NEGATIVNI DRUŠTVENO - EKONOMSKI UĈINCI TURIZMA

Kovačević, Petra

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:259910

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split







SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

NEGATIVNI DRUŠTVENO - EKONOMSKI UČINCI TURIZMA

Mentor:

Doc. dr. sc. Lana Kordić

Studentica:

Petra Kovačević, 1143808

Split, srpanj, 2018.

SADRŽAJ:

1. UVOD 4

1. 1. Definicija problema 4

1. 2. Cilj rada 5

1. 3. Metode rada 5

1. 4. Struktura rada 6

2. TEORIJSKI PREGLED UČINAKA TURIZMA 7

2. 1. Pojmovno određenje i povijesni razvoj turizma 7

2. 2. Učinci turizma 10

2. 2. 1. Pozitivni učinci turizma 12

2. 2. 1. 1. Pozitivni ekonomski učinci turizma 13

2. 2. 1. 2. Pozitivni sociokulturni učinci turizma 14

2. 2. 2. Negativni učinci turizma 15

2. 2. 2. 1. Negativni ekonomski učinci turizma 16

2. 2. 2. 2. Negativni sociokulturni učinci turizma 18

3. ANALIZA NEGATIVNIH UČINAKA TURIZMA NA ODABRANE TURISTIČKE DESTINACIJE 21

3. 1. Analiza negativnih učinaka turizma na primjeru Barcelone 22

3. 1. 1. Barcelona – prikaz osnovnih značajki 22

3. 1. 2. Negativni učinci turizma na grad Barcelonu 23

3. 2. Analiza negativnih učinaka turizma na primjeru Splita 27

3. 2. 1. Grad Split – prikaz osnovnih značajki 27

3. 2. 2. Negativni učinci turizma na grad Split 29

4. ZAKLJUČAK 34

LITERATURA 35

PRILOZI 38

SAŽETAK 39

SUMMARY 40

1. UVOD

U radu „Negativni društveno - ekonomski učinci turizma“ obrađena je druga strana turizma, ona o kojoj se manje govori. S obzirom da turizam u Hrvatskoj u posljednje vrijeme ostvaruje visoke poraste prometa, ova njegova druga strana rjeđe se spominje.

Turizam se razvija brže od bilo kojeg drugog sektora te postaje nadmoćan u odnosu na njih. U kratkom vremenu povećava zaposlenost, dohodak stanovništva i životni standard te utječe na porast investicija na lokalnoj razini (rastu prihodi od poreza).

Osim što su učinci turizma na lokalno stanovništvo vidljivi s ekonomskog aspekta, negativni učinci turizma predstavljaju široki spektar različitih utjecaja na društvo i njegovu tradiciju u cjelini te na kvalitetu života domicilnog stanovništva u vrijeme turističke sezone. Gubi se tradicija, identitet, autentičnost te se podilazi turizmu i turistima.

Veliki dio stanovništva okreće se poslovima u turizmu čime pada broj zaposlenih u ostalim sektorima. Brojna ekonomska istraživanja predlažu da turistička aktivnost potiče ekonomski rast zemalja u razvoju, a ti su rezultati u većini slučajeva toliko jaki da se njegovi negativni učinci zanemare.

1. 1. Definicija problema

Turizam je sektor koji vrši višestruk utjecaj na gospodarstvo zemlje, odnosno regije koja ga razvija. Dok s jedne strane nosi brojne pozitivne učinke, s druge strane nosi veliki broj negativnih učinaka, kako na ekonomiju tako i na društvo u cjelini. S obzirom da je turizam trenutno u velikom uzletu, njegovi se negativni učinci rjeđe spominju. Iako pruža brojne nove prilike za zapošljavanje, brojni su nedostaci zapošljavanja u turizmu. U sezoni dolazi do rasta cijena dobara i usluga, a mala lokalna poduzeća često se gase jer se teško nose sa konkurentnim poduzećima u vlasništvu stranaca. Turizam potkopava kulturu, a infrastruktura se često teško nosi s povećanjem broja stanovništva uzrokovanim turistima. Uvoz zapadnjačkih dobara i usluga najčešća je prijetnja lokalnoj zajednici i dovodi do gubitka lokalnih običaja i tradicije. Tradicionalne industrije se gase, a autentični domaći proizvodi zamjenjuju se neautentičnim uvoznim.

1. 2. Cilj rada

Temeljni cilj ovog završnog rada jest pružiti analizu negativnih učinaka turizma na destinaciju i lokalno stanovništvo zbog svjesnosti izazova koje predstavlja razvoj turizma. Negativni učinci turizma se pojavljuju ukoliko se turizam ne regulira pravilno, a detaljna analiza učinaka turizma podloga je za donošenje odluka u cilju ublažavanja uočenih negativnih učinaka.

1. 3. Metode rada

Prikupljanje relevantnih informacija i podataka u samoj je biti ovog rada. U cilju prikupljanja što relevantnijih informacija i podataka koji će pomoći pri rješavanju problema korištene su odgovarajuće znanstvene metode.

Koristeći se smjernicama znanstvene metodologije pri izradi stručnog djela, a u cilju da se otkrije i pokuša riješiti problem kojim se ovaj rad bavi, svi pojmovi, definicije, zakonitosti i pojave proučene su detaljno. Spomenute znanstvene metode sastavni su dio metodologije koja se i sama oslanja na opću metodologiju. Provodeći istraživanje korištene su sljedeće znanstvene metode (Zelenika, 2000):

- metoda indukcije - znanstvena metoda kojom se na temelju činjenica i saznanja dolazi do nekih novih saznanja i spoznaja, tj. otkrivanja novih zakonitosti. Smatra se jako važnom znanstvenom metodom
- metoda dedukcije - metoda pomoću koje se iz općih sudova izvode posebni i pojedinačni zaključci primjenom deduktivnog načina zaključivanja
- metoda analize - postupak kojim se složene pojmove, sudove i zaključke raščlanjuje na jednostavnije sastavnice u svrhu boljeg razumijevanja istih
- metoda komparacije - metoda pomoću koje se uspoređuju sličnosti i razlike u ponašanju i intenzitetu istih ili srodnih činjenica, pojava, procesa ili odnosa
- metoda kompilacije - pomoću ove metode preuzimaju se tuđi rezultati znanstveno-istraživačkog rada, naravno uz pravilno citiranje izvora
- metoda sinteze - metoda u kojem se putem znanstvenog istraživanja sintezom vrši transformacija jednostavnih sudova u složenije
- metoda generalizacije – metoda putem koje se od posebnog pojma dolazi do općenitijeg
- metoda klasifikacije – podjela općeg pojma na posebne pojmove

- metoda deskripcije – metoda u kojoj se na jednostavan način opisuju činjenice, procesi i predmeti, bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja.

1. 4. Struktura rada

Ovaj završni rad sastoji se od četiri međusobno povezane cjeline. Na početku, u uvodnom dijelu prikazan je problem istraživanja rada, ciljevi rada te metode koje su korištene prilikom izrade završnog rada. Nakon uvoda, istražen je pojam turizma i njegov razvoj kroz povijest te razvoj masovnog turizma. Nadalje, u radu su prikazani pozitivni i negativni učinci turizma. Nakon prikazanih učinaka turizma, izvršena je analiza negativnih učinaka turizma konkretno na primjerima gradova Barcelone i Splita. Također, ponuđena su moguća rješenja problema s kojima se zemlje koje razvijaju turizam susreću i načini na koje se može pridonijeti boljem i odgovornijem razvoju turizma.

U završnom dijelu slijedi zaključak te popis literature i grafičkih priloga.

2. TEORIJSKI PREGLED UČINAKA TURIZMA

Tijekom desetljeća, turizam je doživljavao kontinuirani rast kako bi danas postao jedan od najbrže rastućih sektora u svijetu. Moderni turizam usko je povezan s razvojem i uključuje sve veći broj novih destinacija. Turizam je u posljednje vrijeme ključni pokretač društveno-gospodarskog napretka. Postao je jedan od glavnih čimbenika međunarodne trgovine te izvor prihoda za mnoge zemlje u razvoju. Širenje turizma dovelo je do pogodnosti u zapošljavanju ljudi i u ostalim sektorima koji su usko povezani s razvojem turizma, od građevinarstva do poljoprivrede i telekomunikacija.

2. 1. Pojmovno određenje i povijesni razvoj turizma

Malo je pojmova danas u upotrebi često kao turizam i turist, a da pri tome ne postoji potreba za preciznijim objašnjavanjem istih. Mnogo je definicija turizma. Za mnoge je turizam pojam koji označava odmor, putovanje, dokolicu i sl. Za druge je turizam profesija, način zarade, odnosno izvor prihoda. Sve to potvrđuje da je turizam izrazito kompleksna i heterogena pojava te specifičan sociološko-kulturni fenomen. (Petrić, 2006)

Definicija Međunarodnog udruženja naučnih turističkih stručnjaka (AIEST- a), koja je donesena 1981. godine na konferenciji u Cardiffu glasi:

„Turizam je 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“. (Pirjevac, 1998)

United Nations World Tourism Organisation (UNWTO) definira turista kao posjetitelja, tj. osobu koja putuje izvan svoje sredine kraće od dvanaest mjeseci i glavna svrha njegova putovanja nije vezana za obavljanje neke lukrativne aktivnosti u mjestu koje posjećuje. (Petrić, 2006)

Razvoj turizma dijeli se na dvije epohe: predturističku i turističku epohu. (Petrić, 2006)

Predturističku, odnosno epohu pojava sličnih ili analognih turizmu, čija se putovanja prema Marković (1990) bez obzira na njihovu sličnost putovanjima suvremenog svijeta ipak ne mogu još nazvati turističkim budući da nisu postojali osnovni preduvjeti za nastanak i razvoj turizma u pravom smislu riječi. Karakteristike ove epohe zbog kojih se ne može nazvati „turističkom“ jesu pojedinačna i neorganizirana putovanja, nema aktivnog odnosa

putnika i ambijenta, nema osnovnih faktora turizma, učesnici putovanja su uglavnom predstavnici bogatih, aristokratskih slojeva te je uloga države u cijelom razdoblju uglavnom pasivna.

Prema Pirjevac (1998) neki teoretičari zastupaju tezu da se turizam počeo razvijati u trenutku kad je čovječanstvo doseglo određeni stupanj civilizacije i razvoja, odnosno kada je čovjek počeo živjeti u organiziranim zajednicama. Ta su putovanja bila motivirana trgovinom, stjecanjem novih znanja, kulturnim potrebama ili zdravstvenim razlozima.

Putovanja iz zadovoljstva javljaju se već u antičko doba. U antičkoj Grčkoj putovanja su bila motivirana sportskim događajima te posjećivanjem proročišta. Rimljani su također putovali iz zabave i razonode. Oni su posjećivali sportske igre, poznata mjesta u to doba kao i lječilišta. Osim toga, odlazili su i u svoje ladanjske kuće (tzv. *villa-e rustica-e*). Rimljani su imali vrlo razgranatu mrežu cesta te su za prijevoz koristili kola i konje. U Cursus Publicus-ima mogle su se dobiti informacije vezane uz putovanje te unaprijed rezervirati mjesto u kočijama ili kupiti karta za prijevoz i uplatiti smještaj i prehrana na postajama. Bili su to javni uredi, a preteča su današnjih agencija. U to vrijeme postojali su i napisani itinerari i vodiči za razne pravce kretanja.

U srednjem vijeku, za koje se upotrebljava pojam mračno doba, nastupila je pauza u putovanjima. U to vrijeme putovali su samo najhrabriji. Tu dolazi do nestanka putovanja motiviranih razonodom i rekreacijom.

