

# TURIZAM 21. STOLJEĆA

---

**Vidaković, Ana**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2021**

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:599814>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-21**



**VELEUČILIŠTE U KARLOVCU**  
Karlovac University of Applied Sciences

*Repository / Repozitorij:*

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



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

Veleučilište u Karlovcu  
Poslovni odjel  
Stručni studij Ugostiteljstva

Ana Vidaković

# **TURIZAM 21. STOLJEĆA**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2021. godine

Veleučilište u Karlovcu  
Poslovni odjel  
Stručni studij Ugostiteljstva

Ana Vidaković

# **TURIZAM 21. STOLJEĆA**

ZAVRŠNI RAD

Kolegij: Osnove specifičnih oblika turizma

Mentor: dr.sc. Mateja Petračić, viši predavač

Matični broj studenta: 0618617080

Karlovac, rujan, 2021. godine

## ZAHVALA

*Zahvaljujem svojoj mentorici dr. sc. Mateji Petračić za preneseno znanje tijekom studija te na pomoći i stručnom vodstvu prilikom izrade ovog završnog rada.*

*Veliko hvala mojim roditeljima koji su mi omogućili školovanje, vjerovali u mene i moj uspjeh te bili podrška za vrijeme ovog studija.*

## SAŽETAK

Rad se bavi izučavanjem i objašnjavanjem turizma u 21. stoljeću. Rad obuhvaća dva dijela, odnosno podijeljen je na teorijski i praktični dio. Kroz teorijski dio rada definira se pojam turizma, navodi se uloga i funkcija, vrste i oblici turizma te se pomoću dostupnih statističkih pokazatelja analizira turizam 21. stoljeća u Republici Hrvatskoj. Također, u sklopu teorijskog dijela definiraju se specifični oblici turizma u 21. stoljeću, a to su turizam katastrofe, mračni turizam, turizam opijata te seks-turizam. Nadalje, kroz praktični dio navode se novi trendovi turizma u 21. stoljeću, održivi razvoj i zeleno poslovanje u turizmu te „Zeleni hotel“ kao novi koncept izgradnje u turizmu. Kroz rad navodi se praćenje pokazatelja održivosti, uloga sustava turističkih zajednica u održivosti te se kroz metodologiju istraživanja, praktični dio rada, prikazuje na dva primjera stupanj održivosti. Zatim, navode se izazovi turizma s kojima se susrećemo u 21. stoljeću. Na kraju rada objašnjava se preslagivanje smještanih vrsta odnosno standardizacija turističke ponude 21. stoljeća.

**Ključne riječi:** turizam, 21. stoljeće, specifični oblici turizma, Republika Hrvatska, novi trendovi, održivi razvoj

## SUMMARY

The final thesis deals with the study and explanation of tourism in the 21st century. The thesis includes two parts, it is divided into theoretical and practical part. The theoretical part of the thesis defines the concept of tourism, states the role and function, types and forms of tourism and uses the available statistical indicators to analyze the tourism of the 21st century in the Republic of Croatia. Also, as part of the theoretical part, specific forms of tourism in the 21st century are defined, namely disaster tourism, dark tourism, opiate tourism and sex tourism. Furthermore, the practical part lists new tourism trends in the 21st century, sustainable development and green business in tourism, and the "Green Hotel" as a new concept of construction in tourism. The thesis mentions the monitoring of sustainability indicators, the role of the system of tourist boards in sustainability, and through the research methodology, the practical part of the thesis, the degree of sustainability is presented on two examples. Next, the challenges of tourism that we face in the 21st century are listed. At the end, explains the rearrangement accommodation types and standardization of the tourist offer of the 21st century.

**Key words:** tourism, 21st century, specific forms of tourism, Republic of Croatia, new trends, sustainable development

# SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
1.1. Predmet i cilj rada.....	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja.....	1
1.3. Sadržaj i struktura rada.....	1
2. OSNOVNE ZNAČAJKE TURIZMA.....	2
2.1. Pojam turizma.....	2
2.2. Uloga i funkcija turizma.....	3
2.3. Vrste i oblici turizma.....	4
3. SPECIFIČNI OBLICI U TURIZMU 21. STOLJEĆA.....	7
3.1. Turizam katastrofa.....	7
3.2. Tamni turizam.....	8
3.3. Turizam opijata.....	9
3.4. Seks-turizam.....	10
4. NOVI TRENDOVI TURIZMA U 21. STOLJEĆU.....	11
4.1. Novi trendovi.....	11
4.2. Održivi razvoj i zeleno poslovanje u turizmu.....	13
4.3. „Zeleni hotel” kao novi koncept izgradnje u turizmu Hrvatske.....	17
5. ODRŽIVI TURIZAM.....	20
5.1. Praćenje pokazatelja održivosti.....	20
5.2. Uloga sustava turističkih zajednica u održivosti.....	21
5.3. Metodologija istraživanja.....	23
5.4. Rezultati istraživanja.....	24
5.4.1. Regija Dalmacija-Zadar.....	25
5.4.2. Regija Slavonija.....	26
6. IZAZOVI TURIZMA U 21. STOLJEĆU.....	29
7. STANDARDIZACIJA TURISTIČKE PONUDE 21. STOLJEĆA.....	31
POPIS LITERATURE.....	36
POPIS TABLICA.....	39
POPIS GRAFIKONA.....	39

# **1. UVOD**

## **1.1. Predmet i cilj rada**

Predmet rada je turizam 21. stoljeća. Cilj rada je pobliže objasniti turizam i turizam 21. stoljeća, odrediti ulogu, vrste i funkciju turizma, odnos između turizma i održivog razvoja, koji su specifični oblici turizma najviše zastupljeni te s kojim se izazovima susrećemo u 21. stoljeću. Kroz praktični dio rada, pomoću dostupnih statističkih pokazatelja, analizira se stupanj održivosti po regijama u Republici Hrvatskoj. Cilj je obratiti pozornost na važnost i ulogu turizma u Republici Hrvatskoj.

## **1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja**

Pisanje završnog rada započelo je istraživanjem na osnovi relevantne literature u pisanom obliku kao i u elektroničkom, odnosno metodom desk istraživanja. Podaci su obrađeni i prilagođeni radu metodom analize i sinteze. Korišteni su sekundarni podaci.

## **1.3. Sadržaj i struktura rada**

Završni rad strukturiran je u osam glavnih poglavlja. Prvo poglavlje odnosi se na uvod, gdje su određeni predmet i cilj rada, izvori i metode prikupljanja podataka kao i struktura rada. Nakon toga slijede osnovne značajke turizma odnosno pojam turizma, uloga i funkcija te vrste i oblici turizma. Kroz treće poglavlje određuju se specifični oblici turizma u 21. stoljeću, a to su turizam katastrofe, tamni turizam, turizam opijata i seks-turizam. Četvrto poglavlje odnosi se na nove trendove turizma u 21. stoljeću, održivi razvoj i zeleno poslovanje u turizmu te „Zeleni hoteli“ kao novi koncept izgradnje u turizmu Hrvatske. U petom poglavlju objašnjava se održivi turizam, praćenje pokazatelja održivosti, uloga sustava turističkih zajednica u održivosti te metodologija istraživanja i rezultati istraživanja. Kroz to se poglavlje prikazuje koliki stupanj održivosti je prisutan na primjeru dviju regija Republike Hrvatske. U šestom poglavlju navode se izazovi turizma s kojima se susrećemo u 21. stoljeću. U sedmom poglavlju, objašnjava se preslagivanje smještajnih vrsta odnosno standardizacija turističke ponude 21. stoljeća. Zadnji dio rada odnosi se na zaključak u kojem je sažeto objektivno mišljenje autora o predmetu rada. Na kraju rada nalazi se popis literature, popis tablica i popis ilustracija.



## 2. OSNOVNE ZNAČAJKE TURIZMA

Ovo poglavlje sastoji se od nekoliko podtočaka, kroz koje se definira pojam turizam. Također navodi se njegova uloga i funkcije. Na kraju ovog poglavlja navode se vrste i oblici turizma.

### 2.1. Pojam turizma

U literaturi se kao najčešća definicija turizma ističe ona koju su dali autori Hunziker i Krapf, a ujedno ju je osvojilo i Međunarodno udruženje znanstvenih turističkih eksperata (AIEST) koja glasi da je turizam „skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.“<sup>1</sup>

Prethodno navedena definicija turizma promatra se kao „splet odnosa društvenog i ekonomskog karaktera“<sup>2</sup> te Pirjevec smatra kako turizam nije samo gospodarska djelatnost, nego da je to i aktivnost pomoću koje čovjek može ostvariti i unaprijediti ljudske osobine. Nadalje, danas u većini zemalja prihvaćena je opća koncepcijska definicija turizma koju je predložio UNWTO, a govori da „turizam uključuje aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili naknadu u mjestu koje posjećuju.“ Iz takve definicije proizlazi pet temeljnih obilježja turizma<sup>3</sup>:

- Turizma nema bez putovanja i kretanja ljudi te njihova boravka u turističkim odredištima.
- Putovanje i boravak moraju se zbivati izvan uobičajene sredine u kojoj se osoba kreće, živi i radi, pa tako turizam inicira neke nove aktivnosti koje osobe ne prakticiraju u domicilu.
- Privremeni boravak u turističkom odredištu znači da se turizam zasniva na dvosmjernom, odnosno kružnom putovanju koje ima definiran vremenski interval u kojem se događa.
- Svrha turističkog putovanja nikad se ne veže uz stalni boravak u destinaciji i/ili uz zapošljavanje.

---

<sup>1</sup> Čavlek N.; Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011.

<sup>2</sup> Pirjevec B.; Ekonomska obilježja turizma, Golden marketing, Zagreb, Školska knjiga, 1998.

<sup>3</sup> Čavlek N.; Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011.

- U turističkom odredištu turisti troše, ali ne privređuju.

Turizam je jedan od najvažnijih pokretača razvoja gospodarstva u svijetu. Pravilno pozicioniranje na dinamičnom i konkurentnom turističkom tržištu uvjetovano je praćenjem suvremenih trendova kroz koje se identificiraju kretanja potražnje, nove tržišne prilike, područja mogućih ulaganja i infrastrukturne potrebe. Danas je opći koncept turizma definiran od Svjetske turističke organizacije (UNWTO) prihvaćen u većini zemalja. Prema ovoj definiciji, turizam uključuje sve uzroke uzrokovane ljudima koji putuju izvan normalnog okruženja i borave do jedne godine tijekom godišnjih odmora.

## **2.2. Uloga i funkcija turizma**

Zbog mnogih dobrobiti koje je njegov razvoj donio, turizam je postao iznimno važan dio nacionalne ekonomije u većini zemalja. Temeljne funkcije suvremenog turizma podijeljene su na: društvene i ekonomske funkcije. Društvena funkcija turizma pridonosi humanističkim vrijednostima turizma, povezana je s pokretačkom snagom turističkih aktivnosti i nema nikakve veze s ostvarivanjem ekonomskih ciljeva, podijeljena je na izravne i neizravne radnje. Ekonomska funkcija turizma su aktivnosti usmjerene na postizanje specifičnih ekonomskih učinaka (turistička potrošnja, izvoz roba i usluga, izravna ulaganja, povećanje deviznih prihoda i rashoda, aktiviranje turističkog potencijala, povećanje zaposlenosti, razvoj nerazvijenih područja i slično).

U suvremenoj literaturi koja se bavi turizmom (ekonomske karakteristike, funkcije, utjecaji) koriste se različiti pojmovi (gospodarska aktivnost, djelatnost grane ili sektora, sustav, industrija, gospodarstvo) za opisivanje turizma kao fenomena i/ili definiranje opsega i strukture. Vrlo je složen integrirani sustav u nacionalnom gospodarstvu, njegov opseg i struktura nadilaze gospodarski opseg gospodarskih aktivnosti, grana, industrija i sektora.

