

# ODRŽIVI TURIZM U RH: STANJE I PERSPEKTIVE

---

**Poljanac, Mirta**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2022**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:145:883433>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-20**



*Repository / Repozitorij:*

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski sveučilišni studij, Financijski menadžment

Mirna Poljanac

## **ODRŽIVI TURIZAM U RH: STANJE I PERSPEKTIVE**

Završni rad

Osijek, 2022.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski sveučilišni studij, Financijski menadžment

Mirta Poljanac

## **ODRŽIVI TURIZM U RH: STANJE I PERSPEKTIVE**

Završni rad

**Kolegij: Gospodarstvo Hrvatske**

JMBAG: 0010231348

e-mail: [mirta.poljanac20@gmail.com](mailto:mirta.poljanac20@gmail.com)

Mentor: izv. prof. dr. sc. Nataša Drvenkar

Osijek, 2022.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics in Osijek

Undergraduate Study Financial management

Mirta Poljanac

**SUSTAINABLE TOURISM IN THE REPUBLIC OF CROATIA:  
STATE AND PERSPECTIVES**

Final paper

Osijek, 2022

**IZJAVA**  
**O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI,**  
**PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA,**  
**SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA**  
**I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA**

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.

2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*.

3. Kojom izjavljujem da sam suglasan da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).

4. Izjavljujem da sam autor predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

**Ime i prezime studenta:** Mirta Poljanac

**JMBAG:** 0010231348

**OIB:** 95424538068

**e-mail za kontakt:** mirta.poljanac20@gmail.com

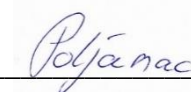
**Naziv studija:** Preddiplomski sveučilišni studij, Financijski menadžment

**Naslov rada:** Održivi turizam u RH: stanje i perspektive

**Mentorica rada:** izv.prof.dr.sc. Nataša Drvenkar

U Osijeku, 15. rujan 2022. godine

Potpis \_\_\_\_\_



**Održivi turizam u RH: stanje i perspektive**

## SAŽETAK

Održivost turizma od trenutka pisanja ovog završnog rada, moglo bi se reći, glavna je tema o kojoj se raspravlja na svjetskoj razini. Nastaje kao reakcija na masovni turizam koji je zbog svoje popularnosti jedan od primarnih uzročnika negativnih efekata narušavanja prirodnih barijera. Turizam predstavlja najvažniju gospodarsku djelatnost za Hrvatsku. Zahvaljujući svojim prirodnim i geografskim obilježjima Hrvatska se nalazi među najpoželjnijim europskim destinacijama, što će se i argumentirati u ovom radu. Iz tog razloga kao posljedica prevelike posjećenosti, naročito za vrijeme ljetnih mjeseci stvara se pritisak na resurse i domicilno stanovništvo turističkih odredišta. Održivost je od iznimne važnosti, a da bi se njome uspješno upravljalo potrebno je uključiti sve dionike koji na direktan ili indirektan način doprinose određenoj zajednici. To su lokalno stanovništvo, turisti i izletnici, putničke agencije i ugostiteljski objekti, odnosno svi kreatori turističke ponude. Primjenom pravilnih politika turizam doprinosi očuvanju prirodne i kulturne baštine, stvara nova radna mjesta, unaprjeđuje gospodarstvo i slično. U tijeku je osmišljavanje nove strategije za održivi turizam do 2030. godine. Cilj strategije je prezentirati Hrvatsku kao konkurentnu zemlju inovativnog, otpornog i održivog turizma. Kako je već istaknuto, izuzetan potencijal i ključan faktor za budući razvoj hrvatskog turizma predstavljaju ruralna područja zemlje. Kontinentalni dio Hrvatske nažalost nije toliko turistički zastupljen, ali zbog resursnih potencijala od velikog je značaja za razvijanje ruralnog oblika turizma. Naročito nakon pandemije uzrokovane korona virusom koja je mnoge potaknula da svoj svakodnevni urbani način života zamijene čistim i tihim prirodnim okruženjem. Iz tog razloga nastali su različiti oblici selektivnih oblika turizama. Procvat IT industrije u današnje vrijeme usko je povezan s turističkim djelatnostima. Inovativna komunikacija između destinacije i turista uz pomoć aplikacija koje posjetiteljima daju na raspolaganje kupnju različitih usluga, kao što su ulaznice za razne manifestacije, 3D istraživanje destinacije, rezervacija smještajnog objekta, ocjena kvalitete usluga i mnoge druge. Društvene mreže bez kojih je gotovo nemoguće živjeti igraju veliku ulogu na promociji destinacija.

**Ključne riječi:** održivi turizam, strategija razvoja, masovni turizam, konkurentnost

## **Sustainable tourism in the Republic of Croatia: state and perspectives**

### **ABSTRACT**

The sustainability of tourism has become a major topic of discussion worldwide in recent years. This is a reaction to mass tourism, which, due to its popularity, is currently one of the main causes of the negative impact of the disturbance of the natural barrier. Tourism is the most important economic sector for Croatia. Thanks to its natural and geographical features, Croatia is one of the most sought-after European tourist destinations. For this reason, the resources and local population of tourist destinations are put under pressure by excessive numbers of visitors, especially during the summer months. Sustainability is of utmost importance and to manage it successfully, it is necessary to involve all stakeholders that contribute directly or indirectly to a given community. These include locals, tourists and excursionists, travel agencies and catering establishments, in other words, all those who shape the tourist offer. By applying appropriate measures, tourism contributes to the preservation of natural and cultural heritage, creates new jobs, improves the economy, etc. A new strategy for sustainable tourism is to be developed by 2030. The aim of the strategy is to present Croatia as a competitive country with innovative, resilient and sustainable tourism. The country's rural areas represent exceptional potential and a key factor for the future development of Croatian tourism. Unfortunately, the continental part of Croatia does not have such a strong tourism presence, but due to its resource potentials, it is of great importance for the development of rural forms of tourism. Especially after the Corona virus pandemic, which caused many people to replace their daily lifestyle in the city with a clean and peaceful natural environment. For this reason, various forms of selective forms of tourism have emerged.

Nowadays, the boom of the industry IT is closely related to tourism. Innovative communication between the destination and tourists through applications that allow visitors to purchase various services, such as tickets to various events, 3D exploration of the destination, reservation of accommodation, quality rating of services, etc. Social networks, without which life is almost impossible, play a major role in promoting destinations.

**Keywords:** sustainable tourism, development strategy, mass tourism, competitiveness.

# SADRŽAJ

1. UVOD .....	1
2. METODOLOGIJA RADA .....	2
2.1. Predmet istraživanja .....	2
2.2. Cilj istraživanja.....	2
2.3. Metode istraživanja.....	2
3. TURIZAM I OBILJEŽJA TURIZMA .....	3
4. ODRŽIVI TURIZAM .....	5
4.1. Definicija pojma održivog razvoja .....	7
4.2. Povezanost održivog razvoja s turizmom.....	7
4.3. Načela održivog turizma.....	8
4.4. Ciljevi održivog razvoja turizma .....	10
4.5. Mjerenje održivosti u turizmu .....	12
5. ODRŽIVI TURIZAM NA PODRUČJU RH .....	13
5.1. Uloga i značaj turizma za gospodarstvo Hrvatske.....	15
5.2. Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine.....	19
5.3. Analiza konkurentnosti hrvatskog turizma.....	21
6. PRIMJER DOBRE PRAKSE ODRŽIVOG TURIZMA .....	24
6.1. „Konavoski dvori“- prvi zeleni restoran u Hrvatskoj.....	24
6.2. Održivo poslovanje NP Plitvička jezera.....	25
7. UTJECAJ PANDEMIJE COVID-19 NA HRVATSKI TURIZAM .....	28
8. SUVREMENI TRENDVI U RAZVOJU TURIZMA.....	31
9. ZAKLJUČAK .....	35
10. LITERATURA.....	37
POPIS TABLICA, SLIKA I GRAFIKONA .....	40
Popis slika.....	40
Popis grafikona.....	40
Popis tablica.....	40



## 1. UVOD

Održivim turizmom smatra se svaki oblik turizma koji će zadovoljiti želje i potrebe turista, a da pri tome neće sudjelovati u degradaciji okoliša oko sebe. Prevelika opterećenost nekog prostora, odnosno ogromna masa ljudi na jednom mjestu dovodi do uništavanja prirodnog i kulturnog bogatstva područja. Iz tog razloga dolazi do pojave novih „specifičnih“ oblika turizma gdje su turisti više skloni provesti svoje slobodno vrijeme u tihom i mirnom okruženju. Hrvatski turizam godinama se suočava s problemom sezonalnosti tijekom ljetnih mjeseci i stoga je od velike važnosti održati ravnotežu između tri osnovna stupa ekološkog, ekonomskog i društvenog za pravilno upravljanje okolinom. Održivi turizam u Hrvatskoj zahvaljujući EU zadnjih godina itekako dobiva na važnosti. Zahvaljujući fondovima Europske unije, Hrvatskoj su dodijeljene brojne mogućnosti za razvoj gospodarstva, promicanje kulturne i prirodne baštine, izgradnju prometne infrastrukture i naravno jačanje turizma kao konkurentne prednosti na europskom i svjetskom turističkom tržištu. Utjecaji raznih faktora poput financijskih kriza i sve više prisutnih klimatskih promjena stvaraju potrebu za promjenom načina života svakog pojedinca, te ga tako potiču na ekološki prihvatljivo razmišljanje.

Završni rad sastoji se od osam glavnih poglavlja. Kroz uvodni dio ukratko se definiraju ciljevi i značajke postavljenje teme završnog rada. Navedene su definicije za bolje razumijevanje značenja održivog turizma i njegove važnosti za dobrobit zajednice. Objašnjava se što je zapravo turizam, njegove odrednice, što je razlika između turista i posjetitelja, te koje su to vrste turizma prisutne u svijetu oko nas. U glavnom dijelu detaljnije se razrađuje pojam održivog turizma i njegova važnost za implementaciju u sve segmente života. Odrednice održivosti u turizmu su načela njegovog razvoja koje treba poštivati, dvanaest ciljeva koje je potrebno zadovoljiti da bi se turizam nazvao održivim i korake za ostvarivanje postavljenih ciljeva. Govori se također o održivom razvoju i njegovoj povezanosti sa održivim turizmom. Peto poglavlje odnosi se na održivi turizam u Republici Hrvatskoj, stavlja se naglasak na trenutačno stanje i perspektive budućeg razvoja. Također ističe se uloga turističkog sektora u cjelokupnom nacionalnom gospodarstvu, njegovim prednostima i nedostacima. Analiza konkurentnosti bazirana je prema takozvanom TTCI indeksu u vlastitoj izradi odabranih turističkih zemalja Mediterana. Zatim u slijedećem poglavlju govori se o negativnom utjecaju COVID-19 na hrvatski turistički sektor, o posljedicama koje je donio, te o postepenom oporavku kroz usvojene strategije za budući opravak i otpornost na iznenadne krize. Na primjerima dobre prakse pojašnjava se pristupanje trima osnovnim načelima koje održivost

mora pokrivati, a da ne škodi okolišu oko sebe. Odgovorno poslovanje Nacionalnog parka Plitvička primjer je dobre prakse u kojem su navedeni problemi lošeg upravljanja resursima zbog kojeg je gotovo ostao bez titule UNESCO-ve zaštite. Pravilnom primjenom politika održivog razvoja uspješno se radi na uklanjanju budućih posljedica negativnih efekata. Zadnje poglavlje predstavlja utjecaj nove tehnologije na turistički sektor, prilagodbu digitalnom obliku poslovanja i novim oblicima turističkih aktivnosti koje se razvijaju usporedno sa procvatom IT sektora.

## **2. METODOLOGIJA RADA**

### **2.1. Predmet istraživanja**

Predmet istraživanja završnog rada je uloga i značenje održivog razvoja u turizmu Republike Hrvatske. Održivost u turizmu javlja se kao odraz na pojavu masovnog turizma, glavnog uzročnika devastacije prirodne i kulturne baštine, najprivlačnije komponente hrvatske turističke atrakcije. U radu se također govori i konkurentnost hrvatskog turizma na europskom turističkom tržištu, te učinci i posljedice pandemije u domaćem turizmu.

### **2.2. Cilj istraživanja**

Svrha istraživanja u završnom radu je analizirati pravilno provođenje održivog razvoja u turizmu kako bi se postigli dugoročni ciljevi. Na primjerima iz stvarnog okruženja prikazat će se pravilna implementacija politika održivosti gospodarskih subjekata koji pametno raspoložu resursima i uvažavaju ekonomske, ekološke i društvene vrijednosti nekog područja.

### **2.3. Metode istraživanja**

Podaci potrebni za pisanje završnog rada prikupljani su isključivo iz znanstvene literature, stručnih knjiga, te provjerenih internetskih članka. Statistički podaci preuzeti su sa svjetskih znanstvenih portala kao što su WTTC, UNWTO, EUROSTAT, a za analizu domaćeg tržišta podaci su preuzeti sa portala Institut za turizam, HTZ, DZS, Ministarstvo turizma i slično. U radu se također koristi i nekoliko različitih znanstveno-istraživačkih metoda poput metode analize, deskripcije, kompilacije, te u nekoliko slučajeva induktivna i deduktivna metoda za što bolje razumijevanje pojedinih izraza. Primarno je korištena metoda analize koja je upotrijebljena kako bi se problematika ovog završnog rada rastavila na sastavne dijelove kako

bi se rad mogao lakše shvatiti u cjelini. Nadalje, korištena je metoda sinteze kako bi se podaci iz svih korištenih izvora objedinili te kako bi isti bili koncipirani u sastavni dio rada. Također je korištena metoda apstrakcije prilikom pisanja zaključka u kojem su zabilježene temeljne misli ovoga rada te je objašnjena svrha rada. Veliku ulogu pri pisanju imala je i deskriptivna metoda pomoću koje je objašnjena problematika vezana uz Održivi turizam u RH te su pobliže objašnjeni najbitniji pojmovi koji su ključni za shvaćanje ovoga rada kao što su pojmovi održivog turizma te održivog razvoja.