Tek u 12. st. počinju se ponovno koristiti kočije kao prijevozno sredstvo, a putuju vitezovi, propovjednici i pustolovi. Prva masovnija putovanja poticala je crkva organiziravši hodočašća vjernika u svetišta. Uz ceste se sve više izgrađuju svratišta, gostionice, prodavaonice potrepština itd.

Razdoblje humanizma i renesanse u Europi je razdoblje procvata kulturnog i duhovnog stvaralaštva. Želja za upoznavanjem novog i doživljavanjem prirode pokreće tadašnju intelektualnu elitu na putovanja Europom. M. Montaigne je 1590. krenuo na putovanje Europom, a svoje je doživljaje opisao u djelu pod nazivom „Journal de Voyages en Italie“. Slična putovanja kroz 18. i 19. st. poduzima cijeli niz intelektualaca onoga doba te za sobom ostavljaju svoja romantičarska dijela.

Od sredine 16. pa sve do sredine 19. st., u većem broju putuju i mladi pripadnici plemstva, aristokracije i bogatih trgovaca. Njihova putovanja poznata su pod nazivom „Grand

Tour of Europe“. Bio je to neizostavan dio njihova školovanja i obrazovanja. Takva putovanja trajala su dvije do četiri godine, a obuhvaćala su uglavnom zemlje Mediterana. Imala su mnoge karakteristike koje su ih izdvajale od putovanja u ranijim razdobljima pa se nazivaju „preteča pravih turističkih putovanja“.

Nakon predturističke epohe slijedi turistička epoha. To je razdoblje koje počinje sredinom 19. st., a traje i danas. Karakteristike koje ovu epohu čine „turističkom“, prema Cicvarić (1990) su: masovnost putovanja, sve veći aktivni međuodnos između turista i ambijenta, razvijanje svih osnovnih faktora turizma koji djeluju stvarajući masovnu društvenu potrebu za turističkom rekreacijom, sezona postaje ljetna (uglavnom kupališna), aktivna uloga države te turizam postaje snažan ekonomski faktor i djeluje kao posljedica i faktor privrednog razvoja. (Petrić, 2006) Od 1845 do 1875. godine u turističkim putovanjima prevladava aristokracija, posjeti banjama, lječilištima i kulturnim centrima. Od 1875 do 1910. godine u turističkim putovanjima sudjeluje i buržoazija, a javljaju se i prva turistička mjesta te počinje investiranje kapitala. Nakon 1910. godine jačanjem borbe za prava radnika (kraće radno vrijeme, godišnji odmori te više plaće) u turistička putovanja se uključuju i obični slojevi građana. Nakon Drugog svjetskog rata dolazi do nagle i burne ekspanzije turističkih putovanja i turizam postaje predmetom interesa brojnih znanstvenih disciplina, a nadasve ekonomske teorije i prakse.

U odnosu na druge podjele, turizam se u teoriji i praksi najčešće dijeli na masovni i alternativni ili održivi turizam. Kod masovnog turizma prevladava velik broj turista, organizirano putovanje, paket aranžmani koje nude agencije i turoperatori dok kod alternativnog postoji alternativa sadržajima i ponašanju turista, a njegovi motivi su u fokusu te je ponuda destinacije u ravnoteži s okružjem.

Analizom dinamike rasta turističkog prometa samo od druge polovice 20. stoljeća do danas, moguće je ustvrditi da je glavno obilježje suvremenog turizma njegova neslućena masovnost. Tada su se počeli stvarati uvjeti koji su pogodovali razvoju ovog oblika turizma, a to su prije svega kraće radno vrijeme, godišnji odmori, više plaće, razvoj zračnog prometa (putovanje zrakoplovom postaje sve dostupnije - mogućnost prijevoza velikog broja putnika na udaljene lokacije u što kraćem vremenu), a i ostalih vrsta prometa (ceste postaju kvalitetnije - sve je više turistički atraktivnih mjesta povezano). Turističke agencije i turoperatori također imaju ulogu u razvoju masovnog turizma. Oni organiziraju paket

putovanja po pristupačnim cijenama te organiziraju udaljenija putovanja teže dostupna za pojedinca. Upravo zbog ovog obilježja turizam je i dobio atribut masovni.

Masovnim turizmom uglavnom se smatraju putovanja koja su unaprijed isplanirana u organizaciji turističkih agencija. Pretežno putuju stanovnici sjeverne i zapadne Europe u zemlje Sredozemlja, uglavnom u toplom dijelu godine, privučeni klimom, suncem i morem kao glavnim atrakcijama. Sve se više putuje i u hladnom dijelu godine i to u alpske zemlje koje razvijaju skijališne destinacije. Zbog sve veće popularnosti destinacija, gradi se sve više jedinica za prihvat gostiju, a najčešće su to veliki hoteli ili turistička naselja.

U početku suvremene faze razvoja turizma atribut masovni imao je pozitivno značenje jer je označavao ispunjenje tada neostvarivih želja mnogih ljudi da odmor provedu ne samo u mjestu svog stalnog boravka već i u inozemstvu. (Čavlek, 1998)

Masovni turizam ubrzao je gospodarski razvoj u mnogim zemljama, a pogotovo u onim u kojim nije bilo drugih razvojnih mogućnosti osim prirodnih ljepota. Životni standard u ovim destinacijama je podignut s obzirom da njegov razvoj pruža uvjete za zapošljavanje stanovništva.

Već je 1970- ih godina pojam „masovni“ počeo poprimati sve negativnije konotacije, da bi se uskoro kod većine znanstvenika, ali i kod mnogih u svakodnevnoj praksi poistovjetio s nečim krajnje negativnim i nepoželjnim, protiv čega se treba boriti. (Čavlek, 1998)

Zbog ubrzanog i često nekontroliranog tempa razvoja, turizam je za sobom donio i neke negativne pojave koje se najprije ogledaju u prostoru, a osobito u prometu i čovjekovu okolišu. Narušava se izvorna ljepota nekog mjesta, pretjeranom izgradnjom zagađuje se okoliš te se narušavaju društveni odnosi. Brojni su drugi učinci turizma o kojima će biti riječi u daljnjem tekstu.

2. 2. Učinci turizma

Turizam vrši višestruk utjecaj na gospodarstvo zemlje, odnosno regije koja ga razvija. Generira veliki broj zaposlenih, kako direktno (zaposlenost u hotelima, turističkim agencijama i sl.), tako i indirektno (zaposlenost u djelatnostima koje su ovisne o turizmu u nekim razdobljima poslovanja) te inducirano (dodatno zapošljavanje koje generira turizam svojim multiplikativnim učincima). Također, turizam je gospodarski sektor koji u brojnim

zemljama doprinosi ukupnom rastu BDP-a. Turizam potiče priliv kapitala u odredište te pokreće brojne investicije.

Osim brojnih pozitivnih učinaka, turizam za sobom nosi i brojne negativne učinke na odredište. S vremenom, sve više ljudi se odlučuje na putovanja, a osim toga broj njihovih putovanja tijekom godine raste. Upravo zbog toga nastaje potreba da se poduzmu organizacijske i tehničke mjere kako bi se takva masa ljudi mogla prihvatiti. Ovaj problem posebno se očituje u potrebi za izgradnjom novih smještajnih kapaciteta. Nadalje, svojim boravkom u van domicilnom mjestu, turisti povećavaju potrošnju vode i energije, proizvode znatne količine krutog otpada, emisija i otpadnih voda. Dolazi do preopterećenja infrastrukture, uništavanja okoliša, velikih gužvi u prometu, degradacije kulturne baštine, problema u opskrbi te nezadovoljstva domicilnog stanovništva.

Prema Geiću (2007) i Jokiću (1994) u kontekstu bilanciranja pozitivnih i negativnih posljedica na relaciji turizam - gospodarski razvitak nužno je napraviti analizu troškova i koristi koja obuhvaća sveobuhvatni pregled troškova i koristi turizma na ekonomskom i sociokulturnom području. Bilanca troškova (šteta) i koristi turističkog razvitka prikazana je u Tablici 1.

Tablica 1: Bilanca troškova (šteta) i koristi turističkog razvitka

KORISTI	
EKONOMSKE	**SOCIOKULTURNE**
• radno intenzivna djelatnost • sezonski posao • generira vanjsku razmjenu • može se izgraditi na postojećoj infrastrukturi • koristi lokalne potencijale (resurse) • podupire razvoj tržišta za ostale proizvode • širi razvojne mogućnosti • multiplikativni učinci • zapošljavanje	• povećanje opće razine obrazovanja • podizanje vrijednosti vlastite i tuđe kulture ukida: • jezične barijere • sociokulturne granice • klasne razlike • rasne predrasude • političke, religijske, seksualne razlike promovira: • mir i razumijevanje

	• zaštitu naslijeđa i tradicije
TROŠKOVI (ŠTETE)	
EKONOMSKI	**SOCIOKULTURNI**
• inflacija • gubitak • sezonska nezaposlenost • osjetljivost na političke promjene • ekonomske fluktuacije • neuravnotežen ekonomski razvoj • golema ovisnost • demonstracijski učinci • razara resurse • zagađuje okoliš	• nerazumijevanje i sukobi • generira stereotipe • ksenofobija • socijalna polucija • komercijalizacija kulture, religije, umjetnosti • demonstracijski učinci • razara obitelj • prostitucija, kriminal, sukobi

Izvor: Geić, S. (2007.): Organizacija i politika turizma, Sveučilište u Splitu, Split.

U nastavku teksta bit će analizirana obilježja analize troškova i koristi prema Jokiću, citirano u Geić (2007).

2. 2. 1. Pozitivni učinci turizma

Turizam sa sobom nosi brojne pozitivne učinke, kako za turista, tako i za destinaciju koja ga razvija. Najvažnija korist turizma za regiju ili zemlju je ekonomska korist. Pomaže generirati prihode brojnih uništenih industrija, kako na nacionalnoj tako i na privatnoj razini. Turistička industrija obuhvaća mnogo različitih područja, stoga nudi brojne poslove i poslovne prilike. Tu spadaju poslovi direktno povezani s turizmom te oni koji ga podupiru indirektno. Također, prosječni životni standard ljudi u destinaciji raste te u isto vrijeme opada nezaposlenost. Mnoge zemlje izuzetno ovise o putnim troškovima stranaca kao izvoru oporezivanja i izvoru prihoda za poduzeća, stoga je razvoj turizma često strategija promicanja određenih regija u svrhu povećanja trgovine kroz izvoz roba i usluga. Ukoliko se pravilno koristi, prihod od turizma može biti koristan za zemlju domaćina i njene lokalne zajednice. Može se iskoristiti na nacionalnoj i lokalnoj razini kako bi se unaprijedilo obrazovanje i infrastruktura te promicalo odgovorno korištenje turizma.

Turizam može uzrokovati mnogo različitih učinaka na društveni i kulturni aspekt života u određenoj regiji ili području. Interakcija između turista i domaćina može biti jedan od

čimbenika koji može utjecati na zajednicu u cjelini. Ovo su neki od pozitivnih učinaka, koji se ovisno o provedbi mogu pretvoriti u negativne. Turizam omogućuje turistu i domaćinu da dožive tuđu kulturu. Miješanje ljudi različitih životnih stilova može proširiti razumijevanje između domicilnog stanovništva i stranih gostiju. Pruža priliku za ekonomski i obrazovni rast koji inače ne bi bio dostupan lokalnim ljudima, npr. može doći do poboljšanja lokalnog života kroz bolje objekte i infrastrukturu. Turizam nudi mogućnosti očuvanja kulturne baštine na nekom području, povratak nekih starih zanata, arhitektonske tradicije i baštine predaka. Više kulturnih i društvenih događaja, kao i unaprijeđenih sportskih i zabavnih sadržaja stvorenih za turiste postaje dostupno lokalnom stanovništvu. Urbana područja koja izumiru mogu se oživjeti, a kretanje ljudi iz ruralnih u urbana područja radi zapošljavanja može se zaustaviti zbog poslovnih prilika koje nudi turizam.