Ako je turizam u razvojnom i nacionalnom smislu obuhvatio čitav svijet, uvijek je baza njegovog razvoja bila destinacija, odnosno uređeno i ekonomski prilagodljivo odredište turističkih kretanja. U početnim etapama razvoja turizma destinacija je bila vezana za specifične potrebe pojedinih grupa ljudi sa vjerskim, socijalnim, demografskim, ekonomskim i političkim karakteristikama. Kada je turistička aktivnost dobila masovno obilježje, destinacija je postala dio dinamičkog i izraženog sistema zadovoljenja višestrukih zahtjeva turista.

Tada ona prestaje biti samo prirodni ili antropogeni dio, te postaje sastavni element pratećih, odnosno dopunskih sudionika turističke potražnje. Zajedno sa dinamikom rasta infrastrukture, kategoriziranih objekata za smještaj i ishranu i dijelova vanpansionske potrošnje, ona stalno podliježe jedinstvenim promjenama segmentacije turističkog tržišta i izmjenama kvaliteta turističke ponude.

### **2.3. Vrste i oblici turizma**

Vrste turizma dijele se<sup>4</sup>:

#### *1. Prema trajanju boravka turista:*

- Boravišni turizam jest vrsta turizma u kojem turist–pojedinaac u jednom smještajnom objektu ostvari najmanje tri uzastopna noćenja.
- Izletnički turizam jest vrsta turizma koja podrazumijeva aktivnost turista prema određenom atraktivnom resursu u trajanju do unutar 24 sata. Ova se podskupina još dijeli na dnevne i poludnevne izlete. Svrha ovih putovanja najčešće je zabavnog, sportskog, kulturnog ili znanstvenog karaktera.
- Vikend–turizam proistječe iz poznanje da je tjedno slobodno vrijeme pojedinca raspoloživo za dokoličarske aktivnosti sve dulje te najčešće obuhvaća aranžmane bazirane na dvama noćenjima.

#### *2. Prema stupnju mobilnosti turista:*

- Stacionarni podrazumijeva volju turista za stacionarnim boravkom u određenoj turističkoj destinaciji u kojoj boravi većinu vremena. To znači da je turist po broju noćenja registriran za cijelo vrijeme boravka u jednom mjestu.
- Mobilni podrazumijeva neprekidno kretanje turista i kratko zadržavanje u pojedinim turističkim destinacijama radi noćenja, obroka, razgledavanja, posjete izložbama i slično. Skuplji je za turiste jer se noćenje ne temelji na skupnoj, već na pojedinačnoj usluzi. Ovim pojmom obuhvaćeni su turisti na krstarenjima, turističkim turama i turisti na proputovanjima.

---

<sup>4</sup> Pirjevec B., Kesar O.; Počela turizma, Mikrorad, Zagreb, 2002., str. 12-15

### 3. *Prema nacionalnoj pripadnosti turista:*

- Domaći turizam podrazumijeva odlazak turista u neku turističku destinaciju koja se nalazi unutar granica zemlje domicila.
- Međunarodni turizam označava odlazak turista izvan zemlje domicila u turističku destinaciju koja se nalazi u nekoj drugoj zemlji.

### 4. *Prema prostornom obuhvatu:*

- Lokalni turizam uključuje kretanje turista na lokalnoj razini, tj. najveći broj pripadnika turističke potražnje ljudi su s prostora lokalne zajednice.
- Regionalni turizam označava putovanje turista u smjeru atraktivnih resursa na prostoru jedne regije.
- Nacionalni turizam obuhvaća kretanje turista unutar granica jedne zemlje i to na takva mjesta za kojima nije potrebno prelaziti granice nacionalnog teritorija jedne zemlje.
- Međunarodni turizam vrsta je turizma globalnih razmjera, gdje se pojedinci ili grupe turista kreću prema atraktivnim resursima od međunarodnog značenja.

### 5. *Prema dobnoj strukturi turista:*

- Dječji turizam organizirana je vrsta grupnih putovanja za djecu do 14 godina. Ovaj način provođenja slobodnog vremena vrlo je privlačan za djecu jer imaju cjelodnevne aktivne programe za što je potrebno osigurati kvalitetan prostor i obrazovno osoblje.
- Turizam za mlade ili omladinski turizam organizirana je vrsta grupnih putovanja za mlade koja uključuje organizaciju širokog izbora sportskih aktivnosti te odgovarajućih kulturno–zabavnih sadržaja.
- Obiteljski turizam uključuje turiste u dobi između 18 i 60 godina te su većina pripadnika obiteljski ljudi. Ovaj je segment turističke potražnje najveći i s najvećim prihodima, stoga i zahtijeva najširi spektar različitih usluga, smještaja, kulturno–zabavnih i sportskih sadržaja, društvenih događanja i izleta.
- Umirovljenički turizam ili „turizam treće dobi“ obuhvaća segment turističke potražnje koji je pružateljima usluga sve zanimljiviji jer navike i životni ritam tih ljudi međusobno ne odstupaju mnogo.

#### 6. *Prema prostoru na kojem se odvija turističko putovanje:*

- Primorski turizam odvija se u turističkim destinacijama lociranim na samom priobalju s iskorištavanjem mora kao osnovnog prirodnog resursa u najširim oblicima aktivnosti.
- Planinski turizam odvija se u turističkim destinacijama lociranim uz velike planinske masive koji tijekom zime imaju snježni pokrivač dovoljan za višemjesečni boravak turista.
- Termalno–kupališni turizam vrsta je turizma koja se odvija na prostorima uz termalne izvore, a pogodan je za aktivnosti vezane uz preventivno liječenje reumatskih, stresnih i drugih oboljenja.
- Jezerski je turizam zbog svojih lijepih prirodnih pejzaža i širokih mogućnosti provođenja aktivnog odmora privlačna vrsta turističkih odredišta bez obzira na godišnja doba.
- Seoski turizam karakterističan je po očuvanju kulturno–povijesnog identiteta, običaja i tradicije ruralnih krajeva, privlačan je i domaćim i inozemnim turistima te obiluje prirodnim okolišem, zdravom hranom, čistim zrakom i vodom.
- Gradski turizam relativno je novija vrsta turizma, a najčešće uključuje boravak u velikim gradskim konglomeratima koji su specifični po urbanističkim rješenjima, kulturno-povijesnim vrednotama te brojnim manifestacijama i izložbama.

#### 7. *Prema načinu organizacije putovanja:*

- Individualni način organizacije uključuje turiste koji kreću na putovanje u vlastitom aranžmanu, prema vlastitim spoznajama, bez ikakve posredničke pomoći.
- Organizirani način organizacije obuhvaća grupu turista koji su organizaciju svog odmora potpuno prepustili turističkom posredniku, a karakteriziraju ih približno iste želje i očekivanja.
- Mješoviti način organiziranja označava putovanje u kojem pojedinac ili grupa turista putuju u vlastitoj režiji, ali pritom se koriste informacijama putničke agencije.

Specifični oblici turizma se prema željama, potrebama i interesima dijele na posebne oblike koji su prilagođeni pojedinim turistima. U najpoznatije vrste specifičnih oblika turizma ubrajaju se: zdravstveni turizam, kulturni, lovni i ribolovni, naturizam, ekoturizam, kongresni turizam, nautički, vjerski, manifestacijski, robinzonski i gastronomski turizam.

### 3. SPECIFIČNI OBLICI TURIZMA U 21. STOLJEĆU

Kroz ovo poglavlje navesti će se najpopularniji odnosno najzastupljeniji specifični oblici turizma u 21. stoljeću koji će se potom objasniti na temelju sekundarnih podataka. Također, za svaki specifični oblik turizma navesti će se i primjer.

#### 3.1. Turizam katastrofa

„Disaster-turizam ili turizam katastrofa predstavlja putovanja u mjesta u kojima se dogodila neka, najčešće prirodna, ili od čovjeka prouzročena katastrofa, to je putovanje iz znatiželje“.<sup>5</sup> Posjet takvim mjestima postao je hit pa su mjesta katastrofe sve češće tražene turističke destinacije. Ovaj trend popularan je uglavnom među pripadnicima imućnije srednje klase koji žele razgledati i doživjeti iz prve ruke mjesta o kojima su nedavno slušali samo na vijestima, pa se tako organiziraju određeni programi i sadržaji u tim destinacijama. Da ljudska patnja i katastrofe oduvijek privlače posjetitelje svjedoče antički Pompeji, u čijim se ruševinama nalaze okamenjeni leševi njegovih stanovnika. U svijetu postoji više primjera takve vrste turizma, a najbolji su primjer tsunamijem poharana područja jugoistočne Azije ili New Orleans gdje je više od tisuću ljudi poginulo u uraganu. Od prirodnih katastrofa koje privlače posjetitelje, vulkani su na prvom mjestu. U Europi je vulkanska aktivnost najjače razvijena na Islandu te se cijeli otok sastoji od vulkanskog kamenja i vulkanski je neprestano aktivan. Osim Islanda, vulkansku aktivnost ima i Italija sa svojim vulkanima Etnom i Vezuvom.

Zasigurno najposjećenija i trenutno aktualna nesreća s tragičnim posljedicama koja privlači mnoge posjetitelje jest Černobil. To je mjesto najveće svjetske nuklearne katastrofe, zbog eksplozije reaktora iseljeno je područje u krugu od 30 kilometara, a procjenjuje se da je od posljedica radijacije preminulo više od 200 000 ljudi. Iako strah od radijacije traje i danas, u Černobil dolazi sve više turista pa se tako prilikom posjete ovim objektima provode se sigurnosne provjere, a i sami izleti su strogo vođeni.

---

<sup>5</sup> Geić, S.; Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str. 493

Slika 1.- Prikaz turizma katastrofe- Černobil



Izvor: Travel advisor, dostupno na: <https://travel-advisor.eu/cernobil-mjesto-nuklearne-katastrofe-postaje-turisticka-atrakcija/> (22.09.2021.)

### 3.2. Tamni turizam

*Dark* turizam poznat i pod nazivima *black* turizam, *grief*-turizam i tamni turizam fenomen je u kojem turisti posjećuju različite lokalitete neke destinacije ili atrakcije koje nude prikazanja odnosno poprišta smrti ili patnje.<sup>6</sup> Ova vrsta turizma u posljednje vrijeme bilježi povećan interes i od strane znanstvenika i medija, pa tako postaje tema mnogih znanstvenih istraživanja. Geić napominje da su najpoznatiji primjeri i destinacije dark turizma „ostavili duboke tragove u povijesti čovječanstva, ali ujedno predstavljaju aktualna turistička odredišta ovog selektivnog oblika turizma.“

Najpoznatiji svjetski primjeri dark turizma su Auschwitz kao najveći i najstrašniji koncentracijski logor koji danas privlači brojne posjetitelje te je uvršten na UNESCO-ovu listu svjetske baštine, zatim Hirošima, japanski grad poznat kao prvi grad u povijesti na koji je pala atomska bomba. Poznate destinacije su i zatvor Alcatraz u Kaliforniji, Berlinski zid, Tornjevi blizanci u New Yorku, zgrada u Nizozemskoj u kojoj se skrivala djevojčica Anna Frank sa svojim roditeljima i mnoge druge destinacije koje izazivaju snažne emocije posjetiteljima. Slični primjeri postoje i u Hrvatskoj te se izdvajaju mjesta Goli otok koji se reklamira kao

---

<sup>6</sup> Geić, S.; Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str. 496

Hrvatski Alcatraz, zatim Jasenovac, Ovčara i Vukovar u koji su turisti došli prije nego se počeo obnavljati.

Slika 2.- Prikaz tamnog turizma- Vukovar



Izvor: Trusty.hr, dostupno na: <https://trusty.hr/zivot/drustvo/573-mracni-turizam-kao-ekstremna-vrsta-turizma-4-dio-memorijalni-turizam.html> (22.09.2021.)

### 3.3. Turizam opijata

*Drug*-turizam ili turizam ovisnosti može se definirati kao fenomen doživljaja putovanja turista koji uključuje nabavu i konzumaciju narkotika koji su ilegalni u njihovoj zemlji, a legalni u destinaciji koju posjećuju.<sup>7</sup> Zbog masovnosti i zainteresiranosti posjetitelja te mogućnosti konzumacije ostalih klasičnih turističkih sadržaja, ovaj način putovanja potiče se i od strane organizatora putovanja. Najpoznatija destinacija ovakvog oblika turizma je Amsterdam u Nizozemskoj gdje su legalizirane lake droge te je dopušteno posjedovanje i konzumacija marihuane odlukom nizozemske vlade.