### **3. TURIZAM I OBILJEŽJA TURIZMA**

U suvremeno doba, moglo bi se istaknuti kako je turizam prepoznat kao jedna od najpopularnijih aktivnosti velikog dijela populacije i poduzetnika širom svijeta. Budući da su u prošlim vremenima ljudi uglavnom putovali u svrhu trgovine, vjerskih uvjerenja, ekonomske dobiti i ratnih migracija, dok danas primjerice putuju isključivo radi rekreacije i odmora. Svaki oblik kojim čovjek provodi svoje slobodno vrijeme radi pozitivnih utjecaja na zdravlje, odmora, upoznavanja novih kultura i drugih aktivnosti može se nazvati turizmom. Mnogi autori, ovisno o tome iz kojeg znanstvenog područja djeluju definiraju turizam na različite načine, odnosno u skladu s tematikom disciplina koje proučavaju. Najpoznatija definicija je ona Svjetske turističke organizacije koja definira turiste kao "ljude koji putuju i borave u mjestima izvan svog uobičajenog okruženja više od 24 sata i ne dulje od jedne godine u svrhu zabave, posla ili drugih motiva" (UNWTO, 2008). Zbog nezadovoljstva, iscrpljenosti i monotonosti svakodnevice dolazi do psihičke i fizičke neravnoteže koja utječe na stvaranje potreba za promjenom okruženja. Prema Pirjevec i Kesar (2002:19) turistička potreba označava skup svih potreba koje zajednički ili individualno zadovoljavaju svakog pojedinca ili grupu potrošača u želji da se odmore i rekreiraju na turistički način. Što znači da turističkom smislu, turističko putovanje može biti izravno ili neizravno motivirano ispunjavanjem svih potreba.

Mnogi stručnjaci u svojim provedenim istraživanjima navode kako se turizam još od davnina počeo razvijati u mjestima (uglavnom priobalnim) koja su svojim specifičnim obilježjima privlačila posjetitelje i tako ostvarila status turističkog mjesta odnosno atraktivne destinacije. Prema Čavlek i suradnici (2011:389) turistička destinacija definira se kao geografska regija koja svoju prepoznatljivost gradi na ponudi interesantnih atrakcija, koje su zbog doživljaja što predstavljaju i s određenom turističkom infrastrukturom mjesto aktivnog okupljanja turista. Osnovnim preduvjetima koje neko mjesto mora imati da bi razvijalo turizam smatraju se

prirodna i kulturna baština ( nacionalni parkovi, spomenici, kulturno povijesna baština), prometna povezanost i dostupnost destinacije, pripadajuća komunalna infrastruktura, te smještajni objekti koji se prilagođavaju potrebama i zahtjevima turista. Tek kada se ispune svi neophodni elementi turističko mjesto može dobiti status poželjne destinacije. Usprkos konstantnom napredovanju turističkog sektora i povećavanje ponude i potražnje važno je razvijati učinkovito upravljanje destinacijom. Kada se priča o kvaliteti turističkih destinacija (UNWTO, 2018.) zahtijeva se ispunjavanje svih potreba i želja turističkih potrošača u određenoj destinaciji, a de se pri tome ne odstupa od korektnih i prihvatljivih cijena predodređenih za proizvode i usluge koji se pružaju na tom prostoru. Pored toga efikasno upravljanje destinacijom odnosi se na stvaranje novih turističkih proizvoda ili jačanje već postojećih u skladu s vremenom koje zahtjeva konstantnu ponudu zanimljivih sadržaja koji će potaknuti turiste na produženi boravak ili barem osigurati njihov povratak. Potražnja za nekom destinacijom prije svega ovisi o atraktivnostima koje posjeduje. Što je turistička ponuda razvijenija i obogaćena popratnim sadržajima, prepoznatljiv je i identitet tog mjesta u svijetu koji će utjecati na turističku konkurentnost. Prema istraživanjima (UNWTO, 2018) konkurencija na turističkom tržištu izrazito je snažna i stoga je neophodno ulagati dodatne napore u predstavljanju poželjnih i kvalitetnih proizvoda turistima kako bi se „izborili“ za njihov dolazak. Pri odabiru putovanja turisti prvenstveno nastoje steći nova iskustva tijekom putovanja, stoga bitan faktor kod donošenja odluke za put u neku destinaciju predstavlja upravo ponuda proizvoda i usluga koji će ispuniti njihova očekivanja u toj destinaciji.

U teoriji se navode dva tipa turističkog tržišta, te ono kao i sve velike djelatnosti ovisi o koncentraciji ponude i potražnje. Razlikuje se emitivno turističko tržište koje označava dio tržišta na kojem prevladava veća koncentracija turističke potražnje, dok se receptivnim turističkim tržištem smatra ono tržište na kojem je veći utjecaj turističke ponude. „Turističko tržište je skup odnosa ponude i potražnje u području usluga i dobara što služe za podmirenje turističkih potreba na određenom prostoru, odnosno skup odnosa ponude i potražnje koji nastaju pod utjecajem turističkih kretanja“, ističu Čavlek i suradnici (2011:407). Iako je velik broj studija ispitivao odnose ponude i potražnje turističkog tržišta, važno je naglasiti da je turistička industrija itekako vrlo osjetljiva kada su u pitanju kretanja turista. Radi lakšeg shvaćanja i provođenja svih administrativnih poslova usko vezanih uz turističku djelatnost. Turizam je podijeljen na različite vrste i podvrste koje zavise o mnogobrojnim kriterijima. Kao najpoznatije Petrić (2010) navodi sljedeće „prema trajanju boravka turista (izletnički, vikend, boravišni), strukturi turista (dječji, omladinski, obiteljski), nacionalnoj pripadnosti (domaći, inozemni),

načinu organizacije putovanja (individualni, organizirani, mješoviti), godišnjem dobu (ljetni, zimski), prostornom obuhvatu (lokalni, regionalni, nacionalni, međunarodni), vremenu kada je određeni resurs najatraktivniji (predsezonski, sezonski, posezonski, izvansezonski)“ Petrić (2010:122). Ovakva klasifikacija u turizmu je važna jer različite vrste putovanja povezuju i različite motive turista.

Nastavno na to Petrić (2010.) navodi kako se glavne funkcije suvremenog turizma dijele na društvene i ekonomske. Društvene funkcije turizma doprinose humanističkim vrijednostima turizma što znači da upotpunjuju čovjeka novim saznanjima i doživljajima. Nastavno na to za ekonomske funkcije može se reći kako su to značajke određenih turističkih aktivnosti usmjerene prema postizanju gospodarskih učinaka. Dakle, primjena funkcija služi za povećanje zaposlenosti, turističke potrošnje i investicijsko ulaganje „na razini poduzeća i organizacija izravno ili neizravno uključenih u kreiranje turističke ponude, ali i na području turističke destinacije gdje se odvijaju pojedine faze turističke potrošnje“ Petrić (2010). Države koje se oslanjaju na turizam za veliki postotak svojih prihoda ulažu mnogo u atraktivnosti i infrastrukturu svoje zemlje. Naravno da svi žele da je njihova zemlja posjećena, što ujedno znači da su potrebni prije svega sigurni, a tek onda inovativni i prilagodljivi sadržaji. Isplativost uspješnosti ulaganja i investiranja očituje se kroz postotak domaćeg ili globalnog BDP-a. „Prema službenim podacima WTTC-a u posljednjem izvješću BDP putovanja i turizma iznosi 10,4% globalnog BDP-a, a 1/5 svjetske radne snage unutar posljednjih pet godina dolazi upravo unutar sektora putovanja i turizma. Turizam je jedan od najvećih svjetskih gospodarskih sektora“ (WTTC, 2019). U slijedećim poglavljima pobliže će se objasniti važnost održivosti u turizmu, odnosno njegovih komponenti za pozitivan rast prethodno analiziranih učinaka u budućnosti, a da se pri tome maksimalno smanje negativni utjecaji koji su u ovom trenutku posljedica nekontroliranog rasta turističkog sektora.

#### **4. ODRŽIVI TURIZAM**

Održivost u turizmu počela se primjenjivati kao „obrana“ od prevelikog broja turista i posjetitelja na određenom području da bi zadržala njegova autentičnost. Stoga se može reći kako je održivi turizam usmjeren na održivo upravljanje iz kojeg proizlaze minimalni utjecaji na okoliš i lokalnu kulturu. Život u stoljeću popraćen trendovima koji su omogućili visoku prometnu povezanost i dostupnost turističkih odredišta osnovni su pokretači razvoja masovnog turizma. Jedno putovanje uključujući dolazak, boravak i slobodne aktivnosti može se pronaći

po znatno niskim cijenama. To se posljednjeg desetljeća ubrzano povećava zbog sve većeg prosperiteta stanovništva, što ima ozbiljne posljedice koje ostavljaju neizbrisiv trag na turistička odredišta. Iz tog razloga za uspješno rukovođenje destinacijom važno se pozivati na pravilnu primjenu politika održivosti. Važnost održivog razvoja turizma podrazumijeva očuvanje prirodnih i kulturnih ljepota destinacije, dakle nastoji se optimalno smanjiti korištenje tih resursa u poslovanju jer oni predstavljaju ključan element turističkog razvoja. Bez očuvane prirode, čistog zraka, lijepih plaža i mora neće biti niti turizma. Detaljno objašnjava Svjetska turistička organizacija da je „održivi turizam zamišljen kao nešto što vodi prema upravljanju svih resursa na takav način da se sve gospodarske, socijalne i ekološke potrebe mogu ispuniti uz istovremeno održavanje kulturnog integriteta, osnovnih ekoloških procesa, biološke raznolikosti i održivog razvoja života (UNWTO, 2018). Upravljanje turizmom još je poznato i kao upravljanje posjetiteljima. Temelj je za pristup održivom turizmu i uključuje sveobuhvatan, sustavan proces planiranja koji procjenjuje trenutne i potencijalne razine turističke ponude i potražnje unutar regije. Zbog naglog porasta broja turista javlja se problem prihvaćenosti kapaciteta koji predstavlja veliki izazov za razvoj održivosti turizma u budućnosti. Preveliko kretanje turista na malom području dovodi do narušavanja života lokalnih zajednicama. S toga da bi turisti kao takvi bili dobrodošli i prihvaćeni od strane lokalnog stanovništva itekako je bitno da se educiraju i prije svega istraže destinaciju koju posjećuju. Također masovni turizam utječe i na neravnomjeran razvoj pojedinih regija. Na primjer neke regije više su posjećenije zbog imena, odnosno prepoznatljivog „imidža“, dok su druge privlačne samo resursnim bogatstvom. Kao negativne posljedice prevelike opterećenosti, Čavlek i suradnici (2011:325) navode sljedeće:

- a) sezonski karakter utječe na stupanj iskorištenosti smještajnih kapaciteta,
- b) opća turistička infrastruktura ostvaruje prenizak stupanj iskorištenosti izvan sezone,
- c) da bi se moglo nositi s vršnom sezonom, javni sektor se suočava s visokom operativnim troškovima poslovanja (policija, vatrogasna služba,)
- d) sezonski karakter vodi do sezonske zaposlenosti, radno vrijeme je često produženo i javlja se visoka koncentracija rada na crno
- e) visoke cijene, prevelika koncentracija turističkog prometa, prometne gužve, često loša usluga.

Radi smanjena opterećenosti dolazi do pojave novih oblika koji osiguravaju da dolazak turista ne utječe na okoliš i tako pridonose budućem razvoju turističkih usluga. Selektivni ili „specifični“ oblici turizma su manje štetni i pokreću turiste na putovanja u odredišta gdje je

turistička ponuda prilagođena alternativnom interesu pojedinih turista. Blažević (2007) ističe kako se u nove oblike turizma svrstavaju oni koji primarno percipiraju prirodne resurse, a to su ekološki turizam, zdravstveni turizam, seoski i robinzonski turizam, te na one zasnovane na umjetno stvorenim atrakcijama koji prvenstveno poštuju društvene resurse. To su najčešće kulturni turizam, kongresni, vjerski i najnoviji gastronomski turizam. Ovakav pristup podrazumijeva kreiranje turističkih ponuda koje zadovoljavaju potrebe gosta, a da ne ostavljaju negativan utjecaj na okoliš oko sebe. Možda kao prednosti ovakvog koncepta turizma treba istaknuti da je on u budućnosti jedini ispravan stil poslovanja turističkog sektora jer primarno brine o zaštiti ekosustava. Kao na primjer da će strani investitori prije uložiti svoj novac u prostore gdje je očuvan okoliš na prvom mjestu. U bliskoj budućnosti moći će se pronaći puno hotela koji posjeduju zelene certifikate jer posluju na ekološki prihvatljiv način. Što znači da ne upotrebljavaju proizvode sačinjene od plastike i služe se isključivo obnovljivim izvorima energije. Osim toga, pojedinci će biti spremni i više platiti za takve održivije destinacije.

#### **4.1. Definicija pojma održivog razvoja**

Održivi razvoj jedna je od izuzetno aktualnih tema današnjice i primjenjuje se u gotovo svim segmentima društvenog života od lokalnih medija do istraživačkih i znanstvenih radova koji rade na tome da potiču stanovništvo na ekološki prihvatljivo razmišljanje. Kako navodi Pavić-Rogić (2010), održivi razvoj predstavlja dugoročno održiv napredak pazeći da pri tome sustavno postigne balans između ekoloških, gospodarskih i socijalnih vrijednosti i da tako ne ugrožava budućnost nadolazećih naraštaja. Često se u svakodnevnom govoru podudaraju dva slična pojma, rast i razvoj, no itekako ih je važno razlikovati. Rast obično označava unaprjeđenje neke društvene ili ekonomske pojave, dok se razvoj odnosi na nove ciljeve koje želimo ostvariti. Razvoj označava širi pojam od rasta jer se odražava na sve društvene, gospodarske i političke promjene. „Održivi razvoj znači i racionalno raspolaganje energetskim, posebno obnovljivim izvorima energije, ali i zaštita drugih prirodnih izvora, kao što su zrak, voda i tlo te zaštita od negativnih utjecaja, oživljavanje i unaprjeđenje kulturnih, umjetničkih, graditeljskih i etnosocijalnih vrijednosti“ ističe Smolčić (2003). Zato je važno pronaći kompromis između razine potreba koje se mogu zadovoljiti kako bi se zaustavio nekontrolirani pritisak na planetu koji izaziva globalnu prijetnju u obliku klimatskih promjena.

#### **4.2. Povezanost održivog razvoja s turizmom**

Turizam i razvoj su dva međusobno zavisna pojma i predstavljaju ostvarenje zajedničkih interesa u procesu postizanja ravnoteže. S ciljem dugotrajne održivosti na području turističkog

sektora, važno je naglasiti kako je to jedan dugotrajan proces i da zahtjeva stalno provođenje relevantnih mjera. Nedovoljna informiranost javnosti i ne educiranost o načelima održivog razvoja predstavlja veliki prilikom kvalitetnog upravljanja održivim turističkim mjestom. Kontinuirani rast međunarodnih turističkih dolazaka s jedne strane ima pozitivne utjecaje kao što je porast turističkih prihoda, zapošljavanje u turizmu i brojne druge ekonomske koristi, i s druge strane negativne utjecaje u ekološkom, društvenom i kulturnom smislu. Upravo zbog negativnih utjecaja turizma kao masovne pojave Carić (2006.) navodi kako su mnoga istraživanja i analize upozoravali na nedostatke prekomjernog turizma i istaknula prednosti „novog“ odgovornog turizma čiji su osnovni temelji bazirani na principima održivog razvoja.