2. 2. 1. 1. Pozitivni ekonomski učinci turizma

Turizam je radno intenzivna djelatnost. U njemu je zastupljen veliki udio ljudskog rada što upućuje na značajne mogućnosti zapošljavanja. Zbog ove općepoznate karakteristike mnoge nerazvijene ali i razvijene zemlje odabiru upravo fenomen turizma kao jedan od modela gospodarskog i društvenog razvitka kako bi razriješile danas goruć problem brojnih zemalja - nezaposlenost.

Osim što je turizam radno intenzivna djelatnost, karakterizira se i kao kapitalno intenzivna djelatnost. Ova osobina turizma prati ga zbog visine ulaganja u objekte turističke infra i suprastrukture, a pogotovo u početnom stadiju razvitka turizma.

U kategoriju pozitivnih učinaka turizma može se ubrojiti sezonska zaposlenost, koja se kao sezonska nezaposlenost svrstava i u negativne ekonomske učinke turizma. Turizam je izrazito sezonska djelatnost jer je uz odgovarajući broj stalno zaposlenih potrebno izravno ili posredno angažirati veliki broj sezonske radne snage čime se djelomično ili barem privremeno mogu sanirati teške posljedice nezaposlenosti većine nerazvijenih priobalnih regija.

Turizam, iako prikriveno, realizira značajnu razmjenu sa svijetom pa se za njega često koristi termin „nevidljivi izvoz“. Specifično je da se u turizmu realizira izvoz proizvoda ili usluga kroz konzumaciju turističkog proizvoda u zemlji i za strana sredstva plaćanja, a da roba koju turist konzumira ne prelazi granicu. Pri tome se izbjegavaju brojni troškovi koji se u klasičnom izvozu pojavljuju, odnosno nema transportnih troškova, carinskih formalnosti te

brojnih administrativnih zapreka. Važna je činjenica i mogućnost plasmana različitih proizvoda naturalne proizvodnje što omogućava održavanje malih lokalnih proizvođača u poljoprivredi i obrtu.

Turističke djelatnosti razvijaju se na već postojećoj infrastrukturi koja je izgrađena za potrebe drugih gospodarskih grana i uopće slijedom nacionalnih i regionalnih potreba. Zbog visokih infrastrukturnih standarda koje turizam zahtijeva, često njegov razvitak daje poticaje ili sufinancira značajne infrastrukturne projekte.

Sljedeća važna komponenta presudna za gospodarski razvitak je korištenje lokalnih potencijala, odnosno resursa. Osim prirodnih i antropogenih čimbenika koji privlače turiste, to su gotovo sve grane pratećeg gospodarstva (poljodjelstvo, ribarstvo, trgovina, zanatstvo, građevinarstvo, prehrambena industrija, itd.). Korištenjem ovih resursa turizam podupire razvitak tržišta za ostale proizvode lokalnog, ali i šireg nacionalnog izvora.

Sve ove činjenice iskazuju se kroz multiplikativne efekte turizma, odnosno na višestruko uvećavanje dohotka na temelju turističke potrošnje u nizu komplementarnih djelatnosti turizmu pratećeg gospodarstva.

2. 2. 1. 2. Pozitivni sociokulturni učinci turizma

Ovi učinci rjeđe se naglašavaju od ekonomskih, ali bez obzira na to, izuzetno su važne na lokalnom, regionalnom, nacionalnom te međunarodnom planu.

U zemljama koje razvijaju turizam povećava se opća razina obrazovanja domicilnog stanovništva i turista zbog susreta različitih civilizacija i kultura i procesa razmjene informacija te dostignuća tehnike i tehnologije. Pored sve ozbiljnijeg shvaćanja educiranja turističkih djelatnika, javlja se i zahtjev za svojevrsnu edukaciju turista u svrhu izbjegavanja sociokulturnih i prostornih šteta koje mogu nastati neprimjerenim ponašanjem gostiju u okviru masovnih oblika turističkog prometa.

U okviru podizanja opće razine obrazovanja, podiže se vrijednost vlastite, ali i kulture turista čime turizam sve više promovira mir i razumijevanje među narodima. Učestali su međunarodni skupovi na temu turizam i mir, koji upućuju na to da su ratni sukobi, političke napetosti, nacionalne i religijske konfrontacije, terorizam i sl. najveći neprijatelji turizma i usklađenog gospodarskog i društvenog razvitka. Kao primjer navedenog može se navesti i situacija u Hrvatskoj u kojoj su ratni sukobi nanijeli ogromne štete na gospodarsko stanje ali i

društvo u cjelini. Nakon rata uslijedile su i dugotrajne političke nestabilnosti, zbog čega dolazi do brojnih prosvjeda, neprimjerenih stranačkih i drugih sukoba pa zbog toga turisti često odgađaju putovanja u Hrvatsku.

Turizam u općem svjetskom trendu putovanja koji zahvaća više milijardi ljudi doprinosi ukidanju jezičnih barijera, sociokulturnih barijera, klasnih razlika, rasnih, političkih, religijskih pa i seksualnih predrasuda.

Zaštita nasljeđa u svim njegovim oblicima, ali i zaštita prostora i tradicija naslijeđenih od prošlih generacija važne su koristi turizma u vremenu kada se u masovnim oblicima turizma naziru vrlo razarajuća djelovanja na okruženje.

2. 2. 2. Negativni učinci turizma

Iako turizam pruža brojne nove prilike za zapošljavanje, postoji nekoliko pitanja koja treba razmotriti. Brojni su nedostaci zapošljavanja u turizmu. Turizam često nudi mogućnost sezonskog zapošljavanja. Sezonski zaposlenici često nemaju jednaku lojalnost i predanost poslu i ne pokazuju zainteresiranost za stjecanje novih vještina. Ukoliko zemlja u razvoju previše ovisi o turizmu, onda bi ekonomski i društveni problemi uzrokovani industrijskom krizom mogli biti veliki. Vlada bi trebala razvijati strategije za smanjenje prevelikog oslanjanja na zapošljavanje u turizmu. Ugostitelji zbog dolaska turista povećaju cijene roba i usluga na turističkom području. Kao rezultat inflacije cijena, lokalno stanovništvo si više ne može priuštiti život u vlastitoj zemlji. Vrijednost nekretnina često zna biti precijenjena pa cijene kuća u popularnim destinacijama rastu. Brojna poduzeća koja posjeduju velike resorte smještene u destinaciji često su u vlasništvu stranaca pa stoga prihodi ne ostaju u destinaciji. Mala lokalna poduzeća često nisu u mogućnosti natjecati se s tim velikim poduzećima pa se moraju ugasiti. Turistička industrija često ima tendenciju predstavljati lokalno stanovništvo kao skupinu ljudi sa zvanjem konobara, spremačica, vrtlara ili izvođača predstava za turiste. Ovo je najčešće slučaj u gore navedenim velikim resortima, gdje su niže pozicije u poslovima dodijeljene lokalnom stanovništvu, dok su visoke, menadžerske funkcije dodijeljene strancima koji dolaze iz zemlje vlasnika poduzeća.

Nažalost, turizam ne djeluje samo pozitivno na neko područje. Turizam potkopava kulturu njenom komercijalizacijom što je često povezano porastom krađa, grafita, vandalizma i buke jer turisti često ne poštuju tradiciju mjesta u kojem se nalaze. Infrastruktura (ceste,

željeznice, zdravstvene ustanove) se često teško nosi s povećanjem broja stanovništva uzrokovanim turistima. Loše sanitarne usluge mogu dovesti do zaraznih bolesti za turiste i lokalno stanovništvo. Uvoz zapadnjačkih dobara, usluga i ideja u zemlju domaćina - globalizacija, najčešća je prijetnja lokalnoj zajednici i može dovesti do gubitka lokalnih običaja i tradicije. Tradicionalne industrije mogu biti izgubljene, a domaći proizvodi zamijenjeni uvezenim koji nisu autentični za neko mjesto, ali masovno privlače tržište. Turisti mogu djelovati i nedruštveno prema lokalnom stanovništvu. To nedruštveno ponašanje može uvrijediti lokalno stanovništvo te ih navesti na odbijanje turista.

2. 2. 2. 1. Negativni ekonomski učinci turizma

Važan negativni učinak turizma koji se mora istaknuti jesu inflatorna kretanja koja nastaju zbog povećanja ukupne mase novca kroz dodatni sezonski turistički priljev nacionalne i strane valute te povećane potražnje za različitim robama u turističkoj sezoni, nasuprot ograničenih robnih fondova. Sve ovo rezultira drastičnim porastom cijena turističkih dobara i usluga na regionalnoj i nacionalnoj razini. Ekonomska politika ovu vrstu problema nastoji razriješiti pravovremenom izradom robnih bilanci te opskrbom turističkog tržišta potrebnom količinom dobara sukladno očekivanoj količini potražnje. U monetarnoj sferi to se postiže plasiranjem dodatne količine domaćeg novca za potrebe promjene stranih sredstava plaćanja u turističkoj sezoni.

Zajedno s povećanjem cijena na turističkom tržištu povećava se i cijena nekretnina. Intenzivni razvoj turizma na nekom području dovodi do potrebe izgradnje dodatnih turističkih kapaciteta što izravno utječe na rast cijena nekretnina.

Redovna pojava kod sezonskih turističkih gospodarskih subjekata su gubici u poslovanju. Zbog sezonskog karaktera poslovanja, korištenje kapaciteta je ispod optimalnog pa su i financijski rezultati negativni. Na negativne financijske rezultate utječe i kapitalno intenzivni karakter bitnih turističkih djelatnosti. U tom smislu, sezonsko turističko hotelijerstvo je karakterizirano niskom profitabilnošću i niskom akumulativnošću. Na nacionalnoj razini ovaj se problem nadoknađuje drugim pozitivnim ekonomskim učincima turizma u okviru pratećih djelatnosti, doprinosu platnoj bilanci, zapošljavanju, itd. Sve turističke zemlje različitim mjerama kreditne i monetarne politike daju potporu sezonskom hotelijerstvu kao značajnoj kategoriji u sklopu turističko-gospodarskih djelatnosti.

Već je spomenut i problem izvansezonske nezaposlenosti koja nastaje kao produkt prevladavajućeg sezonskog karaktera turističkog prometa. Ova pojava ima značajne sociološke, ali i ekonomske posljedice koje se reflektiraju ekonomskim proturječjem sezonskog rada i cjelogodišnjih potreba za radom domicilnog stanovništva koji se radi sezonskog zapošljavanja prebacuju iz drugih područja. Turističke zemlje i regije nastoje problem sezonske nezaposlenosti riješiti marketinškim i drugim mjerama na proširenje sezone, ali i pokušajima izvansezonskog obavljanja niza komplementarnih djelatnosti koje postojeća sezonska radna snaga može obaviti nakon prestanka rada u turizmu. Turistička politika svoje aktivnosti usmjerava na poticanje obiteljskog poduzetništva koje lakše podnosi sezonske fluktuacije kroz paralelne mogućnosti obavljanja više različitih gospodarskih djelatnosti (turizam, poljodjelstvo, obrtništvo i sl.).

