ODRŽIVOST- IMPERATIV RAZVOJA TURIZMA

Čosić, Andrea

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:124:853032

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-25**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

ODRŽIVOST- IMPERATIV RAZVOJA TURIZMA

Mentor: **Student:**

Doc.dr.sc. Blanka Šimundić **Andrea Ćosić**

Split, kolovoz, 2018.

SADRŽAJ:

1.UVOD 1

1.1. Definicija problema 1

1.2. Cilj rada 1

1.3. Metode rada 2

1.4. Struktura rada 2

2. ODRŽIVI RAZVOJ 3

2.1. Terminologija održivosti 3

2.2.1. Povijesni razvoj koncepta održivog razvoja 4

2.2.2. Agenda 21 4

2.2. Koncept i elementi održivog razvoja 5

2.3. Načela održivog razvoja 7

2.3.1. Ekološka održivost 7

2.3.2. Sociokulturna održivost 8

2.3.3. Ekonomska održivost 8

2.3.4. Tehnološka održivost 9

3. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA 10

3.1. Ciljevi održivog razvoja turizma 11

3.2. Razvoj održivog turizma u RH 12

3.2.1. Problematika hrvatskog turizma 12

3.2.2. Sezonalnost turizma i „Hrvatska 365“ 14

3.2.3. Prihvatni potencijal turističkih područja 17

3.3. Pokazatelji održivog razvoja 18

3.3.1. Pravila ponašanja u turizmu 18

3.3.2. Održivi marketing 20

4. ODRŽIVI TURIZAM- PRIMJERI DOBRE PRAKSE 21

4.1. Stancija 1904 21

4.2. Vuna s otoka Cresa 22

4.3. Otok Lošinj 23

4.4. „Spori turizam“ Italije 25

4.5. Pistoia 25

5. ZAKLJUČAK 27

LITERATURA: 29
POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA 31
PRILOZI: 32
SAŽETAK 36
SUMMARY 36

1.UVOD

1.1. Definicija problema

Turizam je u Hrvatskoj prisutan više od stoljeća. Međutim, posljednjih desetak godina bilježi izrazitu ekspanziju i kontinuirani rast što dovodi do brojni pozitivnih i negativnih posljedica. Turizam svoje početke ostvaruje u obliku vjerskih hodočašća i zdravstvenog turizma (toplice) koji predstavljaju prva organizirana putovanja na ovim područjima. Izgradnjom cestovne, željezničke i pomorske infrastrukture turizam dobiva ozbiljne preduvjete za razvoj.

Unatoč brojnim ratnim zbivanjima, počevši od svjetskih ratova zatim i domovinskog, turizam je prevladao krizna razdoblja te postao najunosnija djelatnost a o njegovoj masovnosti možemo govoriti unazad šezdesetak godina.

Masovnost je nastupila izgradnjom brojnih radničkih odmarališta, kupališta, kampova, marina ali i zbog povoljnih klimatskih uvjeta te geografskih i prirodnih obilježja. Osim izgradnje, turiste su privlačili prvi glazbeni, dramski i filmski festivali. Ista ta masovnost prisutna je i danas.

Masovnost i sezonalnost glavne su karakteristike turizma u Hrvatskoj. Manifestiraju se kroz pojačan turistički promet koji je raspoređen u svega nekoliko mjeseci u godini te koji stvara prevelik pritisak na sve oblike infrastrukture koja za to nije prilagođena.

Masovni turizam kakav je u Hrvatskoj, stvara ogroman pritisak i na okoliš. Razlog tomu je prevelika zastupljenost turističkih djelatnosti u kapacitetima koji su prostorno i vremenski ograničeni. Upravo iz ovog razloga nužna je implementacija održivog razvoja u okvire turističke politike Hrvatske.

1.2. Cilj rada

Svrha rada je definiranje održivog korištenja resursa u turizmu koje vodi gospodarskoj, ekološkoj te sociokulturnoj ravnoteži. Da bi se navedeno postiglo, za cilj se postavlja analiza koncepta održivosti u turizmu te prikaz primjera dobre prakse u okviru politika održivog razvoja turizma u svijetu i RH.

1.3. Metode rada

Podaci koji su bili podloga ovog završnog rada prikupljeni su iz sekundarnih izvora u obliku znanstvenih i stručnih knjiga, članaka, dostupnih izvješća domaćih i stranih organizacija i zavoda te internetski izvori. Literatura je velikim dijelom kompatibilna s problematikom rada.

U radu su korištene znanstveno-istraživačke metode poput metode promatranja, metoda dedukcije, metoda indukcije, metoda eksplanacije, metoda generaliziranja, metoda komparacije, metoda klasifikacije, metoda deskripcije zatim povijesna metoda.

1.4. Struktura rada

Struktura rada obuhvaća pet poglavlja. Uvod ukratko objašnjava stanje, razvoj a u konačnici problematiku istraživanja. Osim toga, navedene su metode koje su korištene za tu svrhu kao i ciljevi koji se nastoje postići.

Drugo poglavlje predstavlja koncept održivog razvoja; kako se definira, što predstavlja te kako je podijeljen. Uz to, navode se njegove poveznice i značaj s turizmom. Ovo poglavlje zapravo predstavlja teorijski dio završnog rada.

Trećim poglavljem definiran je održivi razvoj unutar turizma kao i njegove poveznice s istim. Unutar ovog poglavlja istaknuto je stanje implementiranja održivog razvoja u turizmu kao najunosnijoj djelatnosti ali i njegova važnost za daljnji razvoj turizma općenito.

Četvrto poglavlje daje prikaz primjera dobre prakse u okviru politike održivog razvoja turizma. Za bolje razumijevanje, kvalitetniju analizu te bolju usporedbu, uzeti su primjeri iz svijeta i RH.

Shodno navedenim poglavljima donosi se zaključak o definiranoj problematici, stupnju implementiranosti održivog razvoja u okvire hrvatskog turizma te posljedice aktivnosti ili pasivnosti uvođenja istog. Na samom kraju rada nalazi se popis korištene literature, tablica i grafova te sažetak koji je osim hrvatskog napisan i na engleskom jeziku.

2. ODRŽIVI RAZVOJ

2.1. Terminologija održivosti

Definicije održivog razvoja su brojne. Svaka od njih ima naglasak na pojedino načelo održivosti. Definiranje održivog razvoja može se osloniti na uspostavljanje ravnoteže u ekologiji, društvu, gospodarstvu ili tehnologiji.

Održivi razvoj može se definirati kao „sprečavanje narušavanja prosječnog životnog standarda za buduće generacije koji se ne može postići sve dok se siromaštvo izravno ne napadne, jer siromaštvo i degradacija okoliša idu jedno uz drugo.“

Isto tako održivi razvoj znači i gospodarski i društveni rast usklađen s ekosustavima u kojima djeluje, pa je kao takav i dugoročno održiv.

Definiciju "održivog razvoja" koja se najčešće upotrebljava dao je Lester Brown, osnivač Worldwatch Instituta. Ona je navedena i u izvještaju "Our Common Future" Brundtlandove komisije: "Održivi razvoj je razvoj koji zadovoljava potrebe sadašnjice, a istodobno ne ugrožava mogućnost budućih generacija da zadovolje svoje potrebe." Unatoč tome, znanstveni i politički konsenzus o značenju pojma „održivi razvoj“, ne postoji. Pojam održivosti, koristi se u posljednje vrijeme u različitom kontekstu. Tako se u literaturi mogu pronaći sljedeće formulacije: održivi uspjeh, održivi turizam, održivi rast, održiva proizvodnja, održiva izvrsnost, i dr. Navedeni pojmovi opisuju fenomene na koje se primjenjuje filozofija koncepta održivog razvoja.

Kroz brojne znanstvene članke, radove i literaturu se proteže velik broj definicija i različitih poimanja održivosti. No svaka od njih ima zajedničku poveznicu- postizanje ravnoteže.

2.2.1. Povijesni razvoj koncepta održivog razvoja

Pojam održivi razvoj potječe iz područja šumarstva, a podrazumijeva mjere pošumljavanja površina i sječe međuzavisnih šuma koje nisu smjele narušiti biološku obnovu šuma[1].

Prva međunarodna konferencija koja je bila isključivo posvećena pitanjima o okolišu, održana je u Stockholmu 1972. godine na kojoj je sudjelovalo 113 država i predstavnika 19 međunarodnih organizacija. Rezultat Stockholmske konferencije bio je stvaranje programa Ujedinjenih naroda za zaštitu okoliša koji je imao misiju voditi i poticati partnerstvo o brizi za okoliš te omogućiti nacijama i stanovništvu poboljšanje kvalitete života. Skupština Ujedinjenih naroda osnovala je Svjetsku komisiju za okoliš i razvoj (WCED) 1983. godine. Komisija je 1987. godine objavila izvješće pod nazivom „Naša zajednička budućnost“ i u njemu je prvi put usvojena najpoznatija definicija održivog razvoja: „Održivi razvoj je razvoj koji zadovoljava potrebe današnjice bez ugrožavanja sposobnosti budućih generacija da ostvare vlastite potrebe“[2]

2.2.2. Agenda 21

Prvo poimanje održivog razvoja kao i čovjekova briga o okolišu javljaju se na Konferenciji o čovjekovom okolišu Ujedinjenih naroda održane 1972. godine u Stockholmu.

Izvještaj Brundtlandove komisije iz 1987. godine gdje je Svjetska komisija za okoliš i razvoj-WCED istaknula sljedeća načela održivog razvoja[3]:

- sva bića imaju osnovno pravo na okoliš adekvatan za njihovo zdravlje i blagostanje
- države moraju poduzimati mjere očuvanja okoliša i koristiti okoliš i prirodne resurse na dobrobit današnjih i budućih naraštaja
- države moraju održavati ekosustave i ekološke procese nužne za funkcioniranje biosfere, trebaju čuvati biološku raznolikost i nadzirati ostvarenje održivog prinosa pri korištenju prirodnih resursa i ekosustava
- države moraju donijeti i poštovati adekvatne standarde zaštite okoliša i nadzirati promjene od kojih dolazi te objavljivati podatke o kvaliteti okoliša i korištenju resursa.