Posljedica koja dovodi do prenapučenosti i tako izaziva nepovoljne utjecaje na okoliš dolazi od prekomjernog turizma kojeg karakterizira veliki broj turista na određenom području. Iz dosadašnjih primjera mogli smo uočiti kako pojedina mjesta na obali u ljetnim mjesecima postaju nepodnošljiva. Nekontrolirani rast izgradnje smještajnih kapaciteta u zadnjih nekoliko godina postao je glavno obilježje destinacijskog razvoja, te takav razvoj negativno utječe na život domaćeg stanovništva. Pravilnom primjenom odabranih politika sprječava se da nekontrolirani razvoj utječe na devastaciju karakterističnih resursa određenog područja. U istraživanjima Svjetske turističke organizacije (WTO, 2018) ističe se kako je jedan od temeljnih elemenata za razvoj turizma optimalno korištenje resursa okoliša, što zahtijeva održavanje bitnih ekoloških procesa koji se ostvaruju kroz slijedeće;

- Optimalno korištenje prirodnih resursa uz očuvanje ekoloških procesa, prirodne baštine i biološke raznolikosti.
- Poštivanje društvenih i kulturnih vrijednosti zajednice, te očuvanje kulturne baštine i tradicionalnih vrijednosti uz međukulturalno razumijevanje i toleranciju.
- Dugoročno planiranje za unaprjeđenje gospodarskih prilika i ublažavanje siromaštva uz konstantan doprinos socijalnim prilikama unutar zajednice (WTO, 2018). U nastavku će se detaljno objašnjavati ekološka, ekonomska i društvena načela održivog turizma.

### **4.3. Načela održivog turizma**

Načela održivog razvoja uključuju presjek društvene, ekonomske i ekološke održivosti okoliša kojima se nastoji uspostaviti ravnoteža u kontekstu dugoročne održivosti turizma. „Načela održivog turizma primjenjiva su na svaku vrstu turizma i svaka destinacija, bez obzira na svoje karakteristike (primjerice destinacija koja razvija ljetni ili zimski turizam, masovni ili ruralni



turizam i slično) može težiti razvijanju turizma na temelju održivih vrijednosti, postićući pritom ravnotežu između ekološke, ekonomske i sociokulturne održivosti“ (UNWTO, 2018)“. Održivi razvoj izgrađen je na principu sudjelovanja, što zahtijeva pozitivne stavove ljudi kako bi se uz odgovornost ostvario smisleni napredak. S toga su se razvila sljedeća načela koja moraju „suradivati“ zajedno kako ne bi došlo do negativnog utjecaja na turističku zajednicu.

**Ekonomska načela** predstavljaju potporu zajednice koja je od iznimne važnosti za turističke destinacije jer se radi o djelatnosti koja se odražava na cjelokupnu dobrobit zajednice. Što znači da se ekonomska dobrobit zajednice odražava kroz ulaganja u smještajne jedinice i ugostiteljske objekte zbog postizanja određenog stupnja kvalitete turističke ponude. Kako navodi Čavlek (2011:419) ekonomska održivost treba osigurati kvalitetan gospodarski razvitak, a korištenje i gospodarenje resursima mora zajamčiti njihovu očuvanost i za buduće naraštaje. Ekonomska održivost nalaže da svi dionici svojim stavovima moraju pridonositi razvoju prirodnih i društvenih prednosti. Prednosti ekonomskih činitelja pridonose povećanju dohotka stanovništva, poticanje malog poduzetništva, stvaranje prepoznatljive autohtone ponude i slično.

**Društvena načela** mogu imati mnogo različitih učinaka na kulturne i društvene aspekte života na određenom području. Kao negativan utjecaj razvoja turizma na socijalnu sliku određene zajednice očituje se u stvaranju nekoć nepostojećih razlika među skupinama ljudi i stoga je zadatak instrumenata održivog razvoja spriječiti društvenu neodrživost već postojećih razlika ističe Smolčić (2003:18). Interakcija između turista i lokalnog stanovništva može utjecati na zajednicu jer turisti možda nisu upoznati s načinom života određene zajednice. Upoznavanje lokalne kulture, jezika, običaja i kulturne baštine za turiste mogu biti nove vrijednosti koje mu stvaraju osjećaj ugone i sigurnosti. Jednako tako, komunikacija s turistima važan je činitelj utiska kojeg ostavljamo na turista kojim se on odlučuje da li će se ponovno vratiti. Prema tome Čavlek i suradnici (2011;418) ističu da društvena održivost omogućuje samokontrolu i vlastitu politiku u upravljanju resursima, socijalna funkcija turizma pokazuje da turizam utječe na smanjenje socijalnih razlika između skupina ljudi, a kulturna funkcija turizma jest utjecaj koji turistički receptivne zemlje imaju u kulturnom smislu prema domaćim ili inozemnim posjetiteljima. Lokalna zajednica može se miješati s ljudima različitih kultura s različitim životnim stilovima što može dovesti do razvoja poboljšanih životnih standarda pojedinaca iz primjera turista. S druge strane negativna posljedica može biti ta da lokalno stanovništvo kopirajući životni stil turista izgubi svoj integritet, lokalne običaje i tradiciju.

**Ekološka načela** omogućuju poticanje dugoročne održivosti koja podrazumijeva pametno raspolaganje resursima, te koncentraciju posjetitelja na određenom području. Budući da se očekuje nastavak rasta turizma u nadolazećim godinama, trenutne turističke navike postat će neodržive jer nanose previše štete okolišu, lokalnim zajednicama i prirodnim resursima. Nekontrolirani utjecaj na prirodne resurse u pružanju turističkih sadržaja otežava cijeli ekosustav koji se može preslikavati i dugoročno. Dakle takvi negativni utjecaji razvoja turizma mogu ozbiljno narušiti prirodnu ravnotežu. U područjima s visokom koncentracijom turističkih aktivnosti i privlačnim prirodnim atrakcijama zbrinjavanje otpada predstavlja ozbiljan problem. Stoga da se ovakvi učinci ne ponavljaju potrebno je razvijati turizam u skladu s mogućnostima koje nam prirodni okoliš dozvoljava. Koncept ekološkog načela razvio se kao osnovna baza za razvoj turizma koji se temelji isključivo na prirodnom bogatstvu i bez tog koncepta bilo kakav napredak u pokretanju razvoja destinacije gotovo da je nemoguć. Kvaliteta okoliša najvažnija je turistička komponenta i za njegovo održavanje trebaju se pobrinuti svi izravni i neizravni akteri turističkih djelatnosti. Kako Čavlek, (2011) ističe ekološka održivost zahtijeva ujednačen razvoj u skladu sa neprestanim obnavljanjem ekološkog sustava, te biološke raznolikosti.

#### **4.4. Ciljevi održivog razvoja turizma**

Ciljevi održivog razvoja u turizmu obuhvaćaju poticanje na osviještenost stanovništva o stanju okoliša, te kako ekološka situacija u svijetu postaje jedan od odlučujućih kriterija za odabir mjesta ili oblika rekreacije. Stoga da bi se održivi turizam mogao razvijati u pravom smjeru Svjetska turistička organizacija (UNWTO 2015) je u svom dokumentu „Učiniti turizam održivijim: vodič za stvaraoce politika“ razradila 12 glavnih ciljeva koje treba postići kako bi se uspješno raspolagalo turističkim resursima, ističu Marušić, Prebežac i Mikulić (2019:469). Međusobna povezanost ciljeva uključuje rješavanje jednog problema koji je povezan s drugim. Ciljevi održivog razvoja djeluju zajedno sa prethodno navedenim načelima kako bi se donijeli prikladni i ispravni izbori za poboljšanje života budućih generacija na održiv način. Podjela ciljeva održivog razvoja prema (UNWTO, 2015) je slijedeća:

1. Ekonomska održivost - osiguravanje održivosti i konkurentnost turističkih destinacija i poduzeća kako bi bila u stanju dugotrajno napredovati i osiguravati korist.
2. Boljitak lokalne zajednice - maksimiziranje doprinosa turizma gospodarskom napretku destinacije uključujući lokalno zadržavan udio potrošnje posjetitelja.

3. Kvaliteta radnih mjesta - poboljšanje količine i kvalitete lokalnih poslova stvorenih radi turizma i koje turizam održava, uključujući razinu plaće, uvjete rada i dostupnost svima
4. Društvena pravednost - uspostavljanje pravedne raspodjele gospodarskih i društvenih koristi ostvarenih turizmom u čitavoj destinaciji, uključujući povećanje prilika, prihoda i usluga dostupnih siromašnima.
5. Zadovoljstvo posjetitelja - osigurati sigurno i zadovoljavajuće iskustvo posjetiteljima, dostupno svima bez diskriminacije vezano uz spol, rasu, invaliditet ili bilo koju drugu osnovu.
6. Lokalno upravljanje - davanje prava glasa lokalnim zajednicama i njihovo uključivanje u planiranje i donošenje odluka o upravljanju i budućem razvoju turizma u njihovome području u suradnji s ostalim dionicima.
7. Blagostanje zajednice - održavanje i poboljšanje kvalitete života lokalnih zajednica, uključujući društvene strukture i pristup resursima, pogodnostima i sustavima održavanja života, a izbjegavajući bilo koji oblik društvene degradacije ili iskorištavanja.
8. Kulturno bogatstvo - poštivanje i poboljšavanje povijesnog nasljedstva, autentične kulture i tradicija.
9. Fizički integritet - održavanje i poboljšanje kvalitete krajolika, 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 (UNWTO, 2015).

Mnoga istraživanja navode kako turizam može imati vrlo suprotne učinke od onih prema zadanom načinu upravljanja aktivnostima. Ako se dobro upravlja, turizam može imati pozitivnu ulogu u socijalnom, kulturnom, gospodarskom, ekološkom i tehnološkom razvoju destinacije i kao takav simbolizira iznimnu razvojnu šansu za mnoge države i zajednice. Naprotiv, nekontrolirani razvoj turizma može dovesti do vrlo štetnih utjecaja na prirodne resurse, obrasce potrošnje, zagađenje i društvene sustave. Iz tog razloga primjena ovih ciljeva neophodna je u svakodnevno životu, prvenstveno da bi sačuvali okoliš, a isto tako i sebi omogućili kvalitetniji život.

#### 4.5. Mjerenje održivosti u turizmu

Mjerenje održivosti turizma podrazumijeva jedinstveni program koji svim zemljama u svijetu omogućava zajednički okvir za mjerenje utjecaja i doprinosa turizma na gospodarstvo i okoliš. Odnosi se na niz pokazatelja popraćenih socijalnim, ekonomskim, ekološkim faktorima pomoću kojih se na racionalan način donose poslovne odluke za učinkovito upravljanje turističkim destinacijama. Kako je već prethodno rečeno glavni cilj održivog turizma je usmjeriti budućnost turizma prema dugoročnoj održivosti. A to će se postići isključivo promjenom ponašanja potrošača. Nastavno na to, u Tablici 1 su prikazani parametri za mjerenje održivosti u turizmu prema ETIS pokazateljima.

Tablica 1. Mjerenje održivosti u turizmu prema ETIS pokazateljima

Udio stalnog stanovništva destinacije koje je zadovoljno turizmom	
Socijalni pokazatelji	Broj turističkih noćenja (komercijalnih i nekomercijalnih)
	Udio turista koji su zadovoljni svojim cjelokupnim iskustvom u destinaciji
Ekonomski pokazatelji	Broj turističkih noćenja u komercijalnom smještaju
	Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima
	Izravna zaposlenost u turizmu kao udio ukupne zaposlenosti u destinaciji
	Postotna godišnja bruto popunjenost smještajnih kapaciteta
Ekološki pokazatelji	Potrošnja energije turista u odnosu na potrošnju stalnog stanovništva
	Potrošnja vode turista u odnosu na potrošnju vode stalnog stanovništva
	Postotak otpadnih voda destinacije tretiranih do najmanje sekundarne razine prije ispuštanja
	Proizvodnja komunalnog otpada turista u odnosu na proizvodnju komunalnog otpada stalnog stanovništva
	Udio turističkih poduzeća koja koriste sustave dobrovoljnog certificiranja ekološkog poduzeća

Izvor: izrada autorice prema: UNWTO, 2016

Uz socijalne, ekonomske i ekološke pokazatelje akronim ETIS (eng. European Tourism Indicator System) predstavlja sustav mjerenja održivog turizma baziran na smjernica koje turističkom menadžmentu omogućavaju učinkovito praćenje kretanja posjetitelja s ciljem pravilnog održavanja destinacija (Europska komisija, 2013). Kao primarni cilj postavlja se pitanje da li je turistima zaista stalno do održivosti i jesu li do određene granice spremni platiti više za takvu održivost. ETIS je pokrenut od strane Europske unije 2016. godine i primjenjuje se kroz sve vrste turizma na turističkim odredištima. U prvobitnom pilot projektu sudjelovalo je 108 europskih destinacija, od kojih je samo njih 60 uspjelo održati takav proces do danas (CROSTO, 2016.). Uključujući i Hrvatsku, Mali Lošinj je jedina domaća destinacija koja je sudjelovala u projektu. Prvenstveno radi reduciranja masovnog broja posjetitelja zbog ograničenog kapaciteta, a tek onda u svrhu okretanju zelenom poslovanju. Ovakav način primjene uspješno se održava već duži niz godina od trenutka pokretanja projekta. Budući da se ovdje spominje primjer uspješne implementacije pojma održivosti u hrvatskom turizmu, kroz idućih nekoliko poglavlja detaljnije će se razmatrati mogućnosti i ograničenja primjene održivog turizma u Republici Hrvatskoj.