Turizmu jedan od osnovnih problema predstavlja nedostatak radne snage. Mnoge turističke destinacije na Jadranu zbog nedostatka radne snage zapošljavaju mnogo sezonskih radnika koji dolaze iz unutrašnjosti Hrvatske. Najčešće su to radnici iz slavonskih županija i krajnjeg istoka Hrvatske gdje je ekonomska situacija teža nego u ostalim dijelovima. Istočni je dio Hrvatske uvelike oslabio nakon Domovinskog rata, tijekom kojeg se stanovništvo u velikom broju iseljavalo i nakon kojeg su uništene brojne industrije koje su do tada bile izrazito jake i zapošljavale brojne stanovnike tog dijela. Te se industrije sporo pa i nikako oporavljaju pa lokalno stanovništvo jako teško pronalazi posao

Turizam se još uvijek nalazi u sferi neegzistencijalnih potreba čovjeka unatoč činjenici sve većeg porasta važnosti turizma u kontekstu zdravstveno-rekreativnih i kulturno edukativnih potreba suvremenog čovjeka pa je izrazito elastičan u odnosu na kretanje osobnog dohotka, cijena i sličnih ekonomskih kategorije.

Osim elastičnosti turističke potražnje u odnosu na ekonomske faktore, još je važnija ekstremna elastičnost na politička događanja (sukobi, ratovi, terorizam, politička nestabilnost, štrajkovi, prosvjedi i sl.). Ova se elastičnost ogleda u zasićenosti turista domicilnim političkim problemima i napetostima pa se on rađe odlučuje za zemlju i regiju koja mu osigurava mirno i vedro ozračje. Zbog socijalnih i političkih sukoba logično je i relativno sporo vraćanje Hrvatske na kvalitetnija tržišta što jednako tako utječe na međunarodnu ocjenu stanja u zemlji glede turizma, ali i na ulaganje kapitala, koji još uvijek rijetko ulazi u hrvatski turizam, a posebice u formi „greenfield“ investicija i koncesijskih ulaganja. Potvrda ove tvrdnje je i uspješnost predratne turističke sezone u Hrvatskoj, dok su najvažniji konkurenti imali

značajne probleme, primjerice za vrijeme vojne hunte u Grčkoj, političkih nemira i nestabilnosti te terorizam i kriminal u Italiji i Španjolskoj, ratovi i međunacionalni sukobi na Bliskom istoku itd. U to vrijeme je europska turistička potražnja usmjerena k Mediteranu birala Hrvatsku upravo kao sigurnu i mirnu destinaciju vedrih i gostoljubivih domaćina.

Osjetljivost turizma uočljiva je i na pojavi ekonomske fluktuacije u svijetu, koja slijedom gospodarskog razvitka, sa smjenama kriza i posperiteta bitno utječe na ponašanje turističke potražnje. Za vrijeme kriza turisti se odlučuju za odmor u svojoj zemlji ili ga ostavljaju za neka bolja vremena.

Negativni učinak turizma ogleda se i u neuravnoteženom ekonomskom razvitku. Naime, izbor turizma kao spasonosne opcije za mnoge regije i zemlje u razvitku te vrlo često podcjenjivanje problema mnogokulturnog razvitka kada je u pitanju i turizam dovodi do pogrešnog napuštanja tradicijskog gospodarstva. Ovaj neravnomjeran razvoj dovodi do štetnih socioekonomskih problema, a posebice u trenucima političkih i gospodarskih kriza.

2. 2. 2. 2. Negativni sociokulturni učinci turizma

Aktualni proces napuštanja vlastitih sociokulturnih vrednota, pretjerani uvoz, imitacije i kopiranje stranih obrazaca, slijedom navodno neizbježnih globalizacijskih trendova proizvodi tzv. demonstracijske učinke i u turističkoj praksi. U Hrvatskoj se ovaj efekt susreće u pretjeranoj pojavi restorana brze prehrane, kafića, pizzerija, itd., a u upravljačkom sustavu kroz trendove imitiranja i stvaranja sveznajućih, često potpuno nekompetentnih menadžera. Ovi menadžeri, u turizmu, a posebice u sektoru financijskih usluga osim loših rezultata, realiziraju visoke osobne prihode. Ova praksa je nepoznata u praksi razvijenih europskih zemalja. Istovremeno podižući vlastite plaće, oni spuštaju cijenu rada zaposlenika ispod granica egzistencije. Istodobno, izmišljaju se i održavaju forme nadzornih i upravnih odbora koji najčešće unatoč ekstremnim nadoknadama nikoga i ništa ne nadziru. Nasuprot navedenom, potpuno prirodna forma participacije zaposlenika s izuzetnim rezultatima u američkom i sjevernoeuropskom gospodarstvu nije iskorištena zbog asocijacije na nekadašnji sustav samoupravljanja. Promjenu razmišljanja nagovještavaju aktualni zahtjevi da se daljnji proces privatizacije preostalog turističkog portfelja realizira između ostalog i po modelu tzv. „javnog privatnog partnerstva“ ili pak „radnog dioničarstva“ (ESOP).

Brojni su primjeri razaranja prirodnih i antropogenih resursa kroz forme i oblike masovnog turizma pa je mišljenje da je turizam u usporedbi s industrijom „čista tehnologija“

te da se može razvijati bez ograničenja i kontrole napušteno u praksi razvijenih turističkih zemalja i regija već sedamdesetih godina. Vizualna polucija kroz ekološka zagađenja i destrukciju spomeničke baštine samo je jedan vid polucija. Nasuprot vizualnim polucijama, sociološke polucije u kategoriji sociokulturnih šteta su manje vidljive, ali su zato po svojim posljedicama za svaku društvenu strukturu dugoročno znatno opasnije. Porast sociokulturnih šteta od turističkog razvitka koindicira s procesima omasovljenja turizma slijedom eksplozivnog rasta tehničkog progresa te porasta životnog standarda razvijenog svijeta, ali i uključenja u turizam sve širih slojeva stanovništva niže kupovne moći.

Porast obrazovne razine stanovništva postupno mijenja prioritete svojih potreba pa tako sve više prihvaća turističke potrebe kao egzistencijalne. Tomu je doprinijela i promjena organizacije turističkih putovanja koja rezultira znatnim sniženjem cijena turističkih aranžmana koje nadilaze probleme ogromnih udaljenosti pa tako otvara brojne nove, vrlo atraktivne i jeftine turističke destinacije (nerazvijene regije i zemlje).

Uočene su zabrinjavajuće pojavnosti nerazumijevanja pa i sukoba na relaciji turist-domicilno stanovništvo, koje je sve više ugroženo neprimjerenim ponašanjem aktera u turizmu. Ove sociokulturne štete pretjerane ekspanzije turizma su pogubne te se već od sedamdesetih godina na njih upozorava.

Omasovljenje turizma i turistička globalizacija doveli su do generiranja stereotipa slijedom sve veće majorizacije od strane gigantskih svjetskih integracijskih sustava multinacionalnih kompanija koji dirigiraju sferom turističke ponude a i potražnje. Dolazi do gotovo iritirajuće ujednačenosti sve većeg broja destinacija. Ovaj rast opće uniformiranosti turističke ponude, pored djelomično pozitivnog efekta standardizacije usluga, često rezultira eliminiranjem lokalnih i regionalnih specifičnosti što je u proturječnosti s izvornim motivima turizma.

Pojava imitacija često najlošijih vrednota zapadnog potrošačkog društva, koja je učestala, rezultira tzv. demonstracijskim učincima i u sociokulturnoj sferi. Ovo je posebno vidljivo na polju glazbe, gastronomije, načina ponašanja, prihvaćanja svjetskih poroka i sl.

Osim navedenih, učestale su i pojave ksenofobije, tj. mržnje i isključivosti pa i agresivnog nacionalizma na strani turista ili domaćina, konflikti i posljedice mogu dosegnuti i ozbiljne razmjere.

U utrci za profitom prisutna je česta pojava hiperkomercijalizacije najvećih duhovnih vrednota nekog društva. Pritom čak i duhovne vrednote religije, vrhunske umjetnosti i sl. također postaju predmet komercijalizacije. Akumuliranje ovih negativnosti uz porast želje za stjecanjem bogatstva bez puno rada i imitaciju tzv. „lagodnog života“ zapadnog svijeta, dovodi do novih pošasti, počevši od različitih kriminalnih radnji, prostitucije, narkomanijepa u konačnici do raspada tradicionalne obitelji.

3. ANALIZA NEGATIVNIH UČINAKA TURIZMA NA ODABRANE TURISTIČKE DESTINACIJE

U zemljama Europskog Sredozemlja turizam je najvažniji izvor prihoda te stoga ima važnu ulogu u nacionalnom gospodarstvu. Sredozemlje je jedno od najstarijih povijesnih životnih žarišta. Blago podneblje je oduvijek poticalo na naseljavanje njegovih obala. Razmjerno mirno more, razvedene obale i postojani, ali ne i prejaki vjetrovi omogućavaju sigurnu plovidbu i sidrenje tijekom većeg dijela godine. Posjeduje brojne prirodne i povijesne atrakcije zbog čega se na ovom području bilježe i prva turistička kretanja (Grand Tour). Svake godine bilježi se sve veći rast turističkih dolazaka, a najveću važnost ima blaga Sredozemna klima, ugodan način života kao i zdrava mediteranska hrana. Ovo područje zbog svoje bogate povijesti i poznatih znamenitosti ima mnogo potencijala za razvoj brojnih vrsta turizma.

Prema Orešiću (2003) pojam Sredozemlje ili Mediteran odnosi se na Sredozemno more s okolnim prostorom Europe, Azije i Afrike koji je usmjeren prema njegovim obalama, u kojem se nadziru tragovi zajedničke prošlosti i koji je obilježen sličnim načinom življenja. Granice Sredozemlja je teško odrediti jer su se mijenjale tijekom povijesti pa je složeno utvrditi mjerila pripadnosti Sredozemlju. U "središtu" pojma Sredozemlje jest Sredozemno more ili Mediteran (lat. medius – srednji + terra – zemlja), odnosno more u središtu kopna.

Sredozemno more sastavni je dio Atlantskoga oceana, s kojim je ostvarena prirodna veza preko Gibraltarskih vrata. Sredozemno more pruža se od Gibraltarskih vrata na zapadu do najistočnijeg mjesta Crnog mora u dužini od 3860 km, a najveća mu podnevnička širina između Hrvatske i Libije iznosi 1750 km. Prostire se na oko 3 millijuna četvornih kilometara i zaprema gotovo 4, 4 milijuna prostornih kilometara. Najveća mu je dubina 5121 m. Razmjerno je razvedeno more s više većih i mnoštvo manjih poluotoka i otoka. Nema značenje svjetski važnog ribolovnog područja, no važan je izvor hrane stanovnicima Sredozemlja. Daleko je najvažnija uloga Sredozemlja kao svjetski najznačajnijeg prijamnog turističkog područja. Sredozemlje svojom prirodnom ljepotom i bogatim kulturno-povijesnim nasljeđem privlači milijune turista iz Europe i svijeta svake godine.

Prema Svjetskom Atlasu, zemlje koje gravitiraju ovome području nazivaju se mediteranskim zemljama. Neke od njih protežu se izravno na Mediteranu, neke se protežu tek djelomično na njegovu obalu, dok neke nemaju nikakvog fizičkog dodira s morem, ali se

nalaze u regiji te su kulturom, poviješću i tradicijom vezane za to područje. Zemlje koje imaju izlaz na Sredozemno more su Španjolska, Francuska, Monako, Italija, Malta, Slovenija, Hrvatska, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Albanija, Turska, Grčka, Cipar, Sirija, Libanon, Izrael, Egipat, Libija, Tunis, Alžir i Maroko. Prema UNESCO-u, zemlje koje nemaju izlaz na Sredozemno more, a dio su mediteranskog bazena su Portugal, Andora, San Marino, Vatikan, Srbija i Makedonija.