Ovaj oblik turizma najviše privlači specifičnu turističku grupu koja ispunjava svoje turističke sadržaje onako kako je spojivo s drugim oblicima turizma, no postoje i velike mogućnosti širenja različitih drugih poroka i bolesti, stoga su neke destinacije zabranile veća okupljanja na trgovima sa ciljem vraćanja izvorne ljepote i ugođaja u destinaciji.

---

<sup>7</sup> Geić, S.; Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str. 500



### 3.4. Seks-turizam

„Turistička putovanja kod kojih je seks osnovni motiv.“<sup>8</sup> Geić prema UNWTO definira seks-turizam kao „putovanje organizirano unutar sektora turizma ili izvan njega, ali uz korištenje njegovom strukturom, s primarnim ciljem ostvarivanja komercijalnog seksualnog odnosa turista s rezidentom u destinaciji.“<sup>9</sup> Većina zemalja zabranjuje organizirana putovanja u kojima se nudi prodaja tijela različitog spola i dobi, pa se iz tih razloga seks-turizmu protivi i UN zbog zdravlja, socijalne i kulturne posljedice za domicil turista, ali i posjećenu destinaciju.

Najpoznatije destinacije seks-turizma nerazvijene su zemlje poput Tajlanda, Brazila, Šri Lanke, Kostarike i Kube zbog niskih cijena i podrške vlade. Neke svjetske metropole i regije imaju reputaciju destinacije seks-turizma, a to su Australija, Amsterdam, Zona Norte u Tijuani, Vladivostok u Rusiji, Macao u Kini i brojne druge.

---

<sup>8</sup> Vukonić B.; Rječnik turizma, Masmedia, Zagreb, 2001., str 347

<sup>9</sup> Geić, S.; Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str. 501

## 4. NOVI TRENDОВI TURIZMA U 21. STOLJEĆU

Kroz ovo poglavlje navesti će se novi trendovi turizma u 21. stoljeću. Također, objasniti će se održivi razvoj i zeleno poslovanje u turizmu. Na kraju poglavlja će se objasniti „Zeleni hoteli“ kao novi koncept izgradnje u turizmu Hrvatske na temelju sekundarnih podataka.

### 4.1. Novi trendovi

Ključna pomoć pri strateškom promišljanju je procjena smjerova razvoja. U tome kontekstu ključnu važnost imaju neke osnovne dugoročne tendencije koje se odražavaju na ukupan obujam i strukturu turističke potražnje.<sup>10</sup> Uočljive aktualne tendencije su: individualizam, svijest i briga o zdravlju, ekološka svijest i konzumerizam. Imajući u vidu da prilagodba novim trendovima u turizmu „budućnosti“ neće biti nimalo laka s obzirom na sve veću dinamiku promjena, navode se neki od suvremenih i vjerojatnih budućih trendova: gospodarski aspekti, ekološki aspekti, promjene na tržištu ponude, promjene na tržištu potražnje, ciljni segmenti i pozicioniranje. Iako turizam kao industrija na globalnoj razini bilježi veliki rast te je krajem 2012. godine prvi put u povijesti zabilježena milijarda međunarodnih dolazaka turista u jednoj godini (oni koji su putovali izvan zemlje boravišta), europsko tržište još uvijek pogađa gospodarska kriza, što utječe i na turistička kretanja. Promjenjivi gospodarski uvjeti, izmijenjeno ponašanje potrošača i nove tehnologije uzrokuju nastanak novih tržišta. Mijenja se sastav turističke populacije u kojoj raste udio starijih osoba. Nedvojbeno je da će na globalnoj razini konkurencija novih destinacija i novih objekata koji se razvijaju i dalje rasti. Turističko tržište pruža priliku hrvatskoj turističko-ugostiteljskoj ponudi ostvarenje konkurentnosti temeljenoj na inovativnim proizvodima i afirmaciji lokalnih vrijednosti u funkciji različitosti od univerzalne globalne ponude.

Posljedica sve veće svijesti o tome da ljudski rod i prirodni okoliš dijele zajedničku sudbinu, promoviranje je očuvanja prirodnih bogatstava na mnogim razinama. Pitanje odnosa turizma i zaštite prirode postavlja se danas često u proturječnom značenju, no ipak priroda i njezine ljepote spadaju u red osnovnih turističkih vrijednosti. Sve veća ekološka svijest javnosti očituje se u tendenciji izbjegavanja onih destinacija koje su već prešle razinu tolerancije, ne samo prema mišljenju stručnjaka, već i s gledišta potrošača. Stanovnici turističkih područja sve više

---

<sup>10</sup> Gredičak, T.: Kulturna baština i gospodarski razvitak Republike Hrvatske (Cultural Heritage and Economic Development of the Republic of Croatia), Ekonomski pregled, Hrvatsko društvo ekonomista, Zagreb Vol. 60, No. 3-4., 2009., str. 196-218.

usvajaju realne strategije za zadržavanje svoje neovisnosti i zaštitu svojeg okoliša. Ekološki održiva strategija primarna je pretpostavka uspjeha čak i najboljih hotela, restorana i drugih turističko-ugostiteljskih objekata. Kada se govori o pružanju usluga smještaja, onda treba reći da je preispitivanje prioriteta zbog jačanja svijesti o okolišu već započelo. Sve više modernih (suvremenih) turista spremno je platiti dodatak na cijenu kako bi odsjeli u hotelu koji ne zagađuje okoliš. Na međunarodnom turističkom tržištu proteklih deset godina stvorila se potpuno nova situacija. Razvoj tehnologije unosi promjene u strukturi tržišta i primjeni marketinga što omogućava proces koncentracije subjekata ponude. Internet olakšava usporedivost destinacija i cijena, skraćuje vrijeme potrebno za prikupljanje informacija i omogućuje *booking*. Standardizacija na različitim razinama odnosa cijena i usluga sve više je prisutna u hotelijerstvu. Konkurentnost na globalnom tržištu kapitalnih investicija u turizmu sve više raste, i kako tok kapitala sve više prelazi na globalnu razinu, tako konkurencija između destinacija na tom području raste. Potražnja je raznolika jer su raznolike potrebe njezinih nositelja, s jedne strane, kao i mogućnosti njihovog zadovoljenja, s druge strane. Suvremeni turist želi osjetiti različito od njegovoga svakodnevnog životnog okruženja. Veća očekivanja turista potpomognuta su naprednim telekomunikacijama i medijima, prethodnim osobnim iskustvom, većom obrazovanošću i znanjem. To utječe na brže prenošenje informacija i sve veću moć promocije od usta na usta.

Inovativna ponuda nudi neobična iskustva, iznenađenja i poticaje, čime turist dobiva atmosfersku ili emocionalnu dodatnu korist (ambijent, doživljaj, zabava, avantura, kontakti s drugim gostima). Raste potražnja za nedinutim, ekološki čistim područjima, kao odgovor na brzi ritam suvremenoga urbanog načina života. Osobna sigurnost postaje jedna od glavnih kriterija odluke za destinaciju, a sve je veći trend brige za vlastito zdravlje. Tržište se sve više raščlanjuje na podskupine koje su definirane životnim stilom, osobnim sklonostima, potrebama i životnim prilikama.

Za suvremene turiste privlačni su kvalitetan smještaj, bogata ponuda, zabava, razni sadržaji, usluge i prijevoz. Nerealno je i neostvarivo orijentirati se na želje svih tržišnih segmenata, što se u mnogim hrvatskim turističkim destinacijama još uvijek pokušava. U skladu s ostavštinom koncepta hrvatskoga masovnog turizma s velikim objektima i organizacijama, danas se turizam još uvijek često identificira s brojem noćenja. Uz sustavni razvoj raznih posebnih oblika turizma, hrvatski turizam može postati jedan od generatora razvoja gospodarstva.

## 4.2. Održivi razvoj i zeleno poslovanje u turizmu

Održivi razvoj je skladan odnos ekologije i gospodarstva, kako bi se prirodno bogatstvo naše planete sačuvalo i za buduće naraštaje. Predstavlja generalno usmjerenje i težnju da se stvori bolji svijet, balansirajući socijalne čimbenike, ekonomske čimbenike i čimbenike zaštite okoliša.<sup>11</sup> Prvo znanstveno i ozbiljnije poimanje održivog razvoja prikazano je u Brundtlandovu izvještaju. Svjetska komisija za okoliš i razvoj (World Commission on Environment and Development), poznata i kao Brundtlandova komisija (Brundtland Commission) objavila je 1987. godine izvještaj pod nazivom „Naša zajednička budućnost“ (Our Common Future)<sup>12</sup> kojim se ukazuje na opasnost za ljude i našu planetu, od politike ekonomskog rasta bez uzimanja u obzir mogućnosti regeneracije planete Zemlje.

Održivost u sebi sadrži načelo trajnog opstanka prirodnog resursa, dok razvoj označava koncepciju u sklopu društvene znanosti koja se odnosi na poredak ljudskih resursa. Ako se analizira definicija da je održivi razvoj „razvoj koji će zadovoljiti potrebe sadašnjeg naraštaja, a da se pritom ne dovedu u pitanje potrebe budućih naraštaja”, može se uočiti tri važna elementa u koncepciji održivog razvoja:

- koncept razvoja – u sebi uključuje kulturološki, društveni i gospodarski opseg razvoja,
- koncept potreba – pri čemu termine „osnovnih” potreba i „kvaliteta” života je potrebno preispitati i točno definirati,
- koncept budućih naraštaja – povezuje buduće generacije s današnjim razvojem uz pretpostavku razvijene ekološke i moralne svijesti današnjeg stanovništva.

Potrebno je paziti da se aktivnostima ne ugroze prirodni resursi pa je stoga danas prijeko potrebno napraviti zaokret u eksploataciji resursa te je potrebno posvetiti veću pažnju učinkovitosti u raspodjeli resursa i preraspodjeli bogatstva.

Kako se uvode nove tehnologije, potrebno je napraviti razliku između rasta i razvoja te odustajati od aktivnosti koje bi mogle ugroziti buduće naraštaje. Također, potrebno je uključiti koncepciju održivog razvoja u sve društvene, ekonomske i političke strukture kako bi primjenjivanje načela održivog razvoja moglo saživjeti u svakodnevicu.

---

<sup>11</sup> Smolčić Jurdana, D.: Načela održivog razvoja turizma, Održivi razvoj turizma – problemi i perspektive, Zbornik radova, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija i Zavod za održivi razvoj i prostorno planiranje PGŽ, 2003.

<sup>12</sup> World Commission on Environment and Development, Our Common Future, United Nations, General Assembly, <http://www.worldinbalance.net/pdf/1987-brundtland.pdf>

Turizam u gospodarskom sustavu ima značajnu ulogu. On je složeni gospodarski i društveni sustav.<sup>13</sup> Stvara nova radna mjesta i u velikoj mjeri sudjeluje u bruto nacionalnom proizvodu te privlači znatna kapitalna ulaganja i izvoz. Preuzimajući ulogu lidera i ostvarujući značajan udjel u globalnom bruto nacionalnom proizvodu i ukupnoj zaposlenosti preuzeo je i značajnu odgovornost u odnosu na ekonomsko, društveno, kulturno i prirodno okruženje. Tako je nastao koncept održivog razvoja turizma koji stavlja naglasak na ravnotežu između okoliša, društvenih i ekonomskih aspekata turizma, na potrebu za primjenom načela održivosti u svim segmentima turizma<sup>14</sup>, ali i na opće ciljeve kao što je smanjenje siromaštva. Idealan okvir za usvajanje određenih smjernica, prije svega u odnosu na zaštitu životne sredine, predstavlja AGENDA 21, koju su usvojile vlade 182 države na Konferenciji Ujedinjenih naroda, odnosno na Zemaljskom samitu u Rio de Janeiru 1992. godine. Kao logički nastavak u oblasti turizma, Svjetska turistička organizacija, Svjetski savjet za putovanja i turizam i Zemaljski savjet zajednički su usvojili 1996. godine dokument – Agenda 21 za turističku privredu<sup>15</sup>. Cilj ovoga dokumenta je pomoći organima vlada nadležnima za turizam, nacionalnim turističkim organizacijama, poslovnim udruženjima i poduzećima u oblasti turizma ostvariti svoje potencijale radi dostizanja održivog razvoja na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini.