## **5. ODRŽIVI TURIZAM NA PODRUČJU RH**

Unazad nekoliko godina, od trenutka pisanja ovog rada može se uočiti kako se trend primjene održivog turizma u Hrvatskoj počeo naglo razvijati. Naročito nakon pristupanja Europskoj uniji 2013. godine, što će se i argumentirati u drugom dijelu rada. Glavni razlog zašto je održivi turizam u Hrvatskoj dobio na težini najvećim je dijelom posljedica negativnog utjecaja koji je tijekom godina imao nestrukturirani i prenapučeni turizam jer hrvatska infrastruktura ne može „progutati“ toliki broj turista. Ovdje se može spomenuti primjer grada Dubrovnika koji se zbog velikog broja turista na prostoru premalenog kapaciteta nije u mogućnosti nositi sa masovnom posjećenosti iznosi Skoko (2022.) hrvatski stručnjak za brendiranje destinacija. Europska unija svojim programima potpore pruža sposobnosti za razvoj neiskorištenih potencijala i unaprjeđenje lokalnih zajednica. U kontekstu toga, ostvarene mogućnosti za korištenje raznih fondova i sudjelovanje u razvojnim programima treba maksimalno iskoristiti. Budući da je važnost primjene održivog turizma u Hrvatskoj itekako važna za daljnji razvoj jer ima ogroman potencijal da donese promjene u gospodarskom, ekološkom, društvenom i kulturnom dobru zemlje. Bitno je naglasiti da je turizam najvažnija gospodarska djelatnost gdje se ostvaruje najviše prihoda i tako pridonosi velikom postotku BDP-a države. Prema podacima (HGK,

2019) devizni priljev od turizma 2019. godine u Hrvatskoj iznosio je preko 19% BDP-a, te se ostvario kao najvećim u Europi. U jednu ruku to je dobar pokazatelj stranim investitorima za isplativa ulaganja u hrvatski turistički sektor, dok u drugu ruku ovakvi visoki postotci donose samo štetu na račun ostalih gospodarskih djelatnosti. Prevelika ovisnosti samo jednoj djelatnosti, kao što je već rečeno može prouzročiti enormne financijske gubitke, što se i dokazalo tijekom kriznih godina. U daljnjem tekstu analizirat će se grafičkim prikazom kako turizam već duži niz godina pozitivno utječe na gospodarsku sliku zemlje, zahvaljujući kapitalnim ulaganjima, rastom bruto domaćeg proizvoda, visokim postotkom zaposlenih u turističkom sektoru, te neizostavne primarne potrošnje turista. Hrvatska je zemlja koja obiluje bogatom kulturnom baštinom pod zaštitom UNESCO-a, gostoljubivošću, srdačnim ljudima, te kvalitetnom uslugom koju turisti itekako prepoznaju, a to dokazuju i brojne ostvarene nagrade od strane svjetskih agencija. Da bi se očuvala raznolikost turističkih atrakcija za buduće naraštaje „Ministarstvo turizma veliku važnost pridaje upravo održivom razvoju hrvatskog turizma što je vidljivo iz brojnih programa kako bi se povećala prirodna i kulturna održivost (Strategija razvoja turizma do 2020.).“

Ekonomska važnost turizma i njegov utjecaj na platnu bilancu države detaljnije će se analizirati u slijedećem poglavlju.

Slika 1. Instrumenti za implementaciju održivog razvoja turizma



Izvor: autorica preuzela grafički prikaz iz: Održivi razvoj turizma destinacije, 2017

Na slici su prikazana četiri osnovna elementa za uspješnu implementaciju održivog turizma. Pomoću postavljenih smjernica omogućuje se postizanje određenih ciljeva koji su temelj za uspostavljanje razvoja održivog turizma. Kontinuiranu provedbu svih smjernica poželjno je

primjenjivati u svim poslovnim sektorima koji su u bilo kojem doticaju sa turističkim djelatnostima. Nadalje, među glavnim razlozima za provedbu ovog koncepta je i problem prenapučenosti priobalnih destinacija koji se već godinama pokušava riješiti. Suočavanje s raznim problemima tijekom ljetnih mjeseci iskazuje na stvarno stanje hrvatskih destinacija. Kako Melkić i Rokinić (2016:52) naglašavaju, utjecaj turizma ne može se procijeniti samo u pozitivnom ekonomskom smislu, već se može kompenzirati nepovoljnim i često nemjerljivim ekološkim i društvenim posljedicama koje su često odraz ljudske podsvijesti. Nezakonita i nekontrolirana izgradnja apartmana i ostalih smještajnih jedinica na obalnim prostorima, prekomjerna opterećenost prometne infrastrukture kao posljedica dugih kolona na Jadranskim magistralama, zatim nepodnošljive gužve na plažama i u povijesnim dijelovima grada (primjerice, Dubrovačke zidine) koje sa sobom povlače i disbalans između odnosa života turista i lokalnog stanovništva samo su neke od posljedica trajne devastacije prirodnih i kulturnih pejzaža. Hrvatski turizam trebao bi se prezentirati kao nešto više, što znači da bi se dio takozvanog turizma sunca i mora trebao paralelno razvijati i na kontinentalnom području Hrvatske kako bi se minimalizirale negativne posljedice masovnog turizma i smanjila prenapučenost istarskih i dalmatinskih regija ističe Blažević (2007:368). Iz tog razloga već dugi niz godina održava se manifestacija Turizam 365 koja osmišljenim strategijama, te inovativnim radionicama ima za cilj proširiti turističku sezonu na cijelu godinu razvitkom svih destinacija na nacionalnoj razini. Sastavnice jedinstvene turističke strategije u razvijanju održivog hrvatskog turizma odnose se ponajprije na preispitivanje, ujednačavanje i primjenu zakonskih i drugih regulativa koje imaju za cilj kvalitetno razvijanje održivog turizma na svim prostorima Hrvatske navodi Bartoluci (2008). U nastavku teksta detaljnije se razmatra uloga i značaj turizma na hrvatsko gospodarstvo.

### **5.1. Uloga i značaj turizma za gospodarstvo Hrvatske**

Republika Hrvatska zbog svoje ne tako povoljne ekonomske situacije u državi pripada onim zemljama čije gospodarstvo uvelike ovisi o uspješnosti turističkih sezona. Kako Andabaka (2016:416) ističe, utjecaj turizma moguće je sagledati kroz njegov učinak na bilancu plaćanja koja znatno doprinosi stabilizaciji ekonomije i gospodarskom razvoju. U turističkom sektoru ističe Čorluka (2019:57) toliko je širok i raznolik da se ne može ograničiti na neko određeno područje djelatnosti. Ali radi lakšeg zakonskog i administrativnog ustrojstva podijeljen je na četiri osnovne uslužne djelatnosti koje uključuju prijevoz, smještaj, putničke agencije i trgovine Bartoluci (2008.), te tako zapošljava najveći dio radne snage u zemlji što je vidljivo iz dosadašnjih podataka Državnog zavoda za statistiku. No, međutim poražavajuća činjenica je da

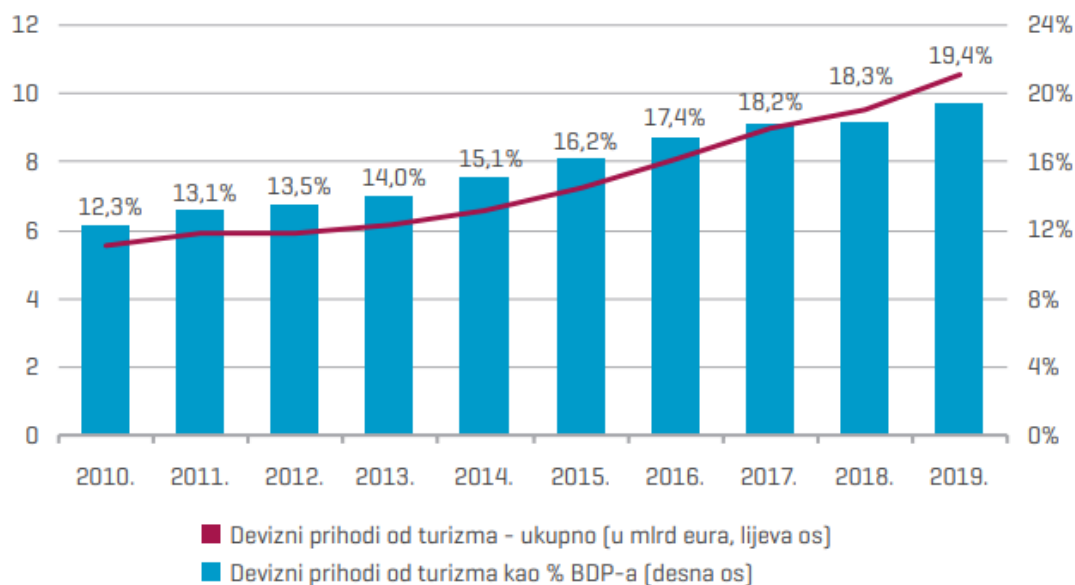
se posljednjih godina zbog trenda iseljavanja domaćeg stanovništva gubi radnu snagu i masovno „uvozi“ jeftine niskokvalificirane radnike koji uglavnom dolaze iz manje razvijenih balkanskih zemalja gdje obrazovni sustav znatno zaostaje ako se uspoređuje na bazi Europske unije. Postavlja se pitanje kako zadržati domaću radnu snagu i privući kvalitetan strani kadar da bi se dugoročno riješio problem nedostatka 20.000 radnika u turističkom sektoru ističe Ostojić (2021.) direktor Hrvatske udruge turizma. Kako će turizam utjecati na domaću ekonomiju neke zemlje, prema izvorima Instituta za turizam (Institut za turizam, 2022) ovisit će o tome koliko je ta zemlja spremna uložiti u ponudu svojih usluga, te koliko će ostalo gospodarstvo osigurati da te usluge budu dio izravnih ili neizravnih investicija u turističku potrošnju. Kao najvažniji sektor koji „napaja“ ostale djelatnosti makroekonomisti s ovog aspekta tržišta često se spore oko toga koliko je zapravo dobro ili loše oslanjati se samo na turizam. Unatoč stalnim sporovima makroekonomista o dobrobiti hrvatskog turizma Družić (2010) potkrepljuje te navode i piše o tome kako je on jedina komparativna nacionalna prednost u koju treba ulagati jer ima razvedenu obalu pogodnu za sudjelovanje u velikim tržišnim razmjenama. S druge strane tvrdi da je turizam "prokletstvo u blagoslovu" jer uskraćuje resurse ostalim gospodarskim sektorima, što ima za posljedicu stvaranje nestabilne i neorganizirane države budući da se oslanja samo na jednu djelatnost. Kako Perković (2018) ističe, World Travel & Tourism Council dijeli doprinos turizma u tri kategorije:

- a) direktni učinak – mjeri ukupnu potrošnju vezanu uz putovanja i turizam od strane rezidenata i ne-rezidenata te uključuje usluge smještaja, hrane i pića, trgovine na malo, transporta te kulture, sporta i rekreacije,
- b) indirektni učinak – mjeri investicije u turizam, potrošnju države na različite oblike „potpora turizmu (npr. promocija, avionski prijevoz, osiguranje i slično) te potrošnju i plaćanja sektora koji su direktno vezani uz turizam njihovim dobavljačima,
- c) inducirani učinak – učinak na potrošnju od strane osoba koje su direktno i indirektno zaposlene u turizmu.

U slijedećem grafikonu govorit će se o direktnom učinku turizma na gospodarstvo, odnosno ukupnom doprinosu gospodarskom sektoru kroz devizne priljeve od prethodno opisanih podkomponenti koji obuhvaćaju usluge smještaja, usluge trgovine i druge.



Grafikon 1. Devizni prihodi od turizma u razdoblju 2010. - 2019. godine

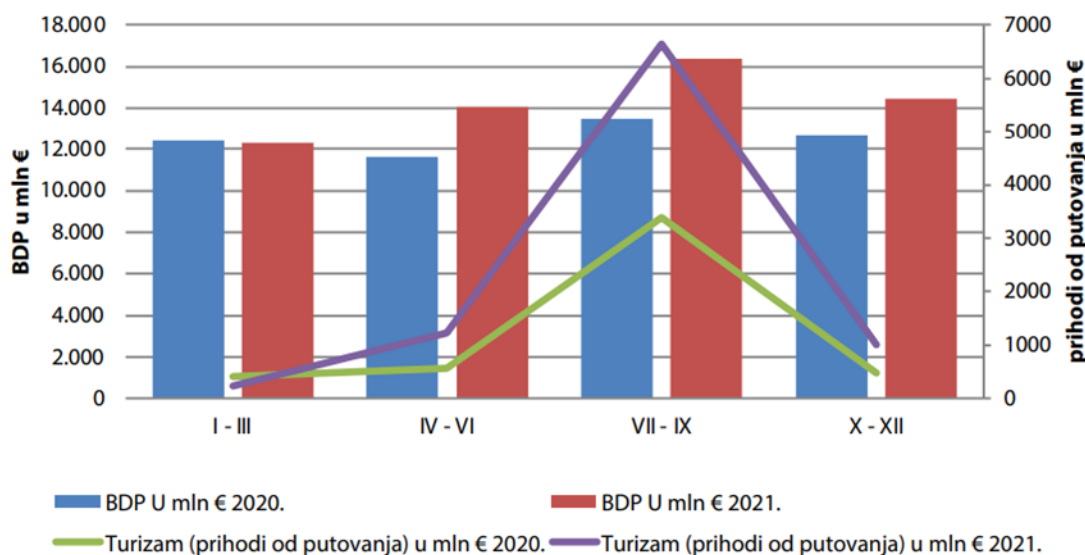


Izvor: autorica preuzela grafički prikaz iz: Ekonomski institut Zagreb, 2019.

Hrvatska je oduvijek bila važna turistička destinacija i svake godine ponosi sa konstantnim rastom dolazaka stranih posjetitelja, što je vidljivo i kroz ekspanzivan porast deviznih priljeva. Gledajući s povijesne strane masovni turizam u RH intenzivno se počeo razvijati 60-ih i 70-ih godina. I od tada snažno raste, uz privremeni pad uzrokovan globalnom financijskom krizom 2008. godine i korona krizom 2020. godine. Utjecaj turizma u domaćem gospodarstvu izračunava se upravo doprinosom deviznih priljeva od turističkih aktivnosti. Budući da je zemlja malog otvorenog gospodarstva s vlastitim režimom plivajućeg tečaja ostvaruju se zadovoljavajući rezultati u turizmu. Kao što je prikazano na slici Hrvatska u prve tri promatrane godine stagnira u postotku doprinosa BDP-a koji se uglavnom ostvaruje kroz jednogodišnji za 1 do 2%. Također se može zaključiti i kako je 2014. godina bila „okidač“ za ubrzani napredak u smislu naglog trenda rasta. A glavni razlog takvog pozitivnog djelovanja pridonosi pristupanje Europskoj uniji koja je omogućila i mnoge prednosti. U Hrvatskoj se devizni prihod od turizma ostvaruje u najvišem postotku BDP-a, s time da on kontinuirano raste od 2011. godine. Kao što je vidljivo u tablici 2019. godina predstavlja najuspješniju godinu gdje se ostvarilo 10,6 milijardi eura prihoda što čini 19% bruto domaćeg proizvoda (Državni zavod za statistiku, 2020). Dolazak korona krize prouzročio je da se ta brojka prepolovi. Velika većina državnih prihoda otpada samo na turizam što ukazuje na problem „preživljavanja“ u budućim krizama koje se negativno odražavaju na cjelokupno gospodarstvo. Veliki priljev deviza zbog

aprecijacije nacionalne valute dovodi do takozvane “nizozemske bolesti”<sup>1</sup> koja kao posljedicu ima rast cijena, te manju konkurentnost domaćih proizvoda na međunarodnoj razmijeni što stvara cjelokupni negativan utjecaj na ostala gospodarstva ističe Perković (2018). U kontekstu toga da bi minimalizirao svaki negativan utjecaj na nacionalnu ekonomiju bitno je poticati razvijanje ostalih sektora. Kao što pokazuju statistike u nastavku uz tako fokusirano gospodarstvo uvijek postoji veliki rizik da prirodna katastrofa ili politički nemiri mogu opustošiti gospodarstvo kao što je slučaj sa korona krizom.