U nastavku će biti izdvojena dva mediteranska grada koja imaju značajnu ulogu u turizmu - Barcelona i Split, koji osim atraktivnim prirodnim čimbenicima i sredozemnom klimom bogatom velikim brojem sunčanih sati turiste privlače brojnim kulturno-povijesnim spomenicima i načinom života domaćeg stanovništva.

3. 1. Analiza negativnih učinaka turizma na primjeru Barcelone

3. 1. 1. Barcelona – prikaz osnovnih značajki

Barcelona je grad i luka u sjeveroistočnoj Španjolskoj, na obali Sredozemnoga mora. Glavni je grad autonomne pokrajine Katalonije i drugi po veličini grad u Španjolskoj. Kasnih sedamdesetih, službeno je priznat katalonski jezik i dodijeljena značajna razina regionalne samouprave čime je obnovljen kulturni život grada. Barcelona je također upravno središte provincije Barcelone i istoimenog okruga. Prema popisu stanovništva iz 2016. g. Barcelona broji oko 1, 7 milijuna stanovnika. Glavna je španjolska mediteranska luka i trgovački centar te jedna od najvećih luka i najveći grad na Sredozemlju.

Smještena je na blagoj padini okrenutoj Sredozemnome moru, u plodnoj dolini između rijeke Besós na sjeveru i rijeke Llobregat na jugu. Okružuju je stjenovite izbočine Montjuicha i polukrug planina od kojih je najviša točka Tibidabo (512 m). Tijekom cijele povijesti, Barcelona je upravo zbog svog strateškog smještaja i političkog značaja bila meta mnogih osvajača. U gradu se nalazi Međunarodna zračna luka kroz koju godišnje prođe oko 30 milijuna putnika. Grad ima razvijenu mrežu prometnica, a posjeduje i brze vlakove kojima je povezan s Francuskom i Portugalom.

Klima je umjereno mediteranska s dugim ljetom (od svibnja do rujna). Iako je ponekad vjetrovita, od oštrih, hladnih vjetrova koji izbijaju sa sjevera i zapada štiti ju njen zaštitni

polukrug. Prosječna godišnja temperatura je 16 °C. Siječanj je najhladniji mjesec, s prosječnom temperaturom od 9 °C, a kolovoz najtopliji sa prosječnih 24 °C. Grad broji oko 600 milimetara padalina godišnje.

Barcelona je svjetski velegrad razvijenog gospodarstva, međunarodne trgovine, medija, zabave, umjetnosti, obrazovanja i turizma te središte gospodarstva Katalonije Osim turizma koji donosi velike prihode, Barcelona je i važno industrijsko središte. Osim tradicionalnih industrijskih grana, važne su automobilska, strojarska, kemijska, tekstilna, brodograđevna i elektrotehnička industrija. Vodeća je španjolska luka s preko 100 redovitih pomorskih linija. Barcelona se nalazi na četvrtom mjestu po bogatstvu u Europskoj Uniji prema BDP-u koji iznosi oko 35 975 € (44% viši od prosjeka EU), a s proračunom od 177 milijardi € nalazi se na 35. mjestu je u svijetu. Kao tržišna marka, odnosno brand, grad Barcelona je treći najuspješniji grad u Europi.

Tijekom posjete gradu 1862. godine, Hans Christian Andersen nazvao je Barcelonu "Parizom Španjolske". Glavno je obrazovno i kulturno središte Katalonije s dva sveučilišta. Obiluje arhivima, knjižnicama, muzejima i zgradama te vrhunskim primjerima modernističke i secesijske arhitekture. U gradu se nalaze mnogobrojni muzeji (Picassov, Miróov i dr.), Gaudíjeva crkva Sv. Obitelji i dr. Novi dio grada planski je građen sa širokim ulicama i dobro organiziranim gradskim prometom koji uključuje i podzemnu željeznicu.

1992. g. Barcelona je bila domaćin Olimpijskih igara, što je pomoglo oživljavanju grada. Tada je obnovljena nekada ranjena riva koja uključuje šetnicu, marinu, restorane, plaže i kulturne atrakcije. Zbog održavanja Foruma 2004. g., međunarodne konferencije koja promovira gospodarski razvoj i kulturne raznolikosti, na istoku grada izgrađeni su Kongresni centar i auditorij.

3. 1. 2. Negativni učinci turizma na grad Barcelonu

U nastavku slijedi analiza negativnih učinaka turizma na grad Barcelonu. Prikazan je učinak na najvažnije ekonomske pokazatelje, kao što su rast cijena dobara i usluga –inflacija, rast cijena nekretnina, nezaposlenost. Prikazan je također i odnos turista i domicilnog stanovništva i utjecaj turizma na kulturu i izgled grada.

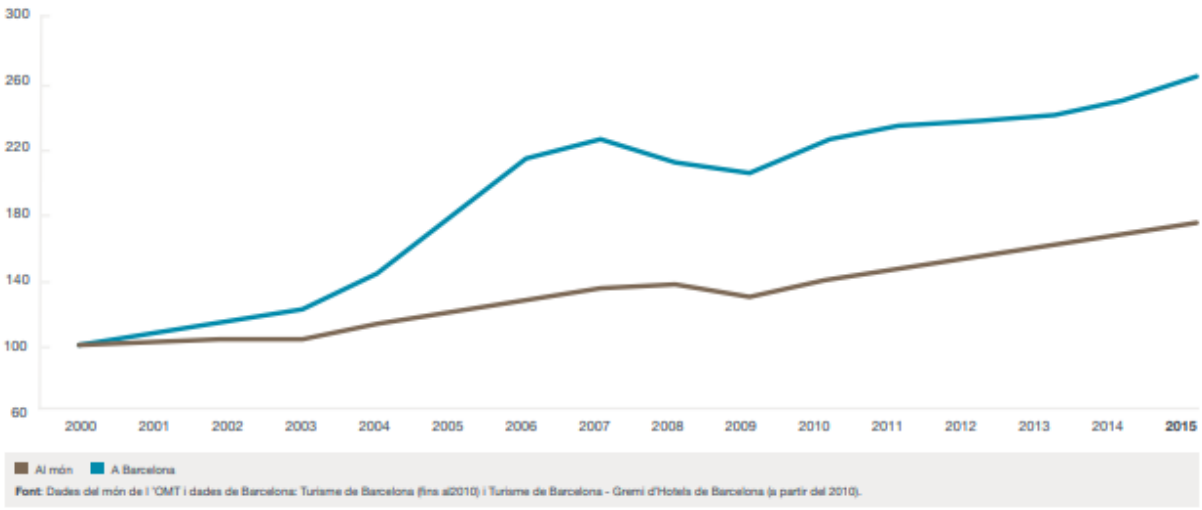
Tablica 2 prikazuje stalni rast ukupnog broja putnika zračnoj luci El Prat u razdoblju od 2013. do 2017. g. Po mjesecima nisu vidljive veće oscilacije u broju putnika u zračnoj luci, odnosno nije izražena sezonalnost što pokazuje da je Barcelona privlačna turistima tijekom cijele godine.

Tablica 2: Ukupni broj putnika u zračnoj luci El Prat od 2013. – 2017. (u 000)

	sij	velj	ožu	tra	svi	lip	srp	kol	ruj	lis	stu	pro	uk.
2013	1.996	2.012	2.541	2.687	3.218	3.495	3.838	3.906	3.526	3.119	2.383	2.308	**35.211**
2014	2.100	2.141	2.700	3.179	3.397	3.716	4.028	4.244	3.801	3.369	2.474	2.410	**37.559**
2015	2.203	2.219	2.892	3.329	3.605	3.815	4.258	4.400	3.975	3.622	2.789	2.605	**39.711**
2016	2.517	2.672	3.301	3.622	4.049	4.198	4.668	4.701	5.360	4.019	3.044	3.003	**44.155**
2017	2.804	2.802	3.467	4.114	4.326	4.585	5.042	4.944	4.637	4.174	3.196	3.194	**47.285**

Izvor: izrada autora prema: Barcelona Airport (2018)

Grafikon 1: Kretanje broja turista u Barceloni 2000. – 2015. (plava linija)



Izvor: Idescat (2015)

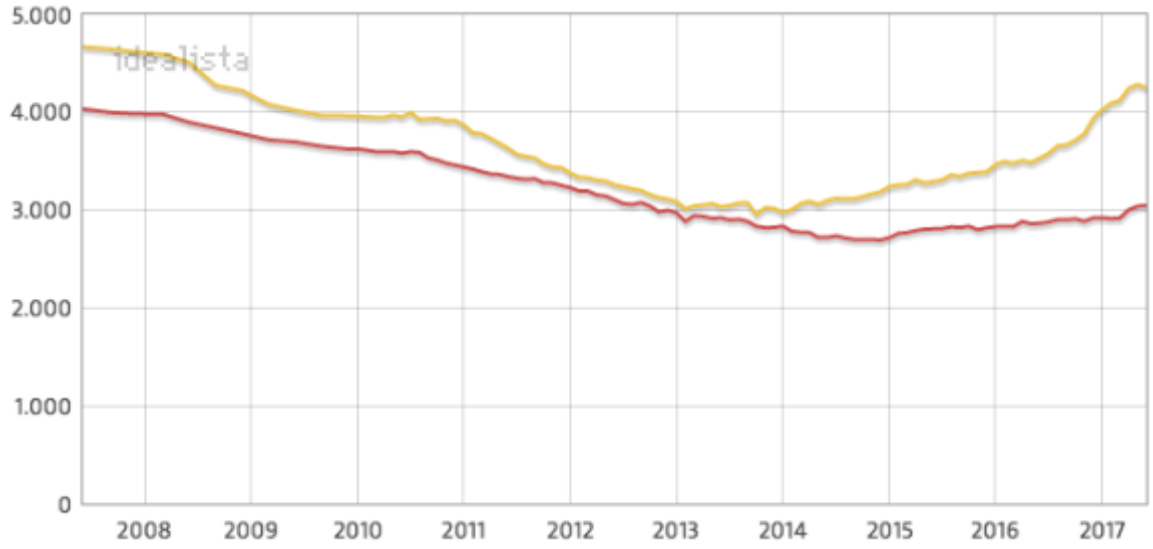
Na Grafikonu 1 prikazano je kretanje broja turista u Barceloni od 2000. – 2015. g. Od 2000. do 2007. g. broj turista raste. Od 2007. do 2009. g. (velika financijska kriza) broj turista u Barceloni opada da bi se konačno oporavio krajem 2009. g. Od 2009. g. sve do danas ponovno se bilježi rast broja turista u Barceloni.

Prema podacima Numbea (2018), najveće svjetske baze podataka s podacima o gradovima i zemljama diljem svijeta, prosječna mjesečna neto plaća u Barceloni iznosi oko 1. 400 €, odnosno 10.377,92 kuna. Za život četveročlane obitelji u Barceloni mjesečno treba

izdvojiti oko 2.360, 38 €, odnosno 17. 497, 04 kuna, bez najma stana. Jedna osoba mjesečno treba izdvojiti oko 669, 74 €, odnosno 4.964, 62 kuna. Prema troškovima života nalazi se na 266. od 542 grada u svijetu. Cijene usluga u turističkoj sezoni rastu što uvelike otežava lokalnom stanovništvu. Turisti u gradu ostaju samo nekoliko dana, dok su stanovnici tamo tijekom cijele godine i općenito imaju niže plaće pa ne mogu platiti robu i usluge koje se prodaju po jednakim cijenama kao i turistima. Osnovne potrebe postaju skupe.

Cijene nekretnina u Barceloni od 2007. g. do 2013. g. padaju, a od kraja 2013. g. cijene rastu te su približne cijenama iz 2008. g (oporavak tržišta nekretnina). Promjene u Barceloni ujednačene su s promjenama u Madridu (Grafikon 2).