Tijekom posljednjih dvadeset godina turizam se u pozitivnom i negativnom značenju razvio u značajnog činitelja u okviru konteksta održivosti. Iz tog razloga, Komisija Ujedinjenih naroda za održivi razvoj (UNCSD) posvetila je posebnu sjednicu temi „Turizam i održivi razvoj” 1999. godine. Na toj je sjednici prihvaćen međunarodni program rada na održivom razvoju turizma i utvrđeni su zadaci i odgovarajuće inicijative za sve sudionike u procesu održivog razvoja turizma. Ovim dokumentima treba priključiti i Opći etički kodeks u turizmu koji su usvojile Generalna skupština Svjetske turističke organizacije 1999. godine i Generalna skupština Ujedinjenih naroda 2000. godine. Iz navedenih dokumenata proizlazi da se pod odgovornim i održivim razvojem turizma podrazumijeva razvoj turizma koji zadovoljava potrebe sadašnjih turista, turističkih destinacija i svih sudionika u turizmu, uz istodobno

---

<sup>13</sup> Blažević, B.: Turizam u gospodarskom sustavu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, 2007.

<sup>14</sup> Smolčić Jurdana, D.: Tržišna uvjetovanost menadžmenta okoliša u turizmu, *Tourisms and hospitality management*, 9/2003.

<sup>15</sup> [http://www.uneptie.org/pc/tourism/policy/agenda\\_21.htm](http://www.uneptie.org/pc/tourism/policy/agenda_21.htm)

očuvanje i uvećavanje potencijala za korištenje turističkih resursa u budućnosti, bez ugrožavanja mogućnosti budućih naraštaja da zadovolje vlastite potrebe.<sup>16</sup>

Načela održivosti odnose se na okoliš, ekonomske i sociokulturne aspekte razvoja turizma. Kako bi se jamčila dugoročna održivost razvoja turizma, odgovarajuća ravnoteža mora biti uspostavljena između tri dimenzije.

*Zadaća održivog turizma je:*

- optimizirati korištenje prirodnih resursa koji čine ključni element razvoja turizma, održavajući bitne ekološke procese i pomažući očuvanju prirodnog naslijeđa; poštovati sociokulturnu autentičnost zajednica domaćina, štiti njihovo izgrađeno i suvremeno kulturno naslijeđe i tradicionalne vrijednosti i pridonositi razumijevanju i toleranciji između kultura;
- osigurati održivo dugoročno poslovanje stvarajući društveno-ekonomske koristi koje se pravedno raspodjeljuju na sve interesne grupe, uključujući stabilno zaposlenje, mogućnosti za stjecanje prihoda i socijalno brigu za zajednice domaćina, kao i pridonositi smanjenju siromaštva;
- održivi razvoj turizma zahtjeva sudjelovanje svih relevantnih interesnih grupa, na osnovi prethodne informiranosti, kao i jako političko vodstvo da bi se osiguralo šire sudjelovanje i stvaranje konsenzusa. Dostizanje održivog turizma trajni je proces koji zahtjeva stalno praćenje utjecaja i korištenje potrebnih preventivnih i/ili korektivnih mjera kad god je to potrebno;
- održivi turizam bi također trebao osigurati visoku razinu zadovoljstva turista i osigurati turistima sadržajno iskustvo, povećavajući njihovu svjesnost o pitanjima održivosti i unaprjeđujući među njima praksu održivog turizma.

Navedene smjernice vrlo je teško pratiti ako se uzme u obzir činjenica da su za normalno funkcioniranje današnjih zahtjeva u turizmu potrebne goleme količine energije. Počevši od izgradnje smještajnih objekata, njihovog životnog ciklusa, pa do činjenice da je za turistički promet potrebna vrlo velika količina energije. Primjena zelenih koncepata u izgradnji i poslovanju dio je Strategije razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine, koju su usvojili Hrvatski sabor i Vlada Republike Hrvatske sa ciljem da Hrvatska do te godine postane jedna od 20 najkonkurentnijih država svijeta. Zeleno hotelijerstvo je danas dio zelenog pokreta koji je u mnogim državama unatrag nekoliko godina postao aktualan, za što je možda i najzaslužniji

---

<sup>16</sup> Smolčić Jurdana, D.: Tourism development under new conditions – towards sustainable tourism development, ICES 2003.

sve rigorozniji zakonski okvir, ali ipak i sve veća razina ekološke svijesti. Hotelijerski sektor počinje prepoznavati kako se zelenim pristupom mogu, ne samo smanjiti troškovi, unaprijediti poslovanje i povećati profiti, nego i izaći ususret rastućem broju korisnika koji sada traže ekološki održive hotele, uključujući i sve usluge u njima. Tako je na stranom tržištu u porastu broj međunarodnih kompanija kojima je održivost preduvjet suradnje s hotelom i apsolutni kriterij kod izbora mjesta odsjedanja svojih članova. Zelena gradnja se često poistovjećuje s energetsom učinkovitošću što se više ili manje provlači kao uvriježeno shvaćanje u javnosti, no energetska učinkovitost tek je jedan od aspekata koji zelena gradnja treba zadovoljiti. Zelena gradnja je puno širi termin koji uključuje korištenje obnovljivih izvora energije, održive i reciklirane materijale, kvalitetu okoliša, zdravlje i komfor ljudi, ekološko postupanje s otpadom, transport, i brojne druge parametre.

Danas u Hrvatskoj ima više od 650 hotela od kojih je tek 10 % izgrađeno u posljednjih pet godina. Prema Hrvatskoj gospodarskoj komori, prosječna starost hrvatskih hotela je više od 40 godina pa očito predstavljaju jako veliki potencijal za rekonstrukciju po načelima zelene gradnje. Dakle, evidentno je da u ovom trenutku u Hrvatskoj najveći potencijal za pomak prema zelenom postoji upravo u postojećem graditeljskom portfelju. Također, iako to još uvijek nije osviješteno u društvu, danas energetska obnova zapravo nije više stvar izbora, već se mora zadovoljiti i zakonom.

Nema alternative, zeleno je postalo novi standard i pitanje je samo koliko će projekt biti zeleno da li će ostati utemeljen isključivo na onom nužnom zakonski propisanom, ili će ići korak dalje i na taj način povećati vrijednost svoje investicije, ali i svoju atraktivnost na tržištu, bez obzira o kojoj kategoriji proizvoda se radi. Hrvatska je već godinama, ne samo europsko tržište nego i svjetsko, pa smo u tom kontekstu dio zajednice koja na investicije u hotelskom ili komercijalnom području gleda kao dugoročno isplative. Održivost gradnje svakako pretpostavlja i ekonomsku održivost investicije, no tu smo suočeni s problemom nepostojanja dovoljno stimulansa za ulaganje u obnovljive izvore energije. Veličina investicije koja u startu sigurno premašuje dosadašnju „standardnu” gradnju apsolutno ima smisla u kontekstu neprestanog rasta cijene energenata, ali i kretanja interesa potrošača i obrazovanosti korisnika. S druge strane, zanimljiva je informacija koja svjedoči o tome da je mlađa populacija ta koja uzima sve više udjela u hotelima, a često upravo oni i traže zeleno. Bitno je istaknuti kako postoje načini održivog razmišljanja koji uključuju djelovanje sada i uštedu novaca sutra, a koji možda i ne zahtijevaju golema financijska ulaganja koja se u ovom trenutku ne mogu podnijeti. Proces prelaska na zeleno ne mora nužno biti kompleksan, niti se dopusti odjednom ako ne

postoje odgovarajući uvjeti i potpora za to, pa su i mali koraci na početku bitan čimbenik u podizanju ekološke svijesti. Zelena gradnja je svakako put za postizanje nužno potrebne konkurentnosti među kompeticijom na tržištu koje funkcionira isključivo po tom načelu. Čekanje u konačnosti može voditi samo shvaćanju da nismo dovoljno konkurentni na globalnom tržištu pa je potrebno djelovati odmah dok još nije kasno. Danas se praktički isključivo za zelene projekte pronalazi investiranje, a čak se i u Hrvatskoj događaju promjene koje su dokaz da se stvari mogu mijenjati. Treba težiti jednostavnosti i rješenjima koja će biti lako primjenjiva.

### **4.3. „Zeleni hoteli“ kao novi koncept izgradnje u turizmu Hrvatske**

Održiva gradnja je relativno novi pojam u Hrvatskoj. Ministarstvo zaštite okoliša, prostornog uređenja i graditeljstva te Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost prepoznali su mogućnosti koje održiva gradnja pruža te se za ovu vrstu pojavljuje sve više interesa. UNDP (Program Ujedinjenih naroda za razvoj) je pokrenuo program energetske učinkovitosti koji je dobar početak upoznavanja hrvatske šire javnosti s problemom i mogućnostima uštede. Međutim, energetska učinkovitost je velika i važna stavka održive gradnje, ali nije dovoljna za rješavanje problema i opasnosti koje nam prijete ne počnemo li održivo živjeti. Razvijenost sektora za okoliš u Hrvatskoj je slaba, a sposobnost nametanja pravila za okoliš ograničena. Mnoga ekološki osjetljiva područja i velike biološke vrijednosti degradiraju se zbog neodgovarajućeg razvijanja. Utjecaji turizma često su štetni za okoliš i odgovorni turizam bi trebao osigurati promjenu pravila u skladu s potrebama očuvanja okoliša, te uključiti taj problem u županijske i regionalne razvojne planove. Ministarstvo nadležno za okoliš treba u Hrvatskoj preuzeti vodeću ulogu u razvijanju dijaloga među sektorskim ministarstvima i gradskim agencijama za okoliš, kako bi se ojačali kapaciteti nametanja pravila sektora i razjasnile odgovornosti za okoliš raznih državnih agencija. Zaštita okoliša i metode koje pomažu njezinom očuvanju trebaju se implementirati u planiranje turističkih destinacija, poslovanje hotelskih poduzeća i društvo uopće. Činjenica je, da upravo svojstva i karakteristike resursa zadovoljavaju turističke potrebe i u tom smislu će neki resurs privući i na sebe vezati samo one segmente turističke potražnje koji će na njegovim svojstvima i karakteristikama moći zadovoljiti svoje potrebe.

Eko- turizam u Hrvatskoj je slabo razvijen, čak i u zaštićenim prirodnim lokalitetima, ističe se u vladinoj Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. u kojoj je „zeleno” uvršteno



među deset razvojnih načela hrvatskoga turizma. „Zeleni hoteli” ili eko hoteli energetski su učinkoviti, recikliraju, iskorištavaju obnovljive izvore energije, manje su štetni za okoliš i pogodni su za zdravstveni turizam jer osim što smanjuju troškove poslovanja, mogu poslovati cijele godine i povećati konkurentnost. Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske (UPUHH) pokrenula je pilot-projekt „Zelena poslovanje u hotelijerstvu” u sklopu kojega je u 2014. godini dvadesetak hrvatskih hotela dobilo certifikat Green Hotel („zeleni hotel”). Projekt je vrijedan oko 600 tisuća kuna, od čega je gotovo 50 % sredstava dobiveno od Ministarstva turizma. Hrvatska već ima nekoliko hotela koji posluju ekološki, među kojima se ističe Hotel Split, certificirani objekt energetskog razreda A koji ima vlastitu solarnu elektranu, prikuplja kišnicu, nudi hranu iz domaćeg uzgoja i kontroliranog podrijetla, upotrebljava biorazgradiva sredstva za čišćenje, rasvjetu projektiranu u LED tehnologiji i mnoge druge elemente zelenog turizma. Resort Punta Skala ističe održivost kao jednu od svojih ključnih korporativnih vrijednosti, što uključuje zaštitu okoliša, pročišćavanje otpadnih voda koje se zajedno s kišnicom i vodom iz bazena koriste za ispiranje WC-a i navodnjavanje zelenih površina, smanjenje otpada i optimizaciju potrošnje energije. Morska voda crpi se i koristi ljeti za hlađenje, a zimi za grijanje. Implementacijom održive gradnje u turizam i hotelijerstvo može se uvelike sniziti troškove poslovanja hotela i pridonijeti zaštiti okoliša u Hrvatskoj, a time pridonijeti rastu konkurentnosti hrvatskog turizma.