[1] Črnjar M., Črnjar K. (2009): Menadžment održivog razvoja, Sveučilište u Rijeci, str. 79.
[2] Bac Dorin P.(2008): A history of the concept of sustainable development: literature review
[3] Skupina autora (2005): Održivi razvoj turizma, Sveučilište u Rijeci, str. 19-20.

- Države trebaju zahtijevati izradu studije utjecaja na okoliš te projekte koji bi mogli znatno utjecati na okoliš ili korištenje prirodnih resursa
- Države moraju informirati sve osobe i subjekte na koje planirane aktivnosti mogu imati utjecaja
- Države moraju osigurati da konzerviranje/očuvanje čini integralni dio planiranja i implementacije razvojnih aktivnosti i osigurati (ako se radi o bogatim , razvijenim zemljama) pomoć pri promjeni mjera zaštite okoliša i održivog razvoja zemljama u razvoju.
- Države trebaju „in bona fide“ surađivati s drugim državama pri primjeni mjera zaštite

Agenda 21 se odnosi na plan aktivnosti i mjera na svim područjima te i u svezi s održivim razvojem turizma na Zemlji. Putem Agende ističe se potreba za promjenama prilikom osmišljavanja razvoja te promjena koje su zasnovane na novom pristupu i shvaćanju utjecaja ponašanja čovjeka na okoliš.[4]

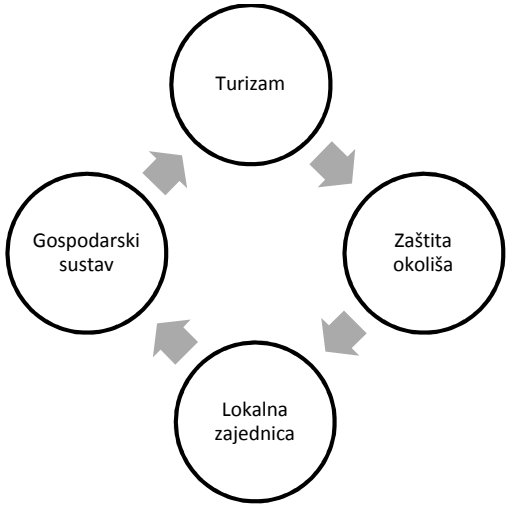
Agenda je usvojena na Svjetsko summitu u Rio de Janeiru 1992. godine.

2.2. Koncept i elementi održivog razvoja

Postoje tri važna elementa u koncepciji održivog razvoja[5]:

- *Koncept razvoja*- što ne znači isto što i gospodarski rast. Gospodarski rast u prvi plan stavlja kvantitativne elemente dok koncept razvoja sa stajališta održivog razvoja stavlja težište na kvalitativni koncept.
- *Koncept potreba*- u središte interesa stavlja pitanja raspodjele osnovnih resursa za ostvarivanje kvalitete života.
- *Koncept budućih naraštaja*- ukazuje na svrhu održivosti i postavlja suštinsko pitanje: „Što sadašnje generacije ostavljaju budućima?“

[4] Čavlek, N. i dr.: Turizam- ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb, Školska knjiga, 2011. str. 419.
[5] Črnjar M. (2002): Ekonomika i politika zaštite okoliša, Sveučilište u Rijeci, str. 189.



Slika 1. Prikaz starog koncepta razvoja turizma

Izvor: Skupina autora (Rijeka 2005.): Održivi razvoj turizma, Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Sveučilište u Rijeci

Slika 2. Prikaz novog koncepta razvoja turizma

Izvor: Skupina autora (Rijeka 2005.): Održivi razvoj turizma, Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Sveučilište u Rijeci

U starom konceptu koji je prikazan na slici 1. strane koje su zainteresirane za njegov razvoj nisu dovoljno povezane dok u novom konceptu međusobni utjecaj i povezanost i međuovisnost temelj su razvoja svakog od njih pojedinačno ali i turizma.

Ravnoteža je ono što prvenstveno karakterizira održiv razvoj, upravo zbog toga, sa stajališta koncepcije održivog razvoja ono zahtjeva:

- očuvanje prirodnih resursa
- veću pravednost u raspodjeli resursa i bogatstva
- uvođenje i primjenu novih tehnologija
- razlikovanje koncepta rasta i koncepta razvoja

- odustajanje od aktivnosti koje bi mogle ugroziti interese budućih generacija

Koncepcija održivog razvoja često se poistovjećuje isključivo sa zaštitom okoliša te se time svodi samo na jedno načelo, načelo ekološke održivosti. Međutim, nije to i jedini bitan čimbenik održivog razvoja jer stvarno ostvarenje ovog koncepta nije moguće bez poštivanja sociokulturnih specifičnosti ali i ekonomske i tehnološke održivosti.[6]

2.3. Načela održivog razvoja

Održivi razvoj zasnovan je na četiri temeljna načela[7]:

- ekološkoj održivosti
- sociokulturnoj održivosti
- ekonomskoj održivosti
- tehnološkoj održivosti

2.3.1. Ekološka održivost

Koncepcija održivog razvoja često se poistovjećuje isključivo sa zaštitom okoliša te se time svodi samo na načelo ekološke održivosti. Istina je da ona ima veliku ulogu i važnost kao i da onečišćenje postaje globalna prijetnja međutim, kod promatranja koncepcije održivog razvoja vidljiva je njegova kompleksnost te je gotovo nemoguće ograničiti taj okvir samo unutar ekološke dimenzije.

Ekološka održivost jamči kompatibilnost razvoja s očuvanjem i održavanjem osnovnih ekoloških procesa, biološke raznolikosti te bioloških resursa. Priroda i njezina mogućnost apsorpcije štetnih tvari je sve manja, unatoč suvremenim „pametnim“ rješenjima. Želja za što ekspanzivnijim ekonomskim rastom i razvojem, uništila je ono iz čega je čovjek potekao. Posljedice su vidljive već danas, i smatra se da će biti i gore.

[6] Skupina autora (2005): Održivi razvoj turizma, Sveučilište u Rijeci, str. 63-64.
[7] Ibidem str. 16-19.

Svijet prolazi kroj jednu paradoksalnu situaciju. Naime, zemlje razvijenog Zapada, svjesne stanja u okolišu, poduzimaju mjere za smanjene i kontrolu onečišćenja okoliša tako da u svoje sustave uvode novu tehnologiju koja će pomoći ostvarenju istih.

Međutim, problem nastaje kada se, sada već, „stara“ tehnologija transferira u nerazvijene zemlje i zemlje u tranziciji. Navedeni onečišćivači se samo prenose iz jednog mjesta u drugo. U konačnici, može se postaviti pitanje je li svijet prihvatio i shvatio pojam održivosti.

2.3.2. Sociokulturna održivost

Sociokulturna održivost definira kompatibilnost razvoja sa očuvanjem kulture i sustava vrijednosti ljudi na koje taj razvoj utječe kao i trajno isticanje i očuvanje identiteta lokalne zajednice.

Osim toga, definira se i kao sposobnost određene zajednice da prihvati nove inpute na duže ili kraće razdoblje te usprkos tome nastavi funkcionirati. Ako dođe do određene disharmonije, potrebno je unaprijed ugraditi mehanizme da se ona ublaži na najmanju moguću mjeru.

Negativni efekti ovog načela posebno su vidljivi u turizmu gdje nove gospodarske aktivnosti turista utječu na socijalnu sliku lokalne zajednice te dolazi do stvaranja do tada ne postojećih razlika ili do produbljivanja postojećih.

Kultura je dinamičan proces te se njezine promjene ne mogu uvijek smatrati posljedicom turizma. Međutim, autohtonost pojedinih mjesta kao i njihova specifična obilježja jesu vrijednosti koje je potrebno čuvati.

Društvena održivost razlikuje se s obzirom na razvijenost i otvorenost lokalne zajednice (sredine). Što je lokalna sredina otvorenija i razvijenija time je i stupanj održivosti viši. Zatvorene lokalne zajednice s istaknutim visokim stupnjem tradicionalnosti teže prihvaćaju društvene promjene.

2.3.3. Ekonomska održivost

Pod pojmom ekonomske održivosti smatra se da je razvoj ekonomski efikasan kao i da je upravljanje resursima racionalno. Cilj tako definiranog koncepta je blagostanje za sadašnje i

buduće naraštaje. Osim toga, kroz ovo načelo se nastoji osigurati konkurentnost i održivost turističkih destinacija i poduzeća kako bi mogla dugoročno napredovati i osigurati korist.

Ekonomska održivost se odnosi na održavanje zaliha kapitala. Prirodni kapital do danas se u pravilu nije vrednovao, no kako bi se ostvario održiv razvoj, potrebno je i njegovu vrijednost uključiti u gospodarski sustav.

Promatrajući ekonomsko-ekološke temelje održivog razvoja, ističu se tri makroekonomska cilja:

- puna zaposlenost
- stabilnost cijena
- ekonomski rast

Skupina stručnjaka smatra da ekonomski rast utječe dugoročno na bolju kvalitetu okoliša; u početku se osiromašuju prirodni resursi no, s većim razvojem zajednice raste i razvija se ekološka svijest i materijalne mogućnosti za očuvanje okoliša.

