 17, br. 2 (2017): 123-134.
- Kilipiris, Fotis. "Sustainable tourism development and local community involvement." *Tourism and hospitality management* 11, br. 2 (2005): 27-39.
- Mathew, Paul V., i S. Sreejesh. "Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations." *Journal of Hospitality and Tourism management* 31 (2017): 83-89.
- Mihalič, Tanja. "Economic impacts of tourism, particularly its potential contribution to economic development." *Handbook of tourism economics: Analysis, new applications and case studies* (2013): 645-682.
- Mikulić, Josip, Maruška Vizek, Nebojša Stojčić, James E. Payne, Anita Čeh Časni, i Tajana Barbić. "The effect of tourism activity on housing affordability." *Annals of Tourism Research* 90 (2021): 103264.
- Milivojević, Robert, i Vanja Krajinović. "Uloga dionika turističke destinacije u prevladavanju učinaka prekomjernog turizma." *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu* 18, br. 2 (2020): 97-120.
- Pičuljan, Marija, Ana Težak Damijanić, i Zdravko Šergo. "Identifikacija i sistematizacija utjecaja turizma." *Ekonomska misao i praksa* 2 (2018): 585-602.
- Roy, Sanjay Chandra, i Mallika Roy. "Tourism in Bangladesh: Present status and future prospects." *International Journal of Management Science and Business Administration* 1, br. 8 (2015): 53-61.
- Rudan, Elena. "Role of local inhabitants in the development of destination tourism." Pregledni rad.
- Sánchez-Sánchez, Rafael, J. C. Fortes-Garrido, i Juan Pedro Bolívar. "Characterization and evaluation of noise pollution in a tourist coastal town with an adjacent nature reserve." *Applied Acoustics* 95 (2015): 70-76.
- Sandeep, Kumar, i Kumar Vinod. "Perception of socio-culture impacts of tourism: A sociological review." *International Research Journal of Social Sciences* 3, br. 2 (2014): 40-43.

- Scarpi, Daniele, Ilenia Confente, i Ivan Russo. "The impact of tourism on residents' intention to stay. A qualitative comparative analysis." *Annals of tourism research* 97 (2022): 103472.
- Shahzalal, Md. "Positive and negative impacts of tourism on culture: A critical review of examples from the contemporary literature." *Journal of Tourism, Hospitality and Sports* 20 (2016): 30-35.
- Soldić Frleta, Daniela, Jelena Đurkin Badurina, i Larry Dwyer. "Well-being and residents' tourism support-mature island destination perspective." *Zagreb International Review of Economics & Business* 23 (2020): 29-41.
- Šegota, Tina, Tanja Mihalič, i Kir Kuščer. "The impact of residents' informedness and involvement on their perceptions of tourism impacts: The case of Bled." *Journal of Destination Marketing & Management* 6, br. 3 (2017): 196-206.
- Verteš, Boris. "Ekonomski utjecaji turizma". Završni rad. Fakultet ekonomije i turizma Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli, 2017.
- Zhong, Linsheng, Jinyang Deng, Zengwen Song, i Peiyi Ding "Research on environmental impacts of tourism in China: Progress and prospect." *Journal of environmental management* 92, br. 11 (2011): 2972-2983.
- Zhuang, Xiaoping, Yong Yao, i Jun Li. "Sociocultural impacts of tourism on residents of world cultural heritage sites in China." *Sustainability* 11, br. 3 (2019): 840.

Knjige:

- Archer, Brian, Chris Cooper, i Lisa Ruhanen. "The positive and negative impacts of tourism." U *Global tourism*. 79-102. Routledge, 2012.
- Bartoluci, Mato. *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*. Zagreb: Škoska knjiga, 2013.
- Blažević, Branko. *Turizam u gospodarskom sustavu*. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment, 2007.
- Dujmović, Mauro. *Kultura turizma*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2014.
- Galičić, Vlado i Marina Laškarin. *Principi i praksa turizma i hotelijerstva*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2016.

- Grgeta, Marin, Dubravko Milotić, Ivan Milotić, Livio Prodan, Tomislav Sadrić, Lino Zohil, Ivan Zupanc, Kristijan Žužić. *Vrsar poviješću i zbiljom*. Vrsar: Turistička zajednica Općine Vrsar, 2013.
- Magaš, Dragan, Ksenija Vodeb i Zrinka Zadel. *Menadžment turističke organizacije i destinacije*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2018.
- Magaš, Dragan. *Turistička destinacija*. Opatija: Hotelijerski fakultet, 1997.
- Mason, Peter. *Tourism impacts, planning and management*. Routledge, 2020.
- Mihalić, Tanja. "Tourism and Economic Development Issues". U *Tourism and Development. Concepts and Issues*. Toronto: Channel View Publications, 2014.
- UNWTO, *A practical guide to tourism destination management*, Madrid: World Tourism Organization, 2007.
- Vukonić, Boris i Ksenija Keča. *Turizam i razvoj – pojam, načela, postupci*. Zagreb: Ekonomski fakultet: Mikrorad, 2001.

