

Transformacije lokalnih zajednica u turizmu

Šugić, Frane

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:248227>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-31**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

Frane Šugić

Transformacija lokalnih zajednica u turizmu

Diplomski rad

Pula, 2021.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

Frane Šugić

Transformacija lokalnih zajednica u turizmu

Diplomski rad

JMBAG: 0303061190, redoviti student

Studijski smjer: Turizam i razvoj

Predmet: Turizam i transformacije

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Trgovina i turizam

Mentor: prof. dr. sc. Jasmina Gržinić

Pula, prosinac 2021.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani Frane Šugić, kandidat za magistra ekonomije/poslovne ekonomije ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

Frane Šugić

U Puli, 23. 12. 2021. godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Frane Šugić dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile

u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom Transformacija lokalnih zajednica u turizmu koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, 23. 12. 2021. (datum)

Potpis

Frane Šugić

Sadržaj

Uvod.....	6
1. Turizam i transformacije.....	9
1.1. Transformacijsko putovanje	9
1.2. Obilježja transformacije.....	12
1.3. Turizam i održivost.....	17
2. Lokalna zajednica i turizam	20
2.1. Definiranje lokalne zajednice	20
2.2. Uzajamnost utjecaja lokalnih zajednica i turizma	22
2.3. Turizam temeljen na zajednici (<i>CBT- community based tourism</i>).....	23
2.4. Koncept turizma temeljen na lokalnoj zajednici – zemlje u razvoju	30
3. Učinci turizma na lokalnu zajednicu	34
3.1. Ekonomski aspekti promatranja	34
3.2. Društveno - kulturni utjecaji.....	37
3.3. Refleksije na okoliš.....	42
4. Transformacija lokalnih zajednica u turizmu.....	50
4.1. Turizam Venecije – zaštita lokalnog stanovništva	51
4.2. Amsterdam – repozicioniranje destinacije	55
4.3. Berlin i lokalna autentičnost.....	58
4.4. Analiza odabranih destinacija i preporuke za budućnost	62
Zaključak.....	68
Literatura.....	69
Sažetak	76
Summary.....	77

Uvod

Transformacije su sastavni dio života svakog pojedinca. One mogu doći prirodno, odnosno bez prisile s određenom dozom simpatije. Osim toga, svaka osoba može inicirati proces transformacije dobrovoljno jer ondje vidi svoju mogućnost za osobnim rastom. S druge strane, određeni pojedinci ne prihvaćaju transformaciju i strogo je negiraju. Danas, u modernom dobu kada je cijeli svijet povezan transformacije se događaju češće jer dolazi do razmjene kultura i običaja. Jedan od većih pokretača transformacija, namjernih ili nenamjernih je turizam, odnosno putovanja i komunikacije. Transformacija se može dogoditi interakcijom između gosta i domaćina u destinaciji. Međutim transformacija nije isto kao i promjena. Promjena se može dogoditi spontano, dok transformacija mora biti prihvaćena od strane pojedinca.

Mnoge destinacije nastoje zaštititi svoju specifičnost, odnosno originalnu kulturu i običaje. Stvaranjem kvalitetnog plana održivosti se čini kao jedan od najvažnijih odluka koju svaka destinacija može donijeti. Takav plan je usmjeren prema dobrobiti lokalnog stanovništva i njihovom načinom života, kulturi, običajima, ponašanjima i ostalih osobina koji ih čini specifičnima ali i okolišu koji trpi veliku štetu od neumjerenog turizma i masovnosti. Moderan turist koji je obrazovan i zna što želi ima veliko poštovanje prema kulturi i običajima ljudi i destinacije u koje putuje. Tako da će destinacije koje budu cijenile svoje običaje, kulturu, okoliš i lokalnu zajednicu predstavljati budućnost turizma kao određeni štit od globalizma i stvaranja određene globalne kulture.

Pandemija korona virusa je imala veliki utjecaj na promjene u svijetu. Takve promjene nisu zaobišle ni turističku industriju čiji je promet drastično pao. Mnogi hoteli i ostala turistička i povezana poduzeća su bila primorana zatvoriti svoja vrata. Prestanak putovanja turista je imalo teške posljedice za mnoga turistički orijentirana mjesta koja su većinu svojih prihoda crpila od turizma. Mnoga lokalna poduzeća su se zatvorila i mnogi radnici su izgubili svoj izvor sredstava za život.

Međutim, mnoge destinacije koje su bile turistički neodržive su u ovoj krizi sagledale svoju priliku za oporavak i određeni restart.

Cilj ovog rada je prikazati kakve sve učinke turizam može imati na određenu destinaciju, ali i gosta i domaćina. Učinci turizma nisu samo pozitivni i potrebno ih je sagledati kao cjelinu kako bi se donijeli zaključci da li je on potreban i u kojoj mjeri se određena destinacija može nositi s njima. Turizam nosi brojne dobrobiti i prilike svakoj destinaciji, ali i izazove.

Svrha rada je prikazati pozitivne i negativne aspekte turizma na primjeru lokalnih zajednica, te važnost njihovih transformacija i određenog restarta te planiranja budućnosti u doba krize i nakon.

Glavna hipoteza istraživanja odnosi se na utvrđivanje veza između transformacije lokalne zajednice kroz turizam i unaprjeđenje svjesnosti o kulturi i običajima.

Pomoćne hipoteze su:

- Covid 19 kriza donosi nove trendove na turističkom tržištu i promjene u ponašanju lokalnih dionika.
- Brojne destinacije odabiru razvoj turizma zasnovan na premisama održivog razvoja.

Metodologija istraživanja temeljena je na prikazivanju i dokazivanju transformacija lokalnih zajednica u turizmu konkretnim primjerima. U izradi diplomskog rada korištene su znanstvene metode: metoda analize i sinteze, metoda dedukcije i indukcije, metoda komparacije, metoda deskripcije i metoda klasifikacije, metoda dokazivanja i opovrgavanja i druge.

Mnogi domaći i strani autori su pridonijeli problemu istraživanja:

Doprinos definiranju transformacije i važnosti održivosti su pridonijeli autori: Kružić (2004), Cernat i Gourdon (2007), Poutiatine (2009), Goodwin (2011), Reisinger (2013), Melo, Richards i Smith (2021).

Murphy (1985), Tosun (1999, 2000), Suansri (2003), Beeton (2006), Petrić i Pivčević (2006), Clark (2007), Messer (2010), Sharma i Thapar (2016), Giampiccoli (2018) su

pridonjeli definiranju turizma koji je baziran na uključivanju lokalne zajednice te njegovu važnost za destinaciju i lokalnu zajednicu.

U istraživanju ekonomskih, društveno kulturnih i okolišnih učinaka turizma na lokalnu zajednicu su doprinijeli autori: Sunlu (2003), Jovičić (2011) te Dujmović, Bevanda i Gržinić (2014).

Autori koji su doprinjeli istraživanju transformacija lokalnih zajednica gradova Venecije, Amsterdama i Berlina te novih trendova putovanja su: Horner i Swarbrooke (2007), Ooi i Stöber (2008), Becker (2013), Dias Pereira, i Batista de Paula (2016), Eberle (2019.-2020.).

Može se zaključiti da se manji broj znanstvenika bavio problematikom transformacija u turizmu, te da su istraživanja ovog tipa novijeg datuma. Znanstvenici s područja Azije su značajno doprinijeli u pogledu spoznaja o turizmu i transformacijama što se i preslikalo na razvoj tržišta.

1. Turizam i transformacije

Turizam predstavlja jedan od važnih aspekata razvoja, promjene i transformacije ljudi koji su involvirani s njime. Turisti postaju sve više zahtjevniji i žele autentično iskustvo pri svojem putovanju. Njihovi zahtjevi nisu više ograničeni na destinacije koje nude proizvode i usluge koje su povezane sa suncem i morem.

Moderni turisti u svome turističkom putovanju vide priliku za osobnim rastom, proširivanjem vidika i transformacijom. Međutim, ne transformiraju se samo turisti, nego se transformiraju domaćini, destinacija i njezina kultura.

Mnoge destinacije koje su uvidjele problem nestanka vlastite kulture i načina života su se okrenule razvojem održivog turizma koji je fokusiran na očuvanje autentičnosti.

1.1. Transformacijsko putovanje

Putovanje je dugo povezano s idejom transformacije, kako u smislu sebe tako i društva. Neke od osnovnih čovjekovih potreba se manifestiraju kroz turizam i putovanja i one imaju mogućnost da ga promjene. Te potrebe su: Potreba za avanturom i istraživanjem, potreba za odmorom, potreba za učenjem i proširivanjem vidika novim spoznajama. Turizam posjeduje ogroman transformacijski potencijal, ne samo putnika, već i domaćina i destinacije.

„Osobna transformacija je dinamičan, jedinstveno individualiziran proces širenja svijesti u kojem pojedinci postaju kritički svjesni starih i novih pogleda na sebe i odlučuju integrirati te poglede u novu samodefiniciju. Cilj procesa transformacije oslobađanje od fiksnih sustava vjerovanja na prošireni pogled na stvarnost. Duboke promjene u nečijoj percepciji stvarnosti opisuju se kao istrošena stanja svijesti.”¹ Osim toga osobna transformacija se može definirati kao i dinamična društveno kulturna. Može se reći da svako putovanje može promijeniti i transformirati čovjeka na različite načine. Transformacija se događa na mjestima gdje se čovjek susreće s

¹ Melo C., Richards G. and Smith M.K. (2021.), “*Transformational Tourism Experiences: The communication of service providers*”, In Dinis, M.G., Bonixe, L., Lamy, S. & Breda, Z. (eds) *Impact of New Media in Tourism*, Hershey, PA: IGI Global, str. 3.

nečim nepoznatim ili novim. Nepoznato ili novo se može odnositi na nova ili nepoznata mjesta i destinacije, ljudima i njihovom kulturom i običajima, gastronomijom, osjećajima i svemu ostalome što svakome pojedincu predstavlja određenu novinu. Takve nepoznanice čovjeku mogu prouzročiti pozitivne ali i negativne emocije. Čovjek može biti uzbuđen i inspiriran mnogim novim iskustvima, ali i one mogu prouzročiti tjeskobu, strah i šok. Transformacija se događa na mjestima gdje čovjek dolazi do novih spoznaja i gdje mu se mijenja percepcija stvarnosti. Određeni ljudi su u potrazi za iskustvima koja im mogu promijeniti život pa se odlučuju na putovanje. Tijekom svog putovanja oni ostvaruju interakciju s domaćim stanovništvom gdje dolazi do određene kulturološke razmjene i drugih spoznaja. Takva razmjena ne mijenja samo gosta, već i domaćina. Kroz svoja putovanja turisti imaju moć promijeniti i destinaciju u koju putuju i njezine stanovnike.

Transformativno putovanje predstavlja namjerno putovanje radi određene vrste rasta, učenja i izrastanja u nove načine postojanja i uključivanja u svijet te proširivanje vlastitih percepcija i pogleda na svijet i stvarnost. Takvo putovanje mijenja, odnosno transformira pojedinca i njegova uvjerenja te ih nadograđuje na različite načine. Transformativno putovanje može radikalno transformirati svakog pojedinca. Takav pojedinac može potaknuti druge na njihove transformacije. Pojedinac koji se odluči na takvo putovanje je svjestan transformativnih mogućnosti koje mu nudi. Pojedinac putuje zbog vlastitog razvoja, otkrića i upoznavanja nepoznatog s ciljem pozitivne transformacije i poboljšanja života.

„Transformativnim putovanjem imamo priliku biti otvorenog uma, pogledati iznutra i postati katalizator svijesti i povezanosti sa sobom i drugima. Transformativno putovanje zahtijeva od pojedinca da prihvati samorefleksiju, uzimajući rast koji je doživio tijekom svojih putovanja naprijed u svoj svakodnevni život. Međutim, kako bi stvorili stvaran utjecaj, putnici moraju djelovati izvan vlastitog poboljšanja i usredotočiti se na prenošenje te svijesti i iskustva na druge oko sebe. Zatvaranjem ove praznine i poticanjem trgovine znanjem i mudrošću, transformativna putovanja nastoje se proširiti izvan sebe i usredotočiti se na globalni način razmišljanja. Transformativno putovanje vrlo je otvoren koncept s mnogo ruta koje vode do novih

oblika prosvjetljenja. Iako je proces ove vrste putovanja formuliran, ishod putovanja je različit za sve sudionike.“²

Turizam može biti moćno sredstvo za promjenu mišljenja i ponašanja ljudi tijekom putovanja i po povratku kući. Transformativno putovanje može utjecati i na transformaciju destinacije. Transformativni putnici imaju veću svijest i želju za poboljšanjem, ne samo sebe nego i svoje okoline te nastoje utjecati na provedbu održivosti u destinaciji i po tome na neki način postaju advokati održivosti. Zagovornicima održivog putovanja imaju veliki utjecaj na pružanje koristi lokalnim zajednicama. Kako bi u potpunosti ostvarila ideale poput održivosti, destinacije i cjelokupna turistička industrija mora raditi na nadahnutim trajnim promjenama ponašanja koje osiguravaju zdravlje i dobrobit pojedinca i njihovo ekonomsko, sociokulturno i ekološko okruženje. Ove promjene djelovanja pomoći će u postizanju individualnog i globalnog zdravlja i zadovoljstva.

„Prvi korak u transformacijskom putovanju je zakoračenje u nepoznato, odgovaranje na poziv na akciju da biste doživjeli nešto novo ili jedinstveno. Ovo je faza u kojoj putnik dolazi u iskustvo otvorenog uma spreman primiti sve lekcije na koje bi usput mogao naići.

Drugi korak transformativnog putovanja je prevladavanje prepreka, dopuštanje da izađete iz svojih uobičajenih rutina i udobnosti te proširenje perspektive. Isprobavajući nešto novo, bilo mentalno ili fizičko, putnici ne samo da mogu iz prve ruke naučiti nove vještine, već se mogu susresti i s novim spoznajama o sebi, svojoj karijeri, odnosima itd.

Treći i posljednji korak smatra se povratkom u kojem putnik završava njihovom putovanju, odražava svoja iskustva i prihvaća pozitivnu promjenu.“³

² Rastući trend transformativnog putovanja: <https://midtownmiamimagazine.com/a-rising-trend-transformative-travel/> , pristupljeno 20. 10. 2021.

³ Ibidem, pristupljeno 20. 10. 2021.

1.2. Obilježja transformacije

Postoji devet obilježja za jasno razumijevanje transformacije i transformativnog procesa. U nastavku će biti prikazani makro koncepti transformacije koji se mogu odnositi pojedince, organizacije i cjelokupna društva:

1. Transformacija nije sinonim promjene

Transformacijske promjene nisu stalne već započinju i ciklusno se zaustavljaju na pomalo predvidljivom načinu. Procesi bez transformacije i kontinuirane promjene znatno su češći u našim životima i razumijevanju nego transformacijske promjene. Najčešća percepcija promjene se odnosi na postupne razlike u organizacijskom ili osobno životu koje su rezultat analize i racionalnog planiranja. Ovakva vrsta promjene ne predstavlja našu prošlost već je produženje iste koja se događa stalno i kontinuirano. Drugi aspekt promjena je ta da je promjena ograničenog opsega i da je reverzibilna. U ovoj vrsti promjene osjećamo da imamo kontrolu.⁴

Transformacija nije sinonim za promjenu već ona proizvodi promjenu. Ona predstavlja poboljšanje rasta i razvojnu promjenu. Također, transformacijska promjena ne dolazi sama od sebe, već je pojedinac bira da se aktivno uključi u promjenu.⁵

2. Za transformaciju je potreban pristanak na promjenu

Kako bi transformacija započela kod svakoga pojedinca potreban je njihov pristanak, odnosno njihovo prihvaćanje osobne transformacije. Pojedinac ne može biti prisiljen na osobnu transformaciju. Osim toga kada pojedinac prihvati transformaciju ona počinje unutar njega samoga koja se manifestira kroz emocije, razumijevanja pa čak i ne svijesno. „Proces kontinuiranih promjena može biti prisiljen vanjskim silama; da vođa može prisiliti pojedinca primjenom različitih naredbi i upravljanja dinamikom i da ga može promijeniti ako to želi. Međutim, vođa, koliko god se trudio, ne može nikoga i ništa prisiliti da se transformira. Ovaj drugi princip transformacije, dakle, razlikuje promjenu i transformaciju: možemo biti promijenjeni ili podvrgnuti silama promjene,

⁴ Poutiatine M. I. (2009.) „*What is Transformation?: Nine Principles Toward an Understanding Transformational Process for Transformational Leadership*“. Sage Journals [Online] 7 (3), str. 193.

⁵ Reisinger Y. (2013.). „*Transformational Tourism, Tourist Perspectives*“, Gulf University for Science and Technology, Kuwait. str. 21.

od strane pojedinaca ili okolnosti protiv naše volje, ali ne možemo se transformirati ako ne pristanemo na proces“.⁶ Transformacijska promjena započinje određenom dilemom i nesigurnošću koja se javlja unutar pojedinca. „Time želi reći da se pojedinac susreće s nečim što se ne uklapa u njegovu dominantnu priču o tome kako svijet izgleda ili kako funkcionira. Dezorijentirajuća dilema mogla bi biti potaknuta novim informacijama; to bi moglo biti novo ponašanje; to bi mogao biti novi način razmišljanja ili osjećaja. Bez obzira na dilemu, stvara iskustvo dezorijentiranosti jer se ne uklapa u trenutni svjetonazor sudionika. Nakon što je dezorijentiran, pojedinac bira: ili će zanemariti, obezvrijediti ili odbaciti nove informacije ili iskustvo kao nevažne, ili se konstruktivno angažirati s novim konceptom ili fenomenom. Odabir rada kroz implikacije novih informacija ili iskustava kroz transformacijski proces „preoblikovanja reinficiranih struktura“ koji pojedinac koristi za konstruiranje značenja „pristanka“ aspekta transformacijskog procesa ; suočeni s izborom raditi na integraciji novog ili ga odbaciti, angažman znači „da“.“⁷ Odnosno prihvaćanje transformacije.

Učenje je jedan od ključnih procesa za transformaciju pojedinca. Pojedinac će uvijek imati izbor što će naučiti, od koga i na koji način. Kao što je ranije navedeno, pojedinac ima moć odluke hoće li će dopustiti osobnu transformaciju ili će joj se protiviti.

3. Transformacija uvijek zahtijeva promjenu drugog reda

Postoji razlika između promjene prvog reda i promjene drugog reda. Promjena prvog reda se odnosi na male promjene koje ne mijenjaju srž pojedinca, one su kontinuirane i utječu na pojedinca iz vanjskih izvora. Dok se promjene drugog reda odnose na samu transformaciju koja mijenja pojedinčeve percepcije i pogled na svijet i stvarnost. Poutiatine (2009.) navodi definicije promjena prvog i drugog reda:

- Promjena prvog reda podrazumijeva logično proširenje dosadašnje i sadašnje prakse. Radnje povezane s promjenom prvog reda predstavljaju postupna poboljšanja. Promjene prvog reda mogu se provesti s trenutnim znanjem i vještinama.

⁶ Poutiatine M. I. (2009.) „*What is Transformation?: Nine Principles Toward an Understanding Transformational Process for Transformational Leadership*“. Sage Journals [Online] 7 (3), str. 194.