2.3.4. Tehnološka održivost

Podrazumijeva razvoj i primjenu tehnologije koja će u proizvodnji imati osim ekonomskih učinaka i elemente kojima štiti okoliš. Održiva tehnologija:

- treba imati supstitutivna rješenja za korištenje prirodnih resursa posebice onih neobnovljivih
- primjenjuje se u postupcima pročišćavanja otpadnih voda, uklanjanja otpada te recikliranja
- treba biti okrenuta čovjeku i boljitku čovječanstva

Svjedoci smo ubrzanog razvoja tehnologije koja je u svim gospodarskim područjima među glavnim čimbenicima konkurentnosti. Međutim, za realizaciju održivog razvoja od iznimne je važnosti da ta ista bude okrenuta u korist blagostanja čovječanstva.

3. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA

Jedan od ključnih i aktualnih izazova 21.stoljeća svakako je turizam ali i okoliš koji postaju i/ili već jesu glavni čimbenici gospodarskog razvoja na globalnoj razini. Turizam kao specifičan sustav ovisi o okolišu više nego ostale djelatnosti. Paradoks je u tome što turizam, iako najviše ovisi o njemu, najviše ga i uništava.

U brojnim stručnim literaturama mogu se pronaći različite definicije održivog razvoja određene od strane različitih organizacija, stručnjaka, institucija i slično. Međutim, unutar svake postoji poveznica i jednak cilj a to je racionalno iskorištavanje resursa.

U svijetu postoje brojne turističke destinacije koje su atraktivne upravo zbog svojih prirodnih, klimatskih, geografskih i ostalih obilježja. Iz toga se može zaključiti da „ovise“ o očuvanom okolišu i prirodi. S druge strane turizam je taj koji stvara velik pritisak na okoliš posebice u područjima gdje je turistička djelatnost koncentrirana u relativno ograničenom prostoru i vremenu.

Turizam uz industriju i urbanizaciju je jedan od najsnažnijih činitelja pritiska na prostor. Od standardnih šteta kao što je onečišćenje zraka, vode, mora ,tla, povećane buke i otpada pa sve do posebnih oblika: prekomjerna izgradnja, degradacija okoliša, prometna zakrčenost, prostorne devijacije, uništavanje kulturnih spomenika i slično. Da bi se ovakvi problemi riješili, nužno je kvalitetno i racionalno upravljanje turističkim resursima kojima prethodi određivanje prihvatnog potencijala određenog područja koji proizlazi iz okvira održivog razvoja. Osim toga, okoliš predstavlja primarni resurs za njegov daljnji razvoj zbog toga je potreban njegov razvoj u okvirima održivosti.[8]

Na temelju navedenog moguće je zaključiti da održivi razvoj prethodi održivom turizmu te da su to dvije komplementarne varijable.

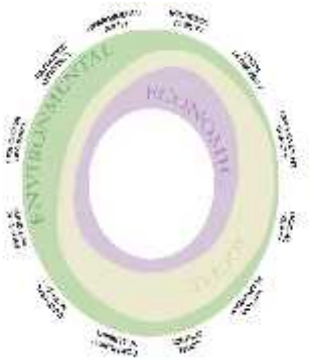
[8] Kružić N., Turizam i okoliš, Tour. Hosp. Manag. God. 10, Br. 2, Str. 67-159 Rasprava

3.1. Ciljevi održivog razvoja turizma

Svjetska tuirstička organizacija (UNWTO) je u svojoj publikaciji *Učiniti turizam održivijim: vodič za stvaraoce politika* navela 12 glavnih ciljeva održivog razvoja turizma[9]:

1. **Ekonomska održivost**: osiguravanje održivost i konkurentnost turističkih destinacija i poduzeća kako bi bila u stanju dugotrajno napredovati i osiguravati korist.
2. **Boljitak lokalne zajednice**: maksimiziranje doprinosa turizma gospodarskom napretku destinacije uključujući lokalno zadržavan udio potrošnje posjetitelja.
3. **Kvaliteta radnih mjesta**: poboljšanje količine i kvalitete lokalnih poslova stvorenih radi turizma i koje turizam održava, uključujući razinu plaće, uvjete rada i dostupnost svima bez diskriminacije na temelju spola, rase, invaliditeta ili bilo koje druge osnove.
4. **Društvena pravednost**: težnja uspostavljanju opsežne i pravedne raspodjele gospodarskih i društvenih koristi ostvarenih turizmom u čitavoj destinaciji, uključujući povećanje prilika, prihoda i usluga dostupnih siromašnima.
5. **Zadovoljstvo posjetitelja**: osigurati sigurno, zadovoljavajuće i ispunjavajuće iskustvo posjetiteljima, dostupno svima bez diskriminacije vezano uz spol, rasu, invaliditet ili bilo koju drugu osnovu.
6. **Lokalno upravljanje**: omogućiti pravo glasa lokalnim zajednicama i njihovo uključivanje u planiranje i donošenje odluka o upravljanju i budućem razvoju turizma u njihovom području u suradnji s ostalim dionicima.
7. **Blagostanje zajednice**: održavanje i poboljšanje kvalitete života lokalnih zajednica, uključujući društvene strukture i pristup resursima, pogodnostima i sustavima održavanja života, a izbjegavajući bilo koji oblik društvene degradacije ili iskorištavanja.
8. **Kulturno bogatstvo**: poštivanje i poboljšavanje povijesnog nasljedstva, autentične kulture, tradicija i osebujnosti destinacija.
9. **Fizički integritet**: održavanje i poboljšanje kvalitete krajobraza, kako urbanog tako i ruralnog, i izbjegavanje fizičke i vizualne degradacije okoliša.
10. **Biološka raznolikost**: podržavanje očuvanja prirodnih područja i staništa te biljnoga i životinjskog svijeta i minimiziranje njihovog oštećivanja.
11. **Učinkovito korištenje resursa**: minimiziranje korištenja rijetkih i neobnovljivih izvora u razvoju i radu turističkih objekata i usluga.
12. **Čistoća okoliša**: svođenje na najmanju razinu zagađenje zraka, vode i zemlje te stvaranje otpada koje uzrokuju turistička poduzeća i posjetitelji.

[9]Održivi turizam, Ministarstvo turizma RH, dostupno na: http://www.odrzivi.turizam.hr



Slika 3: 12 temeljnih ciljeva održivog razvoja turizma

Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, http://www.odrzivi.turizam.hr/

3.2. Razvoj održivog turizma u RH

Turizam kao jedna od najvažnijih gospodarskih djelatnosti u Hrvatskoj, osigurava visoke prihode državnoj blagajni. Iz godine u godinu statistike pokazuju da turizam zauzima sve veći udio u bruto domaćem proizvodu. Dugoročno gledano, ono osigurava brojne prilike za Hrvatsku ali i prijetnje.

Masovni turizam kakav je u Hrvatskoj, stvara ogromne pritiske na okoliš. Razlog tomu je prevelika zastupljenost turističkih djelatnosti u kapacitetima koji su prostorno i vremenski ograničeni. Upravo iz ovog razloga nužna je implementacija održivog razvoja u okvire turističke politike Hrvatske.

3.2.1. Problematika hrvatskog turizma

Kao glavna karakteristika hrvatskog turizma navodi se masovnost. Može se reći da prethodi drugoj karakteristici hrvatskog turizma a to je sezonalnost.

Sezonalnost u hrvatskoj obuhvaća period ljetnih mjeseci (od lipnja do rujna) dok je najveća koncentracija turističkih aktivnosti u srpnju i kolovozu. Razlog tomu su prirodna obilježja koja privlače turiste a najpogodnija su u tom periodu. Toplina mora, pogodna klima i slično. Drugim riječima, velik broj turističkih dolazaka je smješten u svega nekoliko mjeseci na jako

ograničenim prostornim kapacitetima. Nuspojava toga je ugrožavanje okoliša, i svih ostalih vrijednosti koje ta mjesta čine posebnima.[10]

Shodno tome, nužno je shvatiti politiku održivog razvoja kao i sve ciljeve i načela koje s tim dolaze jer u protivnom nepovratno gubimo Zemljine resurse.

Kao ključna razvojna načela održivog razvoja Hrvatske navodi se[11]:

- **Partnerstvo:** s obzirom na to da je „turistički proizvod" agregatna kategorija, njegov razvoj podrazumijeva horizontalnu (međuresornu) i vertikalnu (nacionalno-regionalno-lokalnu) suradnju, ali i suradnju nositelja javne vlasti s privatnim sektorom (poduzetnici), civilnim sektorom, institucijama u sferi zaštite okoliša, kulture, prometa, zdravstva, sigurnosti i sl.
- **Institucionalno dereguliranje**: potrebno je znatno pojednostavniti (deregulirati) postojeći pravno legislativni okvir te tako stvoriti stimulativan i transparentan institucionalni okvir krojen po mjeri poduzetnika.
- **Ekološki odgovoran razvoj** – radi se prije svega o primjeni suvremenih tehničko-tehnoloških rješenja u gradnji i opremanju (npr. smanjenje toplinskih gubitaka, energetski učinkoviti sustavi grijanja/hlađenja, korištenje obnovljivih izvora energije), racionalnosti u korištenju raspoloživog prostora, poštivanju odrednica nosivog kapaciteta destinacije i mikrolokacije projekta, kao i mogućnosti priključenja na postojeće infrastrukturne sustave.
- **Više od sunca i mora** – potrebno je razviti i komercijalizirati niz novih, međunarodno konkurentnih sustava turističkih doživljaja kao što su kulturni turizam, cikloturizam, pustolovni i sportski turizam, ekoturizam, ali i golf turizam te zdravstveni i ruralni turizam.
- **Turizam na cijelom prostoru** – ubrzavanje razvoja kontinentalnog turizma neće biti moguće bez kapitalnih investicija u resursno-atrakcijsku osnovu uz znatno korištenje sredstava EU fondova. Pritom u prvom redu valja poticati razvoj onih proizvoda i onih područja koji, zbog značajki resursno-atrakcijske osnove i/ili tradicije u turističkom privređivanju, imaju najveće šanse za uspjeh već u kratkom roku.
- **Autentičnost i kreativnost** – uspješno diferenciranje Hrvatske od konkurentskih destinacija treba temeljiti ponajviše na njegovanju prirodne, sociokulturne, klimatske

[10] Kožić I.: „Kolika je sezonalnost turizma u Hrvatskoj?", Ekonomski vjesnik str. 470-471.
[11] Ministarstvo turizma RH: Strategija razvoja turizma RH do 2020., dostupno na: https://mint.gov.hr, str. 28-29.

i/ili proizvodne (doživljajne) autentičnosti, odnosno na kreativnosti u razvoju proizvoda, destinacijskom pozicioniranju i komunikaciji s tržištem.