Rad određuje značenje novih trendova u hrvatskom turizmu i razvoja po načelima održivosti. Novi trendovi moraju na temelju intelektualnog kapitala i informacija pretvoriti prirodne preduvjete u konkurentske prednosti temeljene na inovacijama radi povećanja profita. „Zeleni hoteli” kao dobri primjeri novih trendova u turizmu predstavljaju priliku kvalitativnog preoblikovanja hrvatske smještajne ponude radi očuvanja okoliša, privlačenja zahtjevnijih turista, produženja turističke sezone i turističke valorizacije cjelokupnog prostora RH. U Strategiji razvoja turizma do 2020. godine jasno se navodi orijentacija da se dosadašnja dominacija jednog proizvoda („sunce i more”) te sezonalnost poslovanja mora promijeniti ako Hrvatska želi ostati konkurentna. Primarni ciljevi pritom su podizanje kvalitete smještaja, ljudskih potencijala te uvođenje prakse zelenog poslovanja što podrazumijeva sinergiju ekonomske dobiti, brige za okoliš u najširem smislu, te socijalne uključenosti u zajednicu. Iz izvješća hotela diljem svijeta koji su uveli zeleno poslovanje može se vidjeti da je potrošnja vode prosječno smanjena za 20 % i troškovi odvoza smeća za 15 %. Dolazi i do poboljšanja okoliša u kojem se nalaze, motivacije osoblja i komunikacije s gostima koji sve više traže upravo „*green*” hotele.

„Zeleni hotel” (eko hotel) koristi moderne metode upravljanja hotelom kao i smjernice vodećih svjetskih ekoloških marki koje omogućavaju i certificiranje hotela. Moderna tehnologija, jasno propisana pravila ekološkog ponašanja i poslovanja, te stalne kontrole, pomažu „Zelenom (eko) hotelu” u smanjenju operativnih i energetske troškova, smanjenju emisija i onečišćenju, reduciranju potrošnje vode, reduciranju otpada, i općenito reduciranju negativnih utjecaja na okoliš. Definitivno se danas turisti sve češće odlučuju za ekološki održivi turizam, a za takav odmor često su spremni izdvojiti i poveće svote novca. Prednost daju društveno odgovornim tvrtkama koje brinu o zaštiti okoliša. Više od 65 % turista prije će odabrati hotel koji provodi „zelenu politiku” u slučaju kada je cijena ista. Sve ovo ukazuje upravo na to da novim trendovima, a posebno u turizmu, treba pridati posebnu pažnju pogotovo u smislu rasta konkurentnosti.

## 5. ODRŽIVI TURIZAM

Kroz ovo poglavlje objasniti će se održivi turizam kroz pokazatelje održivosti. Zatim objasniti će se uloga sustava turističkih zajednica u održivosti. Na kraju poglavlja će se navesti i objasniti na primjerima metodologija istraživanja i rezultati istraživanja na temelju sekundarnih podataka.

### 5.1. Praćenje pokazatelja održivosti

Pojam održivosti i/ili održivog razvoja jedan je od najčešćih termina kod općeg razvoja prirodnog i antropogenog okoliša, društva te općeg razvoja. Jedna od najpoznatijih definicija je tzv. Brundtlandova definicija iz 1987. godine koja glasi: „Održivi razvoj je razvoj koji zadovoljava potrebe sadašnjih generacija, ne ugrožavajući pritom budućnost sljedećih generacija.” Navedena definicija zaživjela je u brojnim službenim dokumentima, no također je doživjela i brojne kritike zbog uopćenog značenja, otvorenog manipulacijama. Pregledom projekata koji se bave provedbom koncepta održivosti može se zaključiti da održivi razvoj turizma označava: kratkotrajnost inicijativa, konfuzija na strani potražnje i netočna/lažna promocija – tzv. eng. *green wash*.<sup>17</sup>

S druge strane, stručno-znanstvena literatura ili raspravlja neučinkovitost šire primjenjivosti održivosti turizma ili prikazuje učinkovitost pojedinih ili manjih primjena održivosti u turističkoj praksi – s ograničenom metodološkom upotrebljivosti za repliciranje takvih primjera drugdje ili na značajnijoj razini i širem području.

Znanstvena literatura obiluje pokušajima ponderiranja i kvantificiranja pokazatelja, pri čemu se autori okreću različitim metodologijama koje su manje ili više uspješne u tom zadatku, no svima im je zajedničko testiranje metodologija na manjim destinacijama, pri čemu nije u fokusu sam rezultat, već unaprjeđenje metodologije. Na razini Republike Hrvatske rijetki su pokušaji mjerenja utjecaja turizma na okoliš. Pokazatelji obuhvaćaju različite sektore i discipline te će stoga interdisciplinarnost i multisektoralnost imati ključnu ulogu u uspostavi održivosti. U tom smislu turističke politike usvajaju mjerenje održivosti svih relevantnih faktora pa je tako Europska komisija razvila ETIS - Europski sustav indikatora za održive turističke destinacije (EC, 2016.) koji pokriva četiri područja održivosti: upravljanje

---

<sup>17</sup> Green wash je termin koji se koristi za potrebe namjerno iskrivljenog i netočnog predstavljanja i promoviranja proizvoda i usluga koje to nisu, odnosno deklariranja da su npr. ekološki prihvatljivi kada to ustvari nisu.

destinacijom, ekonomsko vrednovanje, sociološki i kulturološki utjecaji te utjecaji na okoliš. Ovaj smjer europske politike je posljedica formaliziranih procesa Lisabonskog sporazuma gdje se naglašava da je svrha EU podupirati održivi i kompetitivni turizam.

EU politike su jasnije formulirane u Komunikacije Europske komisije: Europa, svjetska turistička destinacija br. 1 – novi politički okvir za turizam u Europi (COM 352, 2010) koja naglašava: promoviranje razvoja održivog, odgovornog, visokokvalitetnog turizma; utvrđivanje imidža Europe kao skupa održivih, visokokvalitetnih destinacija te isticanje da je kompetitivnost europske turističke industrije u bliskoj vezi s njenom održivošću jer je kvaliteta turističkih destinacija snažno uvjetovana njezinim prirodnim i kulturnim okolišem te njezinom integriranošću u lokalnu zajednicu. Upravo zbog navedenog presudno je imati jasnu percepciju u kojoj mjeri destinacije provode aktivnosti usmjerene na povećanje održivosti, pri čemu uključenost destinacija u proces održivosti predstavlja bazni pokazatelj na temelju kojeg se može vrednovati angažiranost dionika.

## **5.2. Uloga sustava turističkih zajednica u održivosti**

Iako je proces održivosti baziran na temeljima spoznaje i planova, a tek onda konkretnog djelovanja, praksa pokazuje da se učestalo prelazi na aktivnosti bez da se znaju temelji o održivom razvoju. Navedeno sugerira nedostatak preliminarnog koraka, odnosno utemeljenog planiranja baziranog na informacijama. Danas sve češće svjedočimo, uključujući i hrvatske destinacije, mogućem agresivnom djelovanju turizma s neželjenim posljedicama. Priobalne i otočne destinacije<sup>18</sup> posebno su u opasnosti od masovnog turizma zbog kontinuiranog trenda neodrživog upravljanja koji se najviše očituje u nedostatku koordinacije između više različitih razvojnih planova te vizije ili zbog njihova nepostojanja. Pretjerana urbanizacija i apartmanizacija, opterećenost prometne i komunalne infrastrukture, gužve u povijesnim jezgrama i na plažama, zagađenje okoliša (zrak, voda i tlo), trajna devastacija prostora, nesklad između suživota turista i stanovništva samo su neki od posljedica degradacije prirodnih i kulturnih pejzaža<sup>19</sup> kojima se turističke destinacije diljem Hrvatske danas suočavaju. Nezadovoljavajuća primjena održivog razvoja u odnosu na ambiciozan te ponekad nerealan razvoj destinacija stvara veliki pritisak na ekonomsku i socijalnu, ali pogotovo na ekološku

---

<sup>18</sup> Vidučić, V.: Održivi razvoj otočnog turizma Republike Hrvatske, Naše more, 2007., str. 42

<sup>19</sup> Žuvela, I.: Ekološki aspekti održivog razvoja jadranskog turizma, Pomorski zbornik, 1996., str. 87

komponentu održivosti turističkog razvoja. Aktivnosti se sve češće provode ne preventivno<sup>20</sup> i deklarativno te su pitanje sveopćeg trenda, a sve manje obveze društva. Prebacivanje odgovornosti te nedostatak planiranja i provedbe programa, upravljanja aktivnostima, komunikacije i koordinacije među uključenim dionicima odraz su nedostatka jedinstvenog vodstva i unaprijed određenih pravila.

U tom je kontekstu uloga organizacije na nacionalnoj i lokalnoj razini od osobitog značenja.<sup>21</sup> Okupljanje dionika javnog, privatnog i civilnog sektora u cilju strateškog i operativnog upravljanja destinacijom i ostvarivanja zajedničke, prethodno usuglašene, vizije od ključne je važnosti. Stoga važnu ulogu za veću uključenost u održivost imaju destinacijske menadžment organizacije koje se javljaju kao aktivni kreatori promjena, a ne pasivni promatrači. Osim što razvijaju, promoviraju i prodaju turistički proizvod imaju i ključnu ulogu u spajanju javnih institucija, komunalnih i turističkih poduzeća u svrhu razvoja turističke destinacije. S aspekta održivog upravljanja, destinacijski menadžment najčešće je povezan s konkretnim funkcijama, zadaćama i aktivnostima te operativnim odgovornostima<sup>22</sup> koje provode turistički profesionalci. Kako bi stvorile temelje za održiv razvoj djeluju na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini suočavajući se sa svim promjenama radi stvaranja veće vrijednosti destinacija. Od planiranja do implementacije projekata i aktivnosti naglasak se stavlja na javno-privatno partnerstvo uz odgovarajuće ljudske i financijske resurse. Pritom veliku pomoć u profesionalizaciji i formalizaciji doprinose regionalne i lokalne turističke zajednice kao jedni od važnijih uključenih dionika. Međutim, zbog njihovog neujednačenog djelovanja mnoge destinacije nemaju razvijenu svijest o nužnosti za uključenost u održivost. S obzirom na to da se uspješnost destinacija mjeri i u vidu održivosti, uključenost svih dionika u taj proces vrlo je zahtjevan zadatak.