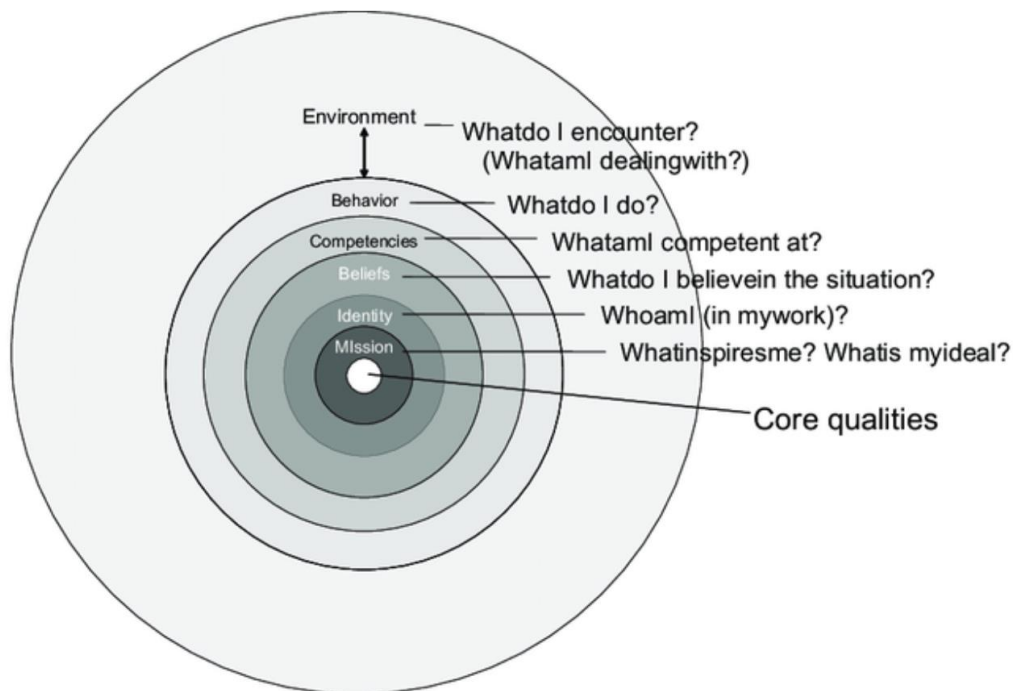
⁷ Ibidem, str. 195.

- Promjena drugog reda podrazumijeva temeljni ili značajan raskid s prošlom i sadašnjom praksom. Ova vrsta promjene predstavlja dramatičnu razliku u dosadašnjoj praksi. Promjene drugog reda zahtijevaju nova znanja i vještine za uspješnu provedbu.⁸

Može se zaključiti da transformacija donosi promjenu u čovjekovom životu i ona zahtjeva prilagodbu pojedinca promjenama.

4. Transformacija uvijek uključuje sve aspekte čovjekovog života

Transformacija pojedinca se događa na svim razinama njegovog života.⁹ Ona se može odnositi na prehranu, način odijevanja, stavove, ponašanje, navike i mnoge druge. Korthagenov model luka predstavlja ljudski identitet i proces promjene prikazani su slikom 1.



Slika 1. Prikaz Korthagenovog modela luka

Izvor: https://www.researchgate.net/figure/The-model-of-levels-in-reflection-the-onion-model-Korthagen-2004_fig3_305788777.

⁸ Poutiatine M. I. (2009.) „What is Transformation?: Nine Principles Toward an Understanding Transformational Process for Transformational Leadership“. Sage Journals [Online] 7 (3), str. 196

⁹ Reisinger Y. (2013.). „Transformational Tourism, Tourist Perspectives“, Gulf University for Science and Technology, Kuwait. str. 22.

Prikazani Korthagenov model predstavlja (od vrha prema jezgri luka) okruženje, odnosno sve što utječe na promjene unutar pojedinca, a to su ponašanje (što radi?), kompetencije (što može napraviti?), vjerovanja (u što vjeruje?), identitet (tko je?) i misiju (njegov ideal i njegovu misiju). Dok jezgra predstavlja temeljne vrijednosti pojedinca i one ostaju nepromijenjene kroz vrijeme.

„Do transformacije ne može doći ako na svim razinama koje su izražene u Korthagenovom modelu luka ne dođe do promjene. U ovoj koncepciji transformacije možda pojedinac može promijeniti svoje vlastito ponašanje bez promjene uvjerenja, ali se ne može promijeniti bez njegovog ponašanja i svih ostalih navedenih razina u modelu.“¹⁰

Svaka razina ima utjecaj na sve razine, i ako dođe do promjene jedne sve ostale također doživljavaju promjenu.

5. Transformacijska promjena je nepovratna

Jedan od obilježja transformacije je ta da je ona nepovratna. Što ne znači da se pojedinac ne može vratiti starom aspektu života prije nego što se dogodila transformacijska promjena već pojedinac ne može izbrisati iz pamćenja proces transformacije i sve što je naučio u istome. Onog trena kad je pojedinac nešto vidio ili doživio, to teško to briše iz pamćenja jer mu je to već utjecalo na promjenu osobne percepcije svijeta.¹¹

6. Transformacijska promjena uključuje oslobađanje od mita o kontroli

Transformacija uključuje to da pojedinac mora izaći iz svoje komfor zone i prepustiti se nepoznatom ako želi doživjeti promjenu. „Transformacijski proces uključuje ovaj aspekt koji je u suprotnosti s običnom promjenom. Kad se pojedinac prepusti vlastitu kontrolu procesu, mora biti spreman na neizvjesnost.“¹²

¹⁰ Poutiatine M. I. (2009.) „*What is Transformation?: Nine Principles Toward an Understanding Transformational Process for Transformational Leadership*“. Sage Journals [Online] 7 (3), str. 198.

¹¹ Reisinger Y. (2013.). „*Transformational Tourism, Tourist Perspectives*“, Gulf University for Science and Technology, Kuwait. str. 22.

¹² Poutiatine M. I. (2009.) „*What is Transformation?: Nine Principles Toward an Understanding Transformational Process for Transformational Leadership*“. Sage Journals [Online] 7 (3), op. cit. ibidem, str. 199.

„Transformacijska promjena uključuje prepuštanje“.¹³

Kontrola je mit i ona pojedincu predstavlja nekakvu sigurnost i rutinu na koju je navikao koja se odnosi na sve aspekte života.

7. Transformacijska promjena uvijek uključuje neki aspekt gubitka i prepuštanja

Prilikom transformacije, kod pojedinaca dolazi do promjene percepcije svijeta koju zamjenjuje i odbacuje te ju mijenja novom. „Da bi proces transformacije bio uspješan, proces kritičkog promišljanja za transformaciju zahtijeva pomoć okruženja, poput učitelja, kolega, prijatelja, obitelji, rodbine pa čak i stručnjaka za mentalno zdravlje. To je zato što je potrebno kritičko promišljanje često proces tugovanja za svjetonazorom koji više nije primjeren“.¹⁴ S transformacijom dolazi do povrede ega pojedinca, tj. onog što ga čini: vjerovanjima, stavovima, mišljenjima i percepciji.

8. Transformacijska promjena uvijek uključuje proširenje opseg svjetonazora

Transformacijom dolazi do promjena koje proširuju pojedinčev pogled na svijet. Samim time dolazi do nadogradnje njegovim već poznatim spoznajama i dolazi do novih spoznaja. „Transformacijski proces stoga uvijek zahtijeva kritičko promišljanje o trenutnim pojedinčevim radnim pretpostavkama, kao i sposobnost i volju da se uključi u proces evaluacije koji će omogućiti pojedincu da odbaci ono što više nije potrebno ili korisno te da reintegrira ono što je korisno u novonastala perspektiva značenja“.¹⁵ Transformacija nudi rizik promjene ali i proširenje čovjekovih kapaciteta.

9. Transformacija je uvijek pokret prema većem integritetu identiteta - pokret prema cjelovitosti

„Transformacija je pokret prema rastu i većem integritetu identiteta i cjelovitosti. Ljudski rast urođen je ljudima i glavna je karakteristika procesa transformacije. Rast

¹³Reisinger Y. (2013.). „*Transformational Tourism, Tourist Perspectives*“, Gulf University for Science and Technology, Kuwait. str. 22.

¹⁴ Poutiatine M. I. (2009.) „*What is Transformation?: Nine Principles Toward an Understanding Transformational Process for Transformational Leadership*“. Sage Journals [Online] 7 (3), str. 201.

¹⁵ Ibidem, str. 203.

se može vidjeti u terminima 'samoaktualizacije', biti u miru sa samim sobom, biti autentičan i biti vjeran vlastitoj prirodi".¹⁶

Osobna transformacija nije ugodna te ona proizlazi iz različitih izazova u životu svakog čovjeka. Ona nas navodi da prihvatimo i da se prilagodimo promjenama. Turizam donosi mnoge transformacije na osobnoj razini, ali i na razini destinacije. Takve transformacije nisu uvijek pozitivne i potrebno je razviti mehanizam s kojim bi se lakše borili protiv negativnih utjecaja. Neodrživi turizam predstavlja veliki problem za destinacije i njezine lokalne zajednice. U sljedećem podpoglavlju je prikazana važnost implementacije održive strategije u razvoj turizma.

1.3. Turizam i održivost

Turizam ima veliki utjecaj na lokalnu zajednicu. Taj utjecaj može biti pozitivan i negativan stoga je potrebno implementirati određene strategije kako bi se negativni utjecaji minimizirali ili uklonili u potpunosti. „Održivi razvoj turizma zadovoljava potrebe sadašnjih turista i regija domaćina, istovremeno štiteći i povećavajući mogućnosti za budućnost. Predviđeno je da vodi upravljanju svim resursima na način da se ekonomske, društvene i estetske potrebe mogu zadovoljiti uz održavanje kulturnog integriteta, bitnih ekoloških procesa, biološke raznolikosti i sustava za održavanje života.”¹⁷

Razvijanje i implementacija strategije održivosti ima veliki pogodnosti za destinaciju i lokalnu zajednicu. Održivi turizam je turizam koji minimizira troškove i maksimizira koristi od turizma za prirodno okruženje i lokalnu zajednicu, a može se provoditi neograničeno dugo bez štete za resurse o kojima ovisi. Turizam ima veliki utjecaj na razvoj destinacije kroz izgradnju prometnih infrastruktura, obrazovanje, kulturnu razmjenu, povećanje mogućnosti zaposlenja itd. pa je veoma poželjan njegov dolazak i razvoj. Lošim razvojem i planiranjem turizma može ostaviti dugoročne, ako ne i trajne posljedice na destinaciju i lokalnu populaciju. Lokalna zajednica često

¹⁶ Reisinger Y. (2013.). „*Transformational Tourism, Tourist Perspectives*“, Gulf University for Science and Technology, Kuwait. str. 22.

¹⁷ Cernat L., Gourdon J. (2007.). „*Is the concept of sustainable tourism sustainable?*“ Developing the sustainable tourism benchmark tool. UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT, UNITED NATIONS PUBLICATION ISSN 1816 – 2878 str. 1.

nema nikakve koristi od masovnog i konvencionalnog turizma, čak se može reći da im i šteti kada vanjski operatori beru prihode koji bi trebali ostati u destinaciji. Takve situacije se događaju zemljama u razvoju gdje ne postoje nikakve turističke strategije koje su fokusirane na razvoj lokalne zajednice. Stoga zemlje i destinacije koje imaju svijest o važnosti kvalitetnog planiranja turizma i uključivanja lokalne zajednice implementiraju strategiju održivosti u razvoju turizma. Održivi turizam ima namjeru donijeti korist lokalnom stanovništvu, poštivati lokalnu kulturu, očuvati prirodne resurse, usmjeriti veći prihod lokalnoj zajednici i te educirati turiste i lokalno stanovništvo o važnosti očuvanja prirode.

Konvencionalni turizam nije nužno planiran za poboljšanje očuvanja ili obrazovanja, ne koristi lokalnoj zajednici i može brzo oštetiti osjetljiv okoliš. Kao rezultat toga, može uništiti ili neprepoznatljivo promijeniti same resurse i kulture o kojima ovisi. Najvažniji cilj konvencionalnog turizma je profit. Takav tip turizma se obično ne planira unaprijed i u većini slučajeva nije kvalitetno isplaniran. U destinacijama gdje takav tip turizma prevladava lokalna zajednica nema prevelike koristi već je sve usredotočeno prema turistima i njihovom novcu koji većim dijelom ide vanjskim investitorima i operatorima. S druge strane održivi turizam namjerno se planira od početka kako bi imao koristi od lokalnog stanovništva, poštivao lokalnu kulturu, očuvao prirodne resurse i obrazovao i turiste i lokalno stanovništvo. Održivi turizam može donijeti istu dobit kao i konvencionalni turizam, ali veći dio prihoda ostaje lokalnoj zajednici, a prirodni resursi i kultura regije mogu se zaštititi.

U mnogim slučajevima, konvencionalne turističke prakse iz prošlosti predstavljale su veliku prijetnju očuvanju okoliša zbog nedostatka kontrola upravljanja i učinkovitih mehanizama planiranja. Nasuprot tome, održivi turizam namjerno nastoji minimizirati negativne utjecaje turizma, dok doprinosi očuvanju i dobrobiti zajednice, kako u gospodarskom tako i u društvenom smislu. Konvencionalni turizam ne daje često izvore financiranja i za programe očuvanja i za lokalne zajednice, dok pruža poticaje za zaštitu područja od prakse i razvoja koji su štetni za prirodne ljepote područja. Prilike i prijetnje mogu se kontrolirati samo dobro planiranim i upravljanim održivim turizmom.

Postoje 3 ključne komponente održivog turizma:

1. Ekološka komponenta održivog turizma ima mali utjecaj na prirodne resurse, osobito u zaštićenim područjima. Time se minimizira šteta za okoliš (floru, faunu, staništa, vodu, žive morske resurse, korištenje energije, zagađenje itd.) I idealno se nastoji donijeti korist okolišu.
2. Društveno kulturna komponenta ne šteti društvenoj strukturi ili kulturi zajednice u kojoj se nalazi. Umjesto toga poštuje lokalne kulture i tradicije. Uključuje dionike (pojedince, zajednice, organizatore putovanja, vladine institucije) u sve faze planiranja, razvoja i praćenja te educira dionike o njihovim ulogama.
3. Ekonomska komponenta doprinosi ekonomskoj dobrobiti zajednice, stvarajući održiv i pravedan prihod za lokalne zajednice i što je moguće više drugih dionika. Koristi vlasnicima, zaposlenicima i susjedima.¹⁸

Destinacija koja provodi ova tri načela štiti svoje turističke resurse tako da ih ne uništava ali istodobno koristi. Štiti se kultura i interesi lokalnog stanovništva koji sudjeluju u razvoju turizma u destinaciji te ju obogaćuju svojom specifičnom kulturom. Također se širi prilika za zapošljavanje za lokalno stanovništvo.

¹⁸ Koncept održivog turizma: „*Sustainable tourism concepts*“, str. 5, dostupno na: https://nmssanctuaries.blob.core.windows.net/sanctuaries/prod/media/archive/management/international/pdfs/day1_concepts_manual.pdf

2. Lokalna zajednica i turizam

Turizam ima veliki utjecaj na destinaciju, bilo da je on pozitivan ili negativan. Utjecaj turizma se najviše može prepoznati na lokalnoj razini. Lokalna zajednica je određena skupina ljudi koji zajedno nastanjuju određeno geografsko područje. Osim geografske značajke koje dijele, lokalna zajednica je povezana sa zajedničkom kulturom, vrijednostima i društvenom klasom. U očima turističkog tržišta lokalna zajednica ima veliku vrijednost. Ta vrijednost se manifestira kroz sve prije navedena obilježja. Turisti putuju da bi doživjeli nešto autentično i približili se nepoznatom, a sve to lokalna zajednica može ponuditi. Uključivanje lokalne zajednice u turističku djelatnost u destinaciji je ključno za očuvanje autentičnosti destinacije i takvu politiku treba poticati s konačnim ciljem uspjeha na turističkom tržištu i da bi lokalni ljudi više cijenili i očuvali vlastitu tradiciju i kulturu.

2.1. Definiranje lokalne zajednice

Mnogi autori su dali svoj doprinos u definiranju lokalne zajednice. Petrić i Pivčević (2006.) navode da je „odredišna zajednica specifična, turistički orijentirana zajednica koja se temelji na osnaživanju, postojanju međusobne međuovisnosti među članovima, osjećaju pripadnosti, povezanosti, vjere i povjerenja te zajedničkim očekivanjima, zajedničkim vrijednostima i ciljevima ili tzv. osjećaju zajednice .U takvoj zajednici turizam bi trebao biti duboko ukorijenjen u lokalni milje, a stanovnici ga prihvaćaju kao dio svoje svakodnevice“.¹⁹ Isto tako Petrić i Pivčević (2006.) navode tri obilježja lokalne zajednice: „kao “mjesne zajednice” koje se mogu kretati od lokalnog susjedstva, sela, grada, grada, regije do planeta u cjelini; kao „zajednice temeljene na identitetu“ koje okupljaju pojedince na temelju etničke pripadnosti, vjere ili kulture i kao „zajednice utemeljene na organizaciji“ koje uključuju različite vrste neformalnih ili formalnih udruženja i mreže. Najčešće objašnjenje turističke destinacije kao zemljopisnog područja koje turisti posjećuju zbog svojih resursa i

¹⁹ Petrić, L., Pivčević, S. (2006.) „Community based tourism development - insights from Split, Croatia“. Conference paper: Tourism & Hospitality Industry 2016 At: Opatija, Faculty of Economics, Business and Tourism University of Split, Croatia. str. 295.

atrakcija blisko je konceptu „mjesnih zajednica“²⁰. Clark (2007.) navodi četiri načina na koje možemo definirati lokalnu zajednicu:“

1. Prvi, koji su uglavnom usvojili sociolozi i geografi, tiče se društvenog i prostornog formiranja društvenih organizacija u male skupine, poput susjedstava, malih gradova ili drugih prostorno ograničenih lokaliteta. Nedavno je u ovom pristupu došlo do doprinosa brojnih studija i politika koje se bave stanjem posebnih ugroženih područja, potaknutih političkim diskursima poput 'osnaživanja zajednice' i 'regeneracije'.

2. Drugi način, koji su usvojili oni koji se bave kulturnim studijama i antropologijom, primjenjuje izraz na ideje o pripadnosti i različitosti oko pitanja poput identiteta.

3. Treći način razmatra zajednicu kao oblik političke mobilizacije inspirirane radikalnom demokracijom koja potiče 'zajednice djelovanja' da se suprotstave društvenoj nepravdi.