Grafikon 2. Udio ostvarenih prihoda i BDP-a u milijunima eura 2020. i 2021. godina,



Izvor: autorica preuzela grafički prikaz iz: HTZ, Turizam u brojkama 2021.

Slika broj 2. prikazuje ostvaren BDP i prihode u sektoru turizma u milijunima eura za razdoblje od 2020. do 2021. godine. Naime, bitno je naglasiti kako je 2020. godina pandemijska godina koja je zbog raznih ograničavanja ostavila neizbrisiv trag na financijski gubitak upravo radi prevelike ovisnosti Hrvatske o turističkim prihodima. Kao razlog može se navesti i posljedica koja je razlog svih silnih ograničenja i nakon ograničenog kretanja unutar domicilne države stanovništvo je željno vratiti se nazad turističkim aktivnostima. Na grafikonu je itekako vidljiva promjena u samo godinu dana. Iako se pandemija negativno odrazila na domaćem gospodarstvu ponovni rast dogodio se 2021. godine kada su se ljudi ponovno počeli slobodno

<sup>1</sup> Nizozemska bolest koncept je koji opisuje ekonomski fenomen u kojem brzi razvoj jednog sektora gospodarstva potiče pad u drugim sektorima.

kretati i koristiti turističke usluge. U prvom tromjesečju promatranih godinama može se uočiti kako nema prevelike razlike jer to su zimski mjeseci koji ne pridonose značaju zbog nerazvijenosti hrvatskog turizma u zimskom periodu. Također ista situacija događa se i sa predsezonom i postsezonom što također ukazuje na njihovo razvijanje radi širenja cjelogodišnjeg turizma koji bi na neki način djelomično stvorio otpornost na ovakve situacije financijskih gubitaka. Najveći porast zabilježen je u trećem kvartalu promatranih godina kada je turistička sezona u punom jeku i broj posjetitelja je na maksimalnoj razini. Prema podacima Ministarstva turizma „u 2021. godini prihodi od stranih turista iznosili su milijardu i osam milijuna eura, što u odnosu na isto razdoblje 2020. godine (467 milijuna eura) predstavlja rast od 116 posto, odnosno 541 milijun eura više“ (Ministarstvo turizma za, 2022.). Loša stvar je u tome što su hotelijeri dizanjem cijena svih usluga nadoknađivali goste u svrhu prikrivanja financijskih gubitaka i zbog toga se ne mogu očitati stvarni relevantni podaci.

## **5.2. Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine**

Budući da je turizam industrija koja raste, mnoge zemlje promicanje turizma vide kao strategiju nacionalnog razvoja. Zbog potrebe za nastavkom razvoja dugoročnog, održivog turizma i Hrvatske kao konkurentne, održive i inovativne turističke destinacije Vlada Republike Hrvatske izradila je akcijske planove, usko povezane sa Agendom 2030. i ciljevima održivog razvoja UN-a kako bi postigla viziju razvoja turizma u budućnosti. Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine odnosi se na strateški razvojni plan za unapređenje razvojnih potencijala i usklađivanje ograničenog korištenja resursa u kontekstu odgovornog i održivog razvoja hrvatskog turizma u navedenom razdoblju. Prema podacima koji analiziraju prethodnu strategiju koja je završila 2020. godine utvrđeno je da se hrvatski turistički sektor suočava sa deset velikih izazova koje je potrebno dugotrajno otkloniti ili znatno smanjiti, a to se može postići samo primjerom predviđenih strateških ciljeva navedenih u daljnjem tekstu. Opće je poznato da prostorna neujednačenost rezultira pojavom prekomjernog turizma, te da bi ravnomjerno rasporedile turističke aktivnosti, važno je znati postaviti fokus na razvoj posebnih oblika turizma koji sa sobom donose i stvaranje novih turističkih proizvoda. Kao jedan od ključnih izazova navodi se još i reduciranje emisije CO<sub>2</sub> koji stvara negativan utjecaj na klimatske promjene, a one zatim stvaraju negativan utjecaj na destinaciju. Također, razvoj konkurentnog i inovativnog turizma u smislu poslovanja turističkim uslugama poželjno je da se unaprijede ljudski potencijali i proširi tržište rada. Ostali ključni izazovi koji su važni za promjenu politike turističkog sektora navode se još i neadekvatna struktura smještajnih kapaciteta koja također izaziva prekomjerni turizam. Svaka turistička destinacija trebala bi se

pobrinuti za kvalitetu života lokanog stanovništva jer o njima ovisi uspješnost implementacije turističkih proizvoda. Kako ističe Rudan (2012.) ako se turističkim napretkom u destinaciji ne ugrožava kvaliteta života lokalnom stanovništvu i omogućava mu se ne smetan rad u svojoj okolini, ono će biti zadovoljno i podržavati takav napredak.

Pravilno rješavanje budućih kriza odnosi se na maksimalno smanjenje posljedice udara na turistički sektor. U daljnjem tekstu navode se četiri ključne komponente, te njihove podkomponentne koje su od presudne važnosti za već spomenuto unaprjeđenje hrvatskog turizma.

Slika 1. Razvojni ciljevi Republike Hrvatske do 2030. godine



Izvor: autorica preuzela sliku iz: Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine

U cilju postizanja vizije održivog turizma Hrvatske određena su četiri najbitnija strateška cilja koja se sastoje od (Ministarstvo turizma i sporta 2022.):

1. Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam
2. Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu
3. Konkurentan i inovativan turizam- stavlja naglasak na
4. Otporan turizam.

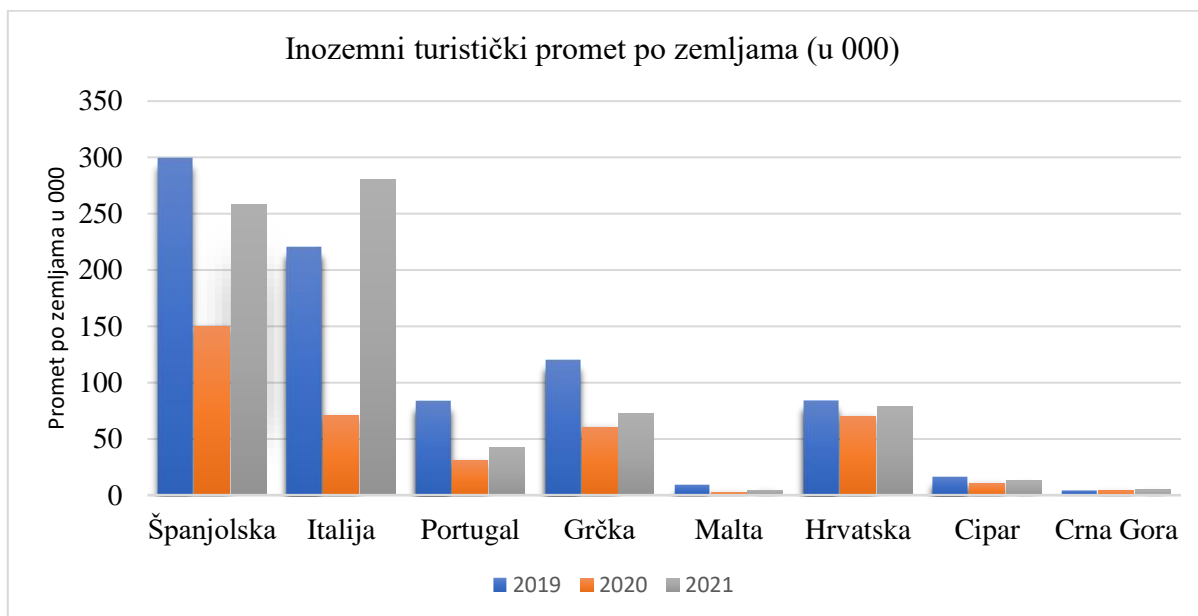
Uspješna realizacija svih postavljenih ciljeva kako navodi Bunjevac (2022), do 2030. godine Hrvatska će biti ostvarena kao zemlja koja nudi očuvane resursi i pruža najbolju kvalitetu života uz iznimno veliku konkurentnost na svjetskom i europskom tržištu, a uz sve to pruža izrazito

visoku razinu sigurnosti svakog pojedinca. Stoga, za budući razvoj ovakvog oblika turizma prvenstveno se moraju eliminirati sva politička i zakonska ograničenja koja su do sada ograničavala napredak. Uz to sve preporuča se još i maksimalno korištenje svih raspoložениh EU fondova. Povećanje kvalitete života u smislu gospodarskog i društvenog napredovanja, te istovjetan razvoj svih hrvatskih geografskih regija primarni su ciljevi ove strategije.

### **5.3. Analiza konkurentnosti hrvatskog turizma**

Kada se spominje konkurentnost hrvatskog turizma važno je naglasiti da se Hrvatska nalazi na ljestvici top 20 najkonkurentnijih zemalja svijeta po broju dolazaka i noćenja turista (WTTC, 2020.) Da bi se neka destinacija našla u ulozi konkurenta i da bi bila u stanju konkurirati na turističkom tržištu potrebno je ispunjavati niz čimbenika. Kada se postavlja pitanje što je to što neku destinaciju zapravo čini konkurentnom, obično se pomisli na faktore kao što su popularnost, cijene, prirodna ljepota i slično. No zapravo, tu postoji i niz drugih čimbenika, a to su „resursi na kojima se temelji razvoj turizma, politika turističkog razvoja, upravljanje destinacijom, što uključuje i marketinške aktivnosti, proizvodi koje destinacija nudi i njihova vrijednost za novac, sigurnost u destinaciji, te na kraju same zaposlenosti generirane turizmom“, ističu Magaš, Vodeb i Zadel (2018:37). Prema TOMAS istraživanju (Institut za turizam, 2019), istraživanje stavova posjetitelja o konkurentnosti turističke ponude pokazuje da više od 81% anketiranih ispitanika percipira Hrvatsku kao poželjnu destinaciju, primarno zbog sunca i mora, a tek onda radi ostalih prednosti. Dok preostalih, 21% doživljava kao destinaciju sportskog turizma, a preostalih 15% kao destinaciju kongresnog turizma. Zaključno, svi ispitanici uglavnom kao glavni „adut“ navodi se prekrasna priroda te istovremeno loše plaže kao ključni nedostatak u odnosu na konkurenciju. Položaj Hrvatske na konkurentskom turističkom tržištu prikazat će se slijedećim grafikonom.

Grafikon 1. Položaj Hrvatske na konkurentskom turističkom tržištu



Izvor: izrada autorice prema službenim podacima Eurostata, Eurostat 2019.

Na priloženom grafikonu prikazane su odabrane zemlje Mediteranskog bazena s kojima Hrvatska nakon pristupanja Europskoj uniji parira na turističkom tržištu. Vidljivo je kako su Hrvatskoj najveća konkurencija Španjolska i Italija, što nije ni malo iznenađujuće jer sve tri zemlje obiluju bogatom kulturnom i prirodnom baštinom. Iako neke mediteranske zemlje imaju puno više sadržaja za ponuditi, većina turista ipak odabire hrvatsku zbog ugodne klime i nižih cijena nego u ostalim zemljama. Prema podacima Eurostata, Španjolska je 2019. godine bila najpopularnija destinacija EU-a za međunarodne turiste, s 299 milijuna noćenja u turističkom smještaju, odnosno 22 % ukupnog broja u Europske unije. Također je vidljivo kako su sve zemlje 2020. godine imale drastičan pad broja dolazaka i noćenja turista zbog epidemioloških mjera popraćenih korona virusom. Iako su prve tri promatrane zemlje svjetski poznate destinacije turisti će, kada žele opušten odmor bez pretjerane turističke gužve gdje sve “vrvi” od turista, ipak izabrati zemlje kao što su Hrvatska, Grčka i Malta. Jedan od, a možda i najvećih problema hrvatskog turizma očituje se kroz nerazvijenu cjelogodišnju sezonu. Dok, na primjer susjedna Italija veliki dio svojih prihoda ostvaruje upravo kroz zimski turizam. Grčka također ima vrlo sezonski turizam, ali tamo sezona počinje već u travnju i traje do kraja listopada. Kada je riječ o cijenama javljaju se dva trenutno aktualna problema koja se spominju, a može se reći da se odražavaju i na sami turizam. Hrvatska će se morati suočiti sa sva važna izazova. Jedan se odnosi na trenutni proces uvođenja eura, a drugi na rat u Ukrajini koji je glavni uročnih

porasta svih troškova i odlazak cijena u “nebo“. Iz tog razloga turisti su ovogodišnju sezonu radije proveli u destinacijama kao što su Turska ili Malta upravo zbog duplo jeftinijih cijena turističkih usluga, pokazuju ispitivanja potrošača bazirana na zadovoljstvu pružanja turističkih usluga. Kako će se proces eura odraziti na hrvatski turizam i da li će se konkurentnost uistinu povećati pokazat će se kroz nadolazeća razdoblja. Nagađalo se kako će pandemija ostaviti neizbrisive posljedice na turistički sektor, no međutim, europski turizam oporavlja se brže nego što se očekivalo. Iz prvih neslužbenih rezultata, 2022. godina prema nekim pokazateljima nadmašila je rekordnu 2019. godinu, ali budući da rezultati nisu konačni 2022. godina nije uključena u analizi.

U drugom dijelu poglavlja detaljnije se govori o TTCI indeksu kao najreferentnijem pokazatelju turističke konkurentnosti zemalja. Indeks turističke konkurentnosti baziran je na analizi uspješnosti pojedinačne zemlje u sektoru putovanja i turizma koji se razvrstava na četiri osnovne kategorije. To su poslovno okruženje, standardi za putovanja i turizam, razvijena infrastruktura, te očuvanje prirodne i kulturne baštine. Najveća ocjena koju neka destinacije može ostvariti je 7, no međutim u svih jedanaest godina koliko se izračunava ovaj indeks to se do sada nije ostvarilo. Prema Batoluci (2013.) konkurentnost turističke destinacije može se definirati kao sposobnost destinacije da poveća potražnju za turističkim proizvodima i uslugama koje nudi.