- **Kultura kvalitete** – uspješno i dugoročno održivo pozicioniranje hrvatskog turizma na međunarodnom tržištu podrazumijeva osjetno unapređenje postojeće razine kvalitete i izvrsnosti. Posebno valja naglasiti potrebu ususatvljenja postojećeg sustava obrazovanja za potrebe turizma, ali i uvođenja obveznih programa cjeloživotnog učenja za različite kategorije djelatnika uposlenih u turizmu.

Poželjan razvoj hrvatskog turizma podrazumijeva upravljanje resursima koje udovoljava osnovnim ekonomskim, socijalnim i estetskim kriterijima dugoročno održivog poslovanja uz rast blagostanja, očuvanje kulturnog integriteta te vitalnih ekoloških sustava i biološke raznolikost.[12] Sukladno navedenom, uočava se svijest o održivom poslovanju generalno ali i u turizmu. Strategija razvoja turizma do 2020.godine nastoji realizirati navedena načela u okvirima održivog razvoja.

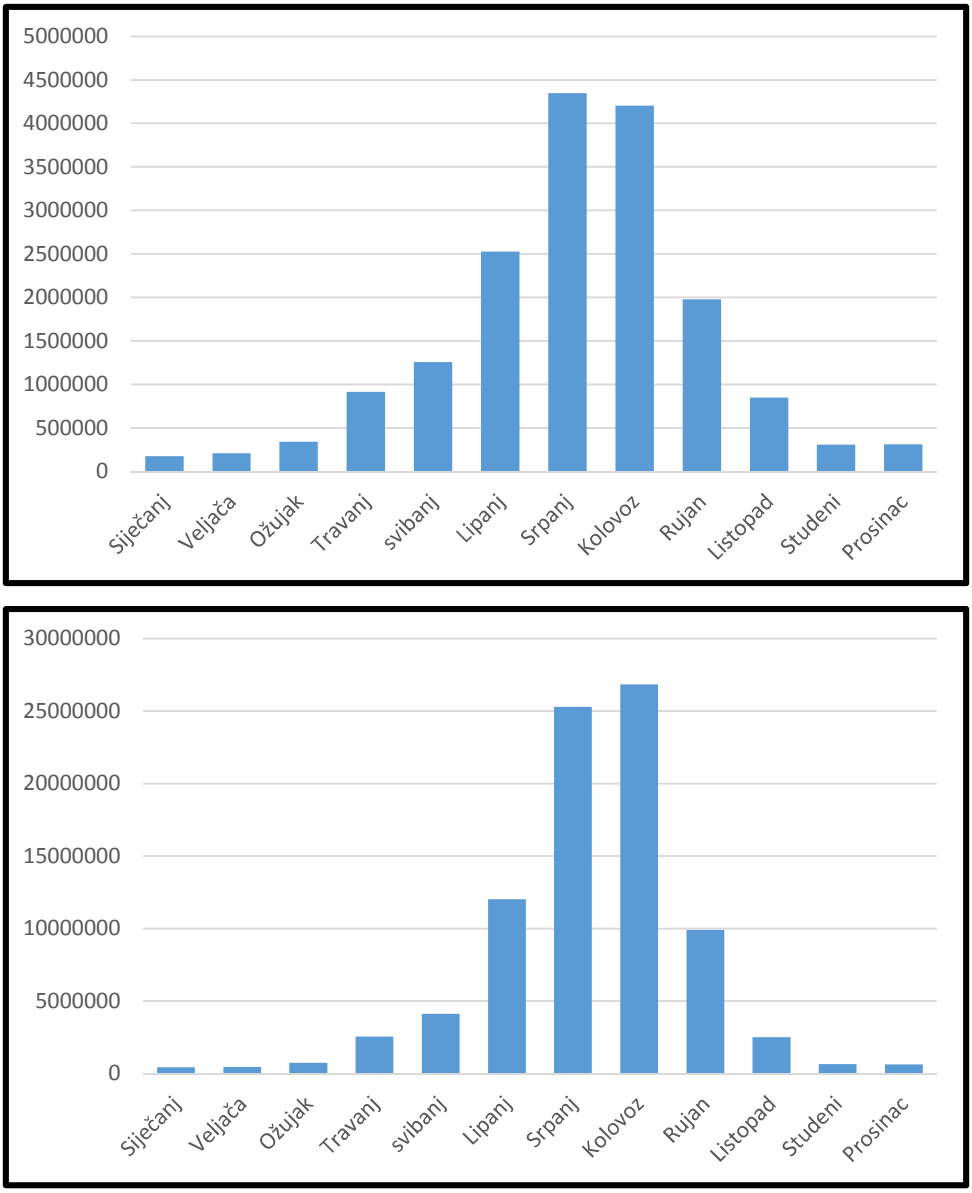
3.2.2. Sezonalnost turizma i „Hrvatska 365“

Sezonalnost je fenomen svojstven prirodi i društvu. Pojmovno sezonalnost podrazumijeva cikličke varijacije u kretanju neke pojave, odnosno ponavljanje identičnog ili sličnog uzorka svake kalendarske godine u približno isto vrijeme.[13]

Sezonalnost u turizmu se manifestira tako da je turistički promet uglavnom raspoređen u svega nekoliko mjeseci u godini. Slika 4 jasno prikazuje izrazitu sezonalnost turizma u Hrvatskoj. Blagi porast se bilježi od travnja, najčešće zbog blagdana Uskrsa a svoj najviši broj dostiže u srpnju i kolovozu.

[12] Ibidem str. 28.

[13] Kožić I.: „Kolika je sezonalnost turizma u Hrvatskoj?“, Ekonomski vjesnik str. 471.



Slika 4: Dolasci i noćenja turista u 2017. godini
Izvor: vlastiti uradak prema: https://www.dzs.hr/

Sezonalnost turizma u Hrvatskoj uzrokovana je geografskim obilježjima turističkih receptivnih prostora koji su najatraktivniji. Jedan od temeljnih obilježja je zasigurno klima koja najvećim dijelom diktira period korištenja turističkih resursa. Međutim, treba uzeti u obzir i ustaljeni trend dužih godišnjih odmora za vrijeme ljetnih mjeseci čime se generira najveća turistička potražnja za turizmom u Hrvatskoj.

Sezonalnost kao glavna karakteristika turizma Hrvatske za sobom vuče i niz negativnih implikacija kao što je niža stopa povrata na turističke investicije, potražnja za radnom snagom je fluktuirajuća, ogroman pritisak na okoliš i prirodne resurse kao i na komunalnu te prometnu infrastrukturu. Također, uzrokuje iskrivljavanje slike o gospodarskim potencijalima turizma pri čemu se turizmu često pripisuju samo direktni ekonomski učinci nastali prodajom usluga i

proizvoda turistima, dok se indirektni ekonomski učinci nastali prodajom sirovina, proizvoda i poluproizvoda u okviru lanaca dobavljača i logističke potpore u pravilu ne pripisuju učincima turizma. [14]

Osim navedenog, kao temeljni problem navodi se prekomjerno iskorištavanje pojedinih turističkih resursa tijekom ljetnih mjeseci, dok se u preostalom dijelu godine iskorištavaju u granici isplativosti pa čak i ispod nje.

Shodno tome, navode se mjere za suzbijanje sezonalnosti[15]:

- Osuvremenjivanje turističkih proizvoda destinacija prema konceptu razvoja specifičnih oblika turizma (kongresni turizam, cikloturizam, kulturni turizam, ekoturizam itd.)
- Tržišno usmjeravanje svake destinacije i njihova specijalizacija ponude prema odabranim uskim segmentima potražnje (nautičari, studenti, enofili, „treća dob“, i slično.)
- Angažman turističkih posrednika u popunjavanju turističkih receptivnih kapaciteta u pred i pod sezoni .
- Zaustavljanje stihijske izgradnje soba, apartmana, stanova i kuća za odmor u okviru kojih je izuzetno teško popratiti ostvareni turistički promet a samim time bi se zaustavio rast sive ekonomije i povećali javni prihodi
- Cjelovita sistematizacija i certificiranje radnih mjesta u sustavu turizma čime se osigurava viša kvaliteta u pružanju usluga, zadovoljniji su korisnici a u konačnici to rezultira izdašnijom turističkom potrošnjom.
- Nužno je i promijeniti stavove javnog sektora i svih ostalih o značaju turizma za nacionalno gospodarstvo te osigurati čvrstu podlogu za donošenje odgovarajuće strategije budućeg razvoja turizma u Hrvatskoj.
- Usmjeravanje masovnog oblika turizma prema specifičnim selektivnim oblicima turizma što u konačnici predstavlja specijalizaciju turističke ponude

Produljenje sezone kao i povećanje turističkog prometa u pred i pod sezoni, jedan je od glavnih strateških ciljeva hrvatskog turizma.