4. Posljednji način temelji se na usponu globalnog društva i oslanja se na procese kao što su transnacionalna mobilnost i razvoj dijaspora te tehnološki razvoj poput globalnih komunikacija i interneta. Ta 'kozmpolitizacija' zajednice potaknula je razmišljanje o pitanjima poput blizine i udaljenosti te suprisutnosti i odsutnosti koja su ključna za statičnije koncepte zajednice, jer kako se društveni kontakti rastežu na velike udaljenosti, tako se i društveni odnosi preoblikuju izvan tradicionalnih kategorija mjesta.“²¹

Međutim globalizacija, Internet i povećana mobilnost predstavljaju izazov poimanju lokalne zajednice. Clark (2007.) navodi „Oživljavanje današnje zajednice nesumnjivo je povezano s krizom pripadnosti i njenog odnosa prema mjestu. Globalizirane komunikacije, kozmpolitski politički projekti i transnacionalne mobilnosti dale su nove mogućnosti zajednici u isto vrijeme kad je kapitalizam potkopao tradicionalne oblike pripadnosti. No, te nove vrste zajednica - koje su zapravo refleksivno organizirane društvene mreže pojedinih članova - nisu bile u stanju ništa zamijeniti mjestom, osim težnji za pripadanjem. Hoće li zajednica uspostaviti vezu s mjestom ili

²⁰ Petrić, L., Pivčević, S. (2006.) „Community based tourism development - insights from Split, Croatia“. Conference paper: Tourism & Hospitality Industry 2016 At: Opatija, Faculty of Economics, Business and Tourism University of Split, Croatia. str. 295.

²¹ Clark A. (2007.) „Understanding community: a review of networks, ties and contacts“, University of Leeds - ESRC National Centre for Research Methods at the Universities of Manchester and Leeds. str. 5.

ostati kao zamišljeni uvjet, bit će važna tema za istraživanje u budućnosti²². Osim toga Clark (2007.) navodi da „Tradicionalni pogledi na zajednice temeljene na lokalnim mjestima obično se prikazuju kao prostorno ograničene, usko povezane mreže koje djeluju kao strukturni oslonci prijateljstva, srodstva i vezanosti za mjesto. Sada se tvrdi da su ili takve potpore manje važne nego što su nekad bile, ili da su postale mnogo manje prostorno orijentirane.“²³

Danas postoje brojne studije koje se bave definiranjem lokalnih zajednica i sigurno je da će se i u budućnosti takve studije i istraživanja nastaviti u svrhu razumijevanja što čini određenu skupinu i određeno geografsko područje specifičnim.

2.2. Uzajamnost utjecaja lokalnih zajednica i turizma

Postoje tri vrste sudjelovanja lokalne zajednice u upravljačkim poslovima u lokalnoj zajednici. One se dijele na spontanu, induciranu i prisilnu:

1. Spontano sudjelovanje: Ono je u upravljačkim procesima dobrovoljno i ne uključuje vanjsku podršku. Predstavlja idealan način sudjelovanja, jer jasno prikazuje dobrovoljnu i autonomnu aktivnost ljudi u rješavanju njihovih problema bez ikakve vanjske pomoći. Spontano sudjelovanje karakterizira: Odozdo prema gore, odnosno bottom-up pristup znači da lokalni čimbenici sudjeluju u donošenju odluka vezanih za strategiju i selekcioniranje prioriteta koji bi se trebali provesti u njihovom lokalnom području. Aktivno i izravno sudjelovanje i sudjelovanje u cijelom procesu razvoja, uključujući donošenje odluka, provedbu, dijeljenje koristi i ocjenjivanje procesa, autentično sudjelovanje, samostalno planiranje. Ovakva vrsta sudjelovanja je široka.

2. Inducirano sudjelovanje: Inducirano sudjelovanje se financira, daje se autoritet lokalnoj vlasti za sudjelovanje i službeno se podržava. Ova vrsta participacije se najčešće može pronaći u zemljama u razvoju jer vlada u takvim zemljama ima središnju ulogu u pokretanju participacije i institucionalizaciji iste. Inducirana participacija se postiže strategijama kao što su motiviranje i osposobljavanje lokalnih

²² Clark A. (2007.) „*Understanding community: a review of networks, ties and contacts*“, University of Leeds - ESRC National Centre for Research Methods at the Universities of Manchester and Leeds. str. 5.

²³ Ibidem, str. 6.

vođa da preuzimaju vodeće uloge, izgradnja samoupravnih i kooperativnih organizacija, te davanje podrške građanskim zajednicama i udruženjima. Potaknuto sudjelovanje se smatra formalnim, zagovara pristup odozgo prema dole, većinom predstavlja pasivnu participaciju, a ponekad se naziva i pseudo-participacijom. Nju karakterizira: Odozgo prema dolje (top-down) tj. čimbenici na vrhu zajednice odlučuju o promjenama, pasivan i formalan, uglavnom neizravan; predstavlja stupanj „tokenizma“ (simbolički, lažni pokušaj da se nekoga uključi), manipulacije i pseudo sudjelovanja; sudjelovanje u provedbi i dijeljenje prednosti; glas između predloženih alternativa i povratne informacije.

3. Prisilno sudjelovanje: ono je obavezno i smišljeno te se također naziva i uskim sudjelovanjem. Sudjelovanje u kojem nedostaje podrška lokale zajednice može biti destruktivno i može udaljiti lokalnu zajednicu za sudjelovanjem. Takvo sudjelovanje karakterizira Odozgo prema dolje (top-down) pristup, pasivan, uglavnom neizravan i formalan; sudjelovanje u provedbi, ali ne nužno i dijeljenju koristi; izbor između predloženih ograničenih alternativa ili uopće nema izbora; predstavlja nepristranost i manipulaciju.²⁴

Isključivanjem lokalne zajednice, namjerno ili nenamjerno može smanjiti vrijednost turističke destinacije. Nositelji turističke djelatnosti u destinaciji bi morali prepoznati važnost uključivanja lokalne zajednice jer ona može podići vrijednost turističkog proizvoda.

2.3. Turizam temeljen na zajednici (*CBT- community based tourism*)

Koncept sudjelovanja lokalne zajednice u donošenju odluka i participaciji u razvoju i turističkoj djelatnosti je složen. Giampiccoli (2018.) navodi da je „turizam u zajednici (*CBT- community based tourism*) oblik turizma koji je nastao kako bi se neutralizirali negativni utjecaji konvencionalnog ili masovnog turizma, poput curenja i pada lokalne kontrole nad prirodnim resursima. Turizam u zajednici postaje sve popularniji i „sve se više promovira kao sredstvo za smanjenje siromaštva i poticanje

²⁴ Načini sudjelovanja lokalne zajednice: <https://www.semanticscholar.org/paper/Towards-a-Typology-of-Community-Participation-in-Tosun/bac7f52673b9979ac4f24d8b503efe8b146b3e6e#paper-header>

razvoja lokalne zajednice“²⁵. Turizam koji je temeljen na zajednici usmjeren je prema održivost i uključivanju lokalne zajednice u proces donošenja odluka. Zajednica time ima određenu vrstu kontrole i odgovornosti. Najvažnija stavka je ta da zajednica odlučuje o tome što će se zbivati i u kojoj mjeri na prostoru na kojem živi. Tosun (2000.) navodi da „sudjelovanje zajednice treba osmišljavati i razvijati na takav način da se ciljani korisnici potiču da preuzmu stvari u svoje ruke, da sudjeluju u vlastitom razvoju mobiliziranjem vlastitih resursa, definiranjem vlastitih potreba i stvaranjem vlastite odluke o tome kako ih ispuniti. To može značiti da se sudjelovanje zajednice kao razvojna strategija temelji na resursima, potrebama i odlukama zajednice. Dakle, zajednica je glavni akter u procesu razvoja“²⁶.

Turizam temeljen na zajednici proizlazi iz strategije razvoja zajednice, koristeći turizam kao alat za jačanje sposobnosti organizacija ruralne zajednice koje upravljaju turističkim resursima uz sudjelovanje lokalnog stanovništva. Prema Suansri (2003.) turizam temeljen na zajednici bi trebao:

- „1. Prepoznati, podržati i promicati vlasništvo zajednice nad turizmom;
2. Uključiti članove zajednice od početka u svaki aspekt;
3. Promicati ponos zajednice;
4. Poboľjšati kvalitetu života;
5. Osigurati ekološku održivost;
6. Očuvati jedinstveni karakter i kulturu lokalnog područja;
7. Poticati međukulturno učenje;
8. Poštovati kulturne razlike i ljudsko dostojanstvo;
9. Pravedno raspodijeliti beneficije među članovima zajednice;
10. doprinose fiksnom postotku prihoda projektima zajednice;

²⁵ Giampiccoli A. (2018.) „Community-based tourism development model and community participation“, African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, Volume 7 (4) str. 2.

²⁶ Tosun C. (2000.) „Limits to community participation in the tourism development process in developing countries“, *Tourism management*, vol. 21 (6), str. 615.

Prije razvoja CBT -a u skladu s ovim načelima, potrebno je pripremiti i izgraditi kapacitete zajednice domaćina za upravljanje turizmom. CBT marketing trebao bi također promicati svijest javnosti o razlikama između CBT -a i masovnog turizma, educirajući ljude da shvate važnost CBT -a kao oruđa zajednice za očuvanje resursa i očuvanje kulture. To će privući odgovarajuće turiste za CBT.²⁷

Uz to, ključni elementi turizma koji se temelji na lokalnoj zajednici su:

A) „Prirodni i kulturni resursi

- Prirodni resursi su dobro očuvani
- Lokalno gospodarstvo i načini proizvodnje ovise o održivom korištenju prirodnih resursa
- Običaji i kultura jedinstveni su za odredište

B) Društvene organizacije

- Zajednica dijeli svijest, norme i ideologiju
- Zajednica ima starješine koji posjeduju lokalno tradicionalno znanje i mudrost.
- Zajednica ima osjećaj vlasništva i želi sudjelovati u vlastitom razvoju

C) Upravljanje

- Zajednica ima pravila i propise za upravljanje okolišem, kulturom i turizmom.
- Postoji lokalna organizacija ili mehanizam za upravljanje turizmom sposobnost povezivanja turizma i razvoja zajednice.
- Beneficije su pravedno podijeljene na sve.
- Postotak dobiti od turizma uplaćuje se u fond zajednice za gospodarski i društveni razvoj zajednice.

D) Učenje

Turističke aktivnosti i usluge imaju za cilj:

- Poticanje zajedničkog procesa učenja između domaćina i gostiju.
- Obrazovanje i izgradnja razumijevanja različitih kultura i načina života.

²⁷ Suansri P. (2003.). „*Community Based Tourism Handbook*“, Responsible Ecological Social Tour-REST. str. 13.

- Podizanje svijesti o očuvanju prirode i kulture među turistima i lokalnom zajednicom.²⁸

Turizam temeljen na zajednici ima mnoge sličnosti s ekoturizmom (tablica 1). Te sličnosti proizlaze iz sudjelovanja lokalne zajednice u zaštiti prirode i prirodnih resursa koje destinacija posjeduje. Fokus je usmjeren prema održivosti i edukaciji lokalnih stanovnika ali i posjetitelja destinacije. Destinacija posjeduje posebne ekološke značajke, tj. floru i faunu koju je potrebno zaštititi od brojnih vanjskih i unutrašnjih čimbenika koji ih neumjereno eksploatiraju.

Razvojna orijentacija	Eko turizam	Turizam temeljen na zajednici
Ciljevi	Odgovorno upravljanje (resursi, kultura, destinacija)	Odgovorno upravljanje (okoliš, resursi, destinacijski sustav, zajednica)
Vlasništvo	neodređeno	Zajednica
Upravljanje turizmom	neodređeno	Zajednica
Turističke veze	Naglašava turizam i okoliš	Naglašava cjelovit razvoj

Tablica 1: Eko turizam vs turizam temeljen na zajednici

Izvor: Vlastita izrada prema Suansri P. (2003.). „*Community Based Tourism Handbook*“, Responsible Ecological Social Tour-REST. str. 17.

Najveća razlika između eko turizma i turizma koji je temeljen na lokalnoj zajednici je vlasništvo i upravljanje. Kod eko turizma ono je neodređeno dok kod turizma koji je temeljen na zajednici zajednica posjeduje vlasništvo i ima upravljačku funkciju.

Određene turističke destinacije u svome programu imaju posjete gostiju lokalnoj zajednici. Kod masovnog turizma takav dodatak turističkom proizvodu nudi određeno osvježanje. Turisti imaju priliku upoznati se s načinom života lokalne zajednice i njihovom kulturom. Takvi kratki posjeti znače mnogo lokalnoj zajednici jer se i nju uključivalo u turističku djelatnost tako da su oni prezentirali svoju kulturu i običaje te

²⁸ Suansri P. (2003.). „*Community Based Tourism Handbook*“, Responsible Ecological Social Tour-REST. str. 15.

su mogli ponuditi gostima svoje vlastite proizvode. Međutim postoje razlike između turizma koji je temeljen na zajednici i kratkih posjeta (tablica 2).

Oblici transformacija	Turizam temeljen na zajednici	Kratki posjet
Turistička potražnja		
Sudjelovanje u aktivnostima zajednice	Visoko	Nisko
Učenje i kulturna razmjena	Visoko	Nisko
Turistička ponuda		
Trajanje posjeta i upravljanje	Prikladno vrijeme za razumijevanje, kroz promatranje, aktivnosti i raspravu.	Kratko vrijeme za promatranje; Malo ili nimalo vremena za posjetitelje da sudjeluju u lokalnim aktivnostima.
Cijene i prihod	Postavljeno od strane zajednice	Zajednica ima malu kontrolu osim u slučaju obilazaka koji dolaze u svrhu kupnje lokalnih proizvoda.
Kulturne kompetencije	Visoka međusobna interakcija (međukulturno razumijevanje)	Mala ili nikakva razmjena s lokalnim stanovništvom
Razumijevanje zajednice i učenje	Moguće kroz smisljeno promatranje, razgovor i interakciju s članovima zajednice kao rezultat oblikovanja programa.	Moguće samo putem vanjskog izvora osoba koja poznaje lokalno područje zajednice i djeluje kao "stručnjak" posrednik.

Tablica 2: Mogućnosti transformacija u lokalnoj zajednici – primjer kratkog posjeta

Izvor: Vlastita izrada prema: Suansri P. (2003.) „*Community Based Tourism Handbook*“, Responsible Ecological Social Tour-REST, str. 18.

Prva razlika je trajanje posjeta. Turisti imaju više vremena za upoznavanje s lokalnom kulturom i načinom života lokalne zajednice kad je u pitanju turizam temeljen na zajednici za razliku od kratkih posjeta zajednici koji traju nedovoljno dugo. Turisti više sudjeluju u aktivnostima zajednice te je edukacija i kulturna razmjena puno veća kod turizma koji je temeljen na zajednici nego kod kratkih posjeta. Tajland je destinacija poznata po programu poticanja lokalnog poduzetništva (od "One Tambon One Product" sheme).²⁹

Osim toga zajednica određuje cijene. Kratke posjete vodi određeni posrednik ili turistički vodič, dok kod turizma koji je temeljen na zajednici program je dizajniran da bude bez posrednika.

Posao vodiča neraskidivo je povezan sa susretom različitih kultura, vjera, mentaliteta i običaja. Odnos između vodiča i turista ne smije biti robotiziran, nefleksibilan, hladan i odbojan. Potrebno je fokusirati se na ostvarenje dojma kod klijenta temeljem izražene dobrodošlice, osjećaja ugone, uvažavanja i važnosti (personalizirani pristup).³⁰

Obiteljski turizam predstavlja popularan oblik ugostiteljstva u kojem posjetitelji dijele prebivalište s lokalcima grada koji posjećuju. Trajanje boravka može varirati od jedne noći do više od godinu dana. Gost može kompenzirati domaćinu svoj boravak na nekoliko načina:

1. Boravak se naplaćuje novčano;
2. Zamjena boravka gostiju (zamjena kuće), gdje bi trenutni domaćin besplatno odsjedao kod svoga gosta u njegovoj nekretnini;
3. Gost naplaćuje svoj boravak radom na imanju ili održavanju.

Potencijalni ishodi obiteljskog turizma mogu biti: ublažavanje siromaštva, smanjenja nezaposlenosti i očuvanja okoliša. Turizam koji je temeljen na lokalnoj zajednici može pridonijeti borbi protiv siromaštva i nejednakosti, kao i promovirati održivi razvoj

²⁹ Više o programu putem <https://www.thaiembassy.sg/friends-of-thailand/p/what-is-otop>

³⁰ Gržinić J., Kostić Bobanović M. „ Ispitivanje stupnja zadovoljstva turista komunikacijskim kompetencijama turističkih vodiča“ Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Republika Hrvatska, Hrcak-srce, UDK: 338.488:005.57-027.233]:338.48-052, , Izvorni znanstveni rad, str. 57 – 74, preuzeto s str. 69.

uključujući klimatske promjene i održivost okoliša. Postoji potreba za njegovanjem inovativnih ideja i korištenjem novih tehnologija za postizanje gore navedenih društvenih ciljeva.

Međutim postoji razlika između turizma koji je temeljen na zajednici i obiteljskog turizma (tablica 3.)

Razlikovna obilježja turističkih oblika	Turizam temeljen na zajednici	Obiteljski turizam
Definicija	Učenje dolazi od cijele zajednice.	Učenje dolazi uglavnom iz obitelji domaćina.
Smještaj	Mogu se dogovoriti mnoge vrste, uključujući šatore, kabine, kuće za odmor ili pansione.	Smještaj je u kući obitelji domaćina.
Proces učenja	Moguće kroz interakciju s mnogim vrstama ljudi, uključujući obitelji domaćina, lokalne vodiče i grupe koje organiziraju aktivnosti u zajednici.	Ovisi o entuzijazmu oba posjetitelja i obitelji domaćina.
Dobrobiti za zajednicu	Članovi zajednice različitog statusa mogu imati koristi od preuzimanja različitih uloga u upravljanju turizmom, poput osoba za resurse, vodiča, domaćina. Dio zarade doprinosi se projektima zajednice.	Često samo bogatija kućanstva imaju priliku osigurati smještaj i sami će prikupljati beneficije, osim u slučaju da postoje pravila koja osiguravaju da se dio dobiti doprinosi projektima zajednice.

Tablica 3: Turizam temeljen na zajednici i Obiteljski turizam

Izvor: Vlastita izrada prema: Suansri P. (2003.) „*Community Based Tourism Handbook*“, Responsible Ecological Social Tour-REST, str. 19.

Prikazane su razlike između turizma koji je temeljen na zajednici i obiteljskog turizma. Iz prikazanog se može vidjeti da turizam temeljen na zajednici nudi veću širinu pogodnosti za domaćina i za gosta. Postoji širi izbor smještaja, interakcija je puno šira i nije samo ograničena između gosta i domaćina. Proces učenja i upoznavanje kultura događa se u čitavoj zajednici a ne samo na relaciji gosta i domaćina i dobrobiti doprinose čitavoj zajednici a ne samo domaćinu. Uzimajući u obzir sve mogućnosti koje turizam može donijeti zajednici može se reći da je turizam jako sredstvo za razvoj.