Tablica 1. Položaj Hrvatske u odnosu na konkurentske zemlje prema TTCI za 2019. godinu

Zemlja	Ukupan indeks	
	Ocjena	Rang
Španjolska	5.4	1
Italija	5.1	8
Portugal	4.9	12
Grčka	4.5	25
Malta	4.4	35
<b>Hrvatska</b>	<b>4.5</b>	<b>27</b>
Turska	4.2	43
Cipar	4.2	44
Crna Gora	3.9	67

Izrada autorice prema: WEF, 2019.

Prema posljednjem izvješću iz 2019. godine Hrvatska je ostvarila značajan napredak u odnosu na izvješće 2017. godine. Imajući u vidu niz konkurenata na turističkom tržištu ipak zauzima 27. mjesto od ukupno 140 zemalja svijeta, što je velika prednost za tako malu zemlju. U tablici su prikazane zemlje Mediterana sa kojima se Hrvatska unazad nekoliko godina natječe. Među tri najpopularnije destinacije svrstavaju se Španjolska koja već dugi niz godina zauzima prvo mjesto, zatim ju slijedi Italija, te Portugal. Nadalje, prema podacima Instituta za turizam (2019) najvažniji receptivni prostori hrvatskog konkurentnog okruženja su Španjolska i Italija, koje zajednički ostvaruju 77% ukupnih noćenja u registriranim smještajnim objektima. Konkurentnost hrvatskog turizma prema podacima Svjetskog gospodarskog foruma (WEF, 2019) posljednjih godina znatno se poboljšava. Hrvatska je najbolje ocjenjena u kategoriji turističkih usluga gdje je rangirana na 5. mjesto, zatim na razni održavanja ekološke održivosti zauzela je 21. mjesto, nakon toga slijede zdravlje i higijena 19. mjesto, te cjenovna konkurentnost 100. mjesto. Po uzoru na europske zemlje koje zahvaljujući velikim ulaganjima ostvaruje takve rezultate može se reći kako je Hrvatska na dobrom putu da se u budućnosti nađe i na prvom mjestu. Najveća mana koja proizlazi iz hrvatskog turizma su takozvane greenfield investicije stranih ulaganja koje bi znatno poboljšale konkurentnost destinacije ističe Šonje (2021).

## **6. PRIMJER DOBRE PRAKSE ODRŽIVOG TURIZMA**

Primjeri dobre prakse sastav su turističkih projekata koji se provode, a fokusiraju se na zelenu tranziciju u smislu održivog poslovanja u turizmu. Učinkovita želja i pravilna primjena što više ovakvih politika pomažu u razvoju hrvatskog turizma i te ga tako čine konkurentnijim. U Hrvatskoj postoji puno uspješnih projekata provedenih na svim regijskim područjima. Kroz ovo poglavlje opisana su dva najpoznatija projekta.

### **6.1. „Konavoski dvori“- prvi zeleni restoran u Hrvatskoj**

Konavoski dvori Eco Green Restaurant proglašen je kao prvi eko zeleni restoran u Hrvatskoj. Smješten u dolini rijeke Ljute okružene netaknutom prirodom, čistim zrakom i posebnim načinom života mamac je za sve posjetitelje. S ciljem očuvanja svoje tradicije i kulturno povijesne baštine vlasnici restorana odlučili su svoje dugogodišnje poslovanje pretvoriti u nešto novo i drugačije. Svrha projekt je da se smanji potrošnja električne energije i poveća svijest gostiju o važnosti prirodne baštine. Projekt je obuhvatio potpunu obnovu zgrade restorana, što



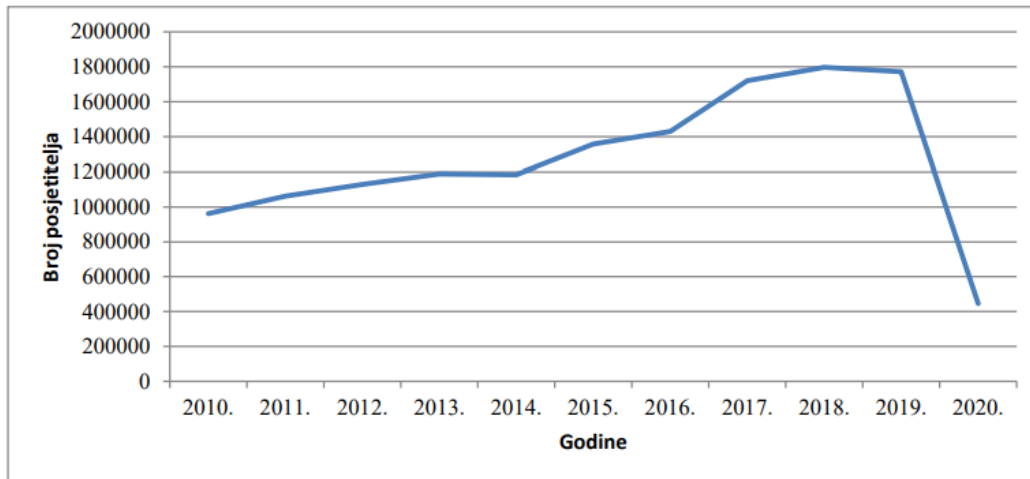
je uključilo ugradnju toplinske izolacije. Postavljanje solarnih panela koristi se za pripremu potrošne tople vode. Zamjenom postojećih žarulja sa led rasvjetama planira se postići ušteda električne energije za 20%. Električna punionica za automobile u blizini restorana doprinosila bi smanjenu emisije štetnih plinova i prirodnog okruženja. Projekt je velikim dijelom sufinanciran nepovratnim sredstvima Europske unije iz Europskog fonda za regionalni razvoj u iznosu od 3.648.806,87 kuna (Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova EU, 2018).

Također ono što ovaj restoran još čini posebnim je taj da se ne koriste umjetnim industrijskim proizvodima već svu hranu koju poslužuju baziraju na domaćim namirnicama koje dolaze od lokalnih proizvođača. Restoran nastoji promicati turističku ponudu svoje zemlje tako da se na meniju daju jela iz svih krajeva Hrvatske.

## **6.2. Održivo poslovanje NP Plitvička jezera**

Plitvička jezera su najstariji i najposjećeniji hrvatski nacionalni park. Zbog svoje bogate povijesti i iznimne ljepote od 1979. godine nalaze se na UNESCO-vom popisu zaštićene svjetske baštine. No, unazad nekoliko godina suočava se s problemom velikog broja posjetitelja i „divlje“ izgradnje smještajnih objekata koje su odraz devastacije ekosustava koji je odraz masovnog turizma u zaštićenim područjima. Da bi se spriječilo negativno utjecanje na vrijednosti parka Ministarstvo turizma interveniralo je planom za upravljanje nacionalnim parkom. Kvalitetno rukovođenje, u smislu pravilnog upravljanja turizmom donosi brojne boljitke za zaštićeno područje, lokalne zajednice, sve turističke djelatnike i primarno sve posjetitelje. Nastavno na to, Ministarstvo turizma u zakonu o prirodnim i kulturnim dobrima definira slijedeće „Nacionalni su parkovi namijenjeni očuvanju izvornih prirodnih i krajobraznih vrijednosti, te imaju kulturnu, odgojno-obrazovnu, znanstvenu i rekreativnu namjenu. U njima su mogući zahvati i djelatnosti kojima se ne ugrožava izvornost prirode, te je zabranjena gospodarska uporaba prirodnih resursa“ (Ministarstvo turizma 2017).

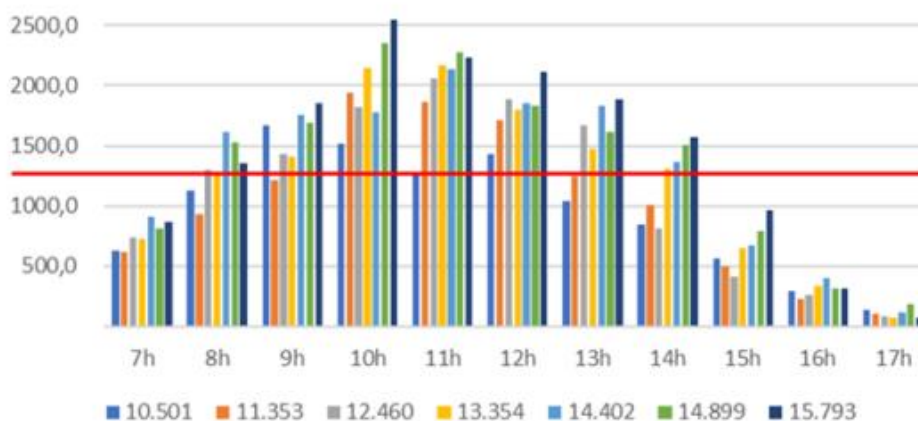
Grafikon 3. Kretanje broja posjetitelja u NP Plitvička jezera 2010-2020. godine



Izvor: autorica preuzela grafički prikaz iz: NP Plitvička jezera 2020. godine

NP Plitvička jezera suočava se sa neprekidnim rastom broja posjetitelja koji nekontrolirano raste iz godine u godinu što je vidljivo iz priloženog grafikona. U 2015. godini kroz NP Plitvička jezera “prošetalo“ je 1,357.304 turista, dok je je taj broj 2016. godine porastao za 5%. Najveći dnevni rekord postignut je u kolovozu 2017. godini kada je iznosio 1,7 milijun. Nakon toga slijedi blagi pad na 1,4 milijuna što je posljedica restriktivnih mjera reduciranja ograničenog kretanja broja posjetitelja zbog masovnog zagađenja. Zatim krivulja drastično pada na broj od samo 400 000, što se može pripisati utjecajima korona virusa i određenim mjerama zaštite koje je sa sobom nosio.

Grafikon 4. Broj posjetitelja po satima u srpnju i kolovozu 2017. godine



Izvor: autorica preuzela grafički prikaz iz: NP Plitvička jezera 2017. godina

U posljednje vrijeme se govori o masovnom broju posjetitelja u parku jer se strahuje od velikog zagađenja te se rade posebni planovi i strategije o održivom razvoju na tom području kako bi se uvažavali najviši standardi specifične prirode tog prostora. Na grafikonu je prikazan broj posjetitelja po satima u srpnju i kolovozu u rekordnoj 2017.godini. Prelazi preko 15.793 posjetitelja u danu što je ogromna brojka koju kapacitet Plitvica ne može podržati.

Problemi NP Plitvička jezera nastavljaju se kod prekomjerne izgradnje nelegalnih turističkih objekata koja se pretvaraju u turističko naselje i ulaze u sami dio zaštićenog prostora. Kako navode predstavnici zaduženi za dobrobit parka „samo u naseljima Plitvice Selo i Plitvička Jezera, broj privatnih apartmana porastao je sa 16 u 2009. na preko 300 u 2017, uz skok broja noćenja sa 600 (2009) na preko 30.000 (2017) (Plitvička jezera, 2021). Zbog neuređenog sustava za odvodnju otpadnih voda kuće nisu priključene na javnu kanalizacijsku mrežu, te se zbog toga otpadne vode izlijevaju u potoke, uglavnom ponornice koje se prelijevaju u sami jezerski sustav. Uprava parka je stoga poduzela sva idejna rješenja nakon kojih je trenutna situacija znatno poboljšana.

Educiranje javnosti i posjetitelja o važnosti očuvanja kvalitete zaštićenih područja i podizanja svijesti o kulturnom nasljeđu navode se kao glavni ciljevi za očuvanje nacionalnih parkova. Primarni ciljevi postavljeni od strane NP Plitvička jezera su sljedeći (NP Plitvice, 2021):

- očuvanje vodenih ekosustava, krške bioraznolikosti te biljnog i životinjskog svijeta
- očuvanje materijalne i nematerijalne kulturne baštine
- suradnja lokalne zajednice i uprave Parka u planiranju i provođenju lokalnog razvoja
- obnova i modernizacija ugostiteljskih objekata
- razvijanje dodatnih sadržaja turističke ponude s ciljem edukacije posjetitelja o prirodnim vrijednostima Nacionalnog parka (NP Plitvice, 2021).

Nakon analize primjera dobre prakse gdje se učinkovito implementiraju ciljevi održivog turizma u svrhu dugoročne održivosti slijedi poglavlje u kojem će se nešto više reći o utjecajima pandemije COVID-19 virusa na hrvatski turistički sektor.

## 7. UTJECAJ PANDEMIJE COVID-19 NA HRVATSKI TURIZAM

Kako je do sada bila riječ samo o uspješnosti hrvatskog turizma, u ovom poglavlju stavit će se naglasak na negativnu održivost hrvatskog gospodarstva koje crpi resurse preko turističkog sektora. Da je poticanje samo jednog sektora loše utjecalo na nacionalnu ekonomiju odrazilo se kroz nedavnu krizu koja je ostavila snažne financijske gubitke. Iznenadno neočekivana pojava COVID-19 bolesti 2020. godine prouzročila je snažne posljedice koje su se odrazile kako na svjetsko tako i na domaće gospodarstvo. Nakon proglašenja pandemije gotovo sve zemlje bile su prisiljene uvesti određene epidemiološke mjere za sprječavanje daljnjeg širenja virusa. Zbog velike ovisnosti gospodarstva o turističkoj djelatnosti sektor turizma ostao je najviše pogođen. Stoga Vlada RH kroz Nacionalni program za oporavak i otpornost (2021.-2026.) predstavlja mjere pomoći kojima nastoji ublažiti gospodarske i socijalne posljedice nakon pandemije. Na taj način omogućava se poduzetnicima i raznim gospodarskim subjektima da se oporave od poslovnih gubitaka. Nakon strogih mjera Hrvatska je i dalje ostala među najpoželjnijim zemljama gdje se pandemija negativno odrazila na broj posjetitelja imajući u vidu nizak postotak zaraženih virusom. Kako navodi Kranjčević (2020) „uvođenjem oznake *"Safe stay in Croatia"* Hrvatska se promovira kao sigurna destinacija koja podsjeća da je izuzetno bitno pridržavati se svih nužnih epidemioloških mjera „Kranjčević (2020). I unatoč pandemiji Hrvatska je i dalje stranim turistima ostala najpoželjnija destinacija.