[14]. Čavlek, N., Bartoluci, M., Kesar, O., Čižmar, S., Hendija, Z. (2010): Prilog novim odrednicama turističke politike u Hrvatskoj, Ekonomski fakultet Zagreb, Katedra za turizam, str.5

[15] Ibidem

„Hrvatska 365“ je projekt Hrvatske turističke zajednice. Izrađen s ciljem smanjenja sezonalnosti u okviru turizma i njegovih aktivnosti. Ovim se projektom nastoje prikazati vrijednosti 40 hrvatskih turističkih destinacija u razdobljima pred i pod sezone. Odnosno, cilj je pozicioniranje Hrvatske kao zemlje koja će nuditi svoje autentične turističke proizvode i izvan glavne sezone[16].

Destinacije se na svojim ciljanim tržištima promoviraju putem izabranih ključnih proizvoda kao što su kultura, biciklizam, aktivni odmor, poslovni turizam, hrana i vino te spa&wellness.

Uz navedeno, cilj je ostvarivanje veće vrijednosti i bolje percepcije Hrvatske kao turističke zemlje koja nudi jedinstvenu turističku ponudu kroz čitavu godinu.

Slika 5: Logotip projekta „Hrvatska 365“

Izvor: HTZ, https://htz.hr/hr-HR

3.2.3. Prihvatni potencijal turističkih područja

U ovom poglavlju će biti navedene opće karakteristike i glavni ciljevi određivanja prihvatnog potencijala. U svrhu rada navest će se glavne karakteristike s obzirom na to da je tema širokog opsega i da se samo na ovu temu može napisati rad.

Prihvatni potencijal je definiran kao: „maksimalan broj turističkih korisnika koji simultano posjećuju turističko mjesto bez neprihvatljivog poremećaja fizičke, ekonomske i sociokulturne okoline, kao i bez neprihvatljivog smanjenja kvalitete zadovoljstva posjetilaca.“ Uvažavanjem navedene definicije omogućava se ostvarenje zadovoljavajuće kvalitete života lokalnog stanovništva. Da bi se politika održivog razvoja kvalitetno primijenila, nužno je određivanje

[16] Portal: Hrvatska turistička zajednica, dostupno na: https://croatia.hr

prihvatnog potencijala turističke destinacije koja ovisi o sljedećim aspektima: fizičkom, psihološkom, biološkom, sociološkom i ekonomskom.[17]

Prihvatni potencijal turističkog područja ovisi i od dva bitna elementa:

1. karakteristika turista
2. karakteristika turističkog područja

Razlog tomu je različitost turista (dob, spol, ekonomska moć), motiv putovanja ali i očekivanja te raspoloživo vrijeme. Također, važna su i obilježja turističkog područja (prirodna obilježja, struktura gospodarstva te razvojna faza u kojoj se nalazi) i lokalnog stanovništva.

Zbog istaknute sezonalnosti koja i dalje prati hrvatski turizam, problem s prihvatnim potencijalima Hrvatska ima najviše za vrijeme ljetnog perioda. Sezonalnost turizma Hrvatske ali i općenito, nameće potrebu izgradnje infrastrukture i suprastrukture za potrebe koje su iskazane tijekom glavne (ljetne sezone) premda su ti isti kapaciteti slabo iskorišteni tijekom ostatka godine.

Standarde za niže navedena turistička područja ustanovila je Svjetska turistička organizacija (WTO) (Inskeep, 1991); izraženi su u broju posjetitelja na dan po hektaru:

- park šuma do 15
- park u predgrađu 15-70
- popularno izletničko područje 300-600
- manje popularno izletničko područje 60-200

3.3. Pokazatelji održivog razvoja

3.3.1. Pravila ponašanja u turizmu

Suvremeni turizam bilježi kontinuirani rast i ekspanziju te je zbog toga nužno da u svoju politiku strategije razvoja implementira osnove postulate održivosti.

U novije vrijeme motivaciju i ponašanje turista pri izboru turističke destinacije sve više karakterizira selektivniji izbor destinacije, pridavanje veće pažnje doživljaju i kvaliteti, tradiciji, kulturi i interakciji s lokalnim stanovništvom ali i sve veća osjetljivost turista na očuvanost

[17] Magaš D., Jurdana Smolčić D. (1999): Metodloški aspekti utvrđivanja prihvatnog potencijala turističkih područja, str. 100-101.

okoliša destinacije. Shodno tome, uvođenje i istraživanje pravila ponašanja postaje iznimno aktualno[18].

Iz dana u dan raste broj turista koji su ekološki osviješteni te kojima je važno imati saznanja o utjecaju turizma na okoliš u destinaciji u koju dolaze. Unatoč ovim pozitivnim informacijama, razina odgovornog ponašanja turista prema okolišu nije zadovoljavajuća.

Vrsta pravila	Autori inicijative	Namjena inicijative	Poruka inicijative
Pravila ponašanja za turiste	Najčešće nevladine organizacije i pojedinci, ali i vladina tijela, kao Ministarstvo okoliša.	Domaćim i međunarodnim turistima, naročito onim koji posjećuju zemlje u razvoju.	Minimiziranje negativnih ekoloških i socio-kulturnih učinaka pri posjetu destinaciji. Maksimiziranje ekonomskih koristi lokalnoj zajednici. Omogućivanje više jednakosti u odnosu između posjetitelja i domaćina. Promoviranje odgovornih i održivih oblika turizma.
Pravila ponašanja za industriju	Najčešće međunarodna tijela kao što su UNWTO i IATA; vladine organizacije, rjeđe nevladina tijela i pojedinci; iznimno i turistička poduzeća (primjerice hotelijerske grupacije).	Turizmu općenito, ali i pojedinim sektorima, primjerice hotelijerstvu.	Primjereno stručno usavršavanje/edukacija za zaposlenike u industriji. Odgovoran marketing. Razvoj svijesti o učincima turizma na okoliš i socio-kulturno okruženje. Promoviranje odgovornih i održivih oblika turizma. Promoviranje recikliranja.
Pravila ponašanja za stanovništvo	Najčešće nevladine organizacije i pojedinci; neke lokalne zajednice te razvijene i zemlje u razvoju; manji broj vlada.	Uglavnom lokalnim zajednicama naročito u zemljama u razvoju.	Informacije i savjeti o turistima koji posjećuju destinaciju. Minimiziranje ekoloških i socio-kulturnih posljedica turizma. Maksimiziranje ekonomskih koristi lokalnoj zajednici. Omogućavanje više jednakosti u odnosu između posjetilaca i domaćina. Zastupati potražnju oblika turizma koji omogućavaju više demokracije i sudjelovanja u razvoju.

Slika 6: Ključni elementi pravila ponašanja u turizmu

Izvor: Bučar, K., Škorić, S., Prebežac, D., (2010).; Pravila ponašanja u turizmu i njihov utjecaj na održivi turizam

Navedena tablica prikazuje pravila ponašanja koja vrijede za sve sudionike u turizmu. Glavni cilj je pružanje informacija kako se ponašati i što činiti odnosno ne činiti na određenom području.

Pravila mogu biti oblikovana tako da budu informativnog oblika (pružanje informacija o mjestu, kulturi, lokalnim običajima) ali da istovremeno prikazuju jasna pravila i upute ponašanja na tim istim mjestima.[19]

Primarni potez za smanjivanje negativnih učinaka na razvoj turizma je aktivno sudjelovanje svih strana koje su uključene u turizam. U ovom dijelu važnu ulogu ima marketing koji se s vremenom dobio novi oblik i širu ulogu od one za privlačenjem gostiju.

[18] Bučar, K., Škorić, S., Prebežac, D. (2010): Pravila ponašanja u turizmu i njihov utjecaj na održivi turizam, Acta Turistica, Vol 22 (2010), No 2, str. 231.
[19] Ibidem, str. 235.

3.3.2. Održivi marketing

Kao što je već navedeno u prethodnom poglavlju, marketing je poprimio jedan novi oblik. Njegova primarna zadaća više nije samo privlačenje turista već i slanje odgovarajućih poruka potencijalnim turistima koje će ih senzibilizirati s destinacijom koju posjećuju i tako umanjiti ili onemogućiti negativne efekte na razvoj turizma. Upravo zbog toga, brojni turoperatori, hoteli, privatni smještaji razvijaju određena pravila ponašanja kako bi svijest o održivom razvoju turizma porasla na prihvatljivu razinu. Osim tog i za navedene subjekte se kreiraju pravila ponašanja za istu svrhu.

Uništavanje izvornih prirodnih resursa, autentičnih ambijenata, problemi u raspodjeli prihoda od turizma, nekontroliran i brz razvoj destinacije, samo su neke od etičkih dilema s kojima se susreću donosioci u planiranju i razvoju turističkih destinacija. Važnu ulogu u rješavanju ovog paradoksa ima marketing ali onaj koji se temelji na filozofiji održivosti.

Tri osnovne dimenzije održivog marketinga su[20]:

1. **Društvo**
2. **Ekonomija**
3. **Okoliš**

Kroz prvu dimenziju društva se nastoji ostvariti društvena pravičnost tj. nastoji se realizirati društveno orijentiran marketing koji će kreirati društveno ispravan proizvod od kojeg oni imaju korist. U pogledu razmjene, nazire se neprofitan povod radi društvene pravičnosti.

Filozofija ekonomije unutar održivog marketinga je antropocentričnost te ponuda koja se temelji na „zelenim“ proizvodima i poslovanju a svrha razmjene je ostvarivanje profita.

I treća dimenzija, okoliš, se temelji na biocentričnosti i/ili ekocentričnosti s ciljem zelene turističke ponude u zdravijem okolišu. S druge strane, svrha razmjene se temelji na simbiozi korištenja i očuvanja okoliša.

[20] Ibidem, str. 227-228.

4. ODRŽIVI TURIZAM- PRIMJERI DOBRE PRAKSE

Definiranjem održivog korištenja resursa u turizmu u prethodnim poglavljima kao i analiza njegova koncepta, u nastavku rada se navode primjeri dobre prakse u okviru politike održivog razvoja u svijetu i Hrvatskoj.