Danas gotovo da ne postoji dokument koji se ne poziva na održiv razvoj, no uključenost u aktivnosti i mjerenje održivosti rijetko gdje postoje. Stoga je pitanje može li se procijeniti uključenost u održivost destinacija kako bi se dale preporuke za daljnje procese i promjene. Održivost je, kao što je već ranije naglašeno, vrlo dinamičan i sporan koncept ukoliko se promatra kroz perspektivu metodologije. Održivi razvoj mora biti definiran kao neprekidan proces koji nije definiran samo određenim ciljevima koji se žele postići, već pristupom stvaranju promjena kroz neprestano učenje i prihvaćanje. Pristup procjene održivosti koji se

---

<sup>20</sup> Mateši, M.: Principi održivog razvoja u strateškim dokumentima Republike Hrvatske, Socijalna ekologija, 2009., str. 333

<sup>21</sup> Drljača, M.: Koncept održivog razvoja i sustav upravljanja, 2012., str. 12

<sup>22</sup> Petrić, L.: Upravljanje turističkom destinacijom: načela i praksa, Ekonomski fakultet u Splitu, Split, 2011.

temelji na indikatorima polazi od ideje kako procjene održivosti moraju biti temeljene na pitanjima je li održivim razvojem postignuta i usmjerava li određena politika ili plan razvoja područja prema ciljevima održivosti. Razvijeno je mnogo različitih primjera indikatora održivosti koji osiguravaju kvantitativne kriterije potrebne, kako pojedincima, tako i grupama sa širokim i raznolikim rasponom vrijednosti, pri pronalasku zajedničkog temelja. Naposljetku, praćenje napretka održivosti zahtijeva određivanje indikatora koji će osigurati mjerive jedinice informacija o ekonomskom, okolišnom i društvenom stanju. Trenutni problemi u upravljanju turizmom naglašavaju nužnost društveno odgovornog turizma i mjerenja pokazatelja održivosti. „Razlozi za praćenje održivosti turističkih odredišta su prije svega bolja informiranost javnosti kao podloga za donošenje odluka, učinkovito upravljanje rizicima, određivanje prioriteta za djelovanje, mjerenje rezultata, veće sudjelovanje zajednice i podrška dionicima u turizmu, bolje iskustvo za korisnike, bolji konačni rezultat, veće uštede za društvo i okoliš te veće vrijednosti odredišta za posjetitelje.“<sup>23</sup>

### **5.3. Metodologija istraživanja**

Stupanj uključenosti destinacija u održive prakse utvrđen je temeljem analize dostupnih sekundarnih izvora, prvenstveno Strateških dokumenta iz područja turizma (Master planova) te službenih mrežnih stranica odabranih lokalnih turističkih zajednica. Strategije razvoja turizma temeljni su upravljački dokumenti destinacije, a osim što sadrže informacije o trenutnom stanju, daju i plan aktivnosti temeljem kojih se postiže vizija i ciljevi razvoja destinacije. Sukladno tome, oni su i javni dokumenti koji daju uvid u usmjerenost destinacije ka aktivnosti i projektima usklađenih s održivim razvojnim ciljevima UN-a.

Destinacije su analizirane kvalitativnom analizom, a osnovu analize strategija i mrežnih stranica činili su sljedeći pojmovi: održivost, održiv razvoj, upravljanje kvalitetom, energetska učinkovitost, eko akcije, gospodarenje otpadom, eko certificiranje, društvena odgovornost i druge. Stupanj uključenosti turističkih destinacija Hrvatske u održivost turizma u ovom se radu mjeri pomoću ordinalne mjerne skale. Mjerenje vrijednosti ovog statističkog obilježja provodi se dodjeljivanjem ocjena pojedinim aktivnostima, temeljem čega se broječno na skali od 1 do 5, u svrhu međusobne usporedbe, rangiraju destinacije.

---

<sup>23</sup> CROSTO (2020), Hrvatski opservatorij održivog razvoja turizma: misija i ciljevi, dostupno na: [www.crosto.hr](http://www.crosto.hr)

*Pri tome ocjene sadrže sljedeće elemente:*

1. Nedostatak projekata i aktivnosti komuniciranih preko službenih kanala usmjerenih na održivost turizma;
2. Postojanje sporadičnih projekata i aktivnosti komuniciranih preko službenih kanala usmjerenih na održivost turizma - najčešće projekti sa svrhom stvaranja imidža, no bez konkretnih odjeka i pokazatelja;
3. Postojanje projekata i aktivnosti komuniciranih preko službenih kanala usmjerenih na održivost turizma – uključuje i dugoročnije projekte usmjerene na različite dimenzije održivosti;
4. Postojanje velikog broja projekata i aktivnosti komuniciranih preko službenih kanala usmjerenih na održivost turizma – učestalo dugoročni projekti, no uz nedostatak mjerljivosti učinaka na održivost;
5. Postojanje velikog broja projekata i aktivnosti komuniciranih preko službenih kanala usmjerenih na održivost turizma uz sustavni nadzor održivosti turizma.

Za potrebe istraživanja analiziraju se podaci o stupnju uključenosti u održivost turizma za 33 odabrane turističke destinacije Republike Hrvatske. Dodijeljene su pojedinačne ocjene svih turističkih destinacija. Pretraživanje dviju turističkih regija, prema javno dostupnim podacima o provedenim projektima i aktivnostima u svrhu održivog razvoja turizma destinacija, započeto je obradom nacionalnih parkova i parkova prirode unutar svake pojedine regije. Nastavno na njih, analizirani su i zatim ocijenjeni gradovi te mjesta unutar svake regije na kopnu i otocima.

#### **5.4. Rezultati istraživanja**

Vrednovanjem aktivnosti i projekata napravljena je gradacija destinacija na dva tipa destinacija s obzirom na odnos prema održivom turizmu. Rezultati su tablično prikazani prema turističkim regijama redoslijedom obrađenih destinacija od najveće ocjene (5) do najmanje ocjene (1) ovisno o njihovom stupnju uključenosti u održivost turizma, a u svrhu lakše i preglednije kvalitativne analize. Rezultati istraživanja počinju s regijama Jadranske Hrvatske, nastavljaju se analizom regija Kontinentalne Hrvatske. Pregled u nastavku se temelji na regionalnoj klasifikaciji turističkih regija Hrvatske turističke zajednice.

### 5.4.1. Regija Dalmacija-Zadar

Rezultati istraživanja za regiju Dalmacija-Zadar pokazuju kako se u regiji ne mjeri održivost niti se intenzivnije provode održive aktivnosti. Nedostatna komunikacija kroz službene stranice turističke zajednice gradova i mjesta te nedovoljan broj samoinicijativnih pokreta vidljivi su tijekom analize destinacija. Od 24 analizirane destinacije 10 ih je usmjereno samo na projekt Pokret otoka, dok ostali osim edukacija i eko akcija čišćenja, imaju vrlo malo velikih projekata posvećenih okolišu, ali i lokalnoj zajednici. Ipak, grad Nin dobra je iznimka koji se istaknuo kao dobitnik nagrade EDEN - Europske destinacije izvrsnosti što je pridonijelo i nezanemarivanje ekonomske i socijalne komponente održivosti koje druge destinacije često zaboravljaju.

Tablica 1.-Ocjena stupnja uključenosti u održivost – Regija Dalmacija-Zadar

Redni broj	Destinacija	Projekti i aktivnosti	Ocjena
1	PP Telašćica	Strateški dokument: Plan održivog turizma Parka prirode Telašćica i Dugog Otoka te niz provedenih istraživanja monitorinzi na području Parka prirode Telašćica	4
2	Zadar	Međunarodna oznaka kvalitete, uređenja i kakvoće mora - plava zastava (plaža Borik i plaža Kolovare), projekt Urbane zelene površine s ciljem unaprjeđenja upravljanja zelenim površinama u funkcionalnim urbanim područjima, projekt PESCAR s ciljem uspostave prognostičkog sustava za pružanje preporuka poljoprivrednim proizvođačima o održivom korištenju pesticida u poljoprivrednoj proizvodnji	4
3	Biograd	Centar za održivi turizam Biosfera Biograd	3
4	Nin	Članstvo u europskim udrugama EWT (Europska udruga gradova opasanih zidinama) i EDEN (Europska destinacija izvrsnosti) u kojima je vrlo bitan održivi razvoj destinacije	3
5	NP Paklenica	Projekt: Podzemni grad u srcu Velebita: razvoj cjelogodišnjeg održivog i sigurnog aktivnog turizma u NP Paklenica i širem velebitskom području	3
6	Otok Dugi Otok (Sali, Božava)	U sklopu projekta Pokret otoka	3
7	Otok Ist	U sklopu projekta Pokret otoka	3



8	Otok Iž	U sklopu projekta Pokret otoka	3
9	Otok Molat	U sklopu projekta Pokret otoka	3
10	Otok Olib	U sklopu projekta Pokret otoka	3
11	Otok Pašman (Pašman, Tkon)	U sklopu projekta Pokret otoka	3
12	Otok Sestrunj	U sklopu projekta Pokret otoka	3
13	Otok Silba	U sklopu projekta Pokret otoka, Otok bez automobila	3
14	Otok Ugljan (Kukljica, Ugljan, Kali, Preko)	U sklopu projekta Pokret otoka	3
15	Otok Vrgada	U sklopu projekta Pokret otoka	3
16	Poličnik	Strategija razvoja općine Poličnik	3
17	Sukošan	Izrada plana gospodarenja otpadom Općine Sukošan do 2020. godine	3
18	Sv. Filip i Jakov	Program ukupnog razvoja općine Sveti Filip i Jakov 2016. s ciljem održivog socioekonomskog razvoja općine	3
19	Otok Pag (Pag, Kolan, Poveljana)	Akcije čišćenja plaža Prosika i Lokunja, Zelena čistka: akcija čišćenja šume i divljeg deponija u Vlašićima na otoku Pagu	3
20	Pakoštane	Hotel baština Mašković Han	2
21	Starigrad	Paklenica u znaku Winnetoua - turistički proizvod koji uključuje tematski turistički put i tradicionalnu manifestaciju	2
22	Vrši	Besplatna podjela sadnica cvijeća svim iznajmljivačima	2
23	Benkovac	Osnivanje TZ Ravni kotari kojoj je cilj održivi razvoj turizma	1
24	Ražanac	Brendiranje ražanačke bure	1

Izvor: Autorska izrada prema Hračak.srce.hr, dostupno na: [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=345924](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=345924)

#### 5.4.2. Regija Slavonija

Unutar regije Slavonija obrađeno je devet destinacija čiji rezultati analize ukazuju na nemjerenje održivosti, već podjednaki razvoj turističkih proizvoda i manje kompleksnih projekata te provođenje napisanih strategija i planova. Stoga je 6 destinacija ocijenjeno ocjenom 3, dok je preostalim trima destinacijama dodijeljena ocjena 2. Međutim, Slavonija je jedna od regija čiji je razvoj usmjeren više prema ekonomskoj i sociološkoj komponenti,

nego na ekološkoj, što predstavlja veliku prednost u odnosu na druge regije. Kao primjer dobre prakse u Slavoniji ističe se PP Papuk koji u sklopu projekta Zelena linija razvija održivi turistički proizvod. No, s obzirom na ujednačenost kriterija na razini cijele Hrvatske PP Papuku nije mogla biti dodijeljena veća ocjena od ocjene 3. Razvoj turizma u Slavoniji tek je u početnoj fazi, stoga je sadašnja uključenost u održivost i osviještenost dostatna i opravdana.