2.4. Koncept turizma temeljen na lokalnoj zajednici – zemlje u razvoju

Zemlje u razvoju imaju velikih poteškoća kod razvoja turizma koji se temelji na participaciji lokalne zajednice. U takvim zemljama postoji velika razlika u društvenim klasama i razumijevanju između elitne klase i one na dnu što predstavlja jednu od većih barijera. Uključivanje lokalaca u razvoj turizma je problem i zbog njihove ne educiranosti i zbog njihovog neprepoznavanja potencijala koji turizam može imati za razvoj njihove zajednice i drugih mogućnosti na koje turizam može utjecati. „ Zemlje trećeg svijeta posebno su zainteresirane za međunarodni turizam, a mnogi vjeruju da on zemljama donosi veliki izbor ekonomskih koristi, uključujući mogućnosti zapošljavanja, razvoj malih poduzeća i povećanje plaćanja deviza. Mnogi pretpostavljaju da se više novca stječe razvojem luksuzne robe i usluga unatoč činjenici da to povećava ovisnost zemlje o uvoznim proizvodima, stranim ulaganjima i iseljeničkim vještinama. Ova klasična financijska strategija 'trickle down' rijetko koristi ljudima na lokalnoj razini.“³¹

„Turizam se u zemljama u razvoju smatra industrijom koja može pružiti prijeko potrebne ekonomske koristi u ruralnim i udaljenim područjima zajednicama kojima nedostaju znanja i financijska sredstva za sudjelovanje u razvoju turizma bez vanjske potpore. Nove razvojne paradigme stvorene pod okriljem održivosti uvele su načela

³¹ Sharma A., Thapar M. (2016.), „*Development of tourism in the Third World nations: a comparative analysis*“, Hidayatullah National Law University, India , 7th International Conference th on Sustainable Tourism, str.159.

koja podržavaju i potiču samopomoć, samopouzdanje i osnaživanje zajednica. Kada je održivi turizam uveden kao novi globalni standard koji je zamijenio konvencionalni turizam, mnoge su zemlje osmislile politike koje su odražavale taj pomak. Kao rezultat toga, koncepti kao što su sudjelovanje zajednice, osnaživanje, transparentnost, pravednost, jednakost i jednakost integrirani su u nacionalne propise i razvojne strategije³²

Koncept turizma koji je temeljen na zajednici kod zemalja u razvoju ima brojna ograničenja (tablica 4).

Vrsta ograničenja	Opis
Centralizacija javne uprave u turizmu	Provedba bilo koje vrste pristupa sudjelovanju zajednice zahtijeva decentralizaciju političkih, administrativnih i financijskih ovlasti središnje vlasti na lokalnu vlast barem u određenoj mjeri
Problem koordinacije	U turističku djelatnost se uključuju brojne djelatnosti. Njihovo sudjelovanje i isprepletenost može dovesti do problema s koordinacijom koja za rezultat ima smanjenje mogućnosti da se lokalna zajednice više uključi.
Nedostatak informacija	Nedostatkom informacija dolazi do nesporazuma između lokalaca i onih odgovornih za donošenje odluka i otežava lokalnoj zajednici da se uključi u proces razvoja turizma.
Stavovi profesionalaca	Tehnokrati, odnosno profesionalci imaju svoj stav koji nemaju namjeru mijenjati i prilagođavati jer ga smatraju jedinim ispravnim za rješavanje određenih pitanja i problema. Takvi stavovi predstavljaju problem lokalnoj zajednici za sudjelovanje u turističkoj djelatnosti.
Manjak ekspertize	Dolazi do potrebe za ulaganjem u radnu snagu i lokalnu zajednicu kroz obrazovanje.
Dominacija elite	Dominantna ili elitna klasa (manjina) vlada na štetu većine koja biva isključena i ignorirana oko pitanja koja i na njih utječu.
Manjak odgovarajućeg legalnog sistema	I da zakonodavna struktura koja utječe na korist lokalne zajednica postoji, ona ne garantira njihovu participaciju

³² Turizam temeljen na lokalnoj zajednici kod zemalja u razvoju: <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/9/2506/htm>

	zbog mnogih strukturalnih limitacija koje se nalaze kod zemalja u razvoju.
Manjak treniranih ljudskih resursa	Edukacija lokalne zajednice predstavlja problem za njihovo izravno uključivanje u turističku djelatnost. Lokalna zajednica koja nema edukaciju za rad u turističkoj djelatnosti obično bude marginalizirana. Jedan od problema predstavlja i dolazak kvalificiranih radnika iz drugih regija koji se zapošljavaju i predstavljaju barijeru u zapošljavanju lokalaca. Poslodavcima odgovaraju radnici koji su već educirani i ne trebaju ulagati u njihovu edukaciju pa su im primamljiviji. Isključivanjem lokalne zajednice smanjuje se autentičnost destinacije.
Visok trošak sudjelovanja zajednice	Sudjelovanje zajednice zahtijeva znatno vrijeme, novac i vještine za organizaciju i održavanje sudjelovanja.
Manjak financijskih resursa	Mnoge zemlje u razvoju ne posjeduju financijske resurse kako bi izgradile odgovarajuću turističku infrastrukturu što ograničava participaciju lokalne zajednice u djelatnosti. Potrebno je implementirati odgovarajuću strategiju koja će iskoristiti prisutne resurse u razvoju turističke djelatnosti.
Limitirani kapacitet za siromašne	Velika većina ljudi u zemljama u razvoju ima poteškoća u zadovoljavanju osnovnih i osjećajnih potreba, što ih ograničava da se blisko uključe u pitanja od interesa za zajednicu.
Apatija i niska razina osviještenosti lokalne zajednice	Lokalno stanovništvo nije svjesno svih dobrobiti i mogućnosti koje turizam nudi njima i njihovoj zajednici.

Tablica 4: Limitacije turizma temeljenog na lokalnoj zajednici kod zemalja u razvoju

Izvor: Vlastita izrada prema Tosun C. (2000.) „*Limits to community participation in the tourism development process in developing countries*“, *Tourism management*, vol. 21 (6),: str. 618.- 626.

Turizam kod zemalja u razvoju može donijeti mnoge gospodarske koristi za njezine stanovnike ali i dodatne izazove. Izazovi proizlaze iz ovisnosti zemalja o jednom izvoru prihoda, što bi u ovom slučaju bio turizam.

Turizam predstavlja problem zemljama kada postanu previše ovisne o ovom jednom izvoru prihoda. fokusiranost na turističku djelatnost može uzrokovati "odljev mozgova" jer radnici gravitiraju poslovima koji zahtijevaju manje obrazovanja i osposobljavanja, poput konobara i taksista, što u ovom slučaju možemo vidjeti na primjeru sezonalnosti u Republici Hrvatskoj, koja nije zemlja u razvoju ali ima problem koji proizlazi od oslanjanja na turizam kao jedan od važnih izvora prihoda. Turistička djelatnost također smanjuje autonomiju zemlje jer se u potpunosti oslanja na vanjske čimbenike poput stranih potrošača i klime. Zemlje kojima je jedan od glavnih prihoda proizlazio iz turizma doživjele su mnoge probleme i izazove koje je uzrokovala Covid 19 pandemija. Osim ekonomskih učinaka turizma, on može imati i značajan utjecaj na kulturu destinacije i lokalne zajednice. Dostupnost radnih mjesta u turističkoj industriji može dodatno pogoršati nejednakosti unutar zemlje. Regionalni, rasni i obrazovni čimbenici mogu poslužiti kao barijere za participaciju lokalne zajednice u turističkoj industriji. Dok strani novac od turizma pomaže ljudima u zemljama u razvoju, možda im neće svima pomoći jednako. Konačno, prisutnost turista i njihova inozemna očekivanja u tim zemljama mogu rezultirati iskorištavanjem lokalaca i njihove kulture. Turizam može pomoći lokalnoj zajednici, ali će im teško riješiti sve probleme koje imaju.

3. Učinci turizma na lokalnu zajednicu

Turizam je prepoznat po svom ogromnom doprinosu gospodarstvu u mnogim zemljama u kojima turizam doprinosi ekonomskoj diverzifikaciji, profitabilnosti i mogućnostima zapošljavanja jedne zemlje. Stavovi i percepcije lokalnih zajednica prema razvoju turizma i turizmu variraju između negativnog i pozitivnog. Ekonomski se utjecaji percipiraju uglavnom pozitivno, dok se društveno kulturni, politički i utjecaji na okoliš smatraju negativnim. Međutim, svaki od navedenih učinaka ima svoje pozitivne i negativne osobine koje su prikazane u sljedećim potpoglavljima.

3.1. Ekonomski aspekti promatranja

Tvrtke i javne organizacije sve su više zainteresirane za gospodarske učinke turizma na nacionalnoj, državnoj i lokalnoj razini. Turizam podržava radna mjesta u nekom području i donosi prihode i zaradu određenom području.

Često se navode multiplikacijski učinci kako bi se uhvatili sekundarni učinci turističke potrošnje i prikazao širok raspon sektora u zajednici koji bi mogli imati koristi od turizma. Podrška zajednice važna je za turizam jer je to aktivnost koja utječe na cijelu zajednicu. Turističke tvrtke uvelike ovise jedna o drugoj, kao i o drugim poslovima, vladi i stanovnicima lokalne zajednice. Ekonomski učinci turizma se prikazuju pozitivno iz različitih razloga. Tvrdnje o gospodarskom značaju turizma daju industriji veće poštovanje među poslovnom zajednicom, javnim službenicima i općenito javnosti. To se često pretvara u odluke ili javne politike koje su povoljne za turizam. Ekonomske koristi i troškovi turizma na različite načine utječu na čitavu regiju. Turističke aktivnosti uključuju ekonomske troškove, uključujući izravne troškove koje imaju turistička poduzeća, vladine troškove za infrastrukturu kako bi bolje služili turistima, kao i zagušenja i povezane troškove koje snose pojedinci u zajednici. Odluke zajednice o turizmu često uključuju rasprave između zagovornika industrije koji iznose ekonomske utjecaje, odnosno koristi turizma i onih koji ometaju isticanje troškova turizma. Dobre odluke počivaju na uravnoteženoj i objektivnoj procjeni

koristi i troškova te razumijevanju tko ima koristi od turizma i tko nema. Ekonomski utjecaji turizma stoga su važno razmatranje u državnom, regionalnom i zajedničkom planiranju i gospodarskom razvoju. Ekonomski utjecaji također su važni čimbenici u marketinškim i upravljačkim odlukama. Zajednice stoga moraju shvatiti relativnu važnost turizma za svoju regiju, uključujući i doprinos turizma gospodarskim aktivnostima na tom području. Postoje mnogobrojni pozitivni i negativni ekonomski učinci turizma na lokalnu zajednicu.³³

Pozitivni ekonomski učinci:³⁴

- Povećanje poreznih prihoda regije ili države koji se mogu iskoristiti za unaprjeđenje života lokalne zajednice.
- Unaprjeđenje trgovine i međunarodne razmjene.
- Značajne mogućnosti zapošljavanja: bolji ekonomski položaj ljudi uključenih u turizam, izravno ili neizravno putem hotela, restorana, vodiča, noćnih klubova, taksi, lokalnih zanata, slika, lokalnih kulturnih proizvoda itd.
- Turizam motivira vladu da ulaže više u mnoge vrste infrastrukture koja vodi do boljih sadržaja za turiste, ali i za lokalno stanovništvo. Turizam također promiče lokalno stanovništvo pružajući mogućnosti za dobivanje sredstva za život u neformalnim sektorima. Zapošljavanje u neformalnom sektoru upumpava novac u lokalno gospodarstvo. Ima valovite učinke ulažući i stvarajući više prihoda istodobno za te ljude. Dolazi do stvaranja novih poslovnih prilika i povećanja razine zaposlenosti lokalnog stanovništva.
- Regionalni razvoj, odnosno izgradnja infrastrukture, prometnica itd.
- Povećanje prihoda lokalne zajednice.
- Unaprjeđenje infrastrukture destinacije.

Turizam pruža ekonomski poticaj koji omogućuje diverzifikaciju potencijala zapošljavanja i prihoda te razvija resurse unutar zajednice. Poboljšanja infrastrukture i usluga mogu koristiti lokalnoj zajednici i turistima.

³³ Stynes D. J. (1997.) , „*Economic impacts of Tourism*“ , Illinois Bureau of Tourism, Department of Commerce, str. 1.

³⁴ IMPACT OF TOURISM, MODULE – 1, Basics of Tourism, str. 39- 54. dostupno na: https://nios.ac.in/media/documents/tourism_337_courseE/337_Tourism_Eng/337_Tourism_Eng_L3.pdf , str 41-42.

Negativni ekonomski učinci:³⁵

- Postoje mnogi skriveni troškovi turizma koji negativno utječu na gospodarstvo u zemljama odredišta. Takvi troškovi se odnose na uvozne proizvode iz drugih zemalja tj. lokalni proizvodi se ne kupuju i konzumiraju.
- U sveobuhvatnim paket aranžmanima gotovo dvije trećine izdataka ide zrakoplovnim prijevoznicima, hotelima i drugim međunarodnim tvrtkama, a ne lokalnim tvrtkama ili radnicima.
- U all-inclusive paket aranžmanima turisti općenito ostaju tijekom cijelog svog boravka na istom kruzeru ili ljetovalištu koje pruža sve što im je potrebno. Ne preostaje mogućnost ostvarivanja dobiti lokalnom gospodarstvu.
- Kod zemalja u razvoju, novac se koristi za razvoj turističke infrastrukture od strane vlade. No, dobit se izvozi u druge razvijene zemlje kada inozemni ulagači financiraju odmarališta i hotele. Lokalno stanovništvo se teško uključuje u turističku djelatnost i od nje nema koristi, odnosno leakage efekt: curenje zarade od turizma.
- Sve veća potražnja turista za osnovnim uslugama i robom dovodi do povećanja cijena u odredišnoj zemlji. To negativno utječe na lokalno stanovništvo čiji se prihod ne povećava u tom omjeru. Osim toga dolazi do rasta cijene nekretnina.,
- Razvoj turizma u zemlji destinacije povećava vrijednost usluga i zemljišta. Stoga postaje teško zadovoljiti osnovne potrebe ljudi u tom mjestu.
- Mnoge zemlje ne podržavaju turizam zbog sezonskih uvjeta ili oštih klimatskih uvjeta. Tijekom turističke sezone lokalno stanovništvo dobiva neku priliku za zaposlenje, ali nema jamstva da bi isto dobili i u idućoj sezoni. Stoga su nesigurni u ostvarivanju egzistencije. Problem sezonalnosti i sezonskog zapošljavanja,
- Kroz turizam se povećava zaposlenost osoba iz drugih područja, koje privučene novim poslovima dolaze u područja gdje se razvija turizam. Iako je zapošljavanje samo po sebi dobro, za lokalnu zajednicu nije dobro konstantno zapošljavanje ljudi iz drugih područja jer se s time gube koristi za lokalno stanovništvo.

³⁵ IMPACT OF TOURISM, MODULE – 1, Basics of Tourism, str. 39- 54. dostupno na: https://nios.ac.in/media/documents/tourism_337_courseE/337_Tourism_Eng/337_Tourism_Eng_L3.pdf, str. 42-43.

- Ljudi iz drugih regija dolaze u turistički razvijena područja zbog posla, a to rezultira nedostatkom radne snage u malim sredinama, većinom seoskim.
- Izrazito sezonske turističke destinacije imaju velikih problema s vodoopskrbom, električnom strujom i prijevozom.
- Lokalno stanovništvo se raseljava zbog izgradnje turističke infrastrukture i prometnica.

Jedan od većih problema po pitanju negativnih ekonomskih učinaka turizma je rast cijena u destinaciji. Rast cijena nekretnina i svakodnevnog života izaziva nezadovoljstvo kod lokalne zajednice koja se u nekim slučajevima mora potražiti drugo mjesto za život. Relokacija lokalnog stanovništva uveliko oštećuje lokalnu kulturu koja je važan faktor svake turističke destinacije.

3.2. Društveno - kulturni utjecaji

Turizam je u biti manifestacija kulture. Zato je često polazna točka dubljeg razumijevanja turizma analiza sociokulturnih promjena i raznih drugih aspekata manifestacije kulture u vezi s turizmom. U međusobnom kontaktu ispreliću se tri odnosno četiri tipa kulture. To su:³⁶

1. Lokalna kultura koja se razvija u svakoj zajednici. Osnovni je problem kako je prilagoditi turističkoj, u cilju da se ona sama ne ugrozi.
2. Turistička kultura koja proizlazi iz načina života koji provode turisti za vrijeme putovanja. Manifestira se u specifičnosti oblačenja, jezika, mjesta boravka, načina provođenja slobodnog vremena, trošenja novca i si.
3. Uvezena kultura je kultura sredine iz koje dolazi turist.
4. Mješovita kultura je rezultat međusobnih utjecaja navedenih kultura.

³⁶ Stanković M. (1985.), „*Sociološko istraživanje turizma*“, Rev. za soc., Vol. XV (1985), JV° 1—2 : str. 75—82. Farmaceutsko-biokemijski fakultet, Zagreb. , str. 76.

Proučavanjem odnosa turizma i kulture posebna je pažnja usmjerena na problem kulturnih promjena do kojih dolazi pod utjecajem turističkog razvoja u receptivnoj destinaciji i na probleme međuodnosa turista i lokalnog stanovništva.

„Društveno kulturni učinci turizma pokazuju snažni utjecaj na promjene prikazane u sustavima vrijednosti, individualnom ponašanju, strukturi i odnosima u obitelji, kolektivnom načinu života, razini sigurnosti, moralnim normama, tradicionalnim ritualima i običajima, organizaciji ljudske zajednice i slično. Društveno kulturni učinci turizma prvenstveno se očituju na stanovništvu receptivnih područja, kao rezultat njihovog izravnog i neizravnog kontakta s turistima. Društveno kulturni učinci su rezultat specifičnih društvenih odnosa koji nastaju tijekom odnosa između turista i njihovih domaćina koji su dominantno stanovništvo u receptivnim područjima. Priroda ovih odnosa ključni je faktor prema kojemu se može procijeniti doprinosi li turizam jačanju razumijevanja ili nesporazuma između spomenuta dva entiteta.“³⁷

U sljedećoj tablici su prikazane 4 značajke koje karakteriziraju odnos između turista i domaćina (tablica 5).

Odnosi ponude i potražnje	Obilježja u turizmu
Prolazna priroda odnosa	Primarno, odnos je privremen. Boravak na odredištu obično uzima kratak vremenski period i uključuje dan ili dva, ako se radi o putovanju koje uključuje više odredišta ili više od tri do četiri tjedna, što je uobičajeno trajanje plaćenog odmora.
Prostorno i vremensko ograničenje	Odnos između turista i domaćina karakteriziraju prostorna i vremenska ograničenja koja utječu na trajanje boravka i intenzitet odnosa.
Nedostatak spontanosti	Ove vrste odnosa i kontakata pod strogom su kontrolom turoperatora.
Neujednačeno i neuravnoteženo iskustvo	Razlike u materijalnom statusu najviše se izražavaju u potrošnji i stavovima turista pa

³⁷ Jovičić, D. (2011.) „Socio-cultural Impacts of Contemporary Tourism“, Coll. Antropol. 35(2): 599–605. str. Review, University of Belgrade, Geographical Faculty, Belgrade, Serbia. str. 599.

	se domaćini često osjećaju inferiornima i za povratak koriste svaku mogućnost da iskoriste prividno bogatstvo turista.
--	--

Tablica 5: Značajke odnosa između turista i domaćina

Izvor: Izrada autora prema: Jovičić D. (2011.) „*Socio-cultural Impacts of Contemporary Tourism*“, Coll. Antropol. 35(2): 599–605. str. Review, University of Belgrade, Geographical Faculty, Belgrade, Serbia., str. 600- 601.

Odnos domaćina i turista nije jednostavan. On je uvjetovan različitim utjecajima kao što je prostor i vrijeme gdje se odvija interakcija, kulture koje se dodiruju, razlike u materijalnom statusu, uključivanje turoperatora u ušminkavanje destinacije i lokalne zajednice. Takvi utjecaji i značajke mogu dovesti do iritacije domaćina. Odnos između turista i domaćina je složen i prolazi kroz nekoliko faza. Postoji 4 faze iritacije koje domaćin doživljava kao uzrok odvijanja turizma u njegovoj okolini (tablica 6).

Faze iritacije domaćina	Društveni odnos	Odnos moći
Euforija	<ul style="list-style-type: none"> Turisti i investitori su dobrodošli u destinaciju. 	<ul style="list-style-type: none"> Malo planiranja ili nedostatak formalizirane kontrole. Veći utjecaj lokalne zajednice.
Apatija	<ul style="list-style-type: none"> Formalni odnos između domaćina i turista. Apatija prema dolasku turista. 	<ul style="list-style-type: none"> Važnost marketinga u planiranju. Razvoj turističkog lobija.
Iritacija	<ul style="list-style-type: none"> Negativni stavovi prema turistima. 	<ul style="list-style-type: none"> Poticanje razvoja infrastrukture, radije nego ograničavanje razvoja. Razvoj lokalnih grupa protiv turističkih institucija.
Antagonizam	<ul style="list-style-type: none"> Iritacija domaćina javno se prikazuju. Domaćin percipira turista 	<ul style="list-style-type: none"> Pokušaj bolje promocije zbog smanjenje reputacije destinacije.

	kao izvor problema.	<ul style="list-style-type: none"> • Problemi u odnosu moći između grupa.
--	---------------------	--

Tablica 6: Faze iritacije domaćina

Izvor: Vlastita izrada prema: Beeton S. (2006.), „*COMMUNITY DEVELOPMENT through TOURISM*“, Land Links. str. 40.

Na početku domaćin percipira turiste kao donositelje nečeg pozitivnog i rado ih dočekuje. Kasnije domaćin stvori apatiju prema dolasku turista u destinaciju. Iritacije i antagonizam kreću kada isplivaju negativne strane turizma.

Turizam predstavlja jako važnu industriju koja stvara mnoge poslove i razvija države i regije. Tu se isto tako uključuju i lokalne zajednice koje također imaju koristi od turizma. Društveno kulturni utjecaji turizma prikazuju se kao rezultat interakcije između domaćina i gosta te uključuju promjene u sustavima vrijednosti, individualnom ponašanju, obiteljskim odnosima, kulturi i načinom života. Njihova međusobna interakcija može dovesti do negativnih učinaka kao što su: nepovjerenja, izrabljivačkog ponašanja i obmane. Interakcija značajno utječe na društvo domaćina sa sociokulturnog stajališta.

Turizam može pružiti određena poboljšanja i promjene u kvaliteti života, društvenoj strukturi i društvenoj organizaciji lokalnog društva, obiteljskim odnosima i životnim stilovima, poboljšati obrazovanje u regiji, razviti tolerantno okruženje, pomoći napredak u pravima žena, poboljšati aktivnosti u slobodno vrijeme i rekreacijske pogodnosti, razvijaju svijest o povijesnim i kulturnim vrijednostima, dovode do učenja stranih jezika, stvaraju nova zanimanja i uzrokuju nastanak novih društvenih institucija.

S druge strane, uzrokuje promjene u veličini stanovništva domaćina i njegovoj demografskoj strukturi i načinu života, povećava neravnotežu između društvenih klasa, stvara kulturnu difuziju, kulturno zagađenje, kulturnu degeneraciju i kulturne promjene, može povećati neprijateljstvo i stopu kriminala prema strancima, te može uzrokovati kulturnu komercijalizaciju, prenaseljenost, pogoršanje lokalne tradicije, pogoršanje jezika i uništenje tradicionalnih sektora.

U nastavku su prikazani neki od društveno kulturnih učinaka turizma.

Pozitivni društveno-kulturni učinci su:³⁸

- Turizam pruža priliku za upoznavanje ljudi različitih kulturnih skupina regionalnog i međunarodnog podrijetla.
- Zbog kulturne razmjene, dolazi do međusobnog razumijevanja između gosta i domaćina, pa se tako smanjuju njihove predrasude.
- Simpatija i razumijevanje bi mogli rezultirati smanjenjem napetosti između dvije zajednice ili nacije. Tako će prevladati mir i dobar odnos.
- Turizam podržava razvoj društvenih objekata i usluga. Ove sadržaje i usluge koriste i lokalni ljudi, što dovodi do boljih životnih uvjeta.
- Turizam stvara svijest o važnosti i vrijednosti prirodnih, kulturnih, arheoloških ili povijesnih nalazišta. Potiče osjećaj ponosa na lokalnu i nacionalnu baštinu. To dovodi do svijesti o njima.
- Lokalna zajednica ima priliku približiti se modernoj i međunarodnoj kulturi čime dolazi do kulturne razmjene između domaćina i gosta.
- Dolazi do elevacije edukacijskih i zdravstvenih standarda lokalne zajednice
- Turizam potiče lokalno stanovništvo da primijeti važnost očuvanja lokalne baštine i kulture.
- Turisti su zainteresirani za kupnju mnogih umjetnina i zanata određenog područja/ nacije kao suvenira za ponijeti sa sobom. Novčani dobitak stanovnicima prodajom suvenira pomaže u održavanju ovih umjetnosti i zanata zauvijek.
- Turizam pomaže da se održavaju povijesne zgrade, spomenici, muzeji, galerije i ostali kulturno povijesni objekti.

Povećanje svjesnost o važnosti vlastite kulture i tradicije kao i upoznavanje tuđe može proširiti vidike lokalne zajednice. Njegovanjem kulture i tradicije stvara se nezamijenjiv turistički proizvod jer je baziran na originalnosti koju moderni turist traži skupa s novim iskustvima i spoznajama.

Negativni društveno-kulturni učinci su:³⁹

- Dolazi do kulturoloških sukoba.

³⁸ *IMPACT OF TOURISM, MODULE – 1, Basics of Tourism*, str. 39- 54. dostupno na: https://nios.ac.in/media/documents/tourism_337_courseE/337_Tourism_Eng/337_Tourism_Eng_L3.pdf, str. 45.

³⁹ *Ibidem*, str. 44-45.

- Negativni stavovi prema turistima se razvijaju zbog prenapučenosti i nedostatka rekreacijskih sadržaja za lokalno stanovništvo.
- Zlouporaba droga i prostitucija su u porastu na pojedinim turističkim mjestima. Seksualno iskorištavanje djece i mladih žena povećalo se s rastućom turističkom industrijom u mnogim dijelovima svijeta. Djeca se trguju u bordele i prodaju na tržištu seksualnog ropstva.
- Miješanje s ljudima različitih kulturnih skupina dovodi do gubitka kulture odredišnog područja. Kasnije to dovodi do krize kulturnog identiteta.
- Određeni dio lokalnog stanovništva ima tendenciju iskorištavati dobronamjernost stranih turista kroz iznuđivanje.
- Moralno ponašanje lokalnog stanovništva pogoršava se posebno kada lokalna omladina pokušava imitirati goste. Dolazi do usvajanja loših navika turista koji se manifestiraju kroz pušenje, konzumacijom alkoholnog pića, kockanju i ostalim porocima.
- Kršenje lokalnih normi i običaja od strane stranih turista dovodi do sukoba između domaćina i gosta.
- Erozijski lokalnog jezika i dijalekta u smislu čistoće i mješavine jezika je u porastu. Dolazi do korištenja posuđenica i zamjene određenih riječi i izražavanja lokalnog jezika.

Negativni učinci mogu trajno oštetiti kulturološki identitet destinacije i lokalne zajednice. Interakcijom između domaćina i turista može rezultirati kulturološkim sukobima. Naposljetku se kod domaćina stvara anitgonistička slika o turizmu i turistima.

3.3. Refleksije na okoliš

Turizam predstavlja jedan od najvećih i najbrže rastućih sektora u globalnom gospodarstvu i ima značajne ekološke, kulturne, društvene i ekonomske učinke koji mogu biti pozitivni ali i negativni.

„Turizam je osjetljiviji na degradaciju okoliša više nego druge gospodarske djelatnosti. Okoliš je njegov primarni resurs te on za svoj razvoj traži kvalitetan i

očuvan prostor. Turizam u pravilu nije veliki onečišćivač okoliša, ako je izvedena odgovarajuća tehnička komunalna infrastruktura.⁴⁰

„Kvaliteta okoliša, prirodnog i umjetnog, važna je za turizam. Međutim, odnos turizma s okolišem je složen. Uključuje mnoge aktivnosti koje mogu imati štetne učinke na okoliš. Mnogi od ovih utjecaja povezani su s izgradnjom opće infrastrukture, poput cesta i zračnih luka, te turističkih objekata, uključujući odmarališta, hotele, restorane, trgovine, golf igrališta i marine. Negativni utjecaji razvoja turizma mogu postupno uništiti resurse okoliša o kojima ovisi. S druge strane, turizam ima potencijal stvaranja blagotvornih učinaka na okoliš doprinoseći zaštiti i očuvanju okoliša. To je način podizanja svijesti o vrijednostima okoliša i može poslužiti kao alat za financiranje zaštite prirodnih područja i povećanje njihove ekonomske važnosti.“⁴¹

Turizam može biti glavno oruđe gospodarskog razvoja, ali ako nije pravilno planiran, može imati destruktivne učinke na bioraznolikost i netaknuti okoliš te može rezultirati zlouporabom prirodnih resursa poput slatke vode, šuma i morskog života. Na brojnim mjestima razvoj turizma rezultirao je ozbiljnim posljedicama za okoliš. Kako bi se destinacija obranila od negativnih utjecaja po okoliš koje turizam donosi potrebno je razviti strategiju održivosti. Održivi razvoj turizma uvijek mora poštivati okoliš i pozivati se na prihvaćena načela održivosti. Mora se planirati uravnoteženo korištenje resursa izbjegavajući tako negativne učinke, smanjujući zadovoljstvo posjetitelja ili negativno utječući na lokalno društvo, gospodarstvo i kulturu. Ponekad može biti teško kvantificirati ograničenja, ali ona su važna za održivi turizam. Stoga, ako želi održati glavne elemente na kojima se temelji, turistički sektor mora uložiti u održavanje prirodnog okoliša. Ako se pravilno planira, turizam može postati pozitivna snaga za očuvanje i zaštitu okoliša te gospodarski razvoj. Lokalno stanovništvo se može educirati i angažirati u brojne akcije održavanja i čišćenja okoliša. Tim pristupom bi se cjelokupno stanovništvo angažiralo u održivi razvoj, a ne samo mali dio stanovništva ili određene kompanije za očuvanje okoliša i kompanije gradske čistoće. Time bi došlo do podizanja cjelokupne svijesti i odgovornosti za okoliš kod svakog stanovnika.

⁴⁰ Kružić N. (2004.) „TURIZAM I OKOLIŠ“, Tour. Hosp. Manag. God. 10, Br. 2 str. 97.

⁴¹ Sunlu U. (2003.) „*Environmental impacts of tourism*“. In : Camarda D. (ed.), Grassini L. (ed.). Local resources and global trades: Environments and agriculture in the Mediterranean region. Bari : CIHEAM, 2003. p. 263-270. (Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 57), str. 263.

U sljedećoj tablici su prikazani negativni učinci na okoliš (tablica 7).

Negativni utjecaji	Opis utjecaja
Iscrpljivanje	<p>Vodni resursi</p> <p>Turistička industrija općenito prekomjerno koristi vodene resurse za hotele, bazene, golf igrališta i osobnu uporabu vode od strane turista.</p>
	<p>Lokalni resursi</p> <p>Turizam može stvoriti veliki pritisak na lokalne resurse poput energije, hrane i drugih sirovina kojih možda već nedostaje.</p>
	<p>Zemljani resursi</p> <p>Važni zemljišni resursi uključuju minerale, fosilna goriva, plodno tlo, šume, močvarna područja i divlje životinje.</p>
Zagađenje	<p>Zagađenje zraka i buka</p> <p>Emisije u prometu i emisije iz proizvodnje i uporabe energije povezani su s kiselim kišom, globalnim zatopljenjem i fotokemijskim zagađenjem. Zagađenje bukom iz motornih vozila i gužvi.</p>
	<p>Zagađenje kroz kruti otpad i smeće</p> <p>U područjima s visokom koncentracijom turističkih aktivnosti i privlačnim prirodnim atrakcijama, zbrinjavanje otpada ozbiljan je problem, a nepravilno odlaganje može biti veliki uništavač prirodnog okoliša, rijeka, slikovitih područja i cesta.</p>
	<p>Komunalna infrastruktura</p> <p>Izgradnja turističke infrastrukture često dovodi do povećanog onečišćenja putem otpadnih voda.</p>
	<p>Estetika prostora</p> <p>Velika odmarališta različitog dizajna mogu izgledati neprikladno u prirodnom okruženju i mogu se sukobiti s autohtonim strukturnim dizajnom.</p>
Fizički utjecaji	<p>Građevinske aktivnosti i razvoj infrastrukture</p> <p>Razvoj turističkih objekata kao što su smještaj, vodoopskrba, restorani i rekreacijski sadržaji može uključivati iskopavanje pijeska, eroziju plaža i pijeska, eroziju tla i opsežno popločavanje. Osim toga, izgradnja cesta i zračnih luka može dovesti do degradacije zemljišta i gubitka staništa</p>

	<p>divljih životinja te pogoršanja krajolika.</p> <p>Krčenje šuma i pojačano ili neodrživo korištenje zemljišta Izgradnja smještaja i objekata na skijalištima često zahtijeva čišćenje šumovitog zemljišta. Obalna močvarna područja često se isušuju i zatrpavaju zbog nedostatka prikladnijih mjesta za izgradnju turističkih objekata i infrastrukture.</p> <p>Razvoj marina Razvoj marina i lukobrana može uzrokovati promjene strujanja i obala. Nadalje, vađenje građevinskog materijala poput pijeska utječe na koraljne grebene, mangrove i šume u zaleđu, što dovodi do erozije i uništavanja staništa.</p> <p>Utjecaj kroz uništenja tla i vegetacije Turisti koji koriste istu stazu uvijek iznova gaze vegetaciju i tlo, na kraju nanoseći štetu koja može dovesti do gubitka biološke raznolikosti i drugih utjecaja. Takva šteta može biti još veća ako posjetitelji često skreću s utvrđenih staza.</p> <p>Sidrenje i ostale aktivnosti marine U morskim područjima (oko obalnih voda, grebena, plaža i obala, morskih voda, uzvisina i laguna) mnoge se turističke aktivnosti događaju u ili oko osjetljivih ekosustava.</p>
Utjecaji na globalnoj razini	<p>Gubitak biološke raznolikosti</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ugrožava zalihe hrane, mogućnosti za rekreaciju i turizam te izvore drva, lijekova i energije, - Utječe na bitne ekološke funkcije poput ravnoteže vrsta, formiranja tla i apsorpcije stakleničkih plinova, - Smanjuje produktivnost ekosustava, - Destabilizira ekosustave i slabi njihovu sposobnost suočavanja s prirodnim katastrofama. <p>Iscrpljivanje ozonskog omotača kroz zagađenje (Klimatske promjene) Turizam uključuje kretanje ljudi od njihovih domova do drugih odredišta i čini oko 50% prometa; zračni promet koji se brzo širi doprinosi oko 2,5% proizvodnje CO.</p>

Tablica 7: Negativni utjecaji na okoliš

Izvor: Vlastita izrada prema: Sunlu U. (2003.) „*Environmental impacts of tourism*“. In : Camarda D. (ed.), Grassini L. (ed.). Local resources and global trades: Environments and agriculture in the Mediterranean region. Bari : CIHEAM, 2003. p. 263-270. (Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 57), str. 263-269.

Osim negativnih implikacija koje turizam ima na destinaciju po pitanju okoliša i njegove održivosti turizam može potaknuti i podići svijest ljudi o važnosti i zaštiti okoliša, a to se može napraviti na nekoliko načina (tablica 8).

Pozitivni utjecaji na okoliš	Opis utjecaja
Financijski doprinosi	<p>Izravni financijski doprinosi</p> <p>Turizam može izravno pridonijeti očuvanju osjetljivih područja i staništa. Prihodi od naknada za parkiranje i sličnih izvora mogu se posebno dodijeliti za plaćanje zaštite i upravljanja ekološki osjetljivim područjima. Posebne pristojbe za rad parkova ili aktivnosti očuvanja mogu se naplatiti od turista ili turoperatora.</p>
	<p>Doprinosi državnim prihodima</p> <p>Korisničke pristojbe, porezi na dohodak, porezi na prodaju ili iznajmljivanje opreme za rekreaciju i naknade za licence za aktivnosti poput lova i ribolova mogu dati vladama sredstva potrebna za upravljanje prirodnim resursima.</p>
Poboljšano upravljanje okolišem i planiranje	<p>Dobro upravljanje okolišem turističkih objekata, a posebno hotela, može povećati koristi za prirodna područja. No to zahtijeva pažljivo planiranje kontroliranog razvoja, temeljeno na analizi ekoloških resursa tog područja.</p>
Podizanje svijesti o okolišu	<p>Turizam ima potencijal povećati uvažavanje javnosti prema okolišu i proširiti svijest o ekološkim problemima kada dovodi ljude u bliži kontakt s prirodom i okolišem.</p>
Zaštita i očuvanje	<p>Turizam može značajno pridonijeti zaštiti okoliša, očuvanju i obnovi biološke raznolikosti i održivom korištenju prirodnih</p>

	resursa.
Regulacijske mjere	Regulacijske mjere pomažu nadoknaditi negativne utjecaje; na primjer, kontrole broja turističkih aktivnosti i kretanja posjetitelja unutar zaštićenih područja.

Tablica 8: Pozitivni utjecaji na okoliš,

Izvor: Vlastita izrada prema: Sunlu U. (2003.) „str. 263- 269.

Izradom održivih planova i edukacijom se postiže željeni učinak zaštite prirodnog bogatstva destinacije za turističke svrhe ali i za sadašnje i buduće generacije.

Međutim, sadašnje doba je ispunjeno mnogim izazovima koji su povezani uz panedmiju korona virusa. Pandemija je ima ogroman utjecaj na okoliš diljem svijeta.

Globalni poremećaji uzrokovani COVID-19 donijeli su nekoliko učinaka na okoliš i klimu. Zbog ograničenja kretanja i značajnog usporavanja društvenih i gospodarskih aktivnosti, kvaliteta zraka se poboljšala u mnogim gradovima uz smanjenje onečišćenja vode u različitim dijelovima svijeta. Osim toga, povećana uporaba OZO(osobna zaštitna oprema kao što su npr. maske za lice, rukavice itd.), njihovo nasumično odlaganje i stvaranje ogromne količine bolničkog otpada negativno utječu na okoliš.⁴²

Pandemija je zasigurno pruzročila još izravnih i neizravnih posljedica koje će tek biti vidljive u mjesecima i godinama koje dolaze.

Dalje su kroz rad prikazani pozitivni i negativni učinci na okoliš pandemije korona virusa (tablica 9).

Pozitivni učinci		Negativni učinci	
Smanjenje onečišćenja zraka i emisije stakleničkih plinova	Kako su industrije, transport i tvrtke zatvorene, to je dovelo do naglog pada emisija stakleničkih plinova (GHG).	Povećanje proizvodnje biomedicinskog otpada	Od izbijanja COVID-19 globalno je povećano stvaranje medicinskog otpada, što predstavlja veliku prijetnju javnom zdravlju i

⁴² Rume T., Didar-UI Islam S.M. (2020.) „*Environmental effects of COVID-19 pandemic and potential strategies of sustainability*“, Department of Geological Sciences and Department of Environmental Sciences, Jahangirnagar University, Dhaka 1342, Bangladesh, Heliyon str.3.

			okolišu.
Smanjenje onečišćenja vode	Tijekom razdoblja izolacije, glavni industrijski izvori onečišćenja su se smanjili ili potpuno zaustavili, što je pomoglo u smanjenju onečišćenja oceana, mora, rijeka i ostalih vodenih površina	Korištenje sigurnosne opreme i nasumično odlaganje	Kako bi se zaštitili od virusne infekcije, ljudi danas koriste maske za lice, rukavice i drugu zaštitnu opremu, što povećava količinu medicinskog otpada.
Smanjenje buke	Karantena i mjere izolacije nalažu da ljudi ostanu kod kuće i smanjuju ekonomske aktivnosti i komunikaciju diljem svijeta, što je u konačnici smanjilo razinu buke u većini gradova.	Proizvodnja čvrstog komunalnog otpada i smanjenje recikliranja	povećanja potražnje za online kupnjom za dostavu na kućnu adresu, što u konačnici povećava količinu kućnog otpada iz otpremljenih ambalažnih materijala.
Ekološka obnova i smanjenje turističke aktivnosti	Zbog izbijanja COVID-19 i lokalnih ograničenja smanjen je broj turista u turističkim mjestima diljem svijeta.	Ostali negativni učinci na okoliš	opsežna uporaba dezinficijensa može ubiti neciljane korisne vrste, što može stvoriti ekološku neravnotežu.

Tablica 9: Pozitivni i negativni učinci na okoliš u vrijeme pandemije korona virusa.

Izvor: Vlastita izrada prema: Rume T., Didar-UI Islam S.M. (2020.) „*Environmental effects of COVID-19 pandemic and potential strategies of sustainability*“, Department of Geological Sciences and Department of Environmental Sciences, Jahangirnagar University, Dhaka 1342, Bangladesh, Heliyon, str. 3-5.

Cijelokupna situacija s pandemijom korona virusa je značajno poboljšala kvalitetu zraka u različitim gradovima diljem svijeta, smanjila emisiju stakleničkih plinova, smanjila onečišćenje vode i buke te smanjila pritisak na turističke destinacije koje su

bile opterećene gužvama. To je uveliko pomoglo regeneraciji ekološkog sustava u destinacijama koje su bile opterećene turizmom i neodrživim strategijama. Osim toga, postoje i neke negativne posljedice pandemije, kao što su povećanje medicinskog otpada, nasumična uporaba i odlaganje dezinficijensa, maski i rukavica; i teret neobrađenog otpada koji kontinuirano ugrožava okoliš.

Usporedbom podataka iz tablica 7 i 8 može se zaključiti da događaji kao što je pandemija mogu jako utjecati na ekološki sustav i da su takvi događaji nepredvidivi. Ali turistički nositelji destinacija ne bi smjeli čekati izvanredne događaje da pomognu u rješavanju problema oneščićenja okoliša već bi trebali implementirati održivu strategiju u koju bi trebala biti uključena lokalna zajednica kojoj je stalo do okoliša koji ju okružuje i u kojem žive.

4. Transformacija lokalnih zajednica u turizmu

Turizam ima veliku ulogu i potencijal kod razvoja i transformacije destinacije i njezinog lokalnog stanovništva. Kvalitetni plan razvoja turizma, odnosno održivi turizam povećava dobrobit koju lokalno stanovništvo može izvući iz turizma. Takva dobrobit može biti financijska, edukacijska, poboljšanje životnih uvjeta i mnogi drugi. Rast turističke industrije na određenom području i otvaranje novih poduzeća, posebice ona kojima upravlja i vodi lokalna zajednica, mogu potencijalno ublažiti siromaštvo lokalnog stanovništva i pružiti priliku za bolji pristup obrazovanju, zdravstvenim uslugama i životnim sadržajima. To ukazuje da održivi turizam utječe na druge sektore razvoja.

U sljedećim podnaslovima izabrane su tri popularne europske (svjetske) turističke destinacije: Venecija, Amsterdam, Berlin.

Venecija je izabrana iz razloga prekomjernog turizma i neodrživosti. Popularna destinacija se suočava s mnogim problemima kao što su gužve, zagađenje, visoke cijene svakodnevnog života, visoke cijene nekretnina i mnogi drugi problemi koji udaljavaju lokalno stanovništvo od grada. Mnogi stanovnici Venecije su se odlučili preseliti negdje drugdje zbog problema koji se vežu uz Veneciju.

Amsterdam kao druga destinacija je izabrana zbog specifičnosti svoje turističke ponude i proizvoda. Grad je postao „Meka“ mnogim turistima, domaćim i stranim koji dijele liberalne stavove sa turističkom ponudom grada. Međutim, postavlja se pitanje da li postoji budućnost za lokalno stanovništvo koje živi u područjima i kako oni prihvaćaju goste koji opijeni hodaju njihovim ulicama i dolaze ispred vrata kasno u noć.

Kao treći grad za uzorak izabran je Berlin. Grad se kroz 20. stoljeće mnogo puta mijenjao od razdoblja krize, nacizma, komunizma, podijeljenosti i kapitalizma. Grad je specifičan jer se brendira kao rad promjene i usmjeren je na održivost i uključivanje lokalnog stanovništva u turizam. Grad smatra da je lokalno stanovništvo najvažniji predstavnik grada i njegove kulture.

4.1. Turizam Venecije – zaštita lokalnog stanovništva

Venecija je grad koji se može pohvaliti bogatom kulturno povijesnom baštinom, ali i mnogim problemima koji muče grad i lokalno stanovništvo. Posljednjih godina Venecija je bila na naslovnica jer je jedan od europskih gradova u kojem su klimatske promjene postale neizbježna stvarnost. Osim toga, poplave i porast vodostaja uz kanale Venecije nisu jedini problem s kojim se suočavaju lokalni stanovnici. Lokalno stanovništvo Venecije je primorano iseliti se iz grada jer su troškovi života previsoki. Zahvaljujući masovnom turizmu i porastu cijena povezanih s krizom vezanom uz korona virus, mnogi mještani Venecije moraju napustiti svoj grad u korist jeftinijih alternativa.

Jedan od glavnih pokazatelja kakav utjecaj ima turizam na Veneciju, odnosno lokalno stanovništvo je njegov ogroman pad od 1951. godine do 2019. godine. U 1951. godini broj stanovnika koji je živio u Veneciji je bio 174.808, dok 2019. godine je taj broj pao na 52.994 stanovnika. „Činjenica da se domaće venecijansko stanovništvo nastavlja smanjivati već nekoliko desetljeća može se objasniti nekoliko faktora, unutar kojih su povećanje troškova života, smanjenje kvalitete života (trgovine i aktivnosti za lokalno stanovništvo zamijenjeni nekvalitetnim suvenirima) , nedostatak prostora za mlade i mogućnosti zaposlenja, zapanjujuće povećanje troškova stanovanja. Sve navedeno može se izravno povezati s dramatičnim povećanjem masovnog turizma i, posljedično, aktivnostima koje iskorištavaju ovu situaciju. Zbog toga su autentične aktivnosti i trgovine zadavljene sve većim najamninama, stalnim smanjivanjem veličine lokalnog tržišta i uspjehom turističkih zamki koje su zavodile turiste svojim jeftinim proizvodima od porculana“.⁴³

Masovnost posjeta gradu ima veliki utjecaj na negativne transformacije po pitanju lokalne zajednice. Prije početka korona krize veliki broj turista, domaćih i stranih je posjećivalo Veneciju. Taj broj je, na godišnjoj razini višestruko nadmašivao broj stanovnika (tablica 10).

⁴³ Utjecaj turizma na Veneciju: <https://veneziaautentica.com/impact-tourism-venice/> , pristupljeno 20. 10. 2021.

Godina	Domaće stanovništvo		Stranci	
	Dolasci (x 1000)	Noćenja (x 1000)	Dolasci (x1000)	Noćenja (x1000)
2015	598	1,394	3,898	8,788
2016	651	1,528	3,995	8,983
2017	679	1,624	4,356	10,062
2018	706	1,702	4,549	10,416
2019	747	1,919	4,776	11,030

Tablica 10: Vlastita izrada, Dolasci i noćenja u Veneciji od 2015. do 2019. godine i porijeklo gostiju.

Izvor: Yearbook of Tourism Data 2019, City of Venice Tourism Department.

Broj Talijana koji su posjećivali Veneciju 2015. godine je iznosio 598 000, dok je 2019. godine narastao na 747 000. Broj noćenja je sa 1.394 milijuna 2015. godine narastao na 1.919 milijuna 2019. godine.

Broj stranaca koji su posjećivali Veneciju od 2015. do 2019. godine bio višestruko veći od domaćih gostiju. 2015. godine on je iznosio 3.898 milijuna i narastao 2019. godine na 4.776 milijuna. Broj noćenja 2015. godine je iznosio 8.788 milijuna i narastao 2019. godine na 11.030 milijuna.

Ukupni broj turista koji su posjećivali Veneciju 2015. godine je iznosio 4.496 milijuna i 2019. godine narastao na 5.523 milijuna. Broj noćenja 2015. godine je iznosio 10.183 milijuna, dok je 2019. godine taj broj narastao na 12.949 milijuna.

Postoje brojni pozitivni i negativni utjecaji turizma na Veneciju i njezine stanovnike. U radu su opisani ekonomski, ekološki i socijalno-društveni utjecaji kroz prikaz pozitivnih i negativnih eksternalija.

A) Ekonomski:⁴⁴

Pozitivni:

⁴⁴ J. Eberle (2019. - 2020.) „Overtourism. Impacts and policies“. *The case of Venice*. Universitat de les Illes Balears, Facultat de Turisme. str. 9-12.

- Smanjenje siromaštva.
- Stvaranje novih poslova i poslovnih prilika.

Negativni:

- Prekarizacija i eksternalizacija zapošljavanja u turističkom sektoru.
- Gube se tradicionalne gospodarske grane koje se zamjenjuju onima koji su podložni turizmu.
- Strukturni čimbenici poput deindustrijalizacije i povećanja vrijednosti nekretnina uzrokovali su nagli pad stanovništva, Cijene područja Venecije variraju od 2.200 do 3.700 € / m².
- Venecijanska lokalna politika okrenula se privatizaciji dijelova važnih javnih dobara kao što su putnički terminal, Zaklada Biennale, nekoliko povijesnih palača i Arsenala.

B) Ekološki:

Pozitivni:

- Širenje infrastrukture Venecije i financiranje očuvanja prirode kroz turizam.

Negativni:

- Učinci klimatskih promjena, poput porasta razine mora, sve veće učestalosti i energije oluja i poplava, erozije plaža, izbjeljivanja koralja i poremećene opskrbe vodom, također predstavljaju novu prijetnju Veneciji.
- Promjene temperature i oborina utjecat će na tržišnu atraktivnost Venecije, ovisno o interakciji push and pull efekata.
- Na Veneciju mogu utjecati i drugi čimbenici, poput širenja tropskih bolesti i dostupnosti vode. Neki od tih učinaka već se osjećaju jer je ekološka krhkost Venecije vrlo visoka.
- Venecija se također suočava sa sljedećim problemima: problemima s parkiranjem, prometnim gužvama i uništavanjem povijesnih znamenitosti zbog prekomjerne upotrebe i nepažnje turista.
- Problem onečišćenja okoliša.
- Stvaranje otpada.
- Nedostatak kanalizacije dovodi do rasta algi i smrada tijekom ljetne sezone.

- Utjecaj kruzera.

C) Društveni:

Pozitivni:

- Povećanje sigurnosti zbog prisustva turista.
- Kulturološka razmjena između gosta i lokalnog stanovništva.

Negativni:

- Promjena načina života lokalnog stanovništva.
- Gužve.
- Poskupljenje života.

Učinci turizma na Veneciju su brojni, međutim prevladavaju negativni. Korona kriza je na neki način donijela veliki predah gradu i njezinim stanovnicima. Broj turista je stao ili se smanjio. Grad je pronašao soluciju u rješavanju problema gužvi, masovnosti i kruzera koji su otežavali život lokalnom stanovništvu. Uz brojne prosvjeda koje je lokalno stanovništvo održalo došlo je do odluke da će se od ljeta 2022. godine naplaćivati ulaz u grad. Tijekom ljetne turističke sezone 2022. godine posjetitelji će morati rezervirati karte unaprijed i platiti pristojbu od 3 do 10 eura. Cijene će varirati ovisno o sezoni i predviđenom broju turista u bilo kojem danu.⁴⁵ Osim toga, Talijanska vlada je zabranila navalu velikih kruzera u Venecijanskoj laguni. Zabrana je stupila na snagu 1. kolovoza 2021. godine i zabranit će ulazak laguni brodovima duljim od 180 metara ili teškim 25.000 tona, nadajući se da će održati povijesne kanale, plovne putove i javne trgove Venecije čitavim.⁴⁶

Venecija, svjesna svojih neprilika je poduzela početne mjere prema održivosti, spasenju i zaštiti sebe i svog lokalnog stanovništva.

⁴⁵ Naplaćivanje ulaznica za ulazak u grad: <https://www.cnbc.com/2021/08/23/venice-set-to-introduce-an-entry-fee-and-booking-system-for-tourists.html>

⁴⁶ Zabrana velikih kruzera: <https://www.archdaily.com/965527/italian-government-officially-bans-cruise-ships-in-venice>

4.2. Amsterdam – repozicioniranje destinacije

Amsterdam predstavlja popularno odredište za turiste diljem svijeta. Uz brojnu kulturno povijesnu baštinu, kanale i ostale proizvode i usluge koje nudi Amsterdam je specifičan po liberalnom stavu prema korištenju droga. Osim liberalnog stava i zakonodavstva prema određenim drogama, grad također ima i veliki ugled u pogledu prostitucije. Četvrt s crvenim svjetlima i cijeli grad u određenoj se mjeri pojavljuju u suvremenoj popularnoj kulturi kao oličenje svemogućnosti, luksuza i užitka. Amsterdam je privukao međunarodnu pozornost o čemu govori i činjenica da milijuni turista posjećuju grad svake godine. Grad se brine za međunarodne seksualne turiste, a na globalnom tržištu i globalnom imaginariju, gradska četvrt crvenih svjetala stekla je veliku reputaciju.

Početak procesa legalizacije droga u Amsterdamu počinje 70-ih godina prošlog stoljeća kada je Nizozemska vlada istraživala i razvila određene studije o drogama u kojima su na kraju predložile legalizaciju kanabisa. Zakoni su izmijenjeni kako bi se razlikovale lake droge od teških droga s ciljem smanjenja štete kako bi teške droge kao što su kokain i heroin bili ilegalni. Posjedovanje i prodaja male količine marihuane i hašiša počeli su se tretirati u blažem obliku. Međutim, kanabis je i dalje bio ilegalan, ali se u obliku lijeka počeo tolerirati.⁴⁷

Danas, kavane koje nude lake droge, odnosno kanabis se moraju držati strogih pravila:⁴⁸

- Kavane se ne smiju promovirati.
- Imaju ograničenu količinu transakcija: pet grama po potrošaču i zabranjeno je posjedovati više od 500 g inventaru.
- Kupci ne mogu stvarati smetnje u okolini.
- Radno vrijeme je od 8 ujutro do 1 ujutro.

⁴⁷ Dias Pereira T.F.P., Batista de Paula L. (2016.) „*Drug Tourism: General Overview, Case Studies and New Perspectives in the Contemporary World*“, in *European Journal of Tourism Hospitality and Recreation* · January 2016, Rio de Janeiro State University, str. 193.

⁴⁸ Zakon o kavanama u Amsterdamu:

<https://www.government.nl/topics/drugs/toleration-policy-regarding-soft-drugs-and-coffee-shops>, pristupljeno 20. 11. 2021.

- Nije dopuštena trgovina alkoholnim pićima, kao ni teškim drogama.
- Prodaja lakih droga samo za odrasle starije od 18 godina.
- Kavane se moraju nalaziti minimalno na daljini od 250 metara od škola.

Turizam droge u Amsterdamu je evidentan i može se provjeriti s nekoliko čimbenika kao što je postojanje specijaliziranih turističkih vodiča na tu temu (npr. Vodič za pušače ili Vodič za kafiće), kao i činjenicu da gotovo svi tradicionalni turistički vodiči spominju te objekte. Postoji čak i ponuda obilaska kafića koji posjetitelje vode u glavne kafiće u gradu. Također se može spomenuti postojanje Muzeja hašiša, marihuane i konoplje i Galerija konoplje, smještenih u dvije aneksne zgrade u četvrti Red Light District. Obje namjeravaju predstaviti povijest i različite namjene kanabisa i hašiša na iznimno didaktičan način, uključujući staklenik s unutarnjem uzgojem kanabisa, tako da turisti mogu pobliže upoznati stvarne primjerke biljki marihuane. Ovo bi bio slučaj u kojem bi se narkoturizam mogao povezati, ili čak klasificirati kao kulturni turizam. U Cannabis Collegeu, također u četvrti Red Light District, nudi se nekoliko specifičnih tečajeva na ovu temu kao i opće informacije o različitim vrstama korištenja i uzgoju kanabisa. Ondje je smješten lijep i ugodan prostor za razgovor i razmjenu iskustava, gdje je dozvoljeno pušenje trave. Za privlačenje turista radi stjecanja znanja pohađanjem redovitih tečajeva u određenom razdoblju, bilo bi moguće i ovu situaciju definirati kao akademski turizam. Poznati Cannabis Cup također igra važnu ulogu u turizmu kanabisa u Amsterdamu. Manifestacija koju promovira poznati časopis High Times, održava se svake godine u studenom (u trajanju od pet dana), računa se s dodjelom nagrada najboljim proizvođačima marihuane, brojnim predavanjima o uzgoju, rekreacijska i medicinska uporaba i javne politike u vezi s kanabisom, kao i umjetničke i kulturne aktivnosti. Oglašavanje koje se provodi radi otkrivanja je intenzivno, a postoji čak i nekoliko turističkih agencija koje nude turističke pakete u koje su uključene avio karte, hoteli i turistički programi povezani s događajem. Uz uplatu kotizacije (oko 250 dolara), bilo koja osoba, s bilo kojeg mjesta u svijetu, može postati žiri u natjecanju koje bira najbolju marihuanu, što u praksi znači pušenje svih konkurentskih sorti. Kako se smatra jednim od najvećih događaja povezanih s temom, Cannabis Cup Amsterdama, privlači turiste iz cijelog svijeta, koji se sele u grad s glavnim motivirajućim faktorom za putovanje željom da sudjeluju u ovom Marijuana cupu. .Kako se radi o velikom

organiziranom događaju (čak i ako je tema vezana uz neku vrstu droge), ovaj slučaj bismo mogli razmotriti i u segmentu Poslovnog turizma.⁴⁹

Legalizacija kanabisa predstavlja jednu pozitivnu praksu ako ga zakonodavstvo redovito i pomno regulira. Mnogi turisti se slijevaju u Amsterdam zbog liberalnih stavova koje grad ima prema lakim drogama. Takvi turisti ostaju duže i ne konzumiraju samo proizvode i usluge koji su proizašli od legalizacije lakih droga već su jedan od velikih motivatora za dolazak u grad. Turisti konzumiraju i ostale proizvode i usluge koje grad nudi kao što su npr. posjete muzeju ili određenim restoranima. Legalna prostitucija je također jedan od motivatora za dolazak turista u grad. Grad je poznat po Red Light District-u gdje gosti mogu posjećivati razne objekte koje nude usluge seksa.

Međutim, kroz sva pozitivna obilježja koja nudi legalizacija lakih droga i prostitucije postoji ona negativna strana. Ona se najviše vidi kroz ponašanje određenih gostiju u određenim danima i kasnim ili ranim satima u gradu. Takva ponašanja i gužve su prouzročile mnoge iritacije kod lokalnog stanovništva u gradu gdje jedan od stanovnika kaže: „Volim izlaziti ponedjeljkom ujutro jer je to još uvijek moj grad. Ali kada dođete ovdje petkom navečer ili subotom, to je sasvim druga priča. Ne možete izaći van svoje kuće jer vas blokira mnoštvo turista.“ ili „Uglavnom ti ljudi dođu poslijepodne i počnu piti. Čim su sretno pijani, počinju povraćati u naše saksije i pišati po kućama. I vrište.“⁵⁰ Osim toga, Amsterdam nije jeftin grad za život. Prosječna kuća u Amsterdamu košta najmanje oko 410 tisuća eura, dok prosječna cijena kvadratnog metra iznosi oko 7.5 tisuća eura u centru grada.⁵¹

Amsterdam poduzima potrebne mjere prema turistima koji ne poštuju destinaciju u koju su stigli: „Amsterdam će zabraniti obilaske s crvenim svjetlom u sklopu nastojanja da se ograniči sve veći broj posjetitelja u njegovu povijesnom središtu grada, jer "oni ne poštuju" seksualne radnice. "U ovom dobu više nije prihvatljivo seksualne radnice doživljavati kao turističku atrakciju", rekao je gradski vijećnik Udo

⁴⁹ Ferreira Pinheiro Dias Pereira T., Batista de Paula L. (2016.) „*Drug Tourism: General Overview, Case Studies and New Perspectives in the Contemporary World*“, Article in *European Journal of Tourism Hospitality and Recreation* · January 2016, Rio de Janeiro State University. str. 195-196

⁵⁰ Prekomjerni turizam u Amsterdamu: <https://www.pri.org/stories/2019-06-12/overtourism-amsterdams-red-light-district-provokes-local-outrage>, pristupljeno 21. 10. 2021.

⁵¹ Visoke cijene nekretnina u Amsterdamu: <https://www.iamexpat.nl/housing/real-estate-news/amsterdam-one-europes-least-affordable-cities-housing>, pristupljeno 21. 10. 2021.

Kock. Istraživanje je pokazalo da 80% seksualnih radnica kaže da su turisti loši za njihov posao, a vijećnici su prošle godine predložili premještanje četvrti crvenih svjetala u drugi dio grada.⁵² Situacija s korona virusom je Amsterdamu dala veliku priliku da se uspije resetirati i „sanirati“ negativne posljedice koje se nastale od turista i velikih gužvi.

4.3. Berlin i lokalna autentičnost

Kako bi se Berlin prepoznao kao destinacija potrebno je proučiti njegovu prošlost i kako se razvio u grad i destinaciju kakva je danas. Tijekom 20. stoljeća Berlin je mijenjao mnogo puta. Razlozi tih promjena su svjetski ratovi, političke i ekonomske nestabilnosti te utjecaji različitih ideologija. „Bombardiran“ različitim utjecajima tijekom stoljeća imidž Berlina je evoluirao.

Danas, privatna javna organizacija Berlin partner grad brendira kao „Berlin- city of change“. Ova organizacija je i de facto autoritet za brendiranje grada. Berlin Partner želi pokazati kreativnost grada na međunarodnoj razini; marka se stoga usredotočuje na suvremenu umjetnost, glazbu i modu. Novi gradski brend i gradska politika pretvaranja Berlina u uzbudljivo kulturno središte usko su isprepleteni.⁵³ Prije korona krize, 2018. godine Turistička zajednica Berlina je analizirala turizam u Berlinu 2017. godine i došla do 7 važnih zaključaka:

1. Turistički sektor u Berlinu glavni je izvor prihoda i pokretač radnih mjesta te će nastaviti s rekordnim rastom.
2. Berlin se pozicionirao kao vrhunsko međunarodno mjesto, te mora odgovoriti na izazov prilagođavanja trendovima i okvirnim uvjetima.
3. Postojeći instrumenti praćenja mogu samo djelomično pružiti potrebno znanje o starim i novim oblicima turizma i turističkih aktivnosti u Berlinu.

⁵²Zabrana tura koji nepoštuju red light district:

<https://www.theguardian.com/world/2019/mar/20/amsterdam-to-ban-disrespectful-tours-of-red-light-district>, pristupljeno 21. 10. 2021.

⁵³ Ooi C. S., Stöber B. (2008.), „Authenticity-in-Context: Embedding the Arts and Culture in Branding Berlin and Singapore“, Copenhagen Business School. str. 7.

4. Turizam u Berlinu snažno je koncentriran u određenim područjima, ali svih 12 općina ima potencijal privući turiste.

5. Urbani prostor sve se više koristi za turističke aktivnosti - a Berlin se, kao grad u porastu, suočava s novim izazovima.

6. Posjetitelji žele doživjeti stvarni život u Berlinu.

7. Ključni izazovi za kvalitetan turizam u Berlinu su niske cijene i zadovoljstvo posjetitelja.⁵⁴

Osim donesenih zaključaka grad je definirao 4 cilja u budućem razvoju turizma u Berlinu:

1. Učiniti Berlin još atraktivnijim i ugodnijim iskustvom za posjetitelje ide ruku pod ruku s povećanjem kvalitete života stanovnika.

2. Daljnji kvalitativni razvoj berlinskog turizma, s ciljem postizanja umjerenog i stabilnog kvalitativnog rasta.

3. Za različita urbana područja potreban je diferenciran pogled na turizam; posebne atrakcije, značajke i zahtjeve u pojedinim općinama potrebno je jasno razraditi, a zatim uzeti kao osnovu za izvođenje potrebnih mjera za razvoj turizma (upravljanje i marketing).

4. Održivost kao maksima djelovanja kako bi se osiguralo da se berlinski turizam nastavi razvijati na način koji je kompatibilan s gradom (ekonomski, ekološki i društveno)⁵⁵.

Grad Berlin se usmjerio prema održivom razvoju i uključivanju lokalnih stanovnika u turističku djelatnost. Grad je prepoznao veliku važnost u lokalnoj kulturi tako da Berlin čine njegovi lokalni stanovnici i njihov način života kao i kultura. Jedan od važnih ciljeva grada je integracija lokalnog stanovništva u proces razvoja turizma te iskorištavanje lokalne stručnosti. Berlin je grad koji je konstantno pod utjecajem promjena, na čemu je baziran njegov identitet. Promjene i transformacije se događaju na različite načine. Jedan od važnih načina je interakcija između domaćina i gosta.

⁵⁴ *Sustainable and City-Compatible Berlin Tourism Plan 2018+*, str. 3.

⁵⁵ *Ibidem*, str. 4.

Jedan od ciljeva Berlina je stvaranje i promoviranje evenata gdje će gosti imati priliku upoznati i razgovarati s gostima. Ovakva praksa prema lokalnom stanovništvu i turistima je veoma važna tako da gosti upoznaju svoje domaćine i obratno. Tako dolazi do međusobnog razumijevanja, prihvaćanja i razmjene kulture. Takva praksa je usmjerena prema održivosti.

„Novi urbani turizam sve više ulazi u gradske stambene četvrti. Ovaj razvoj predstavlja prilike i izazove za novu turističku politiku Berlina koja je kompatibilna s gradom. Evolucijski pristup upravljanju i razvoju turizma na razini susjedstva nudi važan instrument za prostorno razlikovanje turističkih usluga. Temelj za to proizlazi iz prikupljanja podataka o diferenciranim zahtjevima unutar grada, pojedinih četvrti i općina, uzimajući za osnovu zajednički razvijene ciljne marke. Iz potencijala, sukoba i resursa utvrđenih u ovom procesu, tada se može odrediti koji su formati najprikladniji za upravljanje turizmom na određenim razinama susjedstva. To mogu biti, primjerice, okrugli stolovi o turizmu ili radne skupine o posebnim potrebama turista, ili korištenje odgovornih osoba na lokalnoj razini, volonteri i suradnje s udrugama ili stručnjacima.“⁵⁶ Grad razvija i planira različite projekte na temu kulturne dobrodošlice turistima prilikom kojih će posjetitelji na lakši način pronaći autentičan doživljaj grada kroz posjete Berlinskim četvrtima.

Berlin, kao i ostale destinacije diljem svijeta je pogodila korona kriza. Tijekom krize grad Berlin je pokrenuo plan u 7 točaka, odnosno ciljeva koje se odnose na razvoj turizma u gradu od 2021. i 2022. godine nadalje:⁵⁷

1. Sigurnost u vrijeme pandemije

- Pružanje sigurnosti u pandemijskim situacijama kroz zaštitne mjere.
- Učvršćivanje profila Berlina kao sigurnog i pouzdanog odredišta za putovanja i konferencije.
- Pravila komuniciranja ponašanja prema posjetiteljima te prema turizmu i MICE industriji.

2. Kvalitetni turizam i marketing destinacije

⁵⁶ *Sustainable and City-Compatible Berlin Tourism Plan 2018+„*, str. 6.-7.

⁵⁷ *RE-START BERLIN. 7- point plan for consolidating and developing tourism from 2021/2022 onward.*

- Definiranje što pojam kvalitetnog turizma znači za Berlin i njegovo korištenje u turističkom marketingu s mjerama koje treba detaljno navesti.
- Identificiranje i marketing turističkog potencijala u svih dvanaest općina s ciljem korištenja sinergije među dionicima i osiguravanja održivog rasta za Berlin koji je visoke kvalitete i kompatibilan s gradom.

3. Praćenje i korištenje podataka

- Ponovno usklađivanje praćenja turizma s obzirom na promjene potrošačkih i putnih navika, korištenje digitalnih opcija i sučelja.
- Ponovno korištenje podataka za projekte digitalizacije, međusobna suradnja na regionalnoj i nacionalnoj razini.

4. Pristup turističke industrije programima financiranja i obuke

- Nastavak podupiranja ponovnog pokretanja turizma i poboljšanja pristupa gospodarskom financiranju.
- Promicanje i osposobljavanje kvalificiranog osoblja, kao i očuvanje i širenje pripravničkog staža.
- Prijenos znanja o turizmu u Berlinu.
- Jačanje sposobnosti turističkih poduzeća da se prilagode i inoviraju kako bi preživjeli u konkurentskom okruženju, prepoznajući promjenjive uvjete i u skladu s tim prilagođavajući svoje proizvode i procese.

5. Digitalizacija turističke industrije

- Podrška turističkoj industriji u projektima digitalizacije i kako bi se učinila otpornijom i održivijom protiv konkurencije, kako bi se prilagodila trenutnoj situaciji pandemije i pripremila za budući porast broja posjetitelja.

6. Podrška MICE industriji

- Ublažavanje utjecaja pandemije na berlinsku MICE industriju.
- Nastavak predstavljanja Berlina kao inovativne i održive MICE destinacije.

7. Podizanje profila turističke i MICE industrije te proširenje sudjelovanja lokalne zajednice

- Komuniciranje važnosti turizma kao ekonomskog čimbenika za Berlin
- Uključivanje lokalne zajednice u razmatranje održivog razvoja turizma pogodnog za grad tijekom i nakon pandemije

Lokalna autentičnost Berlina počiva u njegovoj lokalnoj zajednici koja predstavlja važan faktor razvoja turizma u grad na održiv način. Mnoge destinacije u svijetu se mogu ugledati na Berlin po pogledu očuvanja i razvoja autentičnosti te integriranje lokalnog stanovništva u donošenju odluka i u participaciji u turističkoj djelatnosti na izravan i neizravan način.

4.4. Analiza odabranih destinacija i preporuke za budućnost

Turizam je posjedovao i trenutno posjeduje veliki utjecaj na transformaciju lokalnih zajednica i destinacija. Prva dva slučaja: Venecija i Amsterdam ima slične probleme. Ti problemi proizlaze iz turističke percepcije destinacije kao svega osim mjesta za život, odnosno ne poštuje se lokalno stanovništvo i njihov način života. Dok je Berlin fokusiran na održivi razvoj i fokus na integriranje lokalne zajednice u turističku djelatnost.

1. Venecija

Venecija predstavlja jedan od turistički najpoznatijih destinacija na svijetu. Kao takva, ona je jako poželjna i popularna destinacija za putovanje, što je na neki način jako loše za grad. Venecija ima jako puno problema vezanih za turizam i masovnost. Dosadašnja turistička politika u gradu je bila samodestruktivna na mnogo načina. Zbog rasta cijena života i nekretnina, te zamjenom starih djelatnosti turističkim djelatnostima veliki broj stanovnika je bio primoran se iseliti iz grada. Samim time grad je kulturološki oštećen. Uz probleme koji se vežu uz klimatske promjene grad ima problema s velikim kruzerima koji stvaraju velike gužve i nisu dobri za okoliš. Pod takvim utjecajima dolazi do onečišćenja.

Međutim Venecija se odlučila smanjiti gužve i utjecaj na okoliš. Izdavanjem karata za turiste koji namjeravaju posjetiti grad pokušat će se smanjiti gužve. Uz to grad je

zabranio velikim kruzerima ulazak u grad što predstavlja početnu točku prema održivosti.

2. Amsterdam

Amsterdam je grad koji je poznat po liberalnim stavovima prema upotrebi lakih droga i legalne prostitucije. Grad je vidio svoj turistički potencijal kroz proizvode i usluge koje su u većini drugih destinacija taboo tema i nisu dozvoljeni. Stoga, Amsterdam je razvio određeni imidž kao grad zabave, slobode i uzbuđenja. Međutim takva sloboda i zabava smeta lokalnoj zajednici koja postaje antagonistički nastrojena prema turistima. Turisti ne poštuju život lokalnih stanovnika, pogotovo kada su pod opijatima.

Korona kriza je Amsterdamu donijela mnogo očekivani predah i mogućnost određenog restarta. Sada, kada je broj posjetitelja drastično smanjen, lokalno stanovništvo očekuje da će vlast pokrenuti održiviju praksu razvoja turizma.

3. Berlin

Berlin predstavlja jednu pozitivnu priču u smislu turističkog razvoja i integriranja lokalne zajednice u turističku djelatnost. Berlin je brendiran kao grad koji je podložan promjenama i kulturi. Uključivost stanovnika i slušanje njihovog razmišljanja o pojedinim temama vezanih za turizma u gradu je važna za turističku održivost i prihvaćanje turizma u gradu od strane lokalnog stanovništva. Grad nastoji predstaviti sebe kroz svoje stanovnike na načine da prouzroči kontakt i interakciju između gosta i domaćina. Grad organizira brojne događaje za turiste i lokalno stanovništvo gdje se ta interakcija može dogoditi. Osim toga grad je i središte za MICE industriju koja svake godine dovodi brojne poslove ljude.

Berlin ima pozitivnu turističku strategiju koja je usmjerena prema održivosti i uključivanju lokalnog stanovništva.

U nastavku su tablicom 11. prikazani izazovi razvoja destinacija kroz komparativnu analizu istih (prije i nakon covid krize).

Destinacije	<u>Venecija</u>	<u>Amsterdam</u>	<u>Berlin</u>
Izazovi razvoja turizma	Gužve u gradu	Nepoštivanje lokalnog stanovništva	Gužve u gradu
	Zagađenje	Nepoštivanje seksualnih radnica	Buka
	Negativni utjecaj klimatskih promjena kroz zatopljenje i podizanje razina mora	Zloupotreba opijata	Poskupljenja nekretnina i života
	Iritacija lokalnog stanovništva	Iskrivljena percepcija grada zbog svojih liberalnih stavova	Porast sitnog kriminala
Transformacije (planovi za vrijeme i poslije covid krize)	Uvođenje ulaznica za ulaz u grad	Promjena turističkih politika	Povećanje sigurnosti zbog pandemije
	Uvođenje pozitivne ekološke politike	Uvođenje održivih praksi	Digitalizacija
	Zabrana velikih kruzera	Borba protiv korupcije	Podizanje profila MICE industrije
	Poboljšana komunikacija grada i stanovnika	Borba protiv ilegalnih droga	Dodatno poticanje uljučivosti lokalne zajednice u turizam

Tablica 11: Pregled destinacija i njihovih transformacija

Izvor: Vlastita izrada

Pandemija korona virusa promijenila je mnoge turističke destinacije. Mnogima od njih prijeto da će privremeno prekinuti svoje turističke djelatnosti, čak i na nepredvidivo vrijeme. Propisi o opasnostima od pandemije i zdravstvenim protokolima zabranjuju turistima dolazak i ograničavaju im pristup uživanju u zabavnim rekreacijskim aktivnostima. Smanjenje broja turista smanjuje prihode od turizma. Posljedično, lokalno stanovništvo uključeno u turističku industriju u opasnosti je da izgubi svoja zanimanja i zatvori svoja poduzeća što ugrožava njihov opstanak. Dakle, pandemijska katastrofa predstavlja izazove koji zahtijevaju snažniju izgradnju kapaciteta za oporavak, opstanak i rast. Nadalje, turističke industrije i njihove lokalne zajednice trebaju ojačati svoje kapacitete za ublažavanje i razvoj kako bi predvidjeli buduće izazove. Mnoge lokalne zajednice koje se oslanjaju na turizam sada se bore s posljedicama i štetama koje je uzrokovala pandemija. Bez stvaranja prihoda od turizma, budućnost lokalne zajednice postala je neizvjesnija nego ikad. Mnoga lokalna poduzeća koja su stvarala prihode od turizma sada ovise o financijskoj pomoći i paketima potpore od strane vlade. Iako je turizam vrlo osjetljiv na pandemiju, industrija ima jedinstvenu poziciju u promicanju odgovornih planova i akcija oporavka. Turizam predstavlja razvojne prilike za zajednice, a pandemija ima potencijal da postane prekretnica za turističke planere da preispitaju i obnove turizam za održivi razvoj zajednice. Osim toga, izgradnja odnosa kroz teška vremena može stvoriti čvrstu vezu. Jako je važno da turističke tvrtke u zajednici preispitaju i ojačaju svoja partnerstva sa zajednicama domaćinima kako bi obnovile model održivog turizma.

Kriza je donijela nove trendove na turističkom tržištu kao što su:⁵⁸

1. Usluga bez dodira

Mnoge organizacije implementiraju digitalne alate kako bi uz minimalnu interakciju između ljudi pružili potrebne usluge. To nisu nužno inovacije, ali pandemija korona virusa je ubrzala njihovo usvajanje u cijeloj turističkoj industriji.

2. Redefinirana struktura

⁵⁸ Novi trendovi putovanja za vrijeme covid 19 krize: <https://www.infosysbpm.com/blogs/sourcing-procurement/5-trends-reshaping-the-future-of-travel-amidst-covid-19.html>

Kriza je utjecala na prihode mnogih kompanija koje su se morale prilagoditi novonastaloj situaciji. Počinje se investirati u alternativnu tehnologiju koja bi smanjila rashode i bila učinkovitija. Može se reći da je kriza uzrokovala ubrzanu modernizaciju.

3. Povećanje putovanja unutar vlastite zemlje

Kriza je donijela mnoge nesigurnosti i veliki broj turista je odlučilo putovati unutar vlastite zemlje gdje su upoznati sa situacijom.

4. Povećanje fleksibilnosti i agilnosti

Fleksibilnost i agilnost se odnose na snagu poduzeća da odgovori na izazove. Fleksibilnost će omogućiti industriji da se prilagodi promjenama koje zahtijeva novonastala situacija i mogla bi napraviti razliku između poduzeća koja propadaju i onih koji prežive krizu.

5. Trend outdoor turizma

On predstavlja trend koji raste zbog prijetnje korona virusa. Turisti žele putovati i upoznati prirodu daleko od velikih gužvi i nesigurnosti.

6. Povećanje održivosti

Mnoge destinacije koje su imale problem s neodrživošću u krizi vide određenu priliku za restart i izrade kvalitetnog plana održivosti.

7. Turisti žele lokalno iskustvo

Novi turist želi upoznati pravu sliku destinacije u koju putuje kroz njezinu kulturu, običaje i način života lokalne zajednice. Dolazi do stvaranja interakcije između gosta i domaćina te turist ne želi biti vezan za određeno mjesto dugo. On je mobilan i znatiželjan te zna što hoće upoznati i doživjeti.

8. Povećanje solo putovanja

Mnogi turisti se odlučuju na solo putovanja. Razlozi tome su: planiranje bez restrikcija, upoznavanje novih ljudi i osobni rast.

9. Povećana potreba za sigurnošću koja je uzrokovana pandemijom.

Svi prikazani trendovi se počinju javljati kod prikazanih destinacija. Uz navedene trendove javljaju se i drugi koji su okrenuti potrebama modernih turista. Venecija, Amsterdam i Berlin su bili primorani uvesti model borbe protiv korona virusa. Takav model se odnosi na restrikcije koje ograničavaju kretanja lokalnog stanovništva i turista.

Turistički promet u cijelom svijetu je drastično pao i potrebno je planirati kako dalje za vrijeme i nakon oporavka. Sadašnjost i budućnost turizma je puna izazova i samo one destinacije koje se mogu prilagoditi njima uspijevati opstati na sve zahtjevnijem turističkom tržištu.

Zaključak

Transformacija je proces kroz koji prolazi svaka destinacija i njena lokalna zajednica. Ona se ne događa spontano već se prihvaća ili se prouzroči namjerno. Uključivanjem lokalne zajednice u turizam u određenoj destinaciji i prihvaćanje turizma te iste zajednice dolazi do određenih promjena i transformacija. Izradom kvalitetnog plana održivosti nastoji se sačuvati autentičnost, kultura i način života lokalne zajednice na određenom prostoru. Ne postoji plan održivosti koji je skovan a da ne uključuje lokalnu zajednicu u sudjelovanje i donošenje određenih odluka koji se vežu za destinaciju u kojoj oni žive i rade. Plan održivosti mora biti usmjeren budućnosti, destinaciji i njenoj lokalnoj zajednici.

Glavna hipoteza istraživanja odnosi se na utvrđivanje veza između transformacije lokalne zajednice kroz turizam i unaprjeđenje svjesnosti o kulturi i običajima.

Pomoćne hipoteze **postavljene u radu su:**

- Covid 19 kriza donosi nove trendove na turističkom tržištu i promjene u ponašanju lokalnih dionika.
- Brojne destinacije odabiru razvoj turizma zasnovan na premisama održivog razvoja.

Hipoteze istraživanja su dokazane. Postoji čvrsta veza između transformacije lokalne zajednice i unaprjeđenje svjesnosti o kulturi i običajima iste. Lokalna zajednica počinje cijeniti svoju kulturnu baštinu zbog brojnih dobrobiti koje ima od iste. Korona kriza je donjela nove trendove na turističkom tržištu te putnici postaju sve zahtjevniji i zahtjevaju autentično iskustvo kod destinacija koje su implementirale program održivog razvoja.

Očekivano je da će se u budućnosti transformacije događati kod lokalnih zajednica jer se lokalno stanovništvo mora prilagođavati turističkim posjetima i razvijati planove rješavanja problema koje turizam donosi. Buduća istraživanja bi se trebala bazirati na pronalaženju solucija očuvanja kulture i načina života lokalnih zajednica. Lokalna zajednica bi trebala biti važan faktor i imati veliku korist od turizma.

Literatura

A) Knjige:

1. Suansri, P. (2003.). „*Community Based Tourism Handbook*“, Responsible Ecological Social Tour-REST.
2. Murphy, P.E. (1985.). „*Tourism - A Community Approach*“, New York-London: Methuen.
3. Dujmović, M., (2014.)., Postmoderno društvo i turizam str. 6-37 //Bevanda V. i Gržinić J., ur. „*Suvremeni trendovi u turizmu*“, znanstvena monografija, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
4. Reisinger, Y. (2013.)., „*Transformational Tourism, Tourist Perspectives*“, Gulf University for Science and Technology, Kuwait.
5. Goodwin, H. (2011)., „*Taking Responsibility for Tourism*“, Goodfellow Publishers.
6. Becker, E. (2013.). „*Overbooked: The Exploding Business of Travel and Tourism*“, Simon & Schuster.
7. Horner, S., Swarbrooke J (2007.), „*Consumer Behavior in Tourism: An International Perspective*“, Butterworth-Heinemann.
8. Messer, C.C. (2010.), „*Community Tourism Development*“, University of Minnesota; 3rd edition.
9. Beeton, S. (2006.), „*COMMUNITY DEVELOPMENT through TOURISM*“, Land Links.

B) Članci:

1. Poutiatine, M.I. (2009.) „*What is Transformation?: Nine Principles Toward an Understanding Transformational Process for Transformational Leadership*“. Sage Journals [Online] 7 (3) 189-208. str. dostupno na: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1541344610385249> [Pristupljeno 8. 9. 2021.]

2. Petrić, L., Pivčević, S. (2006.) „*Community based tourism development - insights from Split, Croatia*“. Conference paper: Tourism & Hospitality Industry 2016 At: Opatija, Faculty of Economics, Business and Tourism University of Split, Croatia.
3. Clark, A. (2007.) „*Understanding community: a review of networks, ties and contacts*“, University of Leeds - ESRC National Centre for Research Methods at the Universities of Manchester and Leeds. 1-37. str.
4. Dias Pereira T., Batista de Paula, L. (2016.) „*Drug Tourism: General Overview, Case Studies and New Perspectives in the Contemporary World*“, Article in European Journal of Tourism Hospitality and Recreation - January 2016, Rio de Janeiro State University. 188-202.
- Tosun, C. (1999.) „*Towards a Typology of Community Participation in the Tourism Development Process*“, Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research, vol. 10. no. 2, 333–352.
5. Tosun, C. (2000.) „*Limits to community participation in the tourism development process in developing countries*“, *Tourism management*, vol. 21 (6), 613-633. str.
8. Giampiccoli, A. (2018.) „*Community-based tourism development model and community participation*“, African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, Volume 7 (4) 1-27. str. dostupno na:
https://www.researchgate.net/publication/328281946_Community-based_tourism_development_model_and_community_participation, pristupljeno 12. 9. 2021.
9. Jovičić, D. (2011.) „*Socio-cultural Impacts of Contemporary Tourism*“, Coll. Antropol. 35(2): 599–605. str. Review, University of Belgrade, Geographical Faculty, Belgrade, Serbia.
10. Sunlu, U. (2003.) „*Environmental impacts of tourism*“. In : Camarda D. (ed.), Grassini L. (ed.). Local resources and global trades: Environments and agriculture in the Mediterranean region. Bari: CIHEAM, 2003. p. 263-270. (Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 57).
11. Ooi, C.S., Stöber, B. (2008.), „*Authenticity-in-Context: Embedding the Arts and Culture in Branding Berlin and Singapore*“, Copenhagen Business School. 1-21. str.

12. Melo, C., Richards, G., Smith, M.K. (2021.), "*Transformational Tourism Experiences: The communication of service providers*", In Dinis, M.G., Bonixe, L., Lamy, S. & Breda, Z. (eds) *Impact of New Media in Tourism*, Hershey, PA: IGI Global, pp. 210-233.
13. Cernat, L., Gourdon, J. (2007.), „*Is the concept of sustainable tourism sustainable?*“ Developing the sustainable tourism benchmark tool. UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT, UNITED NATIONS PUBLICATION ISSN 1816 – 2878, str.1-23.
14. Kružić, N. (2004.) „*TURIZAM I OKOLIŠ*„, Tour. Hosp. Manag. God. 10, Br. 2, str. 67-159.
15. Sharma, A., Thapar, M. (2016.), „*Development of tourism in the Third World nations: a comparative analysis*“, Hidayatullah National Law University, India , 7th International Conference th on Sustainable Tourism, str. 156-165.
16. Rume, T., Didar-UI, Islam, S.M. (2020.) „*Environmental effects of COVID-19 pandemic and potential strategies of sustainability*“, Department of Geological Sciences and Department of Environmental Sciences, Jahangirnagar University, Dhaka 1342, Bangladesh, Heliyon, str. 1-8.
17. Stanković, M. (1985.), „*Sociološko istraživanje turizma*“, Rev. za soc., Vol. XV (1985), JV° 1—2 : str. 75—82. Farmaceutsko-biokemijski fakultet, Zagreb.
18. Gržinić, J., Kostić-Bobanović, M.(2020.) „*Ispitivanje stupnja zadovoljstva turista komunikacijskim kompetencijama turističkih vodiča*“ Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirkovic“, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Republika Hrvatska, Hrcak-srce, UDK: 338.488:005.57-027.233]:338.48-052, Izvorni znanstveni rad, str. 57- 74.

C) Internet izvori:

1. Leader pristup:

<https://www.lag-zelenitrokut.com/?vrsta=3&id=11> , pristupljeno 12. 9. 2021.

2. Tipologija patricipacije zajednice:

<https://www.semanticscholar.org/paper/Towards-a-Typology-of-Community-Participation-in-Tosun/bac7f52673b9979ac4f24d8b503efe8b146b3e6e#paper-header> , pristupljeno 12. 9. 2021.

3. Transformacijsko putovanje:

<https://midtownmiamimagazine.com/a-rising-trend-transformative-travel/> , pristupljeno, 20. 10. 2021

4. Transformacijski i održivi turizam:

<https://longitudedesign.com/transformative-sustainable-tourism/> , pristupljeno 20. 10. 2021.

5. Utjecaj turizma na Veneciju:

<https://veneziaautentica.com/impact-tourism-venice/> , pristupljeno 20. 10. 2021.

6. Prekomjerni turizam u Veneciji, visoke cijene nekretnina za lokalno stanovništvo:

<https://www.euronews.com/travel/2021/09/17/overtourism-in-venice-means-local-people-can-t-buy-homes> , pristupljeno 20. 10. 2021.

7. Naplata ulaska u Veneciju kao jedan od novih politika grada za smanjivanje gužvi:

<https://www.cnn.com/2021/08/23/venice-set-to-introduce-an-entry-fee-and-booking-system-for-tourists.html> , pristupljeno 20. 10. 2021.

8. Zabrana velikih kruzera u Veneciji:

<https://www.archdaily.com/965527/italian-government-officially-bans-cruise-ships-in-venice> , pristupljeno 20. 10. 2021.

9. Prekomjerni turizam u Amsterdamu:

<https://www.pri.org/stories/2019-06-12/overtourism-amsterdams-red-light-district-provokes-local-outrage> , pristupljeno 21. 10. 2021.

10. Visoke cijene nekretnina u Amsterdamu:

<https://www.iamexpat.nl/housing/real-estate-news/amsterdam-one-europes-least-affordable-cities-housing> , pristupljeno 21. 10. 2021.

11. Zabrana tura koji nepoštuju red light district:

<https://www.theguardian.com/world/2019/mar/20/amsterdam-to-ban-disrespectful-tours-of-red-light-district> , pristupljeno 21. 10. 2021.

12. Utjecaj turizma na loklanu zajednicu:

<https://www.derby.ac.uk/blog/tourism-impact-community-wellbeing/> , pristupljeno 2. 11. 2021.

13. Novi trendovi putovanja za vrijeme covid 19 krize:

<https://www.infosysbpm.com/blogs/sourcing-procurement/5-trends-reshaping-the-future-of-travel-amidst-covid-19.html> , pristupljeno 2. 11. 2021.

14. Trendovi turističke industrije:

<https://explodingtopics.com/blog/travel-industry-trends> , pristupljeno 2. 11. 2021.

15. Solo putovanje:

<https://www.ohio.edu/goglobal/3-benefits-solo-travel> , pristupljeno 2. 11. 2021.

16. Koncept održivog turizma: *SUSTAINABLE TOURISM CONCEPTS, MODULE 1*, dostupno na:

https://nmssanctuaries.blob.core.windows.net/sanctuaries-prod/media/archive/management/international/pdfs/day1_concepts_manual.pdf , pristupljeno 2. 11. 2021.

17. Amsterdam: korupcija i ilegalne droge:

<https://www.reuters.com/article/us-netherlands-drugs-idUSKCN1VI1OJ> , pristupljeno 2. 11. 2021.

18. Turizam temeljen na lokalnoj zajednici kod zemalja u razvoju:

<https://www.mdpi.com/2071-1050/11/9/2506/htm> , pristupljeno 20. 11. 2021.

19. Zakon o kavanama u Amsterdamu:

<https://www.government.nl/topics/drugs/toleration-policy-regarding-soft-drugs-and-coffee-shops> , pristupljeno 20. 11. 2021.

D) Ostali izvori:

1. J. Eberle (2019. - 2020.) „*Overtourism. Impacts and policies. The case of Venice*“. Universitat de les Illes Balears, Facultat de Turisme.
2. Yearbook of Tourism Data 2019, City of Venice Tourism Department, Press Venice Town Hall Multimedia Production Centre December 2020.
3. Sustainable and City-Compatible Berlin Tourism Plan 2018+.
4. RE-START BERLIN. 7- point plan for consolidating and developing tourism from 2021/2022 onward.
5. Stynes D. J. (1997.) , „*Economic impacts of Tourism*“ , Illinois Bureau of Tourism, Department of Commerce.
6. IMPACT OF TOURISM, MODULE – 1, Basics of Tourism, str. 39- 54. dostupno na:
https://nios.ac.in/media/documents/tourism_337_courseE/337_Tourism_Eng/337_Tourism_Eng_L3.pdf

Popis slika i tablica

Slika 1. Prikaz Korthagenovog modela luka, str. 14.

Tablica 1. Eko turizam vs turizam temeljen na zajednici, str. 26.

Tablica 2. Turizam temeljen na zajednici i kratki posjet, str. 27.

Tablica 3. Turizam temeljen na zajednici i obiteljski turizam, str. 29.

Tablica 4. Limitacije turizma temeljenog na lokalnoj zajednici kod zemalja u razvoju, str. 31.

Tablica 5. Značajke odnosa između turista i domaćina, str. 38.

Tablica 6. Faze iritacije domaćina, str. 39.

Tablica 7. Negativni utjecaji na okoliš, str. 44.

Tablica 8. Pozitivni utjecaji na okoliš, 46.

Tablica 9. Pozitivni i negativni učinci na okoliš u vrijeme pandemije korona virusa. str. 48.

Tablica 10. Dolasci i noćenja u Veneciji od 2015. do 2019. godine i porijeklo gostiju, str. 52.

Tablica 11. Pregled destinacija i njihovih transformacija, str. 64.

Sažetak

Putovanja u današnjem dobu predstavljaju mnogobrojne izazove turistima. Pandemija korona virusa je uzrokovala brojne promjene na turističkom tržištu. Na početku pandemije je izgledalo kao da je cijeli svijet stao. Kriza je donijela mnogobrojne promjene. Mnogi hoteli, ugostiteljski objekti, turistička poduzeća i poduzeća komplementarnih djelatnosti su morala zatvoriti svoja vrata te su mnogi zaposlenici u turističkom sektoru morali pronaći svoje izvore za egzistenciju negdje drugdje. Kriza je pokazala koliko je ranjivo turističko tržište i mnoge destinacije koje se nisu prilagodile su nastradale. Iz korona krize su nastali mnogi novi turistički trendovi od kojih su neki od njih usmjereni prema vlastitim transformacijama i lokalnom iskustvu. Lokalna zajednica turističkih destinacija predstavlja veoma važan dio destinacije. Ona predstavlja autentičnu kulturu i način života za koju je moderan turist zainteresiran. Uključivanje lokalne zajednice u turističku djelatnost je jedan logičan potez koji bi tijela na vlasti trebali ukomponirati u cjelokupan turistički proizvod destinacije. Turizam posjeduje veliku moć u promjeni i transformaciji određenog prostora i njegovih stanovnika. On donosi mnoge dobrobiti, ali i mnoge štete koje, ako se kontroliraju održivim planom razvoja mogu degradirati destinaciju i lokalnu zajednicu. Transformacije se isto tako događaju na kulturološkoj razini. Interakcijom gosta i domaćina dolazi do kulturološke razmjernosti gdje jedni uče od drugih. Transformacija se može dogoditi gostu i domaćinu ali oboje moraju biti spremni prihvatiti istu. Kroz demonstracijski efekt gosti i domaćini oponašaju jedni druge i prihvaćaju početak transformacije.

Destinacije kao što su Venecija, Amsterdam i Berlin su doživile pozitivne i negativne transformacije tijekom godina. Te destinacije su primjetile svoju priliku za restart i okrenule se održivijem turizmu koji je više fokusiran na dobrobit lokalnog stanovništva i očuvanju tradicije i kulturološke autentičnosti.

Ključne riječi: transformacija, lokalna zajednica, turizam, korona virus, održivi razvoj, gradovi Europe.

Summary

Traveling in today's age presents many challenges to tourists. The corona virus pandemic has caused a number of changes in the tourism market. At the beginning of the pandemic, it seemed as if the whole world had stopped. The crisis has brought many changes. Many hotels, restaurants, tourism and complementary businesses had to close their doors and many employees in the tourism sector had to find their sources of subsistence elsewhere. The crisis has shown how vulnerable the tourism market is and many destinations that have not adapted have suffered. Many new tourist trends have emerged from the corona crisis, some of which are targeted according to their own transformations and local experience. The local community of tourist destinations is a very important part of the destination. It represents the authentic culture and way of life that the modern tourist is interested in. Involving the local community in the tourism industry is a logical move that the authorities should incorporate into the overall tourism product of the destination. Tourism has great power in changing and transforming a certain area and its inhabitants. It brings many benefits, but also many harms that, if controlled by a sustainable development plan can degrade the destination and the local community. Transformations also occur at the cultural level. The interaction of the guest and the host leads to a cultural proportion where they learn from each other. Transformation can happen to the guest and the host but both must be willing to accept the same. Through the demonstration effect, guests and hosts imitate each other and accept the beginning of the transformation.

Destinations such as Venice, Amsterdam and Berlin have experienced positive and negative transformations over the years. These destinations have noticed their opportunity to restart and have turned to more sustainable tourism that is more focused on the well-being of the local population and the preservation of tradition and cultural authenticity.

Key words: transformation, local community, tourism, corona virus, sustainable development, cities of Europe.