Grafikon 2: Cijene m^2 u € u Barceloni (žuta linija) i Madridu od 6. 2007. – 6. 2017. g.



Izvor: LOCABARCELONA (2017)

Gospodarska struktura Barcelone uvelike se promijenila. Industrija i dalje ima značajnu ulogu te zapošljava oko 13 % radne snage, ali vodeću ulogu u zapošljavanju preuzele su uslužne djelatnosti koje generiraju oko 82 % zaposlenih. Djelatnosti vezane uz turizam i trgovinu igraju ključnu ulogu u ekonomiji grada. Kvintalni sektor doživio je snažan rast.

Tablica 3 prikazuje nezaposlenost u Barceloni po mjesecima od 2012. do 2016. g. iz tablice je vidljivo da je broj nezaposlenih po godinama opadao. Najveći broj nezaposlenih tijekom godina broji se u siječnju. Broj nezaposlenih smanjuje se tijekom svibnja, lipnja i srpnja, a zatim ponovno započinje rasti. Iz tih podataka da se iščitati da je broj nezaposlenih najmanji tijekom turističke sezone, odnosno, izražena je izvansezonska nezaposlenost.

Tablica 3: Broj nezaposlenih u Barceloni po mjesecima od 2012. do 2016. g.

	sij	velj	ožu	tra	svi	lip	srp	kol	ruj	lis	stu	pro
2012.	112.747	113.736	113.528	113.402	112.585	110.521	110.675	112.381	112.088	112.479	113.319	112.192
2013.	114.443	114.936	115.154	113.870	111.451	107.913	108.192	108.606	108.706	109.984	110.281	107.677
2014.	109.151	108.225	107.734	106.398	102.784	100.943	101.997	102.096	101.045	101.559	100.603	99.056
2015.	100.594	100.384	99.768	96.912	93.617	90.624	90.102	91.325	90.358	90.893	90.598	89.298
2016.	89.877	88.091	87.760	85.273	82.569	79.829	79.225	80.344	79.653	79.463	80.217	78.864

Izvor: Estadistica (2017)

Zahvaljujući sve većem broju jeftinih zrakoplovnih prijevoznika, Barcelona je razvila ugled low-cost turizma koji se često zasniva na kupanju, piću i zabavama. S jedne strane to Barcelonu prikazuje zabavnim mjestom za mlade i značajno pridonosi gospodarstvu. Cjelokupna turistička industrija generira 12 % BDP- a Katalonije kako piše blog za upravljanje događajima Gallus Events (2016). S druge strane ova vrsta turizma za lokalno stanovništvo predstavlja rušenje ugleda Barcelone i ima negativne društvene učinke. Gradsko vijeće ima za cilj kontrolirati niskotarifni turizam i trenutno pokušava uvesti strože propise za iznajmljivanje smještaja, naročito za ilegalno.

U velikom broju gradskih četvrti mnoge lokalne trgovine voća i povrća te pekara prenamijenjeni su u hotele, suvenirnice i ugostiteljske objekte prepune turista. Mještani se također žale na nedruštveno ponašanje turista te na ilegalne iznajmljivače smještaja. Četvrt grada Barceloneta najpogođeniji je dio grada s obzirom da je to područje pristup plaži pa privlači bezbroj stranaca. To je stara ribarska i mornarska četvrt koja je prva počela s niskotarifnim turizmom, a danas je idealno stambeno tržište za strance. Procjenjuje se da se u toj maloj četvrti nalazi oko 800 ilegalnih soba i apartmana, od kojih se oko 500 nudi na Airbnb- u, svjetskom lideru u iznajmljivanju privatnog smještaja, a Katalonija ga namjerava zabraniti. Kako tvrde lokalni stanovnici, ova kontroverzna online usluga predstavlja prijetnju pristupačnom smještaju i postupno utječe na povećanje cijena najma na ovom području. Građani također teško pronalaze stanove za cjelogodišnji najam jer se vlasnici stanova radije odlučuju iznajmiti ih u turističke svrhe, nadajući se većoj zaradi.

U Barceloni je u 2017. g. bila sve veća napetost između lokalnog stanovništva i turista. Centar grada prepun je turista koji dolaze niskotarifnim prijevoznicima. Zračna luka El Prat godišnje preveze 44 milijuna putnika, a cilj vlasti je povećati broj na 55 milijuna. Masovni

turizam u Barceloni prepun je kritika jer je prekomjerna prisutnost turista počela štetiti lokalnom okruženju i kvaliteti života stanovnika s utjecajem na javne usluge (prijevoz i zbrinjavanje otpada). Stopa tolerancije prema turistima se smanjila, a lokalno stanovništvo više se ne osjeća ugodno u svom gradu. Osjećaju se istjerani iz vlastitog mjesta, bilo kroz visoki najam ili imovinu kojom se koriste turisti. Masovni turizam je izazov i za sezonske radnike koji više nemaju mjesta za boravak tijekom sezonskog rada. Barcelona je pravi pokazatelj što se događa kada turizam u gradovima prijeđe granice održivog. Građani su počeli javno iznositi svoje nezadovoljstvo turistima, anti - turističkim grafitima i porastom ljutnje i frustracije.

3. 2. Analiza negativnih učinaka turizma na primjeru Splita

3. 2. 1. Grad Split – prikaz osnovnih značajki

Split je najveći grad u Dalmaciji te drugi po veličini grad u Hrvatskoj. Prema posljednjem popisu stanovništva, provedenom 2011. g. Split ima 178 192 stanovnika. Druga je po veličini hrvatska luka poslije Rijeke i treća luka na Mediteranu po broju putnika.

Smješten je na sredini istočnojadranske obale što mu omogućava dobar prometno-geografski položaj. Split se razvio na desetak kilometara dugačkom Splitskom poluotoku građenom od vapnenca i fliša te se ispružio između Kaštelanskog zaljeva i ušća rijeke Žrnovnice u more kod Stobreča.

Najviša točka Splitskog poluotoka je brdo Marjan visoko 175 metara. Geomorfološki se razlikuje obalni reljef- dolinski, podgorski i gorski. Gorski okvir sa sjeverne strane čini Kozjak (779 m), a sa sjeveroistočne strane hrbat Mosora (1339 m).

Grad Split ima izrazito mediteranska klimatska obilježja s vrućim danima i toplim noćima tijekom ljeta. Prosječna temperatura srpnja je 25 °C, a siječnja 7, 6°C. Relativna je vlažnost zraka ljeti ispod 60 posto tako da nema neizdrživih sparina.

U prometnom smislu Split je i dalje najznačajnije čvorište za što je važan čimbenik njegov položaj na sutoku kopnenih i pomorskih putova. Priobalnim dijelom prolazi Jadranska magistrala kojim su povezani Rijeka, Split i Dubrovnik, a preko Kliških vrata (355 m), u procijepu između Kozjaka i Mosora vodi cesta za Zagreb i BiH. Nova kvaliteta je došla

izgradnjom autoceste do Zagreba. Splitsko prometno čvorište pojačavaju trajektne linije (gradska luka s prometom od preko četiri milijuna putnika treća je luka na Mediteranu), željeznička pruga i zračna luka u Resniku (predio Donjih Kaštela) koja obara povijesne rekorde u broju putnika.

Split je turistička destinacija izrazito mediteranskog ozračja, arhitektonskih osobitosti i južnjačkog temperamenta stanovništva.

Split postoji od antičkog Aspalathosa, kada su ga kolonizirali Grci s Issae (Visa) i kasnije Rimljani, uz koje se još mogu nabrojati Bizant i Mlečani. Usporeni razvoj grada može se uočiti sve do početka 20. st. Split je 1857. g. imao 10 358 stanovnika te mu je trebalo gotovo pedeset godina kako bi se broj stanovnika udvostručio pa je tako 1910. g. grad brojio 21 407 stanovnika. Između dvaju svjetskih ratova grad je počeo razvijati industriju, dobio željeznički spoj sa Zagrebom i postao glavni grad Dalmacije umjesto Zadra. Poslije Drugog svjetskog rata nastupilo je najdinamičnije razdoblje prostornoga, gospodarskog i demografskog rasta. Ova činjenica ogleda se u porastu broja stanovnika koji je porastao sa 78 tisuća na 169 tisuća.

Dalmatinska metropola koja je ujedno jako kulturno i športsko središte razvija tranzitni, izletnički, boravišni i nautički turizam. 1923. g. u Splitu je osnovan „Primorski savez društava i institucija za unapređenje saobraćaja putnika u Dalmaciji“.

U širokom spektru splitske turističke ponude vidno mjesto zauzimaju graditeljsko nasljeđe i stalne postave kulturnih institucija. Od graditeljskog nasljeđa ističe se Dioklecijanova palača koja potječe iz 4. st., dimenzija 215 m x 180 m, koju je dao sagraditi rimski car Gaius Valerius Aurelius Diocletianus kao kombinaciju rimske vile i vojnog logora.

Dioklecijanova palača povijesna je jezgra Splita, dobro očuvana i 1979. g. uvrštena u listu svjetske kulturne baštine UNESCO- a. Na zidinama Palače, pojačanim kulama, nalaze se četvora gradska vrata: Zlatna vrata okrenuta su prema Solinu na sjeveru, Mjedena vrata prema Rivi na jugu, Srebrna vrata nalaze se na istoku i Željezna vrata na zapadu. Najatraktivnija točka ove monumentalne građevine je Peristil, smješten na križanju dviju glavnih ulica carske rezidencije - Carda i Decumanusa, koje spajaju četvora ulazna vrata Palače.

Sljedeća atrakcija Dioklecijanove Palače je osmerokutni Dioklecijanov mauzolej, koji je s vremenom pretvoren u katedralu sv. Duje, zaštitnika grada Splita. Zanimljivi su i sadržaji Muzeja hrvatskih arheoloških spomenika, Povijesno-pomorskog muzeja, Galerije Meštrović

na Mejama i zbirke umjetnina franjevačkog samostana na Poljudu. Na Poljudu se nalazi i gradski stadion koji je dovršen za Mediteranske igre 1979. g.

Institut za oceanografiju i ribarstvo s akvarijem smješten je na punti park-šume Marjan, koji je zimzelenom mediteranskom vegetacijom postao popularno splitsko izletište. S brda Marjan otvaraju se vidici na sve strane. Oko Splita nižu se i brojne kupališne uvale, na jugoistočnom krilu Bačvice, Firule i Zenta te turistička naselja Trstenik i Duilovo. (Blažević, 2009)

3. 2. 2. Negativni učinci turizma na grad Split

Izvršena je analiza negativnih učinaka na grad Split. Prikazan je učinak turizma na rast cijena - inflaciju koja se javlja u sezoni radi turizma, rast cijena nekretnina, nezaposlenost izvan sezone. Prikazan je također i problem s infrastrukturom uzrokovan velikim brojem turista, odnos turista i domicilnog stanovništva i utjecaj turizma na kulturu i izgled grada.

Tablica 4 prikazuje rast ukupnog broja putnika po mjesecima u Zračnoj luci Split od 2013. do 2018. g. Najveći broj putnika u Zračnoj luci je od svibnja do rujna, odnosno tijekom turističke sezone.