Za primjer su uzete različiti turističke destinacije koje svoju prepoznatljivost žele bazirati na konceptu održivosti. Također, neke od njih su dobitnice EDENA[21].

4.1. Stancija 1904

Stancija 1904, obiteljska kuća za odmor, nalazi se u selu Smoljanci u općini Svetvinčenat a svoju uspješnost je razvila kroz ruralni turizam. Dobitnica je nagrade EDENA-a 2015.godine za kategoriju „Pristupačni turizam.“ Usluge koje pruža dostupne su svima, bez obzira na dob, fizičko ograničenje ili invalidnost.[22]

Stancija u pravilu označava kamene kuće koje su se gradile na području općine Svetvinčenat zbog toga i naziv Stancija 1904 koji označava dugu i bogatu povijest iste. Stancija nudi širok asortiman ponude. Gostima je na raspolaganju kuća za odmor te tri apartmana , konoba, dječje igralište, parkiralište ograđeno suhozidom te vrt koji se prostire na 4000 m^2.

Svoju bogatu gastronomsku ponudu kreira putem namirnica koje otkupljuje od lokalnih proizvođača s ciljem ekonomskog i socijalnog boljitka zajednice. Time se ogleda implementacija održivosti unutar odgovornog poslovanja. Osim što su jelovnici ispisani na nekoliko jezika, u svoju su ponudu uključili jelovnike sa Brailleovim pismom za slijepe i slabovidne osobe.

Koliko je uspješna u svom poslovanju govore brojne nagrade osvojene od različitih institucija, organizacija te časopisa.

[21] European destinations of excellence
[22] EDEN- European Destinations of Excellence, dostupno na: https://ec.europa.eu

Slika 7: Stancija 1904

Izvor: https://www.hotelscombined.co.uk/

4.2. Vuna s otoka Cresa

„S obzirom na to da svake godine desetak tona ostrižene vune predstavlja estetski i ekološki problem na otoku Cresu, lokalna udruga „Ruta“ počela je rješavati taj problem obrađujući odbačenu vunu i pretvarajući je u autohtoni proizvod. Naime, osim odjeće i obuće, izrađuju se igračke, razni modni dodaci, ukrasi, pa čak i knjige. Udruga također održava tečajeve i radionice o obradi vune (filcanje, češljanje, namakanje, gnječenje i valjanje), koje turisti često pohađaju. Osim toga održavaju se i kreativne radionice za djecu i mlade, čime se popularizira rad s vunom te njeguje tradicija“[23].

Projektom „Rublje moje none“ „Ruta“ želi inicirati stvaranje etnološke zbirke, a kroz projekt "Seménj" otrgnuti zaboravu stare užance te promovirati izvorne otočke proizvode na sajmu što se svake godine održava od 5. do 7. kolovoza, uz blagdan Gospe Snježne, a potječe još iz davne 1244. godine. "Ruta" za svoj rad često dobiva priznanja, pa je tako u turističkoj akciji Plavi cvijet prvo mjesto u kategoriji suvenira u Primorsko-goranskoj županiji pripalo upravo udruzi "Ruta". Izložbama radova, prezentacijama i tečajevima tehnike filcanja vune "Ruta" se predstavila u zemlji i inozemstvu, a redovito su pozivani i na razne manifestacije, osobito one s predznakom "eko"[24]

[23] Održivi turizam u deset koraka(2006); Planiranje održivog turizma zasnovanog na baštini i prirodnom nasljeđu, Institut za turizam, Zagreb, str. 50

[24] Ibidem, str. 49-50

4.3. Otok Lošinj

„Smješten u Kvarnerskom zaljevu sjevernog Jadrana, otok Lošinj je savršeno mjesto za vitalizirajući odmor tijekom cijele godine. Lošinj se odlikuje izvrsnim geografskim položajem s posebno ugodnom mikroklimom. Kao najveći grad ne samo na Lošinju, nego i na svim hrvatskom otocima, Mali Lošinj sa svojih je 7.000 stanovnika glavni grad otoka do kojega se lako može doći s kopna automobilom ili autobusom (trajektne linije iz pravca Rijeke preko Brestove ili otoka Krka), brodom ili katamaranom (iz Rijeke, Pule, Venecije i Zadra), pa čak i avionom, budući da se ovdje nalazi sportski aerodrom, koji je i polazište za panoramske letove oko otoka.“[25]

Turistička ponuda otoka Lošinja već je dugo bazirana na konceptu održivosti a svoj put u ovom smjeru započinje 2006. godine razvojem destinacijskog brenda: Lošinj „Otok vitalnosti.“ Početna domena projekta bila je zdravlje, vitalnost i sport.

„Kvalitetna suradnja sa stanovnicima, brojni projekti u domeni održivog, kulturnog i zdravstvenog turizma te mnogobrojne investicije preduvjeti su za razvoj održivog cjelogodišnjeg turizma što je i prvotni cilj Grada i Turističke zajednice grada Malog Lošinja.“

Diferenciranost i kvaliteta ponude ostvarena je zbog održivog iskorištavanja resursa na otoku. Čisto i ljekovito more, Plava zastava koju posjeduje nekoliko plaža otoka Lošinja te niz kulturnih manifestacija, bogate gastronomije koja su prožeta notom autentičnosti, dokaz je postignute gospodarske, ekološke te sociokulturne ravnoteže.

Lošinj nudi cjelovit turistički proizvod koji se temelji na održivosti a koliko je cijenjen i uspješan govore brojne nagrade: *Šampion turizma (2007. godine), Srebrni cvijet Europe (2009. godine), Svjetska nagrada za održivi razvoj organizacije Skal (2013. godine), Nagrada Ulysses za izvrsnost i inovacije u turizmu (2015. godine.)*

Osim toga, Mali Lošinj i Turistička zajednica Grada Malog Lošinja sudjelovali su u pilot projektu Europske komisije pod nazivom ETIS- Europski sustav pokazatelja za održivi razvoj. U projektu je sudjelovalo još 100 europskih destinacija, svi sa zajedničkim ciljem: da se potvrdi

[25] Službena stranica otoka Lošinja, dostupno na: https://www.losinj-hotels.com/hr/destinacija/o-losinju

strategija održivosti te da se implementira u okvire razvoja turizma. Glavni razlozi zašto se Grad Mali Lošinj odlučio na ulazak u projekt ETIS je bolja informiranost za donošenje odluka, učinkovito upravljanje rizicima, određivanje prioriteta za djelovanja, mjerenje rezultata, veće sudjelovanje zajednice i podrška dionicima u turizmu, bolje iskustvo za korisnike, bolji konačni rezultat/ušteda te veća vrijednost po posjetitelju Sudjelovanjem u ovakvom velikom projektu, otok Lošinj je postao ogledni primjer dobre prakse koji treba biti uzor svim otočnim i obalnim turističkim mjestima Hrvatske[26].

Istraživanje ETIS-a je otkrilo da je 56% najprivlačnijih lokaliteta na otoku imalo pristup za osobe s invaliditetom, a 78% lokalnih tvrtaka uključeno je u programe za zaštitu okoliša i klimatske akcije. 89% poduzeća prebacilo se na niskoenergetsku rasvjetu, ali samo 14% otpada na otoku se recikliralo. Podatak koji svjedoči o trudu koji se ulaže u promociju tradicionalnog dobra je 57% najvažnijih događanja usmjerenih na tradicionalnu/lokalnu kulturu i dobra otoka Lošinja. Također, 47% stanovništva sudjeluje u lokalnoj strategiji i planovima za smanjenje onečišćenja bukom i svjetlosnog onečišćenja.[27] Otok Lošinj predstavlja pravi primjer pozitivne i učinkovite sinergije otoka, lokalne i turističke zajednice.

Slika 8: Zračna snimka otoka Lošinja

Izvor: https://www.istrapedia.hr/

[26] Turistički news portal, dostupno na: http://hrturizam.hr
[27] Službena stranica Malog Lošinja, http://www.mali-losinj.hr

4.4. „Spori turizam“ Italije

Italija poznata kao prijestolnica kulture i gastronomije također se suočava s pritiskom masovnog turizma koji rezultira zagađenjem okoliša te pritiskom na kulturno nasljeđe ali i brojnim drugim posljedicama. Politika održivog razvoja nije prihvaćena na nacionalnoj razini te zastupljenost varira od regije do regije.

Projekt "Spori turizam" nastoji manifestirati Italiju kao muzej a za dugoročni cilj ima oživljavanje pojedine regije i cjelokupne talijanske baštine: povijesne, kulturne i industrijske. Osim toga, turiste se poziva da „uspore tempo“ i da upoznaju Italiju na odgovoran i održiv način. Projektom se nastoji privući turiste da „osjete“ i „kušaju“ dobra netaknutih provincija Italije. Realizacijom ovog projekta, Italija opravdava svoj status atraktivne, receptivne i održive turističke destinacije.[28]

Kao primjer dobre prakse u Italiji uzeta je Pistoia, provincija Toscane.

4.5. Pistoia

Pistoia je grad u talijanskoj regiji Toskani te je glavni grad istoimene pokrajine. Smještena izvan već dobro poznatih talijanskih turističkih staza. Bogata kulturno-povijesnim spomenicima i krajolikom plijeni pažnju turista diljem svijeta. Dobitnica je nagrade EDEN u kategoriji „Pristupačni turizam“ 2013.godine.[29]

Također, Pistoia je orijentirana k cjelogodišnjem kongresnom i „zelenom“ turizmu, kao i „kulinarskim“ tematskim izletima. S druge strane, gurmani će moći uživati u bogatstvu okusa autohtonih proizvoda, dok će zainteresirani za kulturu, umjetnost i povijest, uživati na brojnim sajmovima i festivalima, tematskim rutama, u razgledu muzeja (primjerice Eko muzej planina Pistoije, koji nudi cjeloviti prikaz tradicije, kulture i naravno, povijesti planina Pistoije strukturiran na edukativan način). Što se tiče turističke ponude smještaja, među hotelima, pansionima, valja spomenuti i kuće za odmor u okruženju agroturizma te planinska skloništa i kampove.