Tablica 2.- Ocjena stupnja uključenosti u održivost - Regija Slavonija

Redni broj	Destinacija	Projekti i aktivnosti	Ocjena
1	Beli Manastir	Strategija razvoja turizma s planom upravljanja "Etnološkim centrom baranjske baštine" u Belom Manastiru s ciljem održivog razvoja destinacije	3
2	Brodsko-posavska županija	Postoji Master plan za razvoj turizma u Brodsko-posavskoj županiji, ali se održivost ne stavlja u prvi plan (u planu je tek poboljšati osnovnu infrastrukturu poput upravljanja krutim otpadom ili vodoopskrba)	3
3	Ilok-Vukovar-Vučedol	Projekt "Istraživanje, obnova i revitalizacija kulturne baštine Ilok-Vukovar-Vučedol" s ciljem poticanja razvoja na principu zaštite i unapređenja kulturnog krajolika kao sastavnice gospodarskoga projekta i poticanja razvoja ovoga područja	3
4	PP Papuk	Energetska obnova upravne zgrade Parka prirode Papuk i uređenje prezentacijskih dvorana za posjetitelje, projekt "Zelena linija" u sklopu kojeg su nabavljeni dva hibridna plug-in i jedno električno vozilo sve s ciljem štednje energije i uporabe čistih energija	3
5	Slavonski Brod	Turistički klaster "Slavonska košarica"- osnivači klastera su Grad Slavonski Brod, Turistička zajednica i Razvojna agencija grada Slavonskog Broda; ciljevi udruge su održivi razvoj turizma na području regije Slavonije, uspostava strateških i operativnih partnerstva, poticanje razvojnih inicijativa, povezivanje dionika turističkog razvoja regije Slavonije u svrhu stvaranja turističkih proizvoda i turističkih doživljaja, distribucija i promocija proizvoda klastera, promoviranje tradicijskih i kulturnih vrijednosti i ambijentalnih specifičnosti i znamenitosti Slavonije kao turističkog odredišta, kontinuirani razvoj turističkih usluga i proizvoda, povećanje konkurentnosti turističkog gospodarstva te informiranje i edukacija sudionika gospodarskog i društvenog života o razvojnim mogućnostima i potencijalima turističkog razvoja Slavonije.	3
6	Vinkovci	Akcijski plan energetske održivosti	3

7	Osijek	Međunarodni dan rijeke Drave, cilj je promicanje jedne od posljednjih prirodnih rijeka u Europi te na taj način osvijestiti potrebu bolje zaštite i osigurati održivi razvoj Europske Amazone	2
8	PP Kopački rit	Volonterska akcija čišćenja parka na području uz Vemeljski dunavac povodom Međunarodnog dana biološke raznolikosti i objavljivanje rezultata zimskog prebrojavanja ptica povodom Svjetskog dana vlažnih staništa	2
9	Vukovar	Regionalni centar mobilnosti-funkcija pružanja svih informacija o mogućnostima putovanja održivim sredstvima mobilnosti (autobus, voz, bicikl, e-brod) na užem i širem području grada Vukovara	2

Izvor: Autorska izrada prema Hrčak.srce.hr, dostupno na: [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=345924](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=345924)

Rezultati istraživanja dokazuju kako je uključenost u održivi razvoj samo kod nekolicine turističkih destinacija realnost, dok je za sve druge destinacije ona tek ideja ili samozavaravanje. Turističke destinacije intenzivnije uključene u održivost svoj uspjeh mogu zahvaliti bržoj spoznaji o važnosti primjene održivog razvoja, većoj ustrajnosti te angažiranosti na projektima i aktivnostima ne samo javnog, već i privatnog sektora. S druge strane, većina nedostavno uključenih destinacija u održivost suočava se dodatno i s problemima oko planiranja i provedbe svih faza održivosti, s nedostatkom upravljanja, stručnosti i nadzora te komunikacije i koordinacije među dionicima. Kako bi turistička destinacija bila više uključena u održivost, njeni dionici ne smiju preskakati korake u procesu održivosti što praksa često pokazuje. Preskakanjem faze osvještavanja i brzi prelazak na faze izrade programa ili konkretnog djelovanja često dovodi do polovičnih rješenja u prihvaćenim konceptima svih triju dimenzija održivosti. Neusklađenost glavnih odgovornih tijela svake destinacije o održivosti dovodi do toga da se uključivanje u održivost smatra gubitkom vremena i financijskih sredstava, a time i ostaje samo ideja bez konkretnih aktivnosti.

## 6. IZAZOVI U TURIZMU U 21. STOLJEĆU

„Hrvatski turizam dio je globalnog turizma i stoga mora biti spreman na sve što ga čeka nakon ulaska Hrvatske u Europsku uniju. S obzirom da europski turizam u narednim godinama očekuje pad udjela u ukupnom broju međunarodnih turističkih dolazaka, moramo i dalje inzistirati na kvaliteti i ulaganjima, što su istodobno i najvažniji segmenti budućnosti hrvatskog turizma.“ - ministar turizma Damir Bajs na stručnom skupu 'Turizam za 21. stoljeće'

Mogućnost i cjelokupno građansko planiranje također mogu doći u obzir. Je li ovo područje sposobno podnijeti povećanje broja posjetitelja? Mogu li usluge rasti tako da odgovaraju većem broju korisnika? Kakva je stambena situacija? Jesu li ceste dobro planirane? Ova, ali i druga slična pitanja mogu se postaviti uz subjektivnu percepciju prijašnje i buduće turističke populacije. Promijenit će se i trend prezaposlenih mladih ljudi koji rade nedruštveno, jer s obzirom na promjenjivu demografsku kategoriju neće biti dovoljno mladih ljudi za obavljanje takvih poslova.

Drugi veliki izazov bit će klimatske promjene, a s obzirom na neizvjesnost o tome kako će klimatske promjene dugoročno utjecati na različite regije, teško je predvidjeti kako će to utjecati na turističku industriju. Porast razine mora može značiti nestanak mnogih otoka, pa čak i obalnih gradova poput Londona i Sydneyja.

S obzirom na ove neporecive trendove sve veće globalne integracije, konkretne inicijative za povećanje prilagodljivosti gospodarstva neprocjenjive su. Posebno snažan primjer bila bi sposobnost uvoznika ili izvoznika da se potvrde na prihvatljiv način na međunarodnoj razini - nešto što bi lako dovelo do privlačenja više kupaca iz inozemstva. Čak štoviše, zajednički, brzo učinjeni standard validacije između domaćih malih i srednjih poduzeća i većih poduzeća može biti teško prevladati.

Turizam je kroz svoje evolucijsko razdoblje povezan s promjenama turističke potražnje i prilagodbe ponude, vremenu i prostoru u kojima nastaju. Suvremeni način života kao i tehnološki napredak nametnuli su neke sasvim nove paradigme u turizmu. Turistička ponuda predstavlja integrirani turistički proizvod podložan kontinuiranim promjenama u obliku dodanih vrijednosti za klijenta. Zbog svoje kompleksnosti i izloženosti vanjskim utjecajima dinamične okoline, zahtjeva neprestanu potrebu aktivnosti partnerskog karaktera. U vrijeme borbe za svakog klijenta u međunarodnom turizmu turistički profesionalci moraju imati ekspertize kako bi uslužili zahtjevne klijente, te izazvali ponovni posjet.

Pritom posebni značaj imaju inovacije, informatička znanja, razvijena kreativnost, kulturalne kompetencije, spremnost na upravljanje promjenama. Pitanje obrazovanja posebno je važno u turističkom sektoru. Osim proizvoda, cijene, distribucije i promocije važnost se pridaje lokaciji, mjestu, procesima, fizičkoj okolini. Svaki element marketing miksa zahtjeva transfere znanja i tehnologija. Turistička edukacija imaće značajan utjecaj na zadovoljstvo turističkim posjetom. Pregled očekivanih utjecaja i koristi u kulturnom turizmu može poslužiti kao pomoć budućim analizama uzroka i posljedica djelovanja turizma u globalnom okruženju. Uvažavajući trendove globalizacije i održivog razvoja daljnja istraživanja područja turizma su neminovna. Buduća istraživanja problematike trebala bi se usmjeriti na segmentaciju turističkog iskustva s aspekta turističkih specijalizacija (znanja). Ne samo radi pomoći realizacije ciljeva strategije razvoja turizma, pa i onog kulturnog, već suradnje privatnog i javnog sektora, razvoja održivih sveučilišta, kooperativnosti dionika. Dinamika rasta međunarodnog turizma može značajno pomoći zemljama u razvoju ako se istim valjano upravlja. Mogućnost osposobljavanja za zanimanja u turizmu i učenje o kulturalnim kompetencijama osigurat će brojne egzistencije i eliminirati barijere u globalnom turizmu. Ujedno će promovirati vrijednosti novih destinacija za koje će suvremeni putnici, zasićeni posjetima „već viđenog“ preferirati. Isto predstavlja širok spektar mogućnosti koje treba znati iskoristiti.

## 7. STANDARDIZACIJA TURISTIČKE PONUDE 21. STOLJEĆA

Očekivanja od prihoda baziranog na dolascima turista velika su. Taj je prihod, sviđalo se to nekome ili ne, ključan za održavanje kakve-takve ekonomske stabilnosti naše zemlje. Koliko doista pratimo i razumijemo promjene koje su utjecale na standardizaciju turističke ponude 21. stoljeća? Živimo li još uvijek, prema poimanju turizma, u 20. stoljeću? Što se to uopće s turizmom događa posljednjih godina i jesmo li spremni na redefiniciju starih klasifikacija? To nije pitanje samo za nas u Hrvatskoj, to je pitanje za cijelu branšu.

### *Hotelijeri postaju iznajmljivači*

Hoteli su postali veliki vlasnici nekretnina sa sve manjim brojem zaposlenih, osobito iskusnih i stručnih ljudi. Poslovnim procesima vladaju procedure, organizacija posla ide u pravcu industrijalizacije, *mcdonaldizacije*. Ugostiteljstvo odnosno hotelijerstvo, polako nestaje kao pojam dobrog domaćinstva baziranog na kontaktu te stvaranju povjerenja i odanosti između gosta i domaćina. Hoteli iznajmljuju poslovne prostore za sve uslužne djelatnosti trećim osobama, koriste vanjske tehničke službe, njihova se usluga svodi na iznajmljivanje sobe ili apartmana uz bogatu ponudu konfekcijskih jela s *buffet* stolova koje dopunjuju i pospremaju tihi i marljivi ljudi. Hoteli–iznajmljivači na svjetskoj razini gube svoj tržišni udio, promet im iz godine u godinu klizi.

### *Hotelski resorti i brodska krstarenja – ponuda za mase*

Nekada, prije 30 i više godina, krstarenja luksuznim brodovima bila su rezervirana za dobrostojeću klijentelu, a obični ljudi o njima su maštali i štedjeli za posebnu prigodu. Krstarenja su bila skupa i nedostižna. Danas, brodovi–hoteli, koji premašuju kapacitet od 5.000 putnika, nude sav komfor i sjaj u pansionskom izdanju za cijenu prosječne mjesečne plaće. Tako su, nekada luksuzna, brodska krstarenja danas postala sinonim za masovni turizam. Pandan ovoj ekonomiji obujma na moru, mjesta su masovnih turističkih dolazaka isto tako moderno opremljeni komforni i luksuzni hotelski resorti, *hotelski gradovi*. Slično kao i u slučaju brodova, i *hotelski gradovi* nekada su imali epitet vrhunskog sjaja, glamura i visokih cijena. Sjetimo se samo HG Haludovo. Danas se tjedni aranžmani s *all inclusive* ponudom u pet zvjezdica prodaju za vrijednost prosječne mjesečne plaće.

### ***Kampovi postaju difuzni hoteli***

Prvi masovni turistički pokret Nijemaca prema Mediteranu, samo 10 godina nakon završetka 2. svjetskog rata, obilježili su VW Buba i mala kamp prikolica. Kampiranje je bilo najekonomičniji način provođenja ljetnih praznika. Zahvaljujući popularnosti kampova i velikim površinama za kampiranje uz more, Istra se razvila u najturističiju regiju Hrvatske. Kampovi su izgradili hotele 70-ih godina prošlog stoljeća, a danas megatvrtkama koje imaju u vlasništvu i hotele donose ekstra profit. Veliki obujam prometa (uz niže troškove infrastrukture i poslovanja) usmjerio je investicije u kampove prema podizanju standarda usluge. Danas veliki kampovi imaju istu razinu usluge kao i hoteli – apartmanski smještaj u mobilnim kućama, restorane, bazene, *wellness*, sportske terene, male marine za plovila i slično. Kampovi se postupno transformiraju uslugom i cijenom u raspršene hotele.

### ***Iznajmljivači postaju ugostitelji***

Pedesetih, šezdesetih i sedamdesetih godina prošlog stoljeća tadašnje su narodne vlasti nagovarale i uvjeravale ljude da u svoj dom prime turiste koji nisu imali gdje odsjesti. Spavalo se na plažama, u parkovima, na klupama. Iznajmljivale su se poludovršene garaže s *jogi* madracima na podu, sobe sa zajedničkom kupaonicom opremljene rashodovanim namještajem obližnjeg hotela. Danas je era iznajmljivanja u obiteljskim kućama na izdisaju. Traži se domaćinstvo, lokalni ugođaj, ono ugostiteljstvo koje su veliki hoteli izgubili. Smještaj mora biti opremljen na visokoj razini, a dodatni sadržaji poput bazena, sunčališta, igrališta za djecu postaju uobičajeni. P2P ili *sharing economy*, u kombinaciji s digitalnim marketingom, lansirao je dobro domaćinstvo u orbitu željenog smještaja, ali loše domaćinstvo upravo kroz digitalnu inspekciju za čas gubi na cijeni i nestaje s horizonta potražnje.