Tablica 4: Ukupni broj putnika u Zračnoj luci Split u razdoblju 2013. - 2018.

	sij	velj	ožu	tra	svi	lip	srp	kol	ruj	lis	stu	pro	total
2013	27188	22522	33135	66279	139710	228957	335931	344492	222369	103609	29213	28329	1581734
2014	26044	21530	27580	79284	159485	236923	389368	392077	243761	116013	28485	32107	1752657
2015	24561	23335	33091	74950	182627	271006	433927	430777	288038	135163	29273	28652	1955400
2016	25958	23830	35131	75525	204595	321545	544263	486581	341405	167632	32829	30693	2289987
2017	30423	23932	33828	123230	257445	403586	657056	593709	421122	198150	39552	36143	2818176
2018	33699	30629	53165	124352	304135								545980

Izvor: Zračna luka Split (2018)

Prema podacima Hrvatske turističke zajednice (2018), Split se 2013. g. nije nalazio među deset najposjećenijih gradova u hrvatskoj, a već 2014. g. stanje se promijenilo. Tablica 5 prikazuje rast broja turista i broja noćenja u Splitu u razdoblju od 2014. – 2016. g.

Tablica 5: Turistički promet u Splitu od 2014. – 2017. g.

GODINA	TURISTI (u 000)	INDEKS	NOĆENJA (u 000)	INDEKS

2014.	381	119,8	1.046	121,3
2015.	487,5	128,0	1.339,6	128,1
2016.	583,0	119,6	1.717,4	128,2
2017	720,3	123,6	2.217,3	123,9

Izvor: izrada autora prema HTZ (2018)

Poslovni dnevnik (2018) piše kako je Split u 2018. g. proglašen najskupljim gradom za život u Hrvatskoj. Prosječna neto plaća u Splitu iznosi oko 660 €, odnosno oko 6.000 kuna. Prema izračunatom pokazatelju za četveročlanu obitelj mjesečno treba izdvojiti oko 14.470 kuna, bez stanarine. Jednoj osobi potrebno je 4.190 kuna. Indeks troškova u Splitu iznosi 57, 48 i za 1, 33 % je viši nego u glavnom gradu Zagrebu. U troškove se uvrštavaju cijene prehrambenih artikala, piva, vina pa i cigareta u trgovinama. Također, tu se ubrajaju i cijene gradskog prijevoza, uključujući usluge taksija, izdvajanja za sportske aktivnosti, za vrtić ili školu, cijene odjeće i obuće, obroka i pića u jeftinijem ili srednje skupom restoranu. Split je prema troškovima na 314. mjestu ljestvice svjetskih gradova. Tijekom ljetne sezone, rastu cijene brojnih usluga, kao što su cijene hrane i pića, prehrambenih proizvoda, ulaznica za brojne priredbe, javnog prijevoza itd. Tada su te usluge teže dostupne domicilnom stanovništvu koje ima niži standard. Neki objekti pokušali su postaviti cijene različite za turiste i domaće stanovništvo, ali taj pokušaj je naišao na brojne kritike javnosti.

Tablica 6 prikazuje cijene stanova u pet Hrvatskih gradova. Cijena kvadrata stana u Splitu iznosi 2.533 €. Dubrovnik, Opatija, Split i Zadar imaju najvišu cijenu kvadrata, razlog tome je što su ti gradovi smješteni na obali i razvijaju turizam Slijedi ih Zagreb kao administrativno središte Hrvatske. Godišnji indeksi cijena stanova u 2017. g. u najvećim hrvatskim gradovima pokazuju sve ubrzaniji rast cijena stanova dok cijene kuća bilježe sporiji rast. U odnosu na prethodnu, 2018. g. stanovi su skuplji za 5 %, a kuće za nešto više od 3 %. Brojke iz 2018. g. sugeriraju da su se cijene stanova potpuno približile cijenama iz 2011. g. što znači da se tržište nekretnina oporavilo. U Splitu su cijene kvadrata stana porasle za čak 12 %, dok nije zabilježen rast cijene kvadrata kuća.

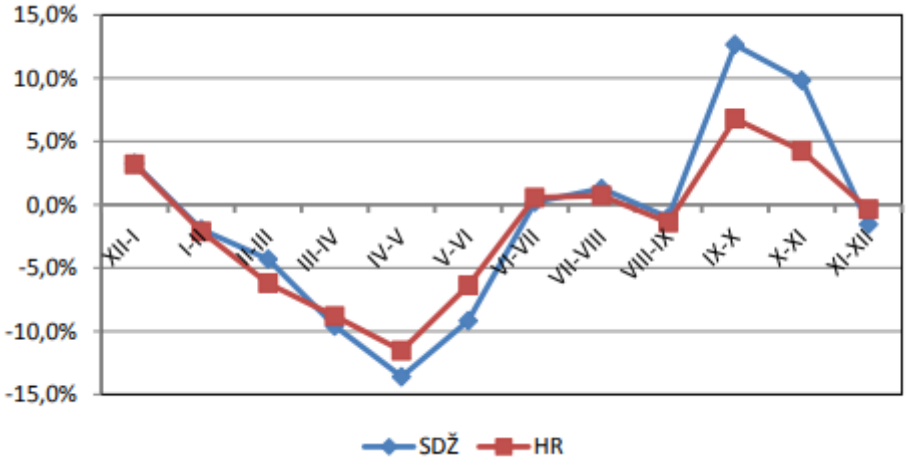
Tablica 6: Prosječne cijene stanova prema gradovima u EUR/m^2

Gradovi	Prodaja stanova	Prodaja kuća
Dubrovnik	3.512	4.574
Opatija	3.228	2.853
Split	2.633	2.906
Zadar	1.990	1.485
Zagreb	1.841	1.265

Izvor: Net.hr (2018)

Registrirana nezaposlenost u Splitsko – Dalmatinskoj županiji prema prosječnoj mjesečnoj stopi kretala se podjednako kao i prošle godine te ujednačeno sa RH. Prosječna mjesečna stopa rasta nezaposlenosti 2017. g. bila je negativna i iznosila je 1, 2 %, što je manje nego u 2016. g. kada je također bila negativna i iznosila 0, 9% (Hrvatski zavod za zapošljavanje).

Grafikon 3: Mjesečne promjene stope rasta i pada nezaposlenosti 2017. g.



Izvor: HZZ (2017)

Grafikon 4 prikazuje mjesečne stope nezaposlenosti, a iz njega se da zaključiti da nezaposlenost raste tijekom zimskih mjeseci, a najniža razina nezaposlenih registrira se u ljetnim mjesecima. To je rezultat sezonskog obilježja u kretanju nezaposlenosti (sezonskog zapošljavanja u turizmu i ugostiteljstvu te ostalim djelatnostima koje upošljavaju radnike sezonskog karaktera). Razlika između najveće i najniže vrijednosti relativno je velika i odgovara sezonskim promjenama u zapošljavanju te ostalim fluktuacijama na tržištu rada.

Tablica 7: Nezaposlenost po mjesecima u Splitsko – Dalmatinskoj županiji i RH 2017. g.

	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
SDŽ	38.204	37.454	35.840	32.399	27.991	25.420	25.467	25.788	25.529	28.754	31.574	31.077
RH	244134	238.934	224.068	204.316	180.733	169.188	170.127	171.351	168.934	180.404	188.056	187.363
Udio	15,6%	15,7%	16,0%	15,9%	15,5%	15,0%	15,0%	15,0%	15,1%	15,9%	16,8%	16,6%

Izvor: HZZ (2017)

Tablica 7 prikazuje nezaposlenost po mjesecima u Splitsko – Dalmatinskoj županiji i u RH u 2017. g. Najniži broj nezaposlenih u 2017. g. evidentiran je u lipnju (25.420), a najveći broj nezaposlenih bio je u siječnju (38.204). Broj nezaposlenih raste izvan sezone. Uzrok tome je zatvaranje brojnih objekata izvan sezone. Također, smanjivala se i nezaposlenost u RH i to po stopi većoj nego u Splitsko – Dalmatinskoj županiji.

Hrvatska turistička zajednica ističe kako je nedostatak radne snage u turizmu ključni problem hrvatskog turizma. Svake je godine potražnja za kuharima, konobarima i pomoćnim osobljem sve veća, a broj osposobljenih za rad u tim djelatnostima sve manji, a manji je i broj ljudi koji se žele baviti tim djelatnostima. Ministarstvo turizma i Ministarstvo obrazovanja poduzimaju određene mjere kako bi se problem nedostatka radne snage u turizmu riješio. Ovaj problem posebno je prisutan nakon ulaska u Europsku Uniju, kad je određeni broj ljudi otišao na rad ili školovanje u druge zemlje Unije. U Hrvatskoj je u turizmu zaposleno oko 150.000 ljudi s tim da još uvijek postoji nedostatak radne snage (prema podacima sindikata nedostaje oko 3 tisuće radnika). Zbog nedostatka radne snage, potrebno je uvoziti radnu snagu iz ostalih dijelova Hrvatske ili iz susjednih zemalja, a onda funkcija zapošljavanja u turizmu nema smisla.

Prema podacima Hrvatskog turističkog news portala Split se susreće s infrastrukturnim problemima koji muče i ostale gradove koji razvijaju turizam. Ti su problemi rezultat lošeg planiranja i razvoja, odnosno turizma koji nije zasnovan na znanstvenoj i strateškoj paradigmi. Iako je prometna i geografska pozicija Splita pogodna, treba mnogo investirati u kvalitetu prometne infrastrukture koja je prema svim pokazateljima nezadovoljavajuća (velike gužve na cestama tijekom sezone kada se broj stanovnika gotovo udvostruči). Rješenja problema se nadziru u unapređenju kapaciteta za promet u mirovanju, uspostavi održivog intermodalnog prijevoza, povećanju korištenja javnog prijevoza, uspostavi centralnog sustava upravljanja prometom i izgradnji biciklističkih staza.

Prostorni i kulturni resursi Splita na udaru su nekontrolirane turističke ekspanzije. U povijesnoj jezgri Splita – Dioklecijanovoj palači dogodila se potpuna transformacija. Cijene poslovnih i stambenih prostora ne prestaju rasti pa se brojni mali obrti poput knjižara, ljekarni, trgovina obućom i odjećom zatvaraju, a zamjenjuju ih turistima atraktivni objekti kao što su objekti brze prehrane u kojima je vidljiv zapadnjački utjecaj. Tijekom sezone jako malo domaćih stanovnika živi u strogom centru grada jer je većina stanova u najmu. Utjecaj turizma vidljiv je gotovo na svakom koraku – prepune plaže, ulice, trgovi i riva sa kojih se može čuti ritam techno glazbe također uvezen sa zapada. Tijekom sezone sve je podređeno turistima, većina prostora u centru grada prenamijenjeni su za turističke potrebe dok se krajem studenoga i ranije većina sezonskih objekata zatvara pa je tijekom zimskih mjeseci centar grada gotovo prazan.

4. ZAKLJUČAK

Turizam je vodeći sektor zemalja u razvoju te vrši višestruk utjecaj na gospodarstvo destinacije koja ga razvija. Dok s jedne strane nosi brojne pozitivne učinke, s druge strane nosi veliki broj negativnih učinaka, kako na ekonomiju tako i na društvo u cjelini. S obzirom da je turizam danas u velikom uzletu, njegovi se negativni učinci rjeđe spominju. Iako pruža brojne nove prilike za zapošljavanje, brojni su nedostaci zapošljavanja u turizmu. U sezoni dolazi do rasta cijena dobara i usluga, a mala lokalna poduzeća često se gase jer se teško nose s konkurentnim poduzećima u vlasništvu stranaca. Turizam potkopava kulturu, a infrastruktura se često teško nosi s povećanjem broja stanovništva uzrokovanim turistima. Uvoz zapadnjačkih dobara i usluga najčešća je prijetnja lokalnoj zajednici i dovodi do gubitka lokalnih običaja i tradicije. Tradicionalne industrije se gase, a autentični domaći proizvodi zamjenjuju se neautentičnim uvoznim.