Web izvori:

- <https://www.natura-histrica.hr/hr/zasticena-podrucja> (datum preuzimanja 5.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/dozivi/prirodne-ljepote/kamenolom-montraker/> (datum preuzimanja 5.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/dozivi/povijest-i-kultura/stari-grad/vrsarski-kastel-biskupska-palaca/> (datum preuzimanja 6.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/dozivi/povijest-i-kultura/sakralni-objekti-u-vrsaru/> (datum preuzimanja 6.4.2023)
- <https://infovrsar.com/dozivi/povijest-i-kultura/suvremena-umjetnost/> (datum preuzimanja 6.4.2023)
- <https://dzs.gov.hr/vijesti/objavljeni-konacni-rezultati-popisa-2021/1270> (datum preuzimanja 8.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/turisticka-zajednica-opcine-vrsar/novosti/izvrsna-kakvoća-mora-za-kupanje-u-vrsaru/> (datum preuzimanja 22.8.2023.)
- <https://infovrsar.com/dolazak/> (datum preuzimanja 9.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/okusi/gastronomija/> (datum preuzimanja 10.4.2023.)

- <https://infovrsar.com/dozivi/plaze-i-bazeni/gradska-plaza-montraker/> (datum preuzimanja 10.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/dozivi/plaze-i-bazeni/> (datum preuzimanja 11.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/dozivi/plaze-i-bazeni/pet-friendly-plaze/> (datum preuzimanja 11.4. 2023.)
- <https://www lijepa-nasa.hr/plava-zastava/> (datum preuzimanja 11.4.2023)
- <https://infovrsar.com/dogadanja/kalendar-dogadanja/ribarska-festa/> (datum preuzimanja 11.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/dogadanja/kalendar-dogadanja/stari-samanj-pod-kastelom/> (datum preuzimanja 11.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/dogadanja/kalendar-dogadanja/vrsaranske-golozece/> (datum preuzimanja 13.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/dogadanja/kalendar-dogadanja/festival-u-zagrljaju-kamena-i-mora/> (datum preuzimanja 26.8.2023.)
- <https://infovrsar.com/dogadanja/kalendar-dogadanja/faks-festival/> (datum preuzimanja 14.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/dogadanja/kalendar-dogadanja/more-i-gitare/> (datum preuzimanja 14.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/dogadanja/kalendar-dogadanja/vrsar-art-fest/> (datum preuzimanja 14.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/dogadanja/kalendar-dogadanja/lim-bay-challenge/> (datum preuzimanja 14.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/dogadanja/kalendar-dogadanja/kup-koversada/> (datum preuzimanja 13.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/dozivi/sport-rekreacija/sportska-dogadanja/> (datum preuzimanja 13.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/dogadanja/muzeji-i-izlozbe/park-sklulptura-dusana-dzamonje/> (datum preuzimanja 14.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/dozivi/romanticni-vrsar/najveci-zavodnik-u-vrsaru-giacomo-casanova/> (datum preuzimanja 14.4.2023.)

- <https://www.istra-istria.hr/hr/clanci/istarska-zupanija-novosti/13128/otvoren-znanstveno-edukacijski-centar-zec-kontija/> (datum preuzimanja 14.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/dozivi/povijest-i-kultura/suvremena-umjetnost/medunarodna-kiparska-skola-montraker/> (datum preuzimanja 14.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/dozivi/nautika/marina-vrsar/> (datum preuzimanja 15.4.2023.)
- <https://dvoranavrsar.hr/> (datum preuzimanja 15.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/dozivi/sport-rekreacija/> (datum preuzimanja 15.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/dozivi/sport-rekreacija/izleti-brodom/> (datum preuzimanja 17.4.2023.)
- <https://infovrsar.com/okusi/gourmet-dozivljaji/vrsar-food-tour/> (datum preuzimanja 25.8.2023.)
- <https://www.poslovna.hr/lite/uuv/1430205/subjekti.aspx> (datum preuzimanja 25.4.2023.)
- <https://www.poslovna.hr/lite/udruga-iznajmljivaca-privatnog-smjestaja-opcine-vrsar/1429627/subjekti.aspx>, (datum preuzimanja 25.4.2023.)
- <https://www.vrsar.hr/za-gradane/udruge/> (datum preuzimanja 25.4.2023.)