Kao takva, dostupna je svim posjetiteljima, neovisno o dobi, fizičkim ograničenjima ili invaliditetom a to je ostvareno putem projekta „Pistoia za sve.“[30] Šetnja starim gradom

[28] http://www.odrzivi.turizam.hr/
[29] Službena stranica Europske komisije, EDEN destinacije, dostupno na: https://ec.europa.eu
[30] Službena stranica Europske komisije, EDEN destinacije, dostupno na: https://ec.europa.eu

prilagođena je osobama u invalidskim kolicima, taktilni muzej koji prikazuje grad kroz „dodir“, podzemna šetnja, špilje dostupne ljudima sa smanjenom pokretljivošću ili oštećenjem vida samo su neki od primjera kojim se ovaj grad može pohvaliti.

Shodno navedenom, može se zaključiti da je navedeni primjer specifičnog oblika održivosti gdje se cjeloviti turistički proizvod temelji na suradnji lokalnog stanovništva, kulture i tradicije mjesta. Svoju turističku ponudu prilagodila je svima kroz politiku socijalne odnosno društvene održivosti; željeznička stanica primjerice nudi uslugu izlaska iz vlaka s invalidskim kolicima, dok su autobusi također opremljeni sadržajima prilagođenim osobama s invaliditetom a psi vodiči mogu putovati besplatno.

5. ZAKLJUČAK

Turizam predstavlja velik i kompleksan sustav kako za Hrvatsku tako i za svijet. Za brojne turističke destinacije predstavlja najunosniju djelatnost s prihodima koji iz godine u godinu bivaju sve većima. Hrvatska tome može zahvaliti zbog svojih prirodnih i geografskih obilježja koja je čine atraktivnom. Uslijed toga se javlja masovni turizam koji ima za posljedicu pritisak na okoliš, kulturu i lokalno stanovništvo određenog turističkog područja. Razlog prisutnosti ove pojave je glavni turistički proizvod Hrvatske; „sunce i more."

Održivi razvoj predstavlja sinergiju između gospodarstva, društva i okoliša. Pojam je prisutan u brojnim znanstvenim člancima, medijima, web portalima i slično. Iako se originalno veže na zaštitu okoliša, s vremenom je ova politika inkorporirana i u turističku politiku. Razlog tomu je što turizam počiva na ekološkim, sociokulturnim i gospodarskim načelima.

Koncept održivosti jedan je od glavnih razvojnih ciljeva Hrvatske. Putem različitih aktivnosti, sadržaja, inicijativa, suradnje i brojnih dobrovoljnih mjera nastoji postaviti preduvjete za implementaciju održivosti u razvoj turizma. Provođenje navedenih mjera nije jednostavno. Potrebna je suradnja svih sudionika turističkog sustava koji su prisutni direktno ili indirektno a ono najvažnije je da se započne od lokalne razine pa na više. S obzirom na to da turizam u Hrvatskoj karakterizira masovnost i sezonalnost koja rezultira prevelikim pritiscima na prostore koja su relativno vremenski i prostorno ograničena, iznimno je važna implementacija održive politike u strateške i razvojne planove.

Također, održivi turizam kao model razvoja zahtjeva odgovorno ponašanje turista i „domaćina." U radu je za primjer uzet održivi marketing koji se temelji na filozofiji održivosti nasuprot samom privlačenju turista. Konceptom održivog marketinga nastoji se promijeniti ponašanje turista. Njegova primarna zadaća više nije samo privlačenje turista već i slanje odgovarajućih poruka potencijalnim turistima koje će ih senzibilizirati s destinacijom koju posjećuju i tako umanjiti ili onemogućiti negativne efekte na razvoj turizma Navedeno se postiže kroz promidžbu destinacije s porukom da se treba čuvati okoliš i poštovati kultura lokalnog stanovništva.

Premda se u turističkoj ponudi Hrvatske generalno ne nazire potpuna svijest o održivom razvoju, ipak postoje brojni primjeri na lokalnim razinama. Za potrebu završnog rada uzeti su

neki od mnogobrojnih primjera koji su prepoznati na europskoj razini i samim time osvajatelji brojnih nagrada. Za primjer su uzete EDEN destinacije koje su ujedno nacionalne pobjednice u određenim područjima (Pristupačni turizam). Mali Lošinj svoju politiku održivosti temelji na postulatima ekološke održivosti međutim nastoji prezentirati i kulturu mjesta te bogatstvo gastronomske i prirodne autentičnosti. Nasuprot tome, regija Pistoia svoju turističku ponudu bazira na promociji pristupačnosti za sve turiste, čak i one s fizičkim ograničenjima, invaliditetom i slično. Time zapravo ističe privrženost socijalnom odnosno održivom aspektu održivosti.

Slijedom navedenog, može se zaključiti da održivi razvoj turizma zahtjeva iznimne napore od strane tijela samouprave pa sve do lokalnog stanovništva, ali i svih ostalih sudionika u turističkom sustavu. Kroz mnogobrojne primjere kvalitete implementacije koncepta održivosti u praksi, Hrvatska se predstavlja Europi i svijetu kao zemlja koja je svjesna posljedica nesklada prirodnih, društvenim i kulturnih resursa. Svojim strateškim razvojnim ciljevima i brojnim akcijskim planovima pokazuje svijest o konceptu održivog razvoja kao jedinom prihvatljivom za budući razvoj turizma.

LITERATURA:

1. Bac Dorin P.(2008): „*A history of the concept of sustainable development: literature review*“
2. Bačun, D., Matešić, M., Omazić, M.A., (2012): „Leksikon održivog razvoja,“ Zagreb, Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj.
3. Bartoluci, M. (2013), Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva – Turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu. Zagreb: Školska knjiga.
4. Bučar, K., Škorić, S., Prebežac, D., (2010.): „Pravila ponašanja u turizmu i njihov utjecaj na održivi turizam“, Acta Turistica, Vol. 22 No. 2, str. 221-246.
5. Blažević, B. (2007): Turizam u gospodarskom sustavu. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Sveučilište u Rijeci
6. Čavlek, N. et. al. (2010): „Prilog novim odrednicama turističke politike u Hrvatskoj“, Acta Turistica, Vol. 22, No. 2, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
7. Čavlek, N., Bartoluci, M., Brebežec, D., Kesar, O. et al. (2011). Turizam-ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb: Školska knjiga
8. Črnjar M. (2002): Ekonomika i politika zaštite okoliša, Sveučilište u Rijeci
9. Črnjar M., Črnjar K. (2009): Menadžment održivog razvoja, Sveučilište u Rijeci
10. Grad Mali Lošinj - www.mali-losinj.hr
11. Kesar, O., Pehar, M. (2012.), „Utjecaj europskih integracija na trendove razvoja turizma u glavnim gradovima zemalja „Nove Europe:“ moguće refleksije na grad Zagreb“, Poslovna izvrsnost, god. VI., br. 2, str. 59.-86
12. Kožić, I., Mikulić, J., (2011.), „Mogućnosti uspostave sustava pokazatelja za ocjenu i praćenje održivosti turizma u Hrvatskoj“, Privredna kretanja i ekonomska politika, No. 127,
13. Kožić I. (2013): „Kolika je sezonalnost turizma u Hrvatskoj?“, Ekonomski vjesnik. No.2, str. 470-471.
14. Magaš, D. (2003): Management turističke organizacije i destinacije. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Sveučilište u Rijeci.
15. Magaš D., Jurdana Smolčić D., (1999): Metodloški aspekti utvrđivanja prihvatnog potencijala turističkih područja, Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Sveučilište u Rijeci.
16. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, (2014): „Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. Godine – provedba mjera turističke politike“, Zagreb.

17. Održivi turizam u deset koraka (2006): Planiranje održivog turizma zasnovanog na baštini i prirodnom nasljeđu, Institut za turizam, Zagreb, str. 50
18. Petrić, L. (2011). Upravljanje turističkom destinacijom – Načela i praksa. Split: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu.
19. Skupina autora (2005): „Održivi razvoj turizma“, Sveučilište u Rijeci,
20. Sunara, Ž., Jeličić, S., Petrović, M., (2013.), „Održivi turizam kao konkurentska prednost Republike Hrvatske, Stručni rad
21. United Nations Environment Programme (UNEP), World Tourism Organization (WTO), (2005): Making tourism more sustainable; „A guide fore policy makers“
22. WTO, (1998.): „Guide for local authorities on developing sustainable tourism“, Madrid, WTO.

POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA

Slika 1: Prikaz starog koncepta razvoja održivog turizma
Slika 2: Prikaz novog koncepta razvoja održivog turizma
Slika 3: 12 temeljnih ciljeva održivog razvoja turizma
Slika 4: Dolasci i noćenja turista u 2017. godini
Slika 5: Logotip projekta „Hrvatska 365“
Slika 6: Zračna snimka otoka Lošinja
Slika 7: Stancija 1904
Slika 8: Zračna snimka otoka Lošinja

Tablica 1: Prikaz pravila ponašanja turista
Grafikon 1: Dolasi i noćenja turista u 2017. godini

PRILOZI:

UNWTO, 2004: 245	
Područje/tema	**Pokazatelj**
Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	Razina zadovoljstva lokalnog stanovništva turizmom
	Omjer broja turista i lokalnih stanovnika (prosječno i u vrhu sezone po danu)
Učinci turizma na lokalnu zajednicu	Postotak lokalnog stanovništva koje vjeruje da turizam može pomoći u izgradnji infrastrukture i pružanju novih usluga
	Broj i kapacitet društvenih usluga raspoloživih lokalnoj zajednici (postotak usluga koji se može pripisati turizmu)
Održavanje zadovoljstva turista	Razina zadovoljstva posjetitelja
	Percepcija dobivene vrijednosti za novac
	Postotak povratka turista
Sezonalnost turizma	Dolasci turista po mjesecima i tromjesečjima
	Stopa popunjenosti registriranog (službenog) smještaja po mjesecima (najviše sezone u odnosu na vansezonsko razdoblje) i postotak ukupne popunjenosti u najpopunjenijem tromjesečju ili mjesecu
	Postotak poduzeća koja rade cijelu godinu
	Ukupan broj i postotak radnih mjesta u turizmu koja su otvorena cijele godine (u odnosu na privremena radna mjesta, otvorena samo tijekom sezone)
Gospodarske koristi od turizma	Ukupan broj lokalnih stanovnika (i omjer muškaraca i žena) zaposlenih u turizmu (kao i omjer turističke i ukupne zaposlenosti)
	Prihodi generirani turizmom kao postotak ukupnih prihoda generiranih u lokalnoj zajednici
Upravljanje energijom	Potrošnja energije po stanovniku iz svih raspoloživih izvora (ukupno i u turizmu po osobi po danu)
	Postotak poduzeća koja sudjeluju u programima očuvanja energije ili primjenjuju politike i tehnike štednje energije

UNWTO, Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations A Guidebook, World Tourism Organization, Madrid 2004. , P. 55-241

ETIS - The European Tourism Indicator System	
Tema	Pokazatelj
Javna politika održivog razvoja turizma	Postotak cestinacije koji ima strategiju/akcijski plan održivog razvoja turizma s dogovorenim uvjetima nadzora, kontrole razvoja i evaluacije
	Postotak lokalnog stanovništva koje je zadovoljno s njihovom uključenošću i utjecajem na planiranje održivog razvoja turizma
	Postotak cestinacije koju zastupa DMO
Menadžment održivog razvoja turizma u turističkim poduzećima	Postotak turističkih poduzeća/organizacija u destinaciji koje imaju priznate certifikate/oznake zaštite okoliša/kvalitete/održivosti i CSR mjera
	Broj turističkih poduzeća/organizacija koje imaju izvješća održivosti sukladna Global Reporting Initiative (GRI)
Zadovoljstvo turista/potrošača	Postotak turista koji su zadovoljni s ukupnim iskustvom/doživljajem u destinaciji
	Postotak turista koji se vraćaju/ponavljaju posjet (kroz 5 godina)
Informacije i komunikacije	Postotak turista koji su svjesni da destinacija ulaže napore u održivi razvoj turizma
	Postotak poduzeća koja su povezala svoje napore održivog razvoja s turistima putem proizvoda, marketinga ili oznaka
Turistički tokovi u destinaciji (obujam i vrijednost)	Broj mjesečnih turističkih noćenja
	Relativni doprinos turizma gospodarstvu cestinacije (% GDP)
	Broj turista u istom danu u vrhu sezone i izvan sezone
	Dnevna potrošnja po turistu u istom danu
	Dnevna potrošnja po turistu (smještaj, hrana i piće, druge usluge)
Učinak turističkih poduzeća	Prosječna duljina boravka turista (noćenja)
	Prosječna duljina boravka turista u istom danu (sati)
	Popunjenost komercijalnih smještaja na mjesečnoj i godišnjoj razini
Kvantiteta i kvaliteta zaposlenja	Udio izravno zaposlenih u turizmu u ukupnoj zaposlenosti
Sigurnost i zdravlje	Postotak turističkih poduzeća koja su provela inspekciju zaštite od požara u posljednjoj godini
Lanac turističke ponude	Postotak turističkih poduzeća koja su aktivno usmjerena lokalnim izvorima te održivoj i pravednoj razmjeni roba i usluga
Utjecaj na društvo/zajednicu	Broj turista /posjetitelja na 100 stanovnika
	Postotak lokalnog stanovništva koji su zadovoljni s turizmom u cestinaciji (mjesečno/u sezoni)
	Broj dostupnih kreveta u komercijalnom smještaju na 100 stanovnika
Ravnopravnost spolova	Postotak žena i muškaraca izravno zaposlenih u turizmu
Jednakost/dostupnost	Postotak komercijalnog smještaja sa sobama prilagođenim osobama s invaliditetom ili koji sudjeluju u priznatim programima namijenim osobama s invaliditetom

Izvor: European Tourism Indicator System, Detailed Indicator Reference Sheets, For Sustainable Destinations, European commission, DG Enterprise and Industry, February 2013

Tablica 4. **Podaci DZS-a relevantni za održivost turizma**

Podatak	**Vremensko-prostorna razina agregacije**
Ukupan broj stanovnika	Godina, država, županija, grad, općina, naselje
Dolasci turista	Godina, mjesec, država, županija, grad, općina
Noćenja turista	Godina, mjesec, država, županija, grad, općina
Smještajni kapacitet – broj soba	Godina, država, županija, grad, općina (samo obalni gradovi i općine)
Smještajni kapacitet – broj postelja	Godina, država, regija, županija, grad, općina
Popunjenost smještajnog kapaciteta – sobe	Godina, mjesec, država
Popunjenost smještajnog kapaciteta – postelje	Godina, mjesec, država
Izdaci kućanstva za potrošnju (koji se mogu pripisati turizmu)	Godina, država
Poslovni subjekti koji se bave djelatnošću pružanja smještaja te pripreme i posluživanja hrane	Godina, tromjesečje, država, županija
Ukupan broj zaposlenih	Godina, mjesec, država, županija (samo godišnji podaci)
Broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i posluživanja hrane	Godina, mjesec, država, županija (samo godišnji podaci)
Prosječne mjesečne isplaćene neto plaće	Godina, mjesec, država, županija (samo godišnji podaci)
Prosječne mjesečne isplaćene neto plaće zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i posluživanja hrane	Godina, mjesec, država, županija (samo godišnji podaci)
Prosječne mjesečne isplaćene plaće po satu zaposlenih u pravnim osobama (ukupno)	Godina, mjesec, država
Prosječne mjesečne isplaćene plaće po satu zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i posluživanja hrane	Godina, mjesec, država
Ukupna teritorijalna površina	Godina, država, županija
Površine šuma	Godina, država
Površina obalnog mora	Godina, država
Potrošnja energije (ukupna količina)	Godina, država
Potrošnja energije iz obnovljivih izvora (ukupna količina)	Godina, država
Zaštićena područja prirode (broj i površina)	Godina, država
Investicije u zaštitu okoliša	Godina, država, županija
Tekući izdaci za zaštitu okoliša	Godina, država, županija
Rezultati ispitivanja kakvoće mora na plažama	Godina, država, županija
Isporučena voda iz javnog vodovoda (ukupna količina)	Godina, država
Otpadne vode (ukupna količina)	Godina, država
Pročišćene otpadne vode (ukupna količina)	Godina, država
Ispuštene otpadne vode (ukupna količina)	Godina, država

Izvor: Državni zavod za statistiku.

INTERNET IZVORI

1. European destination of excellence (EDEN): https://ec.europa.eu [01.08.2018.]
2. Grad Mali Lošinj - www.mali-losinj.hr [02.08.2018.]
3. Hrvatska turistička zajednica (HTZ) - https://www.htz.hr/hr-HR [01.08.2018.]
4. Lošinj Hotels and Villas - www.losinj-hotels.com/hr [01.08.2018.]
5. Lošinj (Island of Vitality) - https://www.visitlosinj.hr/ [02.08.2018.]
6. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske - www.mint.hr [18.05.2018]
7. Održivi turizam Hrvatska - www.odrzivi.turizam.hr [18.05.2018.]
8. Ruralni turizam Stancija 1904 - http://stancija.com/ [01.08.]
9. Službene stranice Europskog parlamenta - www.europarl.europa.eu [01.08.2018.]
10. Službeni turistički portal Italije - www.italia.it [20.07.]
11. Turistički portal Pistoie - http://turismo.provincia.pistoia.it [28.07.2018.]
12. UNWTO - www.unwto.org [28.07.2018.]

SAŽETAK

Turizam je prisutan u Hrvatskoj više od jednog stoljeća. Masovnost i sezonalnost kao glavne karakteristike turizma hrvatske bilježe brojne negativne posljedice poput pritiska na okoliš, stanovnike i infrastrukturu. Zahvaljujući pogodnim geografskim i prirodnim obilježjima Hrvatska pripada skupini najatraktivnijih turističkih destinacija Mediterana. Da bi i dalje zadržalja tu titulu, nužno je da se svi sudionici sustava pridržavaju politike održivog razvoja. Kroz rad se nastojala objasniti nužnost implementacije načela održivog turizma u turističku politiku Hrvatske. U prvom dijelu rada je prikazan teorijski dio radi lakšeg shvaćanja termina održivosti dok se u drugom dijelu rada se navodi povezanost održivog razvoja sa turizmom, važnost implementiranja te primjeri dobre prakse u Hrvatskoj i svijetu.

***Ključne riječi**: turizam, održivi razvoj, masovnost i sezonalnost*

SUMMARY

Tourism in Croatia has been present for more than a century. Mass and seasonality as a major characteristic of tourism in Croatia, has numerous negative consequences such as pressure on envirionmentl, inhabitants and infrastructure. Thanks to the favorable geographical and natural features, Croatia belongs to the group of the most attractive tourist destinations of the Mediterranean. To continue to retain that title, it is essential that all system participants adhere to sustainable development policies. The paper sought to explain the necessity of implementing the principle of sustainable tourism in Croatia's tourism policy. The first part of the paper presents a theoretical part for easier understanding of the terms of sustainability, while the second part mentions the link between sustainable development and tourism, the importance of implementation and examples of good practice in Croatia and the World.

***Key words**: tourism, sustainable development, mass and seasonality*