Kao glavni krivac za smanjenu turističku aktivnosti i pad broja inozemnih dolazaka navodi se ograničavanje kretanja stanovništva između zemalja. Iz podataka Državnog zavoda za statistiku može se reći kako je takozvana korona godina rezultirala brojem od 55,3% manje noćenja i 64,2% smanjenih dolazaka nego li je to ostvareno rekordne 2019. godine (Državni zavod za statistiku, 2019). Analiza postojećeg stanja uspoređena sa ostalim konkurentskim zemljama Mediterana hrvatski turistički sektor ostvario je daleko bolje rezultate nego bilo koja druga zemlja. No, međutim zbog narušene ekonomske situacije u zemlji i velikog gubitka deviznih prihoda, domaći turisti nikada neće uspjeti nadoknaditi taj gubitak. Također Kranjčević (2020.) u provedenom istraživanju o zdravstvenoj sigurnosti u turizmu naglašava kako je pandemija tada kao svjetska prijetnja ukazala da je turizam itekako ovisan o zdravstvenom stanju ne samo na lokalnoj i racionalnoj razini, već uključuje i cijelu međunarodnu povezanost.

Tablica 2. Usporedba dolazaka i noćenja turista u 2019. i 2020. godini

<b>Strani turistički promet po zemljama (u 000)</b>						
	DOLASCI TURISTA			NOĆENJA TURISTA		
	2019.	2020.	INDEKS 2020./19.	2019.	2020.	INDEKS 2020./19.
Njemačka	2.881	1.480	51,4	19.944	11.739	58,9
Slovenija	1.426	769	53,9	7.503	4.727	63,0
Austrija	933	643	68,9	5.861	4.354	74,3
Italija	742	481	64,8	4.985	3.212	64,4
Poljska	1.385	355	25,6	5.141	2.097	40,8
Ujedinjena Kraljevina	1.175	228	19,4	5.141	1.231	23,9
Češka	617	212	34,4	3.043	1.167	38,4
Francuska	439	145	33,0	2.817	970	34,4
SAD	629	137	21,8	2.228	528	23,7
Mađarska	859	118	13,7	4.326	596	13,8
Ostali	6.176	961	15,6	22.479	4.676	20,8
<b>UKUPNO STRANI</b>	<b>17.262</b>	<b>5.529</b>	<b>32,0</b>	<b>83.468</b>	<b>35.297</b>	<b>42,3</b>

Izvor: autorica preuzela grafički prikaz iz: Turizam u brojkama, 2020. godina

Tablica broj 2 prikazuje zemlje čiji građani već dugi niz godina ostvaruju najveći broj dolazaka u Hrvatsku. Iz tablice se može zaključiti kako su dolasci stranih turista 2020. godinu u drastičnom padu u odnosu na dolaske iz 2019. godine, upravo zbog raznih restrikcija koje su uvele države. Prva korona godina bila je šok za hrvatski turizam. Nakon rekordnog ljeta 2019. godine, zbog pandemije broj noćenja u 2020. godini smanjen je za gotovo punih 50%. Ovakav trend drastičnog pada zabilježen je posljednji put za vrijeme Domovinskog rada od 1991-1995 godine. Analizirajući podatke iz tablice može se uočiti kako su noćenja turista iz Njemačke i Austrije pala za 41,4% u odnosu na 2019. godinu. Razlog tome pridodajemo što su zemlje zapadne Europe imale najveća ograničenja. Zatim slijede turisti iz Slovenije (4,7 milijuna), Austrije (4,4 milijuna), Italija (3,2 milijuna), Poljske (2,0 milijuna), te ostale zemlje koje su također u padu broja dolazaka i noćenja turista u odnosu na 2019. godinu. Budući da se ovakav scenarij i očekivao zbog prisutnog straha od izolacija i ozbiljnog narušavanja zdravstvenog stanja. Također je bio i smanjen broj zaposlenih jer ugostiteljski objekti nisu radili. Dogodilo se to i da su neke države trajno zatvarale granice i uvodile obaveznu dvotjednu izolaciju odmah pri povratku iz strane zemlje. To znači da su ljudi koju su završili u izolaciji u nekim slučajevima dobivali otkaze na radnim mjestima pa je i tu također postojao strah. Uglavnom zbog iznenađujuće dobre turističke sezone, gospodarstvo se oporavilo brže i snažnije nego što se predviđalo jer korona nije ostavila duboke ožiljke.

Tablica 3. Usporedba noćenja turista po smještajnim objektima u 2019. i 2020. godini

<b>Noćenja turista po vrstama objekata (u 000)</b>					
	NOĆENJA TURISTA		INDEKS 2020./19.	STRUKTURA (u %)	
	2019.	2020.		2019.	2020.
Hoteli	20.770	5.095	24,5	22,8	12,5
Turistička naselja	3.459	1.128	32,6	3,8	2,8
Turistički apartmani	1.134	310	27,3	1,2	0,8
Kampovi i kampirališta	19.174	8.616	44,9	21,0	21,1
Kućanstva	44.531	24.181	54,3	48,8	59,3
Lječilišta	108	56	51,9	0,1	0,1
Odmarališta	104	25	24,0	0,1	0,1
Hosteli	1.099	275	25,0	1,2	0,7
Ostalo	864	1.108	128,2	0,9	2,7
Nekategorizirani objekti	44	23	52,3	0,0	0,1
UKUPNO	91.243	40.794	44,7	100,0	100,0

Izvor: autorica preuzela grafički prikaz iz: Turizam u brojkama, 2020. godina

U tablici broj 3 prikazan je broj noćenja stranih turista po vrstama smještajnog objekta 2020. godine u odnosu na 2019. godinu koja se zbog velike uspješnosti uzima kao bazna godina svih budućih mjerenja. Usporedbom broja noćenja turista u odnosu na prethodnu godinu broj noćenja gotovo da je u pola smanjen u svim kategorijama smještajnih objekata. Vidljivo je kako je broj noćenja najviše opao u skupini Hoteli za čak više od 70%. To se i očekivalo jer su hoteli bili ograničeni s maksimalnim brojem gostiju koje su mogli prihvatiti. Zatim ih slijede apartmani sa (310 milijuna) noćenja, kampovi sa (8,616 milijuna), te hosteli (275 milijuna). Sve velike smještajne jedinice zahtijevale su negativan test ili potvrdu o cijepljenju, a budući da su osobni stavovi oko toga bili podijeljeni turisti su radije odlazili u privatne smještaje. Stoga se može reći kako oni nisu ostvarili značajne nedostatke. Turistički promet u Hrvatskoj nije toliko zaostalo kako se nagađalo za razliku od ostalih konkurenata. Prvenstveno zbog toga što je najbliža auto destinacija zapadnih Europljana koji mogu doći i otići kada požele. Isto tako zbog djelomičnog ukidanja zračnog zanimanja za putovanja na velike udaljenosti znatno je i ostatku stanovništva onemogućen je odlazak na daljnja turistička prepoznatljiva odredišta, tako da su jednim dijelom bili prisiljeni doći u HR na odmor. U razdoblju nakon pandemije možemo se samo pohvaliti kako su turisti prepoznali Hrvatsku kao sigurnu i odgovornu destinaciju što iskazuju i ostvarene brojke. Promatrajući s današnjeg aspekta važno je istaknuti kako je pandemija ukazala na problem prevelike ovisnosti o turizmu i da se treba staviti naglasak na

ostale gospodarske djelatnosti. Prema podacima Ministarstva turizma i sporta „kako bi se stvorili preduvjeti za dugoročnu otpornost turizma, potrebno je provesti sveobuhvatnu reformu sustava upravljanja turizmom. Uspostava sustava učinkovitog planiranja i upravljanja alat je koji će omogućiti razvoj turizma u smjeru održivosti, ali i njegovu dugoročnu otpornost“ (Ministarstvo turizma i sporta 2022.). Nakon dvije godine pandemije može se reći kako turistička industrija bilježi sve veću potražnju.

## 8. SUVREMENI TRENDVI U RAZVOJU TURIZMA

Nekontrolirani napredak razvoja IT industrije iz godine u godinu dovodi do cjelokupnog napretka u poboljšanju poslovanja turističkog sektora. Novi trendovi u svijetu i vizija za budući razvitak turizma upućuje na veliki utjecaj turističkog napredovanja u gospodarstvenom i društvenom smislu. Kada se kaže da je netko moderan turista podrazumijeva se na osobu koja je ekološki obrazovana i brine se očuvanu prirodu ne samo u svojem okruženju već i u području gdje provodi odmor ističe Blažević (207:380). Stručnjaci predviđaju kako će u sljedećih dvadesetak godina doći to velikog porasta turističkih kretanja upravo zbog primjene novih inovacija u pojedinim okolinama. Takve inovacije razvile su brojne aplikacije pomoću kojih se današnji turisti slobodno informiraju o svemu. Utjecaji marketinških trikova igraju veliku ulogu na promociju destinacija koje se nastoje pretvoriti u pravi turistički raj za buduće posjetitelje. Zato je važno da se destinacijski menadžment preusmjeri na poboljšanje turističkih proizvoda u skladu uspostave tehnologije da bi svojim turistima omogućili što kvalitetnije slobodno vrijeme. Kako piše Dobrota (2018.), takav način uvažavanja novih trendova naziva se još i „pametni turizam“ jer je ubrzana dostupnost svih informacijama koje su turistima neophodne za sigurno putovanje i boravak u destinaciji. Da je pandemija znatno utjecala na promjenu želja i potreba turista iskazuju i provedena istraživanja o pojedinim preferencijama turista. „Sve veća mobilnost turističke potražnje utječe i na sve veće podudaranje u sklonostima turističkih potrošača, na stvaranje globalnog stila življenja, sličnih preferencija kod odabira turističkog proizvoda, što sve vodi trendu rastuće standardizacije i homogenizacije turističkog tržišta“, ističe Čavlek (2011:81). Tu se javlja još i utjecaj društvenih mreža, tzv. pojava *travel influencersa*. *Travel influenceri* su osobe koje kreiraju zanimljiv sadržaj prezentirajući odredišta, usluge i proizvode s putovanja postavljajući ga na društvene mreže i tako doprinose u promociji neke destinacije.

Da je turistički sektor snažno zahvaćen groznicom digitalizacije kao primjer navodi se *Valamar Holiday Hotels & Resorts*. Valamar kao jedan od najvećih hotelskih lanaca u Hrvatskoj ostvaruje čak 70% svojih prihoda putem digitalnih kanala (Valamar riviera, 2019). To se ponajviše odnosi na rezervacije smještaja, jednodnevnih izleta i slično. Također važno je naglasiti i da vodi brigu o okolišu i zastupa društveno odgovorno poslovanje i zbog toga nastoji do 2025. postati prva ugljično neutralna kompanija. Prema najnovijim izvorima Ministarstva turizma „suvremena tehnološka rješenja i digitalna transformacija mijenjaju i način upravljanja turističkim destinacijama i poslovnim subjektima u turizmu te postaju sredstvo pomoću kojih će se destinacije pozicionirati kao pametne destinacije“ (Ministarstvo turizma 2021). Budući da je turizam danas pod snažnim utjecajem mnogih faktora, pa kao rezultat toga dolazi do razvoja novih trendova, a neki od njih su sljedeći:

*Digitalni nomadi*– ovaj trend uključuje sve radnike na daljinu koji putuju po svijetu i obavljaju poslove putem komunikacijske tehnologije. Juričić (2021) ističe kako se danas sve više usvajaju paralelni modeli poslovanja, odnosno kombiniraju se rad na daljinu i rad iz ureda i time se povećavaju dodatne prilike za odabir lokacija iz kojih se žele obavljati poslovi. Može se reći kako je digitalne nomade „oblikovala“ pandemija COVID-19, no njihova popularnost nastavlja se i dalje. U Hrvatskoj se takav trend tek počeo razvijati stoga je u Zadru prošle godine otvoreno prvo selo za digitalne nomade s ciljem privlačenja i promoviranja grada Zadra. Cilj ovakvog poduhvata bio je povezati radnu zajednicu na daljinu s raznim lokalnim inicijativama, te projekt kao takav dokazuje da je moguće privući prilično novu vrstu putnika na gotovo svakom mjestu koje nudi osnovnu infrastrukturu, izgradnjom zajednice od nule ističe Bunjevac (2021).

*City-scaperi*- potražnja za ovim oblikom turizma u naglom je porastu, a naročito nakon pandemije korona virusa gdje su ljudi skloni vikend putovanjima iz urbanih sredina u tiha i mirna područja. Trenutačno ne postoji jedinstvena definicija o tome što se točno podrazumijeva pod pojmom city-scapera. U prijevodu na hrvatski to bi značilo bijeg iz grada ili bijeg u promjenu okoline. S turističkog gledišta ovaj oblik turizma vrlo je blizak ruralnom turizmu, ali razlikuje se po tome što city-scaperi ne biraju samo ruralne dijelove sa svoj odmor, već to mogu biti i manji gradići u blizini njihovog boravišta ističe Dobrota (2021). Ovakav trend trenutno se povezuje samo sa rastom domaćih putovanja, jer se ona uglavnom odnose na vikend izletišta.



*Eko turizam*- predstavlja novi oblik turizma koji podiže svijest o održivom turizmu i zaštiti prirode. Dakle obuhvaća sve aktivnosti temeljene na prirodnom okruženju koje povećavaju uvažavanje posjetitelja i razumijevanje prirodnih i kulturnih vrijednosti. Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji (UNWTO, 2002) ekoturizam definira se oblik turizma koji uključuje odgovorno putovanje odredišta koja prije svega na jedinstven način brinu o očuvanju okoliša i tako između ostalog održavaju i dobrobit lokalnog stanovništva. Budući da zanimanje za ekoturizam raste svake godine, važno je istaknuti kako sve više ljudi želi iskusiti prirodu. Osim toga, ekoturizam smatra i najboljim načinom da se nauči više o različitim kulturama, a istovremeno podupire lokalna gospodarstva. Također, napominje i Dobrota (2018) kako eko turist više preferira konzumaciju autohtonih domaćih i ekoloških proizvoda i na taj način se povezuje sa kulturom i tradicijom nekog kraja.

*Beskontaktno gostoprimstvo* odnosi se na virtualno informiranje turista putem digitalnih platformi i zato se smatra da će ovaj trend kroz nekoliko godina nadomjestiti dio poslova u turističkom sektoru. Prije pandemije, beskontaktni *check-in* i *check-out* su bili samo pomodnost i mogućnost a danas su poželjan dio usluge svakog turističkog objekta, ističe Petrinjak (2021.) Inovativna rješenja poput govornih karata, 3D digitalnih mapa, rezervacija smještaja skeniranjem QR kodova i mnoga druga omogućuju lakše i jednostavnije snalaženje turista u prostoru gdje se nalaze. Razvoj ovakvih tehnoloških stavova već je promijenio dosadašnji klasični način putovanja, a uz ovakav razvoj omogućavaju se još interaktivnija i uzbudljivija iskustva.