Prihod od turizma koji čini veliki dio prihoda destinacije može se investirati u poboljšanje standarda života lokalnog stanovništva i razvoj infrastrukture koja u velikoj mjeri čini podlogu razvoja turizma. Turizam kao glavna industrija zemalja u razvoju zapošljava velik broj lokalnog stanovništva pa se umjesto uvoza radne snage iz susjednih gradova ili zemalja može ulagati u obrazovanje i dodatno školovanje stručnog kadra kako bi se mogla pružiti vrhunska usluga. Umjesto stranih specijaliteta i suvenira treba nuditi domaće, proizvedene u obiteljskim gospodarstvima i na taj način pružiti priliku malim lokalnim poduzećima da budu konkurentniji na tržištu. Također, treba težiti produljenju sezone, smišljajući nove načine koji će privući turiste, a da to ne budu niske cijene.

Ukoliko se ne želi da turizam promijeni izgled destinacije, treba se držati koncepta održivog razvoja. Održivi turizam uvjetuje takvo upravljanje resursima da se zadovolje ekonomske, socijalne i ostale potrebe te da se očuvaju kulturne, ekološke i biološke raznolikosti. Održivi razvoj destinacije treba čuvati tradicionalan način života u njima, koji je specifičan baš za to područje. Ne smije se dogoditi da se turistima prezentira kultura i običaji destinacije, a da u stvarnosti više ne postoje.

Turizam u Splitu ima perspektivu zato što obiluje prirodnim i kulturnim atrakcijama. Grad treba razumnom strategijom razvoja turizma izbjeći situaciju u kojoj se našla Barcelona koja se podredila turizmu i turistima te se odmaknuti od razvoja masovnog, a prikloniti se razvoju alternativnog, odnosno održivog turizma.

LITERATURA

1. PROLEKSIS ENCIKLOPEDIJA (2013.): Barcelona – prikaz osnovnih značajki, dostupno na: http://proleksis.lzmk.hr/10812/, pristupljeno: 21. travnja 2018. g.
2. Brittanica (2018.): Barcelona – prikaz osnovnih značajki, dostupno na: https://www.britannica.com/place/Barcelona, pristupljeno: 21. travnja 2018. g.
3. Blažević, I.: (2009.): Turistička geografija Hrvatske, Školska knjiga, Zagreb.
4. Čavlek, N: (2011): Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb.
5. Gallus Events (2016.): Demonstracijski učinak (Barcelona), dostupno na: www.gallusevents.co.uk/2016/02/impact-of-tourism-in-barcelona/, pristupljeno: 26. lipnja 2018. g.
6. Geić, S. (2007.): Organizacija i politika turizma, Sveučilište u Splitu, Split.
7. Alvarez – Sousa, A. (2018.): The Problems of Tourist Sustainability in Cultural Cities: Socio – Political Perceptions and Interests Management, University of Coruna, Coruna.
8. NUMBEO (2018.): Inflatorna kretanja (Barcelona), dostupno na: https://www.numbeo.com/cost-of-living/in/Barcelona, pristupljeno: 26. lipnja 2018. g.
9. Poslovni.hr (2018.): Inflatorna kretanja (Split), dostupno na: http://www.poslovni.hr/hrvatska/ovo-je-najskuplji-hrvatski-grad-za-zivot-cetveroclanoj-obitelji-mjesecno-potrebno-gotovo-15000-kuna-336041, pristupljeno: 26. lipnja 2018. g.
10. Estadistica (2017.): Izvansezonska nezaposlenost (Barcelona): http://www.bcn.cat/estadistica/angles/dades/anuari/cap10/C1005010.htm, pristupljeno: 27. lipnja 2018. g.
11. Hrvatski zavod za zapošljavanje, Regionalni ured Split (2018.): Izvansezonska nezaposlenost (Split), dostupno na: http://www.hzz.hr/UserDocsImages/ST_Godisnjak_2017.pdf, pristupljeno: 26. lipnja 2018. g.
12. Idescat (2015.): Kretanje broja turista u Barceloni 2000. – 2015., dostupno na: https://www.idescat.cat/cat/idescat/biblioteca/docs/pec/paae2016/a08612015.pdf, pristupljeno: 14. lipnja 2018. g.
13. Mreža tv (2017.): Nedostatak radne snage (Split), dostupno na: http://mreza.tv/nedostatak-raden-snage-u-turizmu/, pristupljeno: 26. lipnja 2018. g.

14. EUROMONITOR INTERNATIONAL (2018.): Nerazumijevanje i sukobi na relaciji turist – domicilno stanovništvo (Barcelona), dostupno na: https://blog.euromonitor.com/2018/02/barcelona-overtourism.html, pristupljeno: 26. lipnja 2018. g.
15. Petrić, L. (2006.): Osnove turizma. Split: Ekonomski fakultet Split.
16. Pirjevac, B. (1998.): Ekonomska obilježja turizma, Golden Marketing, Zagreb.
17. Hrturizam.hr (2016.): Problemi s infrastrukturom (Split), dostupno na: http://hrturizam.hr/prometna-infrastruktura-koci-splitski-turisticki-razvoj/, pristupljeno: 26. lipnja 2018. g.
18. LOCABARCELONA (2017.): Rast cijena nekretnina (Barcelona), dostupno na: http://www.locabarcelona.com/barcelona-property-market-overview/, pristupljeno: 26. lipnja 2018. g.
19. Net.hr (2018.): Rast cijena nekretnina (Split), dostupno na: https://net.hr/danas/hrvatska/porasle-su-cijene-stanova-pogledajte-usporedbu-cijena-za-jedan-kvadrat-u-dubrovniku-mozete-dobiti-gotovo-dva-kvadrata-u-zagrebu/, pristupljeno: 26. lipnja 2018. g.
20. Orešić, D. (2003.): Što je to Sredozemlje ili Mediteran?, dostupno na: http://www.geografija.hr/svijet/sto-je-to-sredozemlje-ili-mediteran/, pristupljeno: 22. travnja 2018. g.
21. Worldatlas (2016.): Sredozemlje, dostupno na: https://www.worldatlas.com/aatlas/infopage/medsea.htm, pristupljeno; 22. travnja 2018. g.
22. Hrvatska turistička zajednica (2017.): Turistički promet u Splitu 2014. – 2017. g., dostupno na: https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/turizam-u-brojkama, pristupljeno: 14. lipnja 2018. g.
23. Barcelona Airport (2018.): Ukupni broj putnika u zračnoj luci El Prat, dostupno na: https://www.barcelonaairport.net/passenger-statistics.shtml, pristupljeno: 14. lipnja 2018. g.
24. Zračna luka Split (2018.): Ukupni broj putnika u Zračnoj luci Split, dostupno na: http://www.split-airport.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=160&Itemid=115&lang=hr, pristupljeno: 14. lipnja 2018. g.
25. Vellas, F., Becherel L. (1998.): International Tourism, Palgrave MacMillan, London.

26. Zelenika, R. (2000.): Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Ekonomski fakultet sveučilišta u Rijeci, Rijeka.

PRILOZI

Popis tablica:

Tablica 1: Bilanca troškova (šteta) i koristi turističkog razvitka..... 11
Tablica 2: Ukupni broj putnika u zračnoj luci El Prat od 2013. – 2017. (u 000)..... 24
Tablica 3: Broj nezaposlenih u Barceloni po mjesecima od 2012. do 2016. g. 26
Tablica 4: Ukupni broj putnika u Zračnoj luci Split u razdoblju 2013. - 2018. 29
Tablica 5: Turistički promet u Splitu od 2014. – 2017. g. 29
Tablica 6: Prosječne cijene stanova prema gradovima u EUR/m^2 31
Tablica 7: Nezaposlenost po mjesecima u Splitsko – Dalmatinskoj županiji i RH 2017. g. ... 32

Popis grafikona:

Grafikon 1: Kretanje broja turista u Barceloni 2000. – 2015. (plava linija) 24
Grafikon 2: Cijene m^2 u € u Barceloni (žuta linija) i Madridu od 6. 2007. – 6. 2017. g. 25
Grafikon 3: Mjesečne promjene stope rasta i pada nezaposlenosti 2017. g. 31

SAŽETAK

Turizam je vodeći sektor zemalja u razvoju te vrši višestruk utjecaj na gospodarstvo zemlje, odnosno regije koja ga razvija. Dok s jedne strane nosi brojne pozitivne učinke, s druge strane nosi veliki broj negativnih učinaka na ekonomiju i na društvo u cjelini. S obzirom da je turizam danas u velikom uzletu, njegovi se negativni učinci rjeđe spominju. Iako pruža brojne nove prilike za zapošljavanje, brojni su nedostaci zapošljavanja u turizmu. U sezoni dolazi do rasta cijena dobara i usluga, a mala lokalna poduzeća često se gase jer se teško nose s konkurentnim poduzećima u vlasništvu stranaca. Turizam potkopava kulturu, a infrastruktura se često teško nosi s povećanjem broja stanovništva uzrokovanim turistima. Uvoz zapadnjačkih dobara i usluga najčešća je prijetnja lokalnoj zajednici i dovodi do gubitka lokalnih običaja i tradicije. Tradicionalne industrije se gase, a autentični domaći proizvodi zamjenjuju se neautentičnim uvoznim.

Barcelona i Split su mediteranski gradovi koji bilježe procvat turizma. Barcelona je turistički div koji već godinama broji visoke stope rasta broja turista te je jasno izraženo nezadovoljstvo lokalnog stanovništva zbog slabog kontroliranja razvoja turizma od samog početka razvoja. Split je manji grad koji posljednjih nekoliko godina bilježi visoke stope rasta turizma pa je sve veća vjerojatnost da se nađe u situaciji u kojoj je Barcelona. Upravo zbog toga, treba na vrijeme početi pratiti njegov razvoj i predviđati buduća kretanja. Iznimno je važno pravilno reguliranje turizma na lokalnoj i nacionalnoj razini. Donošenje strategija razvoja održivog turizma od iznimnog je značaja kako za grad, tako za njegovo stanovništvo.

Prikazana je analiza negativnih učinaka turizma na destinaciju i lokalno stanovništvo koji se pojavljuju ukoliko se turizam ne regulira pravilno. Takva analiza služi kao podloga za donošenje odluka u cilju ublažavanja uočenih negativnih učinaka.

Ključne riječi: *turizam, negativni učinci, ekonomija, društvo*

SUMMARY

Tourism is a leading sector of developing countries and it has multiple impacts on the economy of the country or a region that develops it. While it has many positive impacts on the one hand, on the other hand it carries a large number of negative impacts, both on the economy and whole society. Considering that tourism is now taking a major step, its negative impacts are rarely mentioned. Although it provides many new opportunities for employment, there are numerous disadvantages of hiring in tourism. During the touristic season, there is an increase of prices for goods and services. Small local businesses often go away because it is difficult for them to compete with foreign – owned companies. Tourism undermines culture and infrastructure is often difficult to cope with the increase in the number of population caused by tourists. Import of Western goods and services is the most common threat to the local community and leads to the loss of local customs and traditions. Traditional industries are being fired and authentic domestic product replaced by irrelevant imported.

Barcelona and Split are Mediterranean cities which are developing tourism. Barcelona is a tourist giant that has been counting for a high rate of tourist growth for years, and it clearly – expresses the dissatisfaction of the local population due to the poor control of tourism development since the very beginning of development. Split is a small town that has been experiencing high growth rates in recent years, and is becoming more and more like Barcelona. For this reason, it is necessary to begin to monitor its development in a timely fashion and foresee future developments. It is extremely important to regulate tourism properly, locally and nationally. Adopting tourism development strategies is of paramount importance for city and its population.

Here is presented analysis of the negative impacts of tourism on the destination and local population that occur if tourism is not regulated properly. Such analysis serve as a basis for making decision in order to mitigate the observed negative effects.

Key words: *tourism*, *negative impacts*, *economy*, *society*