Ostali izvori:

- Podaci TZO Vrsar
- "Pojam i analiza dionika u kontekstu lokalne zajednice i razvoja turizma", Jelena Đurkin Badurina, nastavni materijal u sklopu kolegija Turizam i lokalna zajednica, https://moodle.srce.hr/2022-2023/pluginfile.php/8060194/mod_resource/content/1/TEMATSKA%20JEDINICA%2005%20Teorija%20menad%C5%BEmenta%20dionika.pdf, (datum preuzimanja 20.6.2023.)
- Program rada TZO Vrsar s financijskim planom za 2023. godinu
- Provedbeni program Općine Vrsar-Orsera za razdoblje 2021.-2025.
- *Pravilnik o visini, načinu plaćanja i raspodjeli turističke pristojbe*, Narodne novine, 2020. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2020_06_73_1416.html (datum preuzimanja 25.3.2023.)

- Strategija razvoja Općine Vrsar 2009.-2014.
- Urbanistički plan uređenja „Vrsar“
- *Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma*. Narodne novine, 2019. br. 52. <https://narodne-novine.nn.hr/> (datum preuzimanja 15.5.2023.)

Popis ilustracija

Tablice

Tablica 1. Smještajni objekti na području Općine Vrsar 2023. godine	30
Tablica 2. Struktura smještajnih objekata u Općini Vrsar 2023. godine	31
Tablica 3. Ugostiteljski objekti u Općini Vrsar 2023. godine	32
Tablica 4. Broj turističkih dolazaka u Općini Vrsar u periodu 2013.-2022.....	37
Tablica 5. Broj turističkih noćenja u Općini Vrsar u periodu 2013.-2022.	37
Tablica 6. Broj noćenja prema emitivnim zemljama u Općini Vrsar u periodu 2013.-2022.	38
Tablica 7. Broj dolazaka po mjesecima u Općini Vrsar u periodu 2018.-2022.....	39
Tablica 8. Pregled dionika i njihovih ključnih interesa	41
Tablica 9. Pregled tvrdnji o ekološkim i prostornim utjecajima turizma	51
Tablica 10. Pregled tvrdnji socio-kulturnim utjecajima turizma	57
Tablica 11. Pregled tvrdnji o ekonomskim utjecajima turizma	63
Tablica 12. Pregled tvrdnji o uključenosti lokalnog stanovništva u turizam te opći stavovi o turizmu	68

Grafikoni

Grafikon 1. Struktura stanovništva u Općini Vrsar s obzirom na obrazovanje	25
Grafikon 2. Broj objekata s obzirom na vrstu objekata i broj kreveta u objektima u Općini Vrsar 2023. godine.....	31
Grafikon 3. Kretanje turističkih dolazaka u Općini Vrsar u periodu 2013.-2022.	37
Grafikon 4. Kretanje turističkih noćenja u Općini Vrsar u periodu 2013.-2022.	38
Grafikon 5. Udio noćenja s obzirom na vrstu smještajnog objekta u Općini Vrsar 2022. godine.....	40
Grafikon 6. Dobna struktura gostiju u Općini Vrsar 2022. godine.....	40
Grafikon 7. Rezultati anketnog upitnika	52
Grafikon 8. Rezultati anketnog upitnika	52
Grafikon 9. Rezultati anketnog upitnika	53
Grafikon 10. Rezultati anketnog upitnika	53
Grafikon 11. Rezultati anketnog upitnika	54
Grafikon 12. Rezultati anketnog upitnika	54
Grafikon 13. Rezultati anketnog upitnika	55
Grafikon 14. Rezultati anketnog upitnika	56
Grafikon 15. Rezultati anketnog upitnika	58
Grafikon 16. Rezultati anketnog upitnika	58
Grafikon 17. Rezultati anketnog upitnika	59
Grafikon 18. Rezultati anketnog upitnika	59

Grafikon 19. Rezultati anketnog upitnika.....	60
Grafikon 20. Rezultati anketnog upitnika.....	61
Grafikon 21. Rezultati anketnog upitnika.....	61
Grafikon 22. Rezultati anketnog upitnika.....	62
Grafikon 23. Rezultati anketnog upitnika.....	63
Grafikon 24. Rezultati anketnog upitnika.....	64
Grafikon 25. Rezultati anketnog upitnika.....	64
Grafikon 26. Rezultati anketnog upitnika.....	65
Grafikon 27. Rezultati anketnog upitnika.....	65
Grafikon 28. Rezultati anketnog upitnika.....	66
Grafikon 29. Rezultati anketnog upitnika.....	67
Grafikon 30. Rezultati anketnog upitnika.....	68
Grafikon 31. Rezultati anketnog upitnika.....	69
Grafikon 32. Rezultati anketnog upitnika.....	70
Grafikon 33. Rezultati anketnog upitnika.....	70
Grafikon 34. Rezultati anketnog upitnika.....	71
Grafikon 35. Rezultati anketnog upitnika.....	71
Grafikon 36. Rezultati anketnog upitnika.....	72