*Ruralni turizam* - promjene u načinu života, osobito nakon pandemijskog razdoblja dovele su do porasta broja dolazaka i noćenja turista u ruralnim sredinama. Ruralne sredine odnose se prirodne značajke, kao što su šume, brda, planine, polja i slapovi, a ne na gradove, turističke atrakcije i izgrađena područja. Tako će turist koji želi iskusiti drugačiji način života i sudjelovati u seoskim aktivnostima radije izabrati odmor u mirnom seoskom okruženju nego li u nekoj popularnoj destinaciji. Različite procjene sugeriraju da turizam u ruralnim područjima čini 10% do 20% svih turističkih aktivnosti, a istraživanje Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD, 2016) pokazalo je da 23% europskih turista svake godine bira selo ili ruralna područja kao potencijalno odredište. Ruralni turizam usko se povezuje sa konceptom

održivog turizma, budući da se radi o zelenim površinama i ekološko prihvatljivim oblicima turizma. Postoji mnogo različitih vrsta ruralnih područja u Hrvatskoj, a to dijelovi Slavonije i Baranje su koja su popularna turistička odredišta. No, unatoč ne tako velikoj popularnosti i dalje se stavlja naglasak na dodatno poticanje razvoja tog područja. Svjetska turistička organizacija (UNWTO, 2002) ističe kako ruralni turizam ima veliki potencijal za poticanje lokalnog gospodarskog rasta i društvenih promjena zbog svoje komplementarnosti s drugim gospodarskim aktivnostima, doprinosa BDP-u i otvaranju novih radnih mjesta.

## 9. ZAKLJUČAK

Turistička industrija predstavlja jednu od najbrže rastućih djelatnosti današnjice, a postizanje održivog razvoja u tom sektoru od iznimne je važnosti jer upravo turizam u većini zemalja predstavlja jednu od važnijih gospodarsku djelatnost. No, nažalost njegov dinamičan rast iza sebe ostavlja i brojne negativne posljedice. Primjena pravilnih politika doprinosi ispunjenju svih čovjekovih potreba bez da se ugrožavaju prirodni i kulturni resursi namijenjeni budućim generacijama. Prostor u kojem se živi smatra se najvrjednijim resursom i nužno je uspostaviti balans između onoga što je korisno i ono što je manje korisno bez obzira na njegovu popularnost. Posljednjih godina mnoge destinacije suočavaju se s takozvanim problemom „turizmofobije“ koja dovodi do prenapučenost nekog mjesta i stoga se kaže da su destinacije postale žrtve svog vlastitog uspjeha. Prije svega, da bi učinkovito upravljali prostornim okruženjem, od iznimne važnosti se pozivati na primjenu održivosti. Da bi se planirani ciljevi postigli važno je uključiti niz vanjskih dionika kao što su, turistički djelatnici, stanovništvo, te lokalne i regionalne zajednice. Kada je riječ o Hrvatskoj napredak je vidljiv, ali još uvijek nedovoljno primjenjiv u praksi u odnosu na ostale zemlje. S današnjeg aspekta, velika većina gospodarskih subjekata okrenula se prema zelenoj i digitalnoj tranziciji koristeći obnovljive izvore energije kao „eco-friendly“ stilu poslovanja. Glavni cilj hrvatskog turizma do 2030. godine je ostvariti se kao dugoročna održiva destinacija koja će turiste privlačiti očuvanom prirodnom i kulturnom baštinom, a ne devastiranim okolišem. Potrebe turista trebaju biti prioritet i iz toga razloga kreiranje turističke ponude mora ići u smjeru njegovih želja i potreba. Iako je Hrvatska prema rezultatima TTCI indeksa u sektoru putovanja i turizma visoko rangirana na ljestvici u odnosu na konkurentske zemlje, očekuje se da će ta pozicija još narasti. Osobito nakon što je za vrijeme pandemije proglašena sigurnom zemljom i ostvarila daleko bolje rezultate dolazaka i noćenja turista u odnosu na svoje konkurente. Oslanjati se samo na uspješnost turističkih sezona itekako se loše pokazalo za vrijeme pandemije koja se negativno odrazila na domaće gospodarstvo. Restriktivnim mjerama kao što su zatvaranje ugostiteljskih objekata, zatvaranje granica, ograničavanje kretanja doveli su do velikih financijskih gubitaka i stoga je važno podupirati razvoj i ostalih djelatnosti. Po uzoru na druge zemlje može proširiti sezonu na svih 365 dana u godini razvijajući zimski turizam koji nije toliko zastupljen i tako znatno smanjiti problem sezonalnosti.

Iako je Hrvatska prepoznata kao zemlja sunca i mora razvojne politike trebale bi više značaja pridonositi Kontinentalnom dijelu hrvatske kao neiskorištenom „dragulju“ Lijepe naše.

Gledajući širu sliku pojedini dijelovi, primjerice Slavonija, nude više zanimljivih neistraženih mjesta koja mogu ponuditi više kvalitetnog sadržaja nego Jadranski dio. Ruralni dijelovi obiluju bogatom kulturnom baštinom i tako promoviraju očuvanje tradicije kroz običaje zavičaja. Najpopularniji oblik ove vrste turizma je seoski turizam i kao takav stvara interes mnogih posjetitelja. Pojedinci su u postpandemijskom razdoblju više željni provesti slobodno vrijeme u mirnom okruženju, sudjelujući u seoskim aktivnostima kušajući domaće proizvode i lokalnu hranu. Problemi ovih područja su prekomjerna depopulacija i izumiranje sela. Tako se kroz jedan od razvojnih projekata kao što je Slavonija, Srijem i Baranja nastoji uz fondove Europske unije utjecati na razvoj tih sredina. Istraživanja pokazuju kako će turisti u budućnosti oblikovati različite nove trendove. Potrebno je razvijati nove proizvode u skladu s razvojem tehnologije oko nas kako bi destinacije postale pametne i održive.

## 10. LITERATURA

Knjige:

1. Andabaka, A. (2016.), Gospodarstvo Hrvatske, Zagreb: Ekonomski fakultet
2. Bartoluci, M. (2013). Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Zagreb: Školska knjiga
3. Blažević, B. (2007), Turizam u gospodarskom sustavu, Rijeka: Sveučilište u Rijeci
4. Čavlek, N., Bartoluci M., Prebežac D., Kesar O. (2011), Turizam- ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb: Školska knjiga
5. Marušić, M., Prebežac, D., Mikulić, J. (2019), Istraživanje turističkih tržišta, Zagreb: Sveučilište u Zagrebu,
6. Magaš. D., Vodeb. K., Zadel. Z. (2018), Menadžment turističke organizacije i destinacije, Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
7. Pirjevec, B., Kesar O. (2002), Počela turizma. Zagreb: Mikrorad i Ekonomski fakultet – Zagreb

Internet:

1. Bunjevac, H. (2022), Uplift.hr, dostupno na: <https://uplift.hr/informacija/strategija-razvoja-odrzivog-turizma-do-2030-godine-hrvatski-turizam-mora-odgovoriti-na-deset-kljucnih-izazova-jos-u-ovom-desetljecu>, [pristupljeno 20.8.2022.]
2. Carić, H. (2006.), Održivi turizam u deset koraka, Zagreb, Institut za turizam, dostupno na: <https://www.odraz.hr/wp-content/uploads/2020/09/odrzivi-turizam-u-deset-koraka-small-file-size.pdf> [pristupljeno 10.7.2022.]
3. Ćorluka, G. (2019), Organizacija turizma, dostupno na [https://www.oss.unist.hr/sites/default/files/file\\_attach/Organizacija%20turizma%20-%20Goran%20%C4%86orluka.pdf](https://www.oss.unist.hr/sites/default/files/file_attach/Organizacija%20turizma%20-%20Goran%20%C4%86orluka.pdf) [pristupljeno 15.8.2022.]
4. Čavlek, N. (2011), Turizam - Ekonomske osnove i organizacijski sustav, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/97054> [pristupljeno 10.8. 2022.]
5. Državni zavod za statistiku, dostupno na: <https://dzs.gov.hr/> [pristupljeno 15.8.2022.]
6. Družić, I. (2010), Dugoročni trendovi i ograničenja hrvatskog turističkog tržišta, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/52258> [pristupljeno 15.8.2022.]
7. Dobrota, M. (2018), Cimerfraj.hr – Trendovi u turizmu, dostupno na: <https://www.cimerfraj.hr/trendovi-u-turizmu> [pristupljeno 24.8.2022.]
8. Eurostat, dostupno na: <https://ec.europa.eu/eurostat> [pristupljeno 15.8.2022.]

9. Europska komisija, dostupno na: [https://ec.europa.eu/info/index\\_hr](https://ec.europa.eu/info/index_hr) [pristupljeno 18.9.2022]
10. Hrvatski opservatorij razvoja održivog turizma CROSTO (2016), dostupno na <http://www.crosto.hr/> [pristupljeno 18.9.2022.]
11. Hrvatska gospodarska komora, dostupno na: <https://hgk.hr/documents/hrvatsko-gospodarstvo-2020-web6107a81e2f243.pdf> [pristupljeno 17. 6. 2022.]
12. Hrvatska turistička zajednica- Turizam u brojkama, dostupno na [https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR\\_%202020\\_0.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR_%202020_0.pdf) [pristupljeno 22.8. 2022.]
13. Institut za turizam , dostupno na <http://www.iztg.hr/hr/podrucja-istrazivanja/odrzivi-razvoj-turizma/> [pristupljeno 16.6. 2022.]
14. Juričić, A. (2021), Digitalni nomadi su “in”. Do 2035. godine u svijetu će čak milijardu ljudi moći raditi s bilo koje lokacije, dostupno na: <https://www.novolist.hr/novosti/digitalni-nomadi-su-in-do-2035-godine-u-svijetu-ce-cak-milijardu-ljudi-moci-raditi-s-bilo-koje-lokacije/> [pristupljeno 22.8.2022.]
15. Kranjčević, J. (2020),Turizam i zdravstvena sigurnost, dostupno na: [http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Kranj%C4%8Devi%C4%87-J\\_2020.pdf](http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Kranj%C4%8Devi%C4%87-J_2020.pdf) [pristupljeno 22. kolovoza 2022.]
16. Melkić S., Roknić ., Marković I. ( 2019), Održivi turizam, samozavaravanja, ideja ili realnost, dostupno na <https://hrcak.srce.hr/file/345924> [pristupljeno 4.8.2022.]
17. Ministarstvo turizma i sporta, dostupno na <https://mint.gov.hr/> [pristupljeno 25.7.2022.]
18. Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova EU, dostupno na: <https://razvoj.gov.hr/> [pristupljeno 20.7.2022.]
19. Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj, dostupno na: <https://www.oecd.org/> [pristupljeno 15.9.2022]
20. Pavić-Rogošić, L. (2010), Održivi razvoj u Republici Hrvatskoj, dostupno na: [http://www.odraz.hr/media/21831/odrzivi\\_razvoj.pdf](http://www.odraz.hr/media/21831/odrzivi_razvoj.pdf) [pristupljeno 2.7. 2022.]
21. Petrić, L. (2010). Ekološka svijest u hrvatskoj smještajnoj industriji , dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/61460> [pristupljeno 6.7.2022.]
22. Perković, V. (2018), Hrvatski turizam i procjene njegovih gospodarskih učinaka, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/43715> [pristupljeno 23.8.2022.]
23. Rudan, E. (2012), Uloga lokalnog stanovništva u razvoju turizma destinacije, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/86070> [pristupljeno 15.9. 2022.]

24. Plitvička jezera, dostupno na: <https://np-plitvicka-jezera.hr/wp-content/uploads/2019/01/Nacrt-Plan-upravljanja-NPPJ-2019-2028.pdf> [ pristupljeno 22.6.2022.]
25. Petrinjak, D. (2021), Prijedlog modela mjerenja konkurentnosti turizma i hotelijerstva Hrvatske, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/221364> [pristupljeno 14.9.2022.]
26. Ekonomski institut Zagreb, (2019), dostupno na <https://www.eizg.hr/> [pristupljeno 20.8.2022.]
27. Smolčić - Jurdana, D. (2003), Održivi razvoj turizma – problemi i perspektive, dostupno na: <https://scholar.google.hr/citations?user=j8we7RQAAAAJ&hl=hr> [ pristupljeno 5. 7. 2022.]
28. Svjetska turistička organizacija, dostupno na: <https://www.unwto.org/> [pristupljeno 10.8.2022.]
29. Svjetsko vijeće za putovanja i turizam, dostupno na: <https://wtcc.org/> [pristupljeno 6.7.2022. ]
30. Svjetski ekonomski forum, (2019), The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, dostupno na [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf) [pristupljeno 23.8.2022.]
31. Skoko, D. (2022), Nedostatak radnika u turizmu, dostupno na: <https://www.moj-posao.net/Press-centar/Details/66309/I-ove-godine-nedostatak-radnika-u-turizmu/2/> [pristupljeno 10.8.2022]
32. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160120\\_1-sast\\_medjmint\\_vijece.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160120_1-sast_medjmint_vijece.pdf) [pristupljeno 10.7.2022]
33. Strategija razvoja održivog turizma Republike Hrvatske do 2030. godine, dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022\\_dokumenti/003\\_220721\\_Strategija\\_ROT\\_nacrt.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/003_220721_Strategija_ROT_nacrt.pdf) [pristupljeno 19.8.2022.]
34. Valamar riviera, dostupno na: <https://valamar-riviera.com/hr/naslovnica/> [pristupljeno 24.8.2022.]
35. Šonje, V. ( 2017), Ekonomski lab - Hrvatski turistički boom; dolazi li virus nizozemske bolesti, dostupno na: <https://www.liberal.hr/turizam-za-hrvatsku--blagoslov-ili-prokletstvo--902> [pristupljeno 15.8.2022.]

## POPIS TABLICA, SLIKA I GRAFIKONA

### Popis slika

Slika 1. Instrumenti za implementaciju održivog razvoja turizma.....	14
Slika 2. Razvojni ciljevi Republike Hrvatske do 2030. godine.....	20

### Popis grafikona

Grafikon 1. Položaj Hrvatske na konkurentskom turističkom tržištu.....	22
Grafikon 2. Devizni prihodi od turizma u razdoblju 2010. – 2019.....	16
Grafikon 3. Udio ostvarenih prihoda i BDP-a u milijunima eura 2020. i 2021. godine.....	18
Grafikon 4. Kretanje broja posjetitelja u NP Plitvička jezera 2010- 2020. godine.....	26
Grafikon 5. Broj posjetitelja po satima u srpnju i kolovozu 2017.....	26

### Popis tablica

Tablica 1. Mjerenje održivosti u turizmu prema ETIS pokazateljima.....	12
Tablica 2. Položaj Hrvatske u odnosu na konkurentske zemlje prema TTCI za 2019. godinu...23	
Tablica 3. Usporedba dolazaka i noćenja turista u 2019. i 2020. godini.....	28
Tablica 4. Usporedba noćenja turista po smještajnim objektima u 2019. i 2020. godini.....	30