Pojmovi poput hotela, kampa, smještaja u domaćinstvu i na brodovima više nisu jednoznačni.

U slučaju svake vrste smještaja dolazi do raslojavanja. Pritom oznaka kategorije smještaja, obilježena određenim brojem zvjezdica, ne govori dovoljno o samoj vrsti usluge. Klasičan kamp ili kamp – difuzni hotel, obiteljski kamp, *outdoor* kamp, sportski kamp, *lifestyle* hotel, obiteljski hotel, sportski hotel ili klasičan hotel, hotelski resort, *privatni smještaj*, B&B (engl. *bed and breakfast*), smještaj kod domaćina, smještaj na selu, smještaj u seoskom domaćinstvu, smještaj u tradicionalnoj kući, smještaj u urbanim apartmanima, krstarenje

na jedrenjaku, jedrenje na jahti, krstarenje na mini kruzeru, krstarenje na motornoj jahti, krstarenje na megakruzerima samo su neki od pojmova koji se uvode kao oznake profila usluge u pojedinom segmentu ponude. Uбудuće će se više opisivati sama priroda usluge koja pogađa ciljani tržišni segment, a manje će pritom biti važna službena kategorizacija zvjezdicama. Razinu kvalitete, odnosno zvjezdice, dodjeljuju sami gosti pa i najveći svjetski savjetnici za putovanja, čije plakete i naljepnice s ocjenama sve češće susrećemo na vratima ugostiteljskih objekata.



## 8. ZAKLJUČAK

Kako se konkurencija pojačava, turističko tržište prolazi kroz mnoge promjene, zbog čega suvremena turistička industrija traži jedinstven i prepoznatljiv turistički proizvod, zadržavajući lokalne elemente. Danas turisti traže visoko kvalitetne usluge, nove turističke objekte i projekte te sve više traže destinacije koje nude smještaj i usluge temeljene na održivi razvoj odnosno da ne štete okoliš. Turizam može poboljšati život, ujediniti zajednice, čuvati i slaviti baštinu, te izgraditi mostove u cijelom svijetu između ljudi različitih kultura i podrijetla. Svi su ti čimbenici doveli do toga da je Opća skupština Ujedinjenih naroda 2017. godinu proglasila Međunarodnom godinom održivog turizma za razvoj, u skladu sa ciljevima održivog razvoja (SDG) koje su 193 zemlje dogovorile da zacrtaju zajednički napredak do 2030. godine.

Turizam 21. stoljeća suočen je sa snažnom spregom međunarodnih odnosa. Tijela koja su obuhvaćena turizmom otvaraju brojne mogućnosti uključivanja na međunarodnoj razini. S druge strane, turizam postaje i integrirajući činitelj u gospodarskom razvitku na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini. U današnje vrijeme turisti na svom odmoru traže puno više od sunca, mora i plaže te se razvijaju nove vrste turizma popraćene njihovim željama, stavovima i motivima. Iz tih razloga razvio se koncept specifičnih oblika turizma koji se prilagođava potrebama turista.

Održivi turizam višestruko je najpogodnija perspektiva, i s gledišta turista, i s gledišta lokalnog stanovništva, i s gledišta očuvanja i obnavljanja prirode. Svjetska turistička organizacija (UNWTO) razvila je djelotvornu tehnologiju razvoja sustava pokazatelja održivosti turizma na razini destinacije koji pomaže u planiranju i evaluaciji svih aspekata održivog turizma na razini različito velikih prostornih jedinica. Učinkovito strateško planiranje pravi je pristup razvoju turizma pri tome uvažavajući sve elemente razvoja, ekonomske, socijalne, ekološke i kulturne. Samo takvim pristupom mogu se izbjeći negativni utjecaji i posljedice koje ne djeluju ohrabrujuće na ukupan razvoj sredine neovisno o stupnju njezine razvijenosti. Održivi turizam ide u korak s potrebama današnjih turista, a istodobno štiti i poboljšava prilike za budućnost. Hrvatska je slijedom preuzetih međunarodnih obveza, konvencija i ugovora, posebno vezano za proces pridruživanja EU, prihvatila primjenu načela održivosti, koja su postala njezino strateško opredjeljenje. S toga je za očekivati da će se zeleno poslovanje početi sve više uvoditi u hrvatsku hotelsku građevinsku praksu i da će se stvoriti preduvjeti za implementiranje cjelokupnog procesa životnog ciklusa „Zelenih hotela” (eko hotela). Na degradaciju okoliša turizam je puno osjetljiviji nego druge gospodarske djelatnosti jer okoliš je njegov primarni

resurs. Za svoj razvoj turizam traži prostor koji je kvalitetan i koji nije onečišćen. U razvoju turističke ponude trebat će više koristiti iskustva, rješenja i standarde turistički razvijenih država Europe jer turizam sve manje poznaje granice, a turističko tržište postaje sve više integralno i jedinstveno. To je jedini način da se turistička ponuda Hrvatske približi razvijenim turističkim državama i regijama, i tako omogući održavanje konkurentnosti na europskom i svjetskom turističkom tržištu.

## POPIS LITERATURE

### *Stručna literatura:*

1. Blažević, B.: Turizam u gospodarskom sustavu, Fakultet za hotelski i turistički menadžment Opatija, Opatija, 2007.
2. Carić, H., Marković, I.: Integralno planiranje u turizmu kao temelj održivog razvoja. U: Čorak, S. (ur.) Izazovi upravljanja turizmom (123-138). Zagreb: Institut za turizam, 2011.
3. Čavlek, N.: Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011.
4. Črnjar, M.: Ekonomika i politika zaštite okoliša, Ekonomski fakultet Rijeka i Glosa Rijeka, 2002.
5. Črnjar, M., Črnjar, K.: Menadžment održivog razvoja, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Glosa Rijeka, 2009.
6. Drljača, M.: Koncept održivog razvoja i sustav upravljanja, Međunarodni skup Nedjelja kvaliteta, Kvalitet i Izvrsnost, 1 (1-2), FQCE – Fondacija za kulturu kvaliteta i izvrsnost, 1-15., 2012.
7. Geić, S.: Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011.
8. Gržinić, J.: Turizam i razvoj, rasprava o globalnim izazovima, e knjiga, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2018.
9. Hitrec, T.: Održivi turizam i okoliš u žiži interesa Vijeća Europe, Turizam, 457.-459., 2002.
10. Koncul, N.: Položaj turizma u globalnim i europskim integracijskim procesima, Pregledni članak, More i turizam, Dubrovnik, 2004.
11. Kožić, I., Mikulić, J.: Mogućnosti uspostave sustava pokazatelja za ocjenu i praćenje održivosti turizma u Hrvatskoj, Privredna kretanja i ekonomska politika, 21, 57-81., 2011.
12. Kožić, I., Mikulić, J.: Measuring tourism sustainability – an empirical comparison of different weighting procedures used in modelling composite indicators, Tourism economics, 20 (2), 429-439., 2014.
13. Kožić, I.; Mikulić, J.: Using an indicator system for evaluating tourism sustainability in Croatia, Turističko poslovanje - naučno-stručni časopis Visoke turističke škole Strukovnih studija u Beogradu, 12, 39-50., 2013.

14. Matešić, M.: Principi održivog razvoja u strateškim dokumentima Republike Hrvatske. *Socijalna Ekologija*, 18 (3-4), 323-339., 2009.
15. Peršić, M., Smolčić Jurdana, D.: *Ekološko osvješćivanje u turizmu i hotelskoj industriji*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2006.
16. Petrić, L.: *Upravljanje turističkom destinacijom: načela i praksa*, Split, Ekonomski fakultet u Splitu, 2011.
17. Pirjevec, B., Kesar, O.: *Počela turizma*, Mikrorad, Zagreb, 2002.
18. Pirjevec, B.: *Ekonomska obilježja turizma*, Golden marketing, Zagreb, Školska knjiga, 1998.
19. Ritzer, G.: *Mekdonaldizacija društva*, Zagreb: Jesenski i Turk, 1999.
20. Smolčić Jurdana: *Načela održivog razvoja turizma, Održivi razvoj turizma – problemi i perspektive*, Zbornik radova, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija i Zavod za održivi razvoj i prostorno planiranje PGŽ, 2003.
21. Smolčić Jurdana: *Tourism development under new conditions – towards sustainable tourism development*, ICES, 2003.
22. Štifanić, Mirko: *Sociologija turizma*, Rijeka: Adamić, 2002.
23. UNWTO (United Nations World Tourism Organization): *Guide for local authorities on developing sustainable tourism*, Madrid: World Tourism Organization, 1998.
24. UNWTO (United Nations World Tourism Organization): *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook*, Madrid: World Tourism Organization, 2004.
25. Vidučić, V.: *Održivi razvoj otočnog turizma Republike Hrvatske*, *Naše more*, 54 (1-2). 42-48, 2007.
26. Vukonić, B.: *Turizam – u susret budućnosti*. Zagreb: Mikrorad d.o.o. i Ekonomski fakultet Zagreb, 1994.
27. Vukonić, B.: *Turizam i razvoj*, Školska knjiga: Zagreb, 1987.
28. Vukonić, B.: *Turizam, budućnost mnogih iluzija*, Plejada: Zagreb, 2010.
29. Vukonić, B., Keća, K.: *Turizam i razvoj: pojam, načela, postupci*, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb: Ekonomski fakultet, 2001.
30. Žuvela, I.: *Ekološki aspekti održivog razvoja jadranskog turizma*, *Pomorski zbornik*, 1, 87-109, 1996.

### ***Internet stranice:***

1. CROSTO (2020). Hrvatski opservatorij održivog razvoja turizma: misija i ciljevi, dostupno na: [www.crosto.hr](http://www.crosto.hr) (20.08.2021.)
2. Hrčak srce, dostupno na :  
[https://hrcak.srce.hr/index.php?id\\_clanak\\_jezik=12812&show=clanak](https://hrcak.srce.hr/index.php?id_clanak_jezik=12812&show=clanak) (15.08.2021.)
3. Hrčak srce.hr, dostupno na:  
[https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=345924](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=345924) (15.08.2021.)
4. hrTurizam.hr, dostupno na: <https://hrturizam.hr/preslagivanje-smjestajnih-vrsta-standardizacija-turisticke-ponude-21-stoljeca/?fbclid=IwAR0R7pzzv-kM0aL2xVWuEK8U3c7vqxCele3JE-L-LII3dpZwMGdusPyAPwQ> (10.08.2021.)
5. Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, dostupno na:  
<https://mint.gov.hr/vijesti/turizam-za-21-stoljece-kvaliteta-i-ulaganja-su-najvazniji/4143> (16.08.2021.)
6. Sabor.hr, Konačni prijedlog zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma 2019., dostupno na: <https://sabor.hr/hr/konacni-prijedlog-zakona-o-turistickim-zajednicama-i-promicanju-hrvatskog-turizma-drugocitanje-pz> (25.08.2021.)
7. Tportal.hr., dostupno na: <https://www.tportal.hr/lifestyle/clanak/katastrofa-kao-turistickaatrakcija-20090522> (16.08.2021.)
8. Traveladvisor.eu, dostupno na: <https://travel-advisor.eu/cernobil-mjesto-nuklearne-katastrofepostaje-turisticka-atrakcija/> (16.08.2021.)
9. Večernji.hr., dostupno na: <https://www.vecernji.hr/vijesti/drugacija-vrsta-turizma-promoviraju-semracna-mjesta-evo-sto-se-nudi-u-hrvatskoj-1326501> (16.08.2021.)
10. Zavod za prostorno uređenje primorsko-goranske županije, dostupno na: <https://zavod.pgz.hr/projekti/publikacije/zbornik4> (20.08.2021.)

## **POPIS TABLICA**

I.	Ocjena stupnja uključenosti u održivost – Regija Dalmacija-Zadar.....	25
II.	Ocjena stupnja uključenosti u održivost – Regija Slavonija.....	27

## **POPIS ILUSTRACIJA**

Slika 1.- Prikaz turizma katastrofe- Černobil.....	8
Slika 2.- Prikaz tamnog turizma- Vukovar.....	9