

Održivi razvoj turističke destinacije

Cetina, Martina

Master's thesis / Diplomski rad

2019

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:137:419892>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-16**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

MARTINA CETINA

ODRŽIVI RAZVOJ TURISTIČKE DESTINACIJE

Diplomski rad

Pula, 2019.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

MARTINA CETINA

ODRŽIVI RAZVOJ TURISTIČKE DESTINACIJE

Diplomski rad

JMBAG: 0303050772, redovita studentica

Studijski smjer: Turizam i razvoj

Predmet: Selektivni turizam

Mentor: izv. prof. dr. sc. Aljoša Vitasović

Pula, rujan 2019.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Martina Cetina, kandidatkinja za magistru 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.

Studentica

U Puli, 24. rujna, 2019. godine



IZJAVA
o korištenju autorskog djela

Ja, Martina Cetina dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom „Održivi razvoj turističke destinacije“ 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, 24. rujna, 2019. godine

Potpis

SADRŽAJ

| | |
|---|----|
| 1. UVOD | 1 |
| 2. TURISTIČKA DESTINACIJA | 3 |
| 2.1. Pojam i vrste turističke destinacije | 4 |
| 2.2. Turistička destinacija i granica nosivosti kapaciteta | 6 |
| 2.3. Destinacijski proizvod | 8 |
| 3. MARKETING TURISTIČKE DESTINACIJE U FUNKCIJI NJEZINA ODRŽIVA RAZVOJA | 11 |
| 3.1. Definicija marketinga turističke destinacije | 11 |
| 3.2. Strategijsko planiranje razvoja turističke destinacije | 13 |
| 3.3. Marketing turističke destinacije na temelju održivog razvoja | 14 |
| 4. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA | 16 |
| 4.1. Definiranje pojma održivog razvoja | 17 |
| 4.2. Definiranje pojma održivog turizma | 20 |
| 4.3. Načela održivog razvoja | 21 |
| 4.4. Različite teorije i pristupi održivom razvoju | 24 |
| 4.5. Počela održivog razvoja | 26 |
| 4.6. Korak po korak do održivog razvoja | 27 |
| 4.7. Strategije održivog razvoja | 29 |
| 4.8. Integrirani pristup održivom razvoju | 31 |
| 4.9. Implementacija održivog turizma | 34 |
| 4.0. Pokazatelji održivog razvoja gradova | 35 |
| 5. ODRŽIVI RAZVOJ I KONFLIKTI | 37 |
| 5.1. Odnos čovjeka i okoliša | 38 |
| 5.2. Ekološka svijest | 40 |
| 5.3. Socijalni aspekti ekološkog ponašanja | 41 |
| 5.4. Ekonomski aspekti ekološkog ponašanja | 42 |
| 5.5. Ekološki menadžment | 42 |
| 6. PRIMJERI ODRŽIVOG I NEODRŽIVOG TURISTIČKOG RAZVOJA | 44 |

| | |
|---|-----------|
| 6.1. Primjeri neodrživog turističkog razvoja | 44 |
| 6.1.1. Republika Hrvatska..... | 44 |
| 6.1.2. Južna Amerika - Amazonija..... | 45 |
| 6.1.3. Venecija..... | 46 |
| 6.1.4. Bocvana | 48 |
| 6.2. Primjeri dobre prakse održivosti | 49 |
| 6.2.1. Energetski održivi gradić u Italiji..... | 51 |
| 6.2.2. London | 52 |
| 6.2.3. Kenija..... | 53 |
| 7. ZAKLJUČAK..... | 55 |
| LITERATURA | 56 |
| POPIS SLIKA..... | 59 |
| SAŽETAK | 60 |
| SUMMARY | 61 |

1. UVOD

Na turizam se danas više ne gleda jednako kao prije. Njegov brzi razvoj, ali i promjene svijesti i opće društvene strukture doveli su do novog diferenciranog promatranja turizma. Danas riječ turizam čuje se na svakom koraku. Dodaje mu se i pridjev održivi, odgovorni, alternativni turizam. Koliko je "razvikan" pojam održivi turizam toliko u praksi nije se dalo pravo značenje tom izrazu. Ponekada se stekne dojam da je to samo dio trenda i da se ne shvaća pravo značenje istoga.

U turizmu je situacija to složenija što se tiče prostornog problema s kojim se suočava turistički svijet. Još su prije otprilike petnaestak godina započela intenzivnija, raznovrsnija, sustavna i opsežna istraživanja i analize sa samo jednim zadatkom i to: odgovoriti na pitanje kako dalje razvijati turizam, a da pri tome ne trpi prostor koji je ujedno i glavni resurs, niti čovjekova okolina. U skladu toga da se niti ne umanjuju gospodarski ili bilo koji drugi pozitivni učinci turizma na sredinu u kojoj se razvija. U istom kontekstu nisu smjeli na bilo koji način stradati niti oni koji su se nalazili u tzv. žarištu cijelog sustava, a to su turisti. Takva su istraživanja dovela do zaključka o potrebi razvijanja tzv. odgovornog, „mekog“ , alternativnog, održivog ili eko-turizma.

Turistički razvoj „ovisi“ o prirodi, krajoliku, gradovima odnosno njihovoj atraktivnosti. Upravo posljednjih godina povećanom sviješću o okolini, na prvo mjesto dolazi održavanje i poboljšavanje turističke okoline. Trendovi u turizmu se mijenjaju iz godine u godinu te ih je potrebno pratiti. Dakle, nužno je stvoriti pretpostavke za razvoj tzv. destinacijskog turizma koji će uvažavati okruženje, stalno preispitivati vlastitu strukturu i konkurenciju.

Cilj ovog rada je istražiti i pobliže objasniti značaj i ulogu održivog razvoja i njegovu povezanost s turističkom destinacijom, s posebnim osvrtom na njegova načela, počela i strategije te implementaciju odnosno neprovođenje istih od strane turističkih destinacija, pružatelja turističkih usluga i samih turista. Također, jedan od ciljeva rada je analizirati primjenu održivog razvoja u sferi turizma te istaknuti primjere održivog i neodrživog razvoja.

Svrha rada jest ukazati na značaj održivog razvoja i njegovog utjecaja na razvoj destinacije. Ljudski utjecaj na okoliš sve je veći i brži. Promjene koje su se nekada

odvijale kroz desetljeća ili stoljeća, sada se odvijaju tijekom nekoliko godina. Sve te promjene predstavljaju ogroman izazov turističkim destinacijama, posebice zbog potrebe promjene postojećih koncepata u koncept održivog razvoja. Uravnotežen razvoj turizma najpotrebniji je destinacijama s već pokazanim problemima ekonomske i socio-kulturne nestabilnosti "masovnoga" turizma. Osim u turizmu, održivi razvoj prepoznat je kao pozitivna točka budućeg ekonomskog ali i društvenog razvoja u dugoročnom pogledu, sa ciljem održavanja čistog okoliša te stabilnog i zdravog gospodarstva. Okoliš je često i glavni motivator dolaska turista u određenu destinaciju. Koncept održivog razvoja donosi rješenja za mnoge probleme koje donosi razvitak, a s kojima se suočava čovječanstvo te rezultat pronalazi u zadovoljenju njihovih potreba bez narušavanja ekološkog sustava. Svrha rada je ukazati na važnosti provedbe održivog razvoja u turizmu kao i o negativnim posljedicama sa kojima se susreću ili postoji mogućnost da će se susresti određene turističke destinacije ukoliko se kod istih ne razvije ekološka svijest.

Predmet istraživanja diplomskog rada je pojmovno definiranje održivog razvoja i njegova uloga u razvoju turizma odnosno turističke destinacije. Kroz rad se nastoje iznijeti posljedice ponašanja čovjeka odnosno njegovog djelovanja na okoliš.

Ovaj diplomski rad koncipiran je, osim uvoda i zaključka u pet glavna poglavlja.

Prvo poglavlje se odnosi na definiranje samog pojma turističke destinacije, definiranje održivog prihvatnog kapaciteta kao i destinacijskog proizvoda. Drugo poglavlje se odnosi na marketing turističke destinacije u funkciji njezinog održivog razvoja dok u trećem poglavlju se detaljne obrađuje sam pojam održivog razvoja kao i njegove funkcije. U četvrtom poglavlju objašnjava se utjecaj čovjeka na okoliš destinacije kao i konflikti koji se pojavljuju kod održivog razvoja, dok u petom poglavlju su navedeni primjeri pojedinih turističkih destinacija koje imaju održiv ili neodrživ turizam.

2. TURISTIČKA DESTINACIJA

„Kvalitetan, atraktivan i autohtoni proizvod turističke destinacije u suvremenim je turističkim kretanjima najčešće glavni motiv pri izboru turističke destinacije turista. Prilikom odlaska u određenu destinaciju gosti zbog sve veće konkurencije informiraju se o svim pojedinostima odabrane destinacije, od načina dolaska i odlaska pa sve do toga kako najjeftinije „doživjeti“ destinaciju. Tehnologija prožima razvoj destinacije na puno načina; od sustava komunikacije i osiguranja potrebne energije, kroz kompjutorski sustav rezervacija koji omogućava brže i bolje udovoljavanje potražnje. Sve se veća pažnja posvećuje destinacijskom marketingu. Kako bi gosti došli do pravovaljanih informacija, destinacijski management organizacije koji upravlja marketingom turističkih destinacija koristi se različitim oblicima komunikacije ali isto tako i promocije. Destinacijski management organizacije koristi sve elemente marketinškoga spleta, no najvažnije mjesto u promociji zauzimaju oglašavanje kao jednosmjerna i odnosi s javnošću kao dvosmjerna komunikacija između destinacije i potencijalnog gosta. Na spomenute instrumente komuniciranja s tržištem, destinacijski menadžment najviše troši novaca iz svog budžeta. U Hrvatskoj, promociju na razini destinacija obavlja sustav turističkih zajednica od lokalne, preko regionalne, do državne razine.“¹

Razvijanjem selektivnih oblika turizma, diferenciranjem ponude i fragmentacijom tržišta formiraju se geografske cjeline – destinacije koje jedinstveno nastupaju na europskom tržištu. Promoviranje svoje vlastite ponude, kreiranje vlastitog imidža te destinacijsko promišljanje turizma predstavlja osnovu turističkog prosperiteta. Turističke aktivnosti šire se i postaju raznovrsnije. Zbog toga je sve važnije razumjeti njihov utjecaj na mjesta koja ljudi posjećuju radi odmora. Osim pokušaja privući što većeg broja posjetitelja i investitora u određeno područje, menadžment mora zadovoljiti i lokalne mještane. Management je potreban raditi na poboljšanju i ekološkoj zaštiti lokalnog područja.

¹ Vukonić, B., Keča, K.: Turizam i razvoj, Mikrorad, Zagreb, 2001., str.55.

Kako bi pojedino mjesto postalo turističko odredište potrebno je da ispuni sljedeće aktivnosti: razvoj objekata koji zadovoljavaju turističke potrebe i želje te marketinške napore koji se obavljaju u mjestima iz kojih turisti dolaze. Određeno mjesto da bi postalo popularno odredište turistima, osim što mora posjedovati prirodne atrakcije kao što su klima, plaže, egzotični pejzaž, potrebno je i donijeti advekvatne odluke i realizirati razvoj infrastrukture destinacije. Osim toga, potrebno je razmotriti pojedine investicije, popuniti na advekvatan način i provesti obuku turističkih kadrova, te kao posljednje odabrati način promoviranja turističkih atrakcija na način da njegove najbolje karakteristike dođu do izražaja potencijalnim posjetiteljima koje mjesni turistički menadžment želi privući. Turističke destinacije (koje su najčešće ovisne o turizmu zbog zarade i zapošljavanja) suočavaju se s rizikom uništenja njihove turističke privlačnosti uslijed povećanog broja posjetitelja budući da o istom ovisi i uspjeh u samoj industriji. U praksi nažalost ima puno takvih slučajeva gdje turističke destinacije se dovedu u rizik svog opstanka zbog povećavog broja posjetitelja. Tu dolazi pitanje održivosti turističke destinacije. ²

Nova koncepcija turističkog razvoja mora biti utemeljena na načelu tržišta, privatne inicijative, ekonomije malih razmjera, komplementarnosti turističkog razvoja obale, ekološke ravnoteže, turističke politike koja je ujedno i kulturna politika te na načelu razvoja destinacije kao funkcionalne cjeline.

2.1. Pojam i vrste turističke destinacije

Turistička destinacija bavi se pitanjem odredišta, pitanjem kamo idemo, kao i idejom turista. Turist je onaj tko ne zna kako će se stvari odvijati u budućnosti, tko je samo u posjetu, samo u prolazu. Destinacije su vrlo promijenjive, ne samo da se mijenjaju uslijed pritiska turizma nego i zbog „zastarjelosti“ ponude. Osnovni ciljevi turističke destinacije jesu: osigurati kvalitetu gostima i dugoročnu egzistenciju domicilnog stanovništva.³ Potrebno je uvijek imati na umu da destinacije nisu statične, već se one mijenjaju i razvijaju u skladu s preferencijama gostiju. Destinacija predstavlja razlog putovanja, a turističke robe u njoj izazivaju posjete.

² Ibidem str. 33.

³ Magaš, D.: Turistička destinacija, Tipograf, Opatija, 1997., str. 8.

„Riječ destinacija (lat. destinatio-odredište) rabi se u svim odgovarajućim oblicima romanskih jezika, no vrlo je raširena i u anglosaksonskim zemljama. U svom izvornom značenju sinonim je za odredište, pa i cilj, krajnji ili usputni.“⁴

„Mogućnost turističkog djelovanja kao bitan se dio ponude odmora proizvodi i plasira u turističkoj destinaciji. Glede proizvodnje i uporabe mogućnosti turističkog djelovanja razlikujemo lokalno internu i lokalno eksternu mogućnost turističkog djelovanja.“⁵ Interna se mogućnost turističkog djelovanja odnosi u turističkoj destinaciji neposredno na lokacije, na infrastrukturno unutrašnje otvaranje, na određena raspolaganja i regulative. Drugim riječima, može se definirati kao funkciju turističkih prilika i atraktivnosti koje podrazumijevaju i kvantitativne i kvalitativne čimbenike unutar turističke destinacije.

„Dok eskterna mogućnost turističkog djelovanja destinacije definira se:

- 1) kao funkcija mogućnosti internog djelovanja ostalih lokacija izvan destinacije,
- 2) kao struktura koja povezuje te lokacije i vlastitu destinaciju,
- 3) kao ograničavajuće mjere i propisi.“⁶

Turistička potražnja doživljava neku destinaciju kao cjelovit proizvod. Danas turist, svjestan kvalitete, ne traži bezličan masovni asortiman, nego jedinstveni i ujednačen profil ponude.

„Destinacije se mogu kvalificirati u dvije opće kategorije i to:

- 1) destinacije u kojima dominiraju prirodne atrakcije (planinske destinacije, jezerske destinacije, morske destinacije, jezerske destinacije...)
- 2) destinacije u kojima dominiraju atrakcije koje je stvorio čovjek (kulturne destinacije, destinacije tematskih parkova ili zabavnih parkova...).“⁷

⁴ loc.cit.

⁵ Ibidem str. 17.

⁶ Ibidem str. 18.

⁷ D. Magaš, K. Vodeb, Z. Zadel : Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2018., str. 13.

Osim navedenih općih podjela, destinacije se mogu podijeliti i na: primarne i sekundarne.

Primarne destinacije su prvi izbor putovanja turista te se turisti najduže zadržavaju upravo u takvim destinacijama. Razlog tome je što posjeduju atrakcije koje su vrlo poznate na međunarodnoj razini i vrlo su jake privlačnosti.

Sekundarne destinacije nisu prvi izbor putovanja turista, već ih turisti posjete ako su im usputna stanica do glavne primarne destinacije. Posjeduju atrakcije koje nisu toliko poznate niti nemaju jaku privlačnost. Sekundarne destinacije su uglavnom izletničke destinacije, turisti u njima provode jako malo vremena jer im sadržajima ne mogu zaokupiti pažnju na više dana.⁸

2.2. Turistička destinacija i granica nosivosti kapaciteta

Svaki će oblik turističkog razvoja utjecati na socijalnu i fizičku okolinu unutar koje djeluje. S obzirom na činjenicu da turisti moraju posjetiti mjesto gdje se „proizvodi“ ponuda, da bi konzumirali proizvod, jasno je da je turizam odgovoran za takve utjecaje. Da bi se mogao ispitati utjecaj turizma na objektivan način, potrebno je odmaknuti se od konceptata kao što su zagađenje voda, zakrčenost prometa, prenatrpanost plaža i slično, koji u sebi sadrže prosudbene vrijednosti.

„Utjecaj će turizma na svaku destinaciju biti određen vrlo različitim čimbenicima:

- obujmom turističkih dolazaka;
- strukturom domicilnog stanovništva
- tipovima turističkih aktivnosti;
- socijalno-kulturnim različitostima domaćina i turista;
- osjetljivošću domaće okoline“.⁹

Svi su navedeni čimbenici u suštini povezani sa granicama nosivosti kapaciteta. Svaka destinacija će biti predmet nosivosti kapaciteta, što znači da je određena razina turističkih aktivnosti dugoročno održiva a da destinacija ne bude izložena ozbiljnim i nepopravljivim promjenama. Ako se granica nosivosti kapaciteta prekorači, destinacija

⁸ loc.cit.

⁹ Ibidem str. 26.

će se naći u situaciji da će se naglo povećati negativni učinci, dok će se pozitivni smanjiti. U Hrvatskoj je nekoliko primjera destinacija koje su se susrele sa opisanim problem te se još uvijek „bore“ sa tim problemom.¹⁰

Činjenica je da turističke aktivnosti utječu na socijalni, kulturni, ekološki i gospodarski aspekt destinacije. Vjerujući da ti utjecaji dobivaju na važnosti porastom turističkih dolazaka, nužno je da postoji prag podnošljivosti broja posjetitelja, a njegovim prekoračenjem utjecaji postaju neprihvatljivi i nepodnošljivi.

„Granica nosivosti kapaciteta definirana je kao ona razina prisutnosti turista koja stvara pozitivne utjecaje na domicilno stanovništvo, okolinu, gospodarstvo i turiste, a održiva je i u budućnosti.“¹¹

Važno je mjeriti prisutnost turizma na nedvosmisleni način. To može biti u smislu turističkih jedinica gdje se broj dolazaka vrednuje prema dužini boravka gosta, karakteristikama turista, zemljopisnoj koncentriranosti posjetitelja te stupnju osjetljivosti. Budući da je turizam povezan s utjecajima na društvo, kulturu, okolinu i gospodarstvo, vrlo je vjerojatno da će prag granice nosivosti biti prijeđen u jednom od tih područja, ali ne u svim odjednom.

„Da bi se ispitala granica nosivosti kapaciteta, potrebno je promatrati određeno područje. Određivanje granica nosivosti može se prikazati kao funkcija različitih čimbenika koji utječu na destinaciju. A to su:

- 1) Lokalni čimbenici – socijalna struktura, kulturne karakteristike, okolina, gospodarska struktura, politička struktura, raspoloživost lokalnih resursa
- 2) Vanjski čimbenici – karakteristike turista, tipovi turističkih aktivnosti
- 3) Planiranje, management i tehnologija
- 4) Utjecaji
- 5) Parametri
- 6) Standardi
- 7) Granice nosivosti kapaciteta“¹²

Ako se granica nosivosti kapaciteta, ne respektirajući neko od područja utjecaja, prekorači, razvojni će proces biti zaustavljen i može se dogoditi nepopravljiva šteta.

¹⁰ loc.cit.

¹¹ Ibidem str. 27.

¹² Ibidem str. 30.

Šteta se može odnositi na socijalne ili ekonomske aspekte, ali će konačni rezultat biti to da će posjetitelji početi osjećati da se smanjuje njihovo turističko zadovoljstvo te destinacija će tako doživjeti neuspjeh, odnosno smanjivati će se turistički dolasci.

2.3. Destinacijski proizvod

Turisti se odluče posjetiti destinaciju zbog njezinih prirodnih i antropogenih atrakcija te sadržaja koje nudi. Ono što čini osnovu turističkog proizvoda destinacije su atraktivnosti. Turisti će pri odabiru promatrati koja destinacija nudi proizvod koji bi najviše njihove želje i očekivanja ispunio. Potražnja ponajprije ovisi o atraktivnostima. Što je veća atraktivnost proizvoda to će više turista htjeti posjetiti destinaciju.

Dibb i ostali (1995) destinacijski proizvod definiraju kao: "... sve ono korisno, odnosno ponekad i nekorisno što netko primi prilikom razmjene. Proizvod je sveukupnost opipljivih i neopipljivih svojstava, uključujući funkcionalne, socijalne i psihološke koristi i zadovoljstva. Proizvod može biti ideja, usluga, roba ili bilo koja kombinacija tih triju pojmova." ¹³

Kako bi se proizvod turističke destinacije oblikovao, promovirao i uravnoteženo razvijao, potrebno je detaljno analizirati njegove sastavnice. „Takvom analizom treba obuhvatiti:

- identifikaciju realnih sastavnica turističkoga proizvoda
- procjenu sastavnica turističkoga proizvoda
- ocjenu mogućnosti komercijalizacije pojedinih sastavnica turističkoga proizvoda
- stavove menadžmenta o sudjelovanju pojedinih sastavnica u turističkom proizvodu, obzirom na njihovu privlačnost i ograničenja u valorizaciji
- izbor sastavnica turističkoga proizvoda koji na tržištu najbolje konkuriraju i izražavaju identitet ponude kao brend destinacije.“ ¹⁴

¹³ D. Magaš, K. Vodeb, Z. Zadel, op.cit., str. 33.

¹⁴ Ibidem str. 34.

Konkurencija na turističkom tržištu je sve veća i jača kao i borba za turistima, pa često se postavljaju pitanja što čini kvalitetan i poželjan destinacijski proizvod turistima.

„Autori Murphy, Pritchard i Smith navode kako destinacija može biti promatrana kao skup individualnih proizvoda te doživljaja koji zajedno u kombinaciji formiraju iskustvo doživljeno u posjećenom području. Jedan od novijih i poznatijih modela postavio je Alastair M. Morrison (2012) koji navodi kako se svaka destinacija sastoji od 4 komponente destinacijskog proizvoda.“¹⁵

Slika 1. : Destinacijski proizvod



Izvor:https://www.fthm.uniri.hr/images/knjiznica/eizdanja/Magas_Vodeb_Zadel_Menadzment_turistick_e_organizacije_i_destinacije.pdf 16.8.2019.

Prikazom (slika 1.) može se uočiti kako na destinacijski proizvod utječu: fizički proizvodi, programi, ljudi, paketi.

Fizički proizvodi – uključuju fizičke stavke (prijevoz, objekti, atrakcije, infrastruktura). Ono što najviše privlači turiste i što ima najveću ulogu u privlačenju posjeta određene destinacije su atrakcije. Da bi turisti mogli bez poteškoća doći do neke destinacije mora postojati dobra prometna povezanost destinacije te infrastruktura (telekomunikacije, kanalizacija i sl.). Osim spomenutog nužno je da destinacija posjeduje određeni broj smještajnih i ugostiteljskih objekata koji će zadovoljavati turističke potrebe.

¹⁵ Ibidem str. 41.

Programi – uključuju različite sadržaje koji su planirani i namijenjeni turistima kao npr. festivali, razne aktivnosti, radionice, koncerti itd. Uz atrakcije koji su glavni motiv posjeta neke destinacije, dobro organizirani, osmišljeni te promovirani festivali i događaji privlače i zadržavaju turiste u destinaciji i zbog toga se nalaze tik uz atrakcije po snazi privlačnosti. Naravno, programi mogu biti i tematski kao npr. sportski, muzički i slično.

Ljudi - lokalno stanovništvo je potrebno da bi se turist u nekoj destinaciji osjećao dobrodošlo i ugodno. O ponašanju lokalnog stanovništva ovisi cijeli doživljaj turista o pojedinoj destinaciji. Ukoliko lokalno stanovništvo pokaže nezadovoljstvo i odbojnost prema turistu, cjelokupni doživljaj turista će biti loš te se neće više vraćati u destinaciju jer se ne osjeća dobrodošlo. Prilikom posjeta određene destinacije turist želi doživjeti kulturu i stil života lokalnog stanovništva te biti u indirektnom i direktnom kontaktu sa njima.

Paketi – svaka destinacija u svojoj ponudi ima različite pakete i programe koje turisti mogu kupiti i koristiti u destinaciji. Putničke agencije, turoperator i drugi zaduženi su za kreiranje paket aranžmana. To čine na način da kombiniraju različite marketinške elemente kako bi turist prilikom posjeta destinacije doživio potpuni doživljaj. Paket aranžmani mogu biti organizirani, tematski, prema itinerarima / rutama a često se i baziraju na partnerskim odnosima. Najdominantniji oblik kupovine paket aranžmana je *online*, no još uvijek u velikoj mjeri i putem posrednika kao što su putničke agencije. ¹⁶

¹⁶ loc.cit

3. MARKETING TURISTIČKE DESTINACIJE U FUNKCIJI NJEZINA ODRŽIVA RAZVOJA

Turistička se destinacija kao koncepcija značajnije počela obrađivati u stranoj i domaćoj literaturi devedesetih godina 20. stoljeća. U skladu sa time i razni teoretičari marketinga u turizmu počinju se baviti „marketingom turističke destinacije“ kao koncepcijom ili određenim njegovim područjem. Među autorima je malo onih koji navedenoj koncepciji nastoje pristupiti na pomalo kritičan način, odnosno potrebno je utvrditi je li ona zapravo djelomično izmijenjena i prilagođena opća koncepcija marketinga ili je potpuno nova koncepcija marketinga.

3.1. Definicija marketinga turističke destinacije

„Kada se govori o marketingu u turizmu onda se zapravo misli na klasifikaciju marketinga prema ciljnom tržištu – turističkom tržištu, odnosno turistima kao potrošačkoj javnosti. Dakle, pod pojmom marketinga u turizmu razumijeva se primjena općih postulata marketinškog djelovanja na specifične uvjete u kojima se oblikuju odnosi između subjekata turističkog tržišta. Smatra se da posebnosti marketinga u turizmu proizlaze iz specifičnih odlika turističke potražnje, ponude, kupnje, i potrošnje ali i iz sljedećeg:“¹⁷

- 1) pluralizma centara odlučivanja u marketinškoj aktivnosti;
- 2) složene strukture turističkog proizvoda;
- 3) stalne prisutnosti nekontrolirajućih varijabli internog (proizvodnja i promocija) i eksternog karaktera (najčešće iz političkog okruženja) koje utječu na već poduzete aktivnosti nositelja marketinga u turizmu i nameću potrebu alternativnih solucija.“

¹⁷ Križman-Pavlović D., Marketing turističke destinacije, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Mikrorad d.o.o., Zagreb, 2008., str. 43-51.

Marketing u turizmu jedan je od nositelja turističke ponude. Nositeljima marketinga u turizmu se smatraju svi oni koji nude vlastite proizvode ili usluge na turističkom tržištu. Moguće ih je podijeliti u četiri skupine:

- 1) Individualna gospodarska poduzeća
- 2) Neprofitne organizacije
- 3) Turističke destinacije
- 4) Države

U tom smislu je moguće govoriti o marketingu turističke destinacije kao jednog od nositelja turističke destinacije. „Razmatranjem stavova autora, koji se bave tom problematikom, može se zaključiti da je marketing turističke destinacije određen sljedećim karakteristikama:

- 1) označava ga provođenje upravljačke aktivnosti u ime skupine autonomnih ponuđača;
- 2) skupina proizvoda i usluga koju nude destinacijski ponuđači prostorno je ograničena i specifična.“¹⁸

„Dakle, iz toga proizlazi da je glavni izazov marketinga turističke destinacije djelovanje u „multiponuđačkoj situaciji u kojoj moć donošenja odluka imaju individualni poduzetnici“, odnosno djelovanje u uvjetima gdje raznovrsni dionici turističke destinacije (posjetitelji, lokalno stanovništvo, hotelijerska poduzeća, turoperatori, javni sektor), često konfliktnih interesa, sudjeluju u razvoju i proizvodnji turističkih proizvoda destinacije.“¹⁹

¹⁸ loc.cit.

¹⁹ loc.cit

3.2. Strategijsko planiranje razvoja turističke destinacije

Pod strategijskim planiranjem smatra se usvajanje, odnosno postupno pomjeranje s kratkoročnog na drugoročni način promišljanja i planiranja turističke destinacije. Primjenom dugoročne perspektive u razvoju dolazi do mogućnosti veće kontrole i odgovornosti glede premašivanja optimalnog kapaciteta kao i smanjenje priljeva gostiju u destinaciju.

„Proces strategijskoga planiranja razvoja turističke destinacije sastoji se od sljedećih faza:

- 1) Analize situacije / snimanja stanja u okruženju
- 2) Definiranja ciljeva i zadataka
- 3) Formuliranja strategije
- 4) Tržišnoga pozicioniranja i definiranja marketinškog miksa
- 5) Implementacije i praćenja.“²⁰

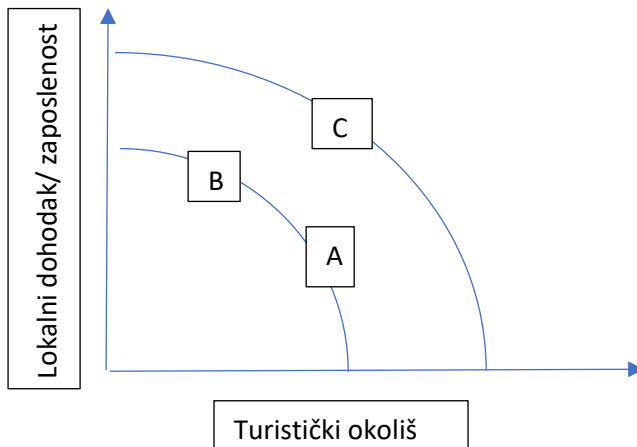
„Promatrano s gledišta održivosti, koristi strategijskoga planiranja razvoja turističke destinacije su sljedeće:

- 1) Postupak definiranja ciljeva i zadataka daje osjećaj zajedničkoga vlasništva i usmjerava brojne dionike uz istovremeno podržavanje realizacije glavnih zadataka turističke destinacije;
- 2) Stvara okvir za zajedničke inicijative privatnog i javnog sektora te jasno definira uloge i odgovornosti;
- 3) Pruža niz pokazatelja putem kojih je moguće pratiti i ocjenjivati razvoj turističke destinacije;
- 4) Omogućuje turističkim destinacijama izbjegavanje zamke razvoja“²¹ (slika 2.)

²⁰ Križman-Pavlović D.: Marketing turističke destinacije, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Mikrorad d.o.o., Zagreb, 2008. str. 203.

²¹ Ibidem str. 203.

Slika 2.: Razvoj turističke destinacije temeljen na koncepciji održivosti



Izvor: Križman-Pavlović D.: Marketing turističke destinacije, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Mikrorad d.o.o., Zagreb, 2008. str. 204.

Cilj je postići razvoj pomjeranjem s točke A na točku C jer se takav razvoj smatra održivim. Kod planiranja razvoja turističke destinacije nastaju također i određene poteškoće. Na primjer svaka skupina dionika ima različito viđenje vlastite uloge i budućnosti turizma u destinaciji te zbog toga usvajanje strategija obično prerasta u politički proces. Političari utječu na osobe koje su odgovorne za proces planiranja i o njihovoj političkoj podršci ovisi uspješnost implementacije planova

3.3. Marketing turističke destinacije na temelju održivog razvoja

Uspješnost turističke destinacije ovisi o planiranju, organiziranju, implementaciji i kontroli vlastitih marketinških aktivnosti koje se temelje na koncepciji održivosti i usmjeravaju ih prema svim ili barem primarnim skupinama dionika. Bit svega je da marketing turističke destinacije treba biti u funkciji njezina održivog razvoja. U svakoj turističkoj destinaciji djeluje niz dionika čiji su interesi suprostavljeni ili komplementarni glede razvoja turizma, a pogotovo održivog razvoja. „Značajniji dionici jesu:

- 1) **Lokalno stanovništvo** – smatra se najznačajnijom skupinom dionika budući da živi i radi u turističkoj destinaciji te nudi lokalne resurse posjetiteljima;

- 2) **Turisti** – tragaju za zadovoljavajućim iskustvom, koje je moguće ispuniti kvalitetnom uslugom te dobro upravljanom i organiziranom turističkom destinacijom;
- 3) **Turistički ponuđači** – dionici koji su u najvećoj mjeri zaslužni za postojeći razvoj turizma te zahtijevaju odgovarajući povrat na uložena sredstva;
- 4) **Javni sektor** – doživljava turizam kao sredstvo povećanja dohotka, stimuliranja zapošljavanja i regionalnog razvoja;
- 5) **Ostali** – tu može biti uključena gospodarska komora, razne grupe pritiska kao i ostali značajniji razni subjekti u lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj zajednici.²²

Dionici poput lokalnoga stanovništva, turističkih ponuđača i javnoga sektora mogu se smatrati internom javnošću turističke destinacije. Pa se tako može primjeniti koncepcija internoga marketinga s obzirom na usvajanje i primjenu načela održivog razvoja. Dok u slučaju da treba obeshrabriti dolazak pojedinih tržišnih niša u destinaciju moguće je primjeniti tzv. koncepciju demarketinga.

„Potencijalni antagonizam lokalnoga stanovništva spram razvoja turizma moguće je spriječiti provođenjem marketinških aktivnosti na razini turističke destinacije utemeljenih na načelima održivoga razvoja. Neki od mogućih su: uključivanje stanovništva u proces odlučivanja i planiranja turističkoga razvoja, osiguranje poticaja za lokalne vlasnike turističkih objekata, zadržavanje ekonomske koristi od turizma na razini turističke destinacije, obučavanje stanovnika za rad u turizmu na svim razinama, edukacija stanovnika o turističkim koncepcijama, aktivnostima i koristima, održavanje autentičnosti folklor i starih zanata, poticanje stanovništva na usvajanje lokalnoga arhitektonskog stila i gradnje od lokalnoga materijala.“²³

²² Ibidem str. 205.

²³ Ibidem str. 207.

4. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA

Čovječansvo se oduvijek koristilo blagodatima koje priroda pruža. Problem se počeo javljati kad su ljudi počeli uzimati „zdravo za gotovo“ vrijednosti i resurse koje priroda pruža. Prestalo se brinuti i cjeniti o okolišu koji nas okružuje. Prva industrijska revolucija je već u 19.-om stoljeću uzrokovala onečišćenje u tadašnjim industrijskim gradovima i time pokazala kako svaki napredak ima i svoje negativne posljedice bile velike ili male. Nakon toga već u drugoj polovici 20.-og stoljeća pokazalo se koliko brzi razvoj može negativno utjecati na okoliš kada je došlo do velikog porasta ljudske djelatnosti.

Najviše su energetika i industrija imale utjecaj na okoliš i to negativan utjecaj. Kako su napredak i rast bili sve brži to su se sve više neumjereno i nekontrolirano koristili prirodni resursi. Srećom počeli su se javljati različiti stručnjaci i ekolozi koji su upozoravali da je rast na dotadašnjim gospodarskim osnovama dugoročno neodrživ i opasan za ekološku ravnotežu planeta. Javljala se potreba za osmišljavanjem novog koncepta koji dugoročno neće štetno djelovati na okoliš. Prvi korak u tom smjeru napravljen je u Stockholmu u Švedskoj 1972. godine. Tamo je održana UN-ova konferencija o čovjekovom okolišu te zaključak koji je bio donesen je da upravljanje okolišem i razvojem može biti u obostranoj koristi. Time je zapravo udaren temelj novoj gospodarskoj osnovi razvoja koja se naziva održivi razvoj. Gospodarski razvoj se ne može zaustaviti, niti se to želi, ali ono što se može je raditi na tome da on bude što manje poguban po okoliš i društveni razvoj. Upravo je najveći izazov u današnjem dobu pretvaranje tih spoznaja u djelo i prijelaz na održive oblike razvoja i načina života.

4.1. Definiranje pojma održivog razvoja

Koncept održivog razvoja ne može se shvatiti kroz strogo određene definicije, jer je riječ o procesima promjena u odnosima koji se uspostavljaju između društvenih, ekonomskih i prirodnih sustava i procesa.

„Termin *održivi razvoj* ušao je u opću terminologiju 80-ih godina 20. stoljeća i ukazuje na povezanost razvoja i zaštite okoliša, a definitivno je prihvaćen na konferenciji u Rio de Janeiru 1992. godine.“²⁴

Znanost razlikuje strogi / snažni i blagi / slabi održivi razvoj. Kod blage varijante održivog razvoja polazi se od činjenice da se priroda može zamijeniti kapitalom i da se na kraju sve može svesti na pitanje efikasnosti energije. Kod stroge / snažne, odnosno dosljedne varijante održivog razvoja, priroda se ničime ne može nadomjestiti tj. treba uzeti u obzir oskudnost prirodnih izvora. Postoje razne definicije održivog razvoja koje su u nastavku teksta i iznesene.

Prvu definiciju održivog razvoja dala je Svjetska komisija za okoliš i razvoj, po kojoj je održivi razvoj „razvoj kojim se ide u susret potrebama sadašnjosti tako da se ne ugrožava mogućnost budućih generacija da zadovolje svoje vlastite potrebe....U suštini održivi razvoj je proces promjena unutar kojega se eksploatacija resursa, usmjeravanje investicija, orijentacija tehnološkog razvoja i institucionalne promjene u harmoniji i omogućavaju korištenje sadašnjih i budućih potencijala kako bi se zadovoljile ljudske potrebe i aspiracije.“²⁵

„Pod održivim razvojem smatra se porast kvalitete života - tj. ekonomskog blagostanja i subjektivnog dobrog osjećaja - koji se postiže smanjenim ulaganjem neobnovljivih prirodnih resursa i sve manjim opterećivanjem okoliša i ljudi, a s ciljem da se ne ograničavaju opcije budućih generacija.“²⁶

Ako svedemo održivi razvoj na nas same, budućim generacijama ostavljamo slobodu izbora, ali slobodu koja se neće odvijati u svijetu zagađenih i poremećenih odnosa u ekosustavima. Poremećenost ekosustava uvijek vuče za sobom i poremećene ljudske odnose. Buduće generacije bi nam zasigurno bile zahvalnije kada bismo umjesto

²⁴ Dr.sc. Miroslav Drljača: Koncept održivog razvoja i sustav upravljanja, dostupno na: https://bib.irb.hr/datoteka/580157.Koncept_odrivog_razvoja_i_sustav_upravljanja.pdf, 10.08.2019.

²⁵ Herceg N.: Okoliš i održivi razvoj, Synopsis d.o.o., Zagreb, 2013. str. 262.

²⁶ Muller H.: Turizam i ekologija; Povezanost i područja djelovanja, Masmedia, Zagreb, 2004., str. 44.

naklapanja o njihovim potrebama i uvjerenjima, više bavili time kako da svoje vrijednosti i potrebe zadovoljavamo u okvirima održivosti.

Svjetska unija za zaštitu prirode (IUCN), UN-ov program za okoliš (UNEP) i Svjetski fond za prirodu (WWF) definirali su održivi razvoj: „ Održivi razvoj je proces unaprjeđivanja kvalitete ljudskoga života koji se odvija u okvirima tzv. nosivog kapaciteta održivog ekosustava.“²⁷ Ako ne živiš unutar nosivog kapaciteta ekosustava kojeg trošiš nisi održiv, niti za buduće generacije, niti za svoju vlastitu, niti za samoga sebe.

"Održivi razvoj je proces promjena u kojem su iskorištavanje resursa, smjer ulaganja, orijentacija tehničkog razvoja i institucionalne promjene u međusobnom skladu i omogućavaju ispunjavanje potreba i očekivanja sadašnjih i budućih naraštaja." ²⁸

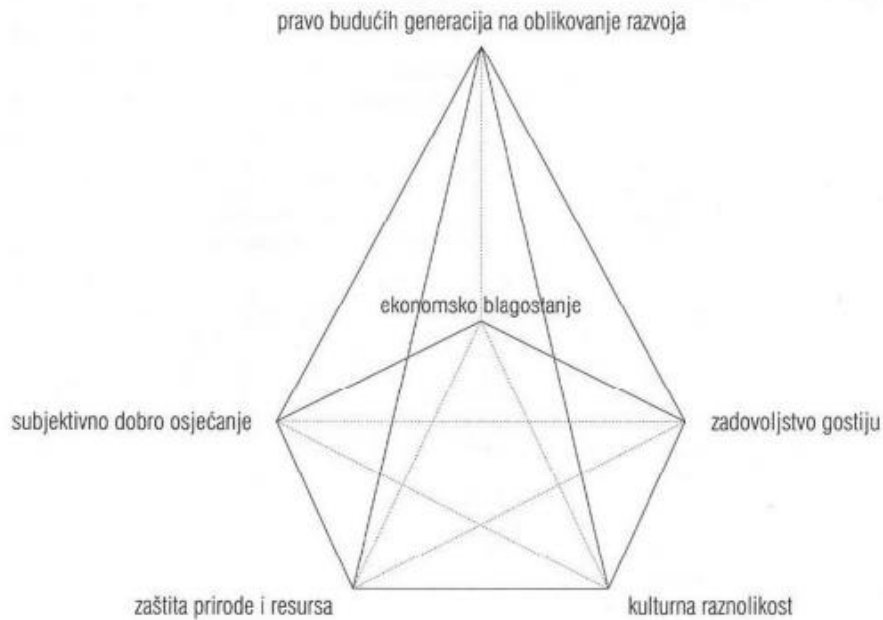
Nizom navedenih definicija može se zaključiti kako održivi razvoj brine o zaštiti okoliša, te upozorava i očituje se u primjeni i potrošnji resursa u onolikoj mjeri koliko to može podnijeti.

U središtu održivog turističkog razvoja nalazi se i „čarobna peterkutna piramida“ (slika 3.).

²⁷ Šimleša D.: Ekološki otisak; Kako je razvoj zgazio održivost; TIM press d.o.o., Zagreb, 2010. str. 15.

²⁸ Brundtland, Svjetska komisija o okolišu i razvoju 1987., Izvještaj "Naša zajednička budućnost", preuzeto na: http://www.odraz.hr/media/21831/odrzivi_razvoj.pdf 10.08.2019.

Slika 3.: Pentagonalna piramida održivog turističkog razvoja



Izvor: MÜller, H.: Turizam i ekologija, Masmedia, Zagreb, 2004., str. 45.

„Kutne točke ciljnog sustava jesu:“²⁹

- materijalno blagostanje: dohodak, stvaranje vrijednosti, smanjenje dispariteta, itd.
- subjektivno dobar osjećaj: samosvojnost, sloboda, samoostvarenje, kulturni identitet, adaptibilnost, itd.
- zadovoljstvo gostiju: optimalno zadovoljenje različitih potreba gostiju, segmentiranje gostiju, itd.
- zaštita prirode i resursa: biološka različitost, zaštita resursa, raznovrsnost krajolika itd.
- kulturna raznolikost: kulturno stvaranje, njegovanje domaće kulture, zaštita kulturnih dobara, gostoljubivost, itd.

²⁹ Muller H., op.cit. str. 44.

Ovih pet vršnih točaka održivog turističkog razvoja imaju dugoročno usmjerenje i to:

- buduće generacije: pravo na oblikovanje razvoja, generacijski ugovor, itd.

4.2. Definiranje pojma održivog turizma

Uz pojam održivi razvoj veže se i pojam održivi turizam. Naime, ove su dvije inačice čvrsto povezane. Održivi turizam definira se kao turizam koji u potpunosti uzima u obzir trenutne i buduće gospodarske, društvene i okolišne učinke, brine se o potrebama posjetitelja, sektora, okoliša i destinacije. Za održivi je turizam potrebno informirano sudjelovanje svih relevantnih dionika, ali i snažno političko vodstvo. Dostizanje održivosti turizma trajan je proces koji traži stalno praćenje učinaka, uvođenje potrebnih preventivnih i/ili korektivnih mjera, ako bude potrebno.³⁰

Da bi osigurao vrijedno iskustvo turistima, održivi turizam mora zadržati visoki stupanj zadovoljstva turista, podižući istovremeno svijest o održivosti i promičući prakticiranje održivog turizma među njima. Smjernice i praksa upravljanja održivim razvojem turizma mogu se primijeniti na sve oblike turizma, u svim vrstama destinacija, uključujući kako masovni turizam, tako i razne turističke niše. Stoga bi održivi turizam trebao:³¹

1. Optimalno iskoristiti okolišne resurse koji su ključni elementi turističkog razvoja, zadržavajući bitne ekološke procese i pomažući u zaštiti prirodne baštine i bioraznolikosti,
2. Poštivati društveno-kulturnu autentičnost destinacije, očuvati njihovo izgrađeno i živo kulturno nasljeđe i tradicijske vrijednosti te doprinositi međukulturalnom razumijevanju i toleranciji,
3. Osigurati da su gospodarske aktivnosti održive i dugoročne te da donose društvenu i gospodarsku korist svim dionicima uz pravičnu raspodjelu, između ostaloga stabilnost zaposlenja, mogućnosti zarade društvenih usluga zajednici, pomažući uklanjanju siromaštva.

³⁰ N. Čavlek, et al., Turizam, Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb, Školska knjiga, 2011, str. 415.

³¹ Održivi turizam Hrvatske, Održivi turizam, Zagreb, 2018, dostupno na: <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=97> 29.08.2019.

4.3. Načela održivog razvoja

Naglasak održivog razvoja je na vođenju razvojne politike uz maksimalnu primjenu znanstvenih dostignuća i novih tehnologija u cilju zaštite prirode i očuvanja okoliša. Održivi razvoj je samo razvoj bez oštećenja okoliša ili iscrpljivanja resursa na kojima se i zasniva.

„Koncept održivog razvoja bazira se na tri temeljna načela: (slika 4.)

Načelo okolišne održivosti - osigurava razvoj usklađen sa zahtjevom održavanja vitalnih okolišnih procesa, biološke raznovrsnosti i bioloških resursa;

Načelo socijalne i kulturne održivosti – osigurava razvoj usklađen s kulturnim i tradicionalnim vrijednostima ljudskih zajednica i pridonosi jačanju njihovog identiteta;

Načelo gospodarske održivosti – osigurava gospodarski djelotvoran razvoj koji resursima upravlja na način koji jamči njihovo jednako korištenje u narednim pokoljenjima.“³²

Slika 4.: Načela održivog razvoja



Izvor: <https://www.google.com/search?q=tri+temeljna+na> 15.08.2018.

³² Herceg N., op.cit. str. 259.

Uz navedena načela povezani su i ciljevi održivog razvoja a to su : ekonomski, ekološki i socijalni. Glavni ekonomski ciljevi su rast i uspjeh, socijalni pravednost i smanjenje siromaštva te glavni ekološki ciljevi su upravljanje prirodnim dobrima.

„Prema LA 21 načela održivog razvoja su“: ³³

Okoliš – fizička „izdržljivost“ okoliša postavlja granice mnogim ljudskim aktivnostima i ukazuje na to da moramo smanjiti potrošnju prirodnih resursa. Potrebno je brinuti o tome kako bi naše buduće generacije mogle živjeti i podržavati zdrav život čovjeka.

Budućnost – potrebno je razmišljati unaprijed kako ne bi ugrozili budućim naraštajima pravo namirenja svojih potreba koje smo i mi sami imali.

Kvaliteta života – ljudska dobrobit ima socijalne, kulturne, moralne i duhovne dimenzije, kao i materijalne.

Pravednost – ono što treba nastojati je pravedno rasporediti bogatstvo kao i prilike i odgovornosti među državama, ali isto tako dati uvijek više ljudima slabijeg imovinskog statusa.

Načelo predostrožnosti – kada nije sigurno kakav će učinak na okoliš imati neko djelovanje ili razvoj, trebalo bi se primijeniti ovo načelo i radije pogriješiti na sigurnu stranu.

Holističko razmišljanje – u trenutku nastanka složenog problema održivosti u proces rješavanja problema trebaju biti uključeni svi čimbenici koji djeluju na taj problem.

U izvješću *Caring for the Earth* zacrtano je devet načela održivog razvoja koja su povezana te se podupiru. Tih devet načela održivog razvoja su (slika 5.): ³⁴

Poštovanje i skrb za životnu zajednicu – riječ je o načelu koji zagovara da razvoj ne smije biti na štetu drugih ljudi i budućih pokoljenja te da ne smije ugroziti opstanak ostalih vrsta. „Bori se“ za provedbu raspodjelu koristi od korištenja resursa i troškova zaštite okoliša i to između različitih zajednica, između našeg i narednih pokoljenja, između bogatih i siromašnih.

³³ Ibidem str. 260.

³⁴ loc.cit.

Poboljšanje kakvoće življenja – riječ je o načelu koje zagovara razvoj koji će omogućiti ljudima bolju kvalitetu života i dostojanstven život.

Zaštita vitalnosti i raznolikosti Zemlje – razvoj mora biti takav da se temelji na zaštiti okoliša, pruža zaštitu strukturi, funkcijama i raznolikostima prirodnih ekosustava svijeta. Ovo se načelo ostvaruje zaštitom sustava za održavanje života, zaštitom bio raznolikosti, osiguranjem održivosti korištenja obnovljivih resursa.

Minimalizacija iscrpljivanja neobnovljivih resursa – iscrpljivanje neobnovljivih resursa, kao što su minerali, nafta, plin i ugljen, mora se s jedne strane svesti na minimum, a s druge strane mora im se produžiti životni vijek.

Poštovanje granica prihvatnog kapaciteta Zemlje – granice „prihvatnog kapaciteta“ ekosustava Zemlje unutar kojih ti sustavi, kao i biosfera mogu podnijeti nepovoljne utjecaje, a da pri tome ne dolazi do opasne degradacije. Ove se granice razlikuju od regije do regije, a utjecaji ovise o broju ljudi te o količini hrane, vode, energije i sirovina koju svaka osoba koristi i rasipa.

Promjene u osobnim stavovima i postupcima – održivi razvoj je moguć samo ukoliko preispitamo svoje vrijednosti i promijenimo svoje ponašanje tako da postanemo ekološki osviješteni i educiramo se svaki dan. Ono što doprinosi ostvarenju ovog načela su veoma lako dostupne informacije putem formalnog i neformalnog obrazovanja. Društva bi trebala i dužna su promicati one aktivnosti koje su u skladu s održivim načinom života.

Omogućavanje zajednicama da skrbe o vlastitom okolišu – zajednice i lokalne skupine su najjednostavniji kanali putem kojih ljudi mogu iskazati svoju zabrinutost kao i poduzeti mjere radi stvaranja održivog društva te im je za djelovanje potrebno dati odgovarajuća ovlaštenja, znanja i moć.

Stvaranje nacionalnog okvira za integraciju razvoja i zaštite – kako bi društvo napredovalo na racionalan način, mora imati pravni i institucijski okvir, bazu informacija i znanja te adekvatnu društvenu i gospodarsku politiku.

Stvaranje globalnog saveza – ako se ne postigne održivost svi će biti ugroženi. Niti jedna država nije samodostatna. Zato je potreban savez među svim državama koji je utemeljen na zajedničkom cilju a to je globalnog održivog razvoja.

Slika 5. : Načela održivog turizma



Izvor: Samostalan rad autorice prema M. Črnjar i K. Črnjar, *Menadžment održivog razvoja*, Rijeka, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji Sveučilišta u Rijeci, 2009, str. 84-87.

4.4. Različite teorije i pristupi održivom razvoju

Tijekom razvoja koncepta održivog razvoja često je dolazilo do nejasnog tumačenja samog pojma održivog razvoja. „Pa su se tako razvile različite teorije i pristupi koncepta održivog razvoja i to“:³⁵

- 1) **Teorija Brundtlandine komisije** – temelji se na povezivanju održivog razvoja i budućnosti novih naraštaja te zagovara savjesno ponašanje i dugoročne promjene u pristupu prirodnim dobrima i njihovoj raspodjeli. Kritičari ove teorije govore kako nema razvoja bez oživljavanja ekonomskog rasta, a oživljavanje ekonomskog rasta nije moguće bez razaranja okoliša.

³⁵ Ibidem str. 264.

- 2) **Teorija kvantifikacije pojma održivog razvoja** – ova teorija zagovara kako je ekonomski razvoj održiv u jednom posebnom području (regija ili država) ako ukupne rezerve ljudskog kapitala i prirodnih resursa ne opadaju tijekom vremena. Ovaj pristup održivosti vodi više računa o ekonomskim učincima nego o ljudskim potrebama.
- 3) **Neomarkistička teorija** – zastupaju je uglavnom predstavnici država „trećeg svijeta“, prema kojima okoliš i prirodna bogatstva nisu odlučujući čimbenici održivog razvoja, nego je to politička moć. Ova teorija govori kako eksploatacija prirodnih izvora u nerazvijenim državama je još uvijek velika, pa se zalažu za preraspodjelu ekonomske i političke moći.
- 4) **Ekološka teorija** – ova teorija govori kako je zaštita okoliša najznačajniji vid održivosti. Održivost podrazumijeva kao uvažavanje ograničenja prirode i nužnosti uklapanja u njezine okvire.
- 5) **Ekonomsko-ekološka teorija** – cilj ove teorije je da čovjek živi kvalitetno i dobro u okviru uvjeta koje nam pruža naša planeta Zemlja. Ekonomija mora uključivati u sebe i ekološki način razmišljanja.
- 6) **Holistička teorija** – ova teorija ukazuje na to kako društveni razvoj se treba zasnivati na principu jednakosti te kako treba nastojati da se političke, ekonomske, obrazovne i kulturne orijentacije u društvu usmjere prema uvažavanju okolišnih vrijednosti. Neki od principa ove teorije su: objedinjavanje i usuglašenost aktivnosti svih zagovornika ideje održivosti (od lokalne, regionalne, državne do globalne međunarodne razine); redefiniranje postojećih obrazaca raspodjele bogatstva; uvažavanje ograničenih mogućnosti samo obnavljanja prirode; očuvanje društvenog i kulturnog identiteta svake zajednice i dr.

4.5. Počela održivog razvoja

Postoji deset počela održivog razvoja. To su:³⁶

- 1) **Održivo korištenje resursa** – konzervacija i održivo korištenje resursa – prirodnih, društvenih i kulturnih – od ključnoga je značenja i omogućuje dugoročnu svrhovitost poslovanja.
- 2) **Reduciranje prekomjerne potrošnje i otpada** – reduciranjem prekomjerne potrošnje i otpada smanjuju se troškovi recikliranja, dugoročne štete u okolišu te se pridonosi kvaliteti turizma.
- 3) **Održavanje raznolikosti** – održavanje i promoviranje prirodne, društvene i kulturne raznolikosti temelj je dugoročno održivoga turizma te tvori povratnu osnovu industriji.
- 4) **Integriranje turizma u planiranje** – turistički razvoj koji je integriran u nacionalni i lokalni okvir strateškoga planiranja i u kojem se procjenjuje utjecaj na okoliš povećava dugovječnost turizma.
- 5) **Podupiranje lokalnoga gospodarstva** – turizam koji podržava niz aktivnosti lokalnoga gospodarstva i uzima u obzir environmentalističke troškove i vrijednosti štiti to gospodarstvo i izbjegava štete u okolišu.
- 6) **Uključivanje lokalnih zajednica** – potpuno uključivanje lokalnih zajednica u turistički sektor ne samo da donosi korist njima i okolišu općenito, nego i poboljšava kvalitetu turističkoga iskustva.
- 7) **Konzultiranje dionika** – konzultiranje između turističke industrije i lokalnih zajednica, organizacija i institucija smatra se nezaobilaznim ako će raditi jedni uz druge i rješavati potencijalne konfliktne interese.
- 8) **Treniranje osoblja** – trening osoblja, koji integrira u radnu praksu održivi turizam, zajedno s regrutiranjem lokalnoga stanovništva na svim razinama, poboljšava kvalitetu turističkoga proizvoda.
- 9) **Odgovorni marketing u turizmu** – marketing koji opskrbljuje turiste potpunom i odgovornom informacijom povećava poštovanje prema prirodnom, društvenom i kulturnom okruženju turističke destinacije i podupire zadovoljstvo potrošača.

³⁶ Ibidem str. 198.

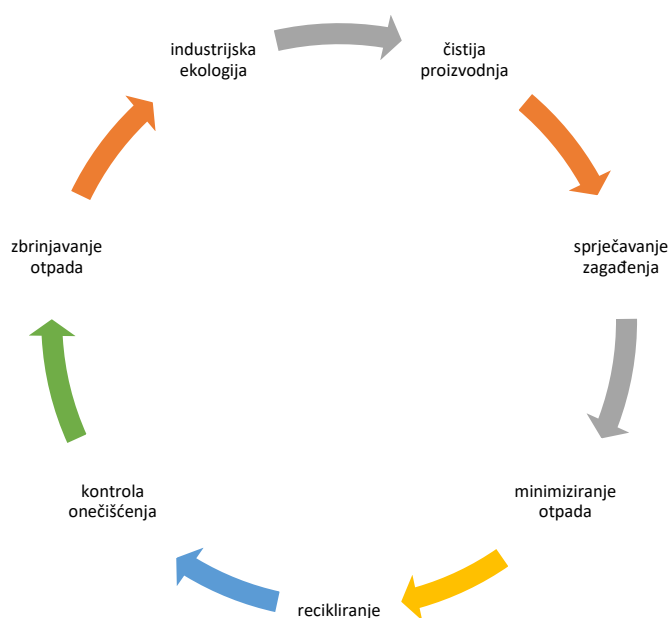
10) **Provođenje istraživanja** –kontinuirano istraživanje i praćenje od strane industrije te učinkovita analiza i uporaba prikupljenih podataka smatraju se temeljnima pri rješavanju problema i donošenju koristi destinacijama, industriji i potrošačima. Održivost kao teorijska i aplikativna koncepcija u turizmu može se promatrati na nacionalnoj, međunarodnoj i razini turističke destinacije.

4.6. Korak po korak do održivog razvoja

„Svaka generacija mora riješiti svoje zadatke i ne smije ih ostaviti sljedećim generacijama – ovo je osnovna zamisao održivog razvoja i ona uključuje i globalnu perspektivu (Gerhard Schroder).“³⁷

Suočavanje sa problemom i razvijanje svijesti kako Zemlja ima ograničene resurse i kako današnja potrošnja neće moći trajati vječno prvi je korak razmišljanja ka održivom razvoju (slika 4.). Potrebno je organizirati život na način da ekonomija i tehnologija koje nam osiguravaju kvalitetu života, ne ometaju sposobnost prirode da se samoodržava već joj pomažu u tome.

Slika 6.: Stepenice uspjeha održivog razvoja



Izvor: Herceg N. : Okoliš i održivi razvoj, Synopsis d.o.o., Zagreb, 2013.

³⁷ Ibidem str. 265.

„Sedam koraka odnosno stepenica uključuje održivi razvoj.“³⁸

1. **Industrijska ekologija** – glavni zadatak industrijske ekologije je utvrđivanje i praćenje tokova materijala i energije koji se troše kroz različite proizvodne sustave te njihova interakcija s okolišem. Tehnologija mora raditi u skladu s prirodom. Cilj ove politike je da proizvodnjom se ne stvara otpad, jer sav „otpad“ je ustvari resurs za neki drugi korak proizvodnje u nekoj drugoj industriji. Tada se otpad pretvara u profit.
2. **Čistija proizvodnja** – prema definiciji UNEP-a čistija proizvodnja je „konceptualni i proceduralni pristup proizvodnji koji zahtjeva da sve faze životnog ciklusa proizvoda trebaju biti ciljem prevencije ili minimalizacije kratkoročnih i dugoročnih rizika po ljude i okoliš. Čistija proizvodnja fokusira se na proizvodni proces, odnosno na smanjenje štetnih emisija, smanjenje potrošnje energije tijekom proizvodnog procesa, uporaba najbolje tehnologije i slično. Zatim je fokusirana na proizvod te usluge.
3. **Sprječavanje zagađenja** – postiže se reduciranjem sirovina, i to na način da se reduciraju potencijalne opasnosti za ljudsko zdravlje i okoliš (procesima promjene, preformulacijom i sl.) ili da se reduciraju količine potencijalno opasne tvari koja bi mogla doći u okoliš (kemijskim tretmanom, recikliranjem i sl.). Ova teorija se više fokusira na sam proces proizvodnje produkta iako je vrlo slična čistijoj proizvodnji. Ono što je najbitnije je da se smanje količine otpada odmah u početnim stupnjevima proizvodnje.
4. **Minimiziranje otpada** – odnosi se na reduciranje opasnog otpada koji nastaje, tretira se ili odlaže.
5. **Recikliranje** – gotovo uvijek u procesima proizvodnje nastaju otpadni produkti koje je potrebno reciklirati. Postoje dva načina recikliranja:
 - a) tzv. *closed-loop* recikliranje, koje je zapravo produženi proces proizvodnje, odnosno povrat otpada na početak procesa koji se postiže tehnikama separacije poput destilacije, filtracije itd.
 - b) tzv. *straight* recikliranje, u kojem se otpad jednostavno koristi negdje drugdje ili na početku nekog novog proizvodnog procesa.
6. **Kontrola onečišćenja** – temelji se na reduciranju volumena i toksičnosti otpada koji se ne može reciklirati.“

³⁸ loc.cit.

4.7. Strategije održivog razvoja

„Dosadašnji način donošenja odluka i planiranja razvoja, koji se odvija odvojeno po sektorima pridonosi razdvajanju gospodarskih, društvenih i ekoloških čimbenika. Na taj se način pridonosi nerazumijevanju veza između okoliša, društvenog i gospodarskog razvoja te se pri odlučivanju ne odabiru razvojni putevi koji su gospodarski učinkoviti, društveno pravedni te prihvatljivi po okoliš.“³⁹

Kada se razmišlja o razvoju neke zemlje potrebno je sustavno i integrirano razmatrati utjecaje fiskalnih, društvenih, poljoprivrednih, gospodarskih, energetskih, prijevoznih, trgovinskih i drugih aktivnosti i programa. Pri odlučivanju o smjeru i načinu razvoja potrebno je i sagledati različite društvene skupine: regionalne, nacionalne i lokalne vlasti, znanost, industriju, relevantne organizacije civilnog društva te širu javnost. Oni koji moraju donijeti strategije održivog razvoja, a to su Vlade, trebaju to učiniti na način da integriraju društvene programe s programima zaštite okoliša i gospodarskog razvoja i to u svim ministarstvima na svim razinama. Održivi razvoj se povezuje sa zaštitom okoliša, pa su zato najčešće za održivi razvoj zadužena ministarstva zaštite okoliša. U nastavku opisane su tri ključne strategije održivog razvoja.

- 1) **Europska strategija održivog razvoja** – temeljni dokument Europske unije je Amsterdamski ugovor koji postavlja ostvarenje održivog razvoja Europe kao najvažniji zadatak. 2006. godine Europska unija je prihvatila novu Strategiju održivog razvoja za Europu, nakon provedene detaljne revizije Göteborgske strategije održivog razvoja iz 2001. godine. Prihvaćena nova Strategija se bavi izazovima promjene trenutne neodrživosti u načinima potrošnje i proizvodnje. Osim navedenoga, nova Strategija naglašava važnost solidarnosti i prepoznavanja važnosti jačanja partnerstva.

„Svrha Strategije je prepoznati i razviti akcije koje će omogućiti EU postizanje kontinuiranog poboljšanja kvalitete življenja sadašnjih i budućih generacija, putem stvaranja održivih zajednica koje su u stanju upravljati i djelotvorno koristiti izvore

³⁹ Održivi razvoj , <http://www.odraz.hr/hr/nase-teme/odrzivi-razvoj> 26.08.2019.

te potaknuti ekološke i društvene inovativne potencijale u području gospodarstva, osigurati prosperitet, zaštitu okoliša i društvenu koheziju.

Neki od prepoznatih prioritetnih izazova do 2010. su u područjima:

- Klimatske promjene i čiste energije
- Održivi prijevoz
- Održiva proizvodnja i potrošnja
- Javno zdravstvo
- Bolje upravljanje prirodnim resursima
- Socijalna uključenost, demografija i migracije
- Borba protiv globalnog siromaštva.“⁴⁰

2) **Meditranska strategija održivog razvoja** – „Meditranska strategija održivog razvoja (MSOR) je usvojena na 14. redovnom sastanku ugovornih strana Barcelonske konvencije, u studenom 2005. u Portorožu u Sloveniji. MSOR prepoznaje održivi razvoj kao odgovor na razvojne izazove u Sredozemlju, kao npr. izazov očuvanja okoliša; demografski, gospodarski, socijalni i kulturni izazovi te izazov globalizacije regionalne suradnje i upravljanja. Polazeći od ovih izazova, MSOR definira dugoročnu viziju Sredozemlja kao politički stabilnu, prosperitetnu regiju u kojoj vlada mir. Četiri glavna cilja MSOR su:

- a) Doprinos gospodarskom razvoju kroz unaprijeenje dobara specifičnih za Sredozemlje;
- b) Smanjenje socijalnih razlika kroz implementaciju Milenijskih ciljeva UN i jačanje kulturnih identiteta;
- c) Mijenjanje neodrživih obrazaca u proizvodnji i potrošnji i osiguravanje održivog upravljanja prirodnim resursima;
- d) Poboľšanje upravljanja na lokalnoj, nacionalnoj i regionalnoj razini.“⁴¹

⁴⁰ Održivi razvoj , <http://www.odraz.hr/hr/nase-teme/odrzivi-razvoj> 26.08.2019.

⁴¹ Održivi razvoj , <http://www.odraz.hr/hr/nase-teme/odrzivi-razvoj> 26.08.2019.

- 3) **Nacionalne strategije održivog razvoja** – „U ožujku 2006. Program UN za okoliš donio je Smjernice za izradu nacionalnih strategija održivog razvoja. Te bi se strategije trebale pripremati kroz proces u kojem sudjeluju različiti dionici a odluke se trebaju bazirati na rezultatima provedenih analiza, kako bi se integrirali gospodarski, socijalni i okolišni ciljevi društva kroz pregovore i dogovore. Prepoznata je nadalje potreba kontinuiranog educiranja i jačanja kapaciteta svih sektora u društvu. Strategija treba odrediti dugoročnu viziju održivog razvoja s jasnim prioritetima i ciljevima. Mora biti kratka, razumljiva, relevantna i realna. Provođenje strategije se mora kontinuirano pratiti na temelju unaprijed definiranih pokazatelja.“⁴²

4.8. Integrirani pristup održivom razvoju

„Gradovi na svom području moraju upravljati svim okolišnim komponentama, kvalitetom zraka i vode, energije, otpada i prirodnih resursa. Oni su mjesto gdje se isprepliću mnogi dijelovi prirodnog ekosustava s onima iz društvenog, ekonomskog, kulturnog i političkog urbanog sustava te zbog toga trebaju imati ključnu ulogu u oblikovanju ekološkog ponašanja i potrošnje.“⁴³

„Poboljšanje kakvoće zraka i smanjenje zagušenja prometa, za gradove i zdravlje njihovih stanovnika ima više izravnih koristi. Naime, najnovija istraživanja o kakvoći zraka u 25 glavnih gradova Europske unije pokazuje da bi se primjenom smjernica WHO o suzbijanju onečišćenja zraka, očekivani životni vijek za stanovništvo starije od 30 godine povećao u prosjeku za 22 mjeseca, a preko 30 milijardi eura bi se uštedilo godišnje u zdravstvenom sustavu. Pretilost je još jedan veliki zdravstveni problem, kao i njegova povezanost sa bolestima koje uzrokuju preranu smrti i povećavanju zdravstvene troškove. Povećana razina nemotornog prijevoza (biciklizam i pješaćenje) ne samo da bi smanjila troškove zagađenje zraka, već bi smanjila pretilost i utjecalo na povećanje općeg zdravstvenog stanja stanovništva.“⁴⁴

⁴² *Održivi razvoj*, <http://www.odraz.hr/hr/nase-teme/odrzivi-razvoj> 26.08.2019.

⁴³ *Centar za urbani i teritorijalni razvoj*, <https://www.cuter.hr/integrirani-odr%C5%BEivi-i-pametni-razvoj> 29.08.2019.

⁴⁴ *Centar za urbani i teritorijalni razvoj*, <https://www.cuter.hr/integrirani-odr%C5%BEivi-i-pametni-razvoj> 29.08.2019.

Povećana energetska učinkovitost u zgradama smanjuje gospodarsku i energetska ranjivost grada. S njima povezane inovacije, tehnologije i usluge u građevini i energetici važni su pokretači zelenog lokalnog razvoja. Razvoj pješačkih i biciklističkih zona, povezanih sa čisti zrakom i vodom, mnogobrojnim zelenim površinama i kvalitetno izgrađen prostor čini grad atraktivnim mjesto za život i poslovanje.

„Urbani zeleni razvoj zahtijeva i tehnološke i društvene inovacije, koje moraju biti usklađene sa cjelokupnim razvojem urbanog područja. Zaštita okoliša ne može biti odvojena od demografskih, ekonomskih, društvenih i kulturnih problema. Zelena i čista prometna infrastruktura treba uzeti u obzir zahtjeve starijih osoba i obitelji s malom djecom, kao i uvjete za razvoj malo i srednjeg poduzetništva. Korištenje obnovljivih izvora energije, poput solarnih panela ili biomase mora poštovati arhitektonsku i kulturnu baštinu i turistički potencijal grada. Zelena naselja trebaju biti cjenovno pristupačna kako bi se izbjegla prostorna segregacija, te je potrebno postupno krenuti sa energetskom obnovom postojećeg fond kako javnih, tako i prihvatnih stambenih i komercijalnih zgrada.“⁴⁵

„Energetska učinkovitost igra veliku ulogu u razvoju gradova, međutim modernizacija prostora iako nužno potrebna, nije dovoljan preduvjet za povećanje kvalitete života i osiguranje dugoročne vizije održivosti. Druge investicije u prostoru, poput osiguranja pristupa javnom prijevozu i uslugama te raspoloživost i kvaliteta javnih prostora i trgovačkih područja, su također vrlo važni čimbenici povećanja kvalitete života. Od presudnog je značenja osiguranje pristupa kvalitetnom obrazovanju. Naime, glavni socijalni problemi gradova nisu povezani sa razinom dohotka nego nejednakim resursima i mogućnostima. Obrazovanje pridonosi uključivanju građana u društvo i kroz njega se stvara javni život grada. Gradovi često čine velike napore kako bi privukli i zadržali talentirane ljude iz drugih dijelova svijeta, no bilo bi isplativije razvijati talente koji već ovdje postoje. Osim toga, strategije privlačenje investicija koje osiguravaju jeftinu radnu snagu mogu pružiti samo kratkoročnu prednost, ali dugoročno gledano, prednosti se izgrađuju na kvalificiranoj radnoj snazi, vještinama i inovacijama.“⁴⁶

⁴⁵ Centar za urbani i teritorijalni razvoj, <https://www.cuter.hr/integrirani-odr%C5%BEivi-i-pametni-razvoj> 29.08.2019.

⁴⁶ Centar za urbani i teritorijalni razvoj, <https://www.cuter.hr/integrirani-odr%C5%BEivi-i-pametni-razvoj> 29.08.2019.

„Privlačnost gradova jednako ovisi o kvaliteti življenja kao i o njihovoj konkuretnosti. U natjecanju sa drugima, gradovi se brendiraju kao "zeleni", "kreativni" ili "kulturni" gradovi. Svoju atraktivnost grade na kvaliteti obrazovanja, kulturnoj baštini, sportskim i rekreacijskim mogućnostima, zaštiti okoliša i čistoći zraka i vode, kao i društvenom životu i urbanoj sigurnosti. Privlačnost je rezultat održivog i integriranog urbanog razvoja koji uključuje: pametno urbanističko planiranje, održivi gradski javni prijevoz, pristupačno stanovanje, dobre javne usluge, čist zrak, čistu vodu, zelene površine, itd. Atraktivan grad ima kreativnost koja seže izvan uskih kulturnih aspekata prema širim procesima kreativnog djelovanja, društvene inovacije, organizacijskog učenja i izgradnje "urbane inteligencije". No gradovi moraju na svojoj prošlosti graditi prepreme za budućnost, što može uključiti specifičnu tradicijski proizvodnu, graditeljsku ili kulturnu baštinu ili lokalnu i regionalnu bazu znanja.“⁴⁷

Gradovi koje uspijevaju biti najatraktivniji se nalaze na rastućem razvojnem putu. Oni imaju više financijskih sredstava i više prostora za upravljanje javnim i privatnim kreativnim investicijama koje nadilaze osnovne potrebe.

„Kako bi iskoristio puni potencijal, krenulo se prema tehnološkom razvoju te osigurao integrirani lokalni razvoj grad treba pokrenuti:

- Razvoj zelenih poduzetničkih zona koje će osigurati preduvjete za izgradnju kogeneracijski i trigeneracijskih postrojenja na bio-otpad. Sve aktivnosti trebaju biti u skladu sa očuvanjem prirodnih resursa, razvojem tehnologija na obnovljivim izvorima energije, razvojem industrije na temelju vrste i količine otpada, otpad = sirovina, smanjenjem zagađenja, razvojem lokalnog gospodarstva kroz upotrebu lokalnih proizvoda i materijala, angažiranje lokalnih obrta i proizvođača.
- Program urbanog održivog razvoja kroz javno-privatno partnerstvo
- Poticanje urbane regeneraciju grada putem:
 - Programa razvoja eko naselja – energetske neovisnih naselja
 - Programa obnove nerazvijenih dijelova, socijalno zapostavljenih dijelova i crnih rupa u gradu

⁴⁷ Centar za urbani i teritorijalni razvoj, <https://www.cuter.hr/integrirani-odr%C5%BEivi-i-pametni-razvoj> 29.08.2019.

- Program revitalizacije napuštenih industrijskih površina na području grada
- Sustav e-građevinskih dozvola na području grada
- Održavanje događanja vezanih za klimatske i energetske teme u poslovanju⁴⁸

4.9. Implementacija održivog turizma

Koncepcija održivog razvoja reflektira i zahtijeva značajni preokret naših vizija i predodžbi o odnosu funkcioniranja ekonomskih aktivnosti i prirode. Koncepcija održivog razvoja u prvi plan ističe kvalitativno unapređenje u odnosu na kvantitativni rast. Procesu implementacije održivog razvoja turizma u praksi nameće se nekoliko prepreka:⁴⁹

1. **Fizička, prirodna ograničenja** – Odnose se na teškoće kod precizne procijene limita tolerancije prirode i prostora, budući da dolazi do stalnih promjena,
2. **Kompleksnost odnosa** – Turistički razvoj nije moguće promatrati kroz uzročno-posljedičan odnos između dva ili više čimbenika, već je to kompleksan odnos između različitih čimbenika koji su međusobno u različitim vezama,
3. **Vremenski odgođeno javljanje posljedica** – Podrazumijevaju efekte čiji uzroci sežu u prošlost, te koji su se pojavili nakon protoka dužeg vremenskog perioda (npr. pojava ozonskih rupa),
4. **Asimilacijski period** – Potrebni je protok određenog vremena da bi se priroda i čovjek prilagodio novoj situaciji. Često se nužnost protoka asimilacijskog perioda zanemaruje kod razvojnih projekata, što izaziva negativne posljedice.

Implementacija održivog razvoja turizma ostvariva je kroz uvođenje adekvatnih instrumenata vođenja i to:

- Instrumenti mjerenja (indikatori održivosti, identificirane granične vrijednosti)
- Ekonomski instrumenti (porezi i davanja, financijski poticaji)

⁴⁸ Centar za urbani i teritorijalni razvoj, <https://www.cuter.hr/integrirani-odr%C5%BEivi-i-pametni-razvoj> 29.08.2019.

⁴⁹ D. Smolčić i I. Milohnić, Održivi razvoj i turizam, Sveučilište u Mostaru Fakultet prirodoslovno-matematičkih i odgojnih znanosti, 2018. god., str. 67.

- Dobrovoljni instrumenti (smjernice, ispitivanje i izvještavanje, dobrovoljno certificiranje)
- Vođenje i kontrola (kontrola gradnje i prostornih planova)⁵⁰

4.0. Pokazatelji održivog razvoja gradova

Kako bi se pratila održivost gradova razvijeni su različiti pokazatelji. “ Problematika primjene pokazatelja održivog razvoja gradova razmjerno je slična problematici primjene općih pokazatelja održivog razvoja i pokazatelja održivog razvoja turizma.”⁵¹ Kako bi se pravilno mjerila održivost gradova potrebno je definirati idealne pokazatelje. Najprije je potrebno definirati održivi razvoj za svaki pojedini grad tj. definirati glavna područja / teme održivosti grada i u skladu sa time kriterije za odabir pokazatelja.

„Keirstead i Leach (2008) u literaturi pronalaze pet temeljnih kriterija primjerenih za odabir pokazatelja održivoga urbanog razvoja, a to su: budućnost (intergeneracijska jednakost), socijalna pravednost (intrageneracijska jednakost), prekogranična odgovornost (geografska jednakost), jednakost procedura prema svima (proceduralna jednakost) i važnost bioraznolikosti (jednakost vrsta). Zahtjevi koji se stavljaju pred pokazatelje održivog razvoja 217 gradova su dostupnost, mjerljivost i razumljivost podataka potrebnih za interpretaciju pokazatelja i donošenje odluka dionika grada.”⁵²

Kod pokazatelja održivog razvoja važnu ulogu ima i lokalna zajednica, osobito građani kojima pokazatelje održivosti treba približiti. Potrebno im je približiti pokazatelje kako bi shvatili njihovu važnost za održivi razvoj i moguće koristi koje mogu imati od njih. Također , postoji i mogućnost opasnosti da pokazatelji održivog razvoja gradova poprime sustav kontrole politike koju vlast nameće.

„Maclaren (1996) ističe obilježja pokazatelja održivog razvoja gradova. Prema njemu pokazatelji održivog urbanog razvoja prije svega omogućuju integraciju društveno gospodarskih i ekoloških pitanja, jer jedan pokazatelj integrirano ukazuje na više

⁵⁰ Bjelavac, J. i I. Silajdžić, Održivi turizam sa aspekta održivog razvoja, dostupno na: <http://slidegur.com/doc/1339389/odr%C5%BEivi-turizam-je> 20.08.2019.

⁵¹ T.Klarin, Kreiranje modela održivog razvoja turizma u urbanim destinacijama Republike Hrvatske, Sveučilište u Rijeci, 2017. god, str. 50. dostupno na: <https://dr.nsk.hr/islandora/object/efri:970/preview> 03.09.2019.

⁵² loc.cit.

područja održivosti. Stoga je moguća primjena kompozitnog ili sintetičkog pokazatelja. Važno obilježje pokazatelja svakako je mogućnost mjerenja međugeneracijske jednakosti, odnosno pravedne i jednake distribucije društveno-gospodarskih i ekoloških uvjeta, bez obzira na geografski položaj, rasu, dob, status i dr. Konačno, pokazatelji održivog urbanog razvoja temelje se na multidioničkom pristupu i konsenzusu koji je zbog posebnosti urbanih područja nužan.⁵³ „Može se zaključiti kako su pokazatelji održivog urbanog razvoja ključni za vođenje politike održivog urbanog razvoja i osiguravanje kvalitete života u gradovima. To potvrđuju razvijene 223 različite metodologije i sustavi pokazatelja održivog urbanog razvoja, koje različita istraživanja preispituju, pri čemu su utvrđene posebnosti i problematika primjene pokazatelja, ali su definirani i novi sustavi pokazatelja održivog urbanog razvoja. Posebnosti primjene vezane su uz osiguravanje temeljnih stupova održivosti, institucionalne održivosti i drugih područja primjerenih životu u gradovima, poput socijalne jednakosti, zaposlenosti, javnog transporta, zdravstvene zaštite, komunalnih i drugih usluga. Sukladno s tim, temeljni je problem definiranje optimalnog broja pokazatelja za mjerenje i praćenje održivog urbanog razvoja, a rješenje je moguće stvaranjem kompozitnog pokazatelja. Osim toga, prisutan je problem dostupnosti i relevantnosti podataka potrebnih za izračun pokazatelja. Usprkos svemu, primjeri dobre prakse postoje te ukazuju na mogućnosti i ograničenja primjene pokazatelja održivog urbanog razvoja.”⁵⁴

⁵³ loc.cit.

⁵⁴ loc.cit.

5. ODRŽIVI RAZVOJ I KONFLIKTI

U svakom društvu od urođenih do modernih društava mogu se razlikovati stanja mira i stanja napetosti, odnosno konflikata koji izražavaju društvenu dinamiku.

„Sa globalizacijom nastaju nova konflikta polja na različitim razinama i to: unutar neke države, na prostoru nekolicine država ili pak u svjetskim razmjerima između razvijenih zemalja (koje raspolažu znanstveno-tehnološkim resursima- proizvedenim kapitalom, a žele veći pristup prirodnim resursima) i nerazvijenih zemalja (koje raspolažu prirodnim resursima – prirodnim kapitalom, a žele veći pristup znanstveno-tehnološkim resursima).“⁵⁵ Kada se govori o razvoju i konfliktima na svjetskoj razini može se govoriti o suprostavljanju dva tripa kapitala – prirodni i proizvedeni i o dva svijeta – razvijenom i nerazvijenom.

Kao što se govori o različitim razinama održivosti (regionalna, lokalna, globalna, nacionalna) tako je česta tema i o različitim razinama konflikata u okolišu, a u vezi toga govori se i o razinama interesnih konflikata. „Konflikti interesa aktera (interesa-prouzročitelja-i interesa pogođenih) razrješavaju se posredovanjem uloge trećih aktera. Nakon učinkovitog posredovanja aktera interesne pomoći i uspostave ravnoteže između njih i „pogođenih“ dominantni interesni postaju identični interesi „pogođenih“ i aktera pomoći. Ali nakon nekog vremena ponovo se otvaraju konflikti interesa između „prouzročitelja“ i „pogođenih“ samo na „višoj“ razini.“⁵⁶

„Problem stila života ili načina života danas se razmatra u sasvim drugačijem kontekstu nego onom u 60-im godinama. Tada je pitanje stila života bilo povezano s nastankom subkulture i kontrakulture i kritikom građanskih vrijednosti, načina i stila života. Problem je definiran kao razumijevanje unutar društvenog fenomena modernog društva povezanog s mladom buntovnom generacijom. Danas se pitanje stila i načina života modernog društva kritički valorizira u odnosu na fenomen ugroženih uvjeta života - prirode, što nadilazi jedno društvo i prerasta u civilizacijski problem.“⁵⁷

⁵⁵ I. Cifrić: Održivi razvoj i strategija zaštite okoliša, Soc. ekol., Zagreb, 2000 god., str. 235. dostupno na: file:///C:/Users/Ivana/Downloads/Cifric_3_2000.pdf 02.09.2019.

⁵⁶ loc.cit.

⁵⁷ loc.cit.

5.1. Odnos čovjeka i okoliša

Uzajamne odnose okoliša i turizma pri umreženom promatranju treba staviti u širi kontekst, tj. treba uzeti u obzir sva uzajamna djelovanja ljudskih aktivnosti i okolne prirode. Najvažniji elementi koji međusobno djeluju i međuvisni su mogu se grupirati u tri područja:

- 1) Čovjek kao individuum u društvu te četiri područja aktivnosti: promet, naselje, poljoprivreda i industrija koja se mogu označiti kao područja posljedica;
- 2) Elementi okoliša : tlo, krajolik, flora, fauna, voda, zrak i klima;
- 3) Energija i otpad⁵⁸

Čovjek pojedinac i društvo kao cjelina nalaze se u središtu područja posljedica. Iz perspektive slobodnog vremena i turizma ističu se prije svega općeniti etički, psihološki, ekonomski i socijalni aspekti odnosa čovjeka i prirode. Sa slobodnim vremenom i turizmom povezani su promet i mobilnost koji imaju jaki utjecaj na okoliš. Turizam se konstantno dovodi u vezu sa prostornom mobilnošću. „U slobodno vrijeme mobilnost je također značajna: putovanja potaknuta slobodnim vremenom u Švicarskoj već predstavljaju 44 %, a putovanja zbog kupnje daljnjih 11 % ukupnog volumena prometa po osobi.“⁵⁹

Područja naselja i stanovanja isto tako su veoma značajna. Turizam s noćenjem usmjeren je na razna prenočišta - na naselja. „Potreba za korištenjem slobodnog vremena djelomično nastaje kao posljedica uvjeta stanovanja i naselja. Poljoprivreda i turizam u puno regija tvore neku vrstu sudbinske zajednice. U alpskim prostorima, na primjer, uzajamni odnosi i sinergija su raznoliki i protežu se od održavanja krajolika preko poljoprivrednih proizvoda sve do mogućnosti dodatne zarade.“⁶⁰ Povezanost koja je vrlo značajna je između industrije i slobodnog vremena odnosno turizma jer je razvoj industrijskog društva omogućio slobodno vrijeme i masovna putovanja. Utjecaji na elemente okoliša uvjetovani slobodnim vremenom i turizmom promijenili su se tokom vremena, prije svega svojom javnom prisutnošću.

⁵⁸ Muller H., op.cit.,str. 50.

⁵⁹ loc.cit.

⁶⁰ loc.cit.

Trošenje zemljišta i uništavanje okoliša koje je povezano sa štetnim utjecajem na floru i faunu, već duže vremena su tema diskusije. Zaštita krajolika je bio glavi i najteže ostvarljiv cilj.

„Zagađenje voda (Sjeverno more, Sredozemno more, jezera) u 80-im je godinama popraćeno velikim naslovima u medijima. Turizam je bio tema diskusije i kao uzročnik i kao oštećenik. Zagađenje zraka i umiranje šuma bile su središnje teme rasprava o ekologiji koncem 80-ih godina. Klimatske promjene tek su početkom 90-ih godina postale središnjom temom diskusija o ekološkim problemima.“⁶¹

Iz svega može se zaključiti kako na ekološke probleme ne utječe samo njegova trenutačna objektivna relevantnost, već i drugi faktori kao na primjer: napredak tehnologije i znanosti, potreba profiliranja nositelja politike, potreba medija za vijestima itd. Ključni čimbenici koji ostaju i dalje kao ključ ekološke problematike jesu energija i otpad. Gotovo sve što danas činimo u industrijaliziranom svijetu povezano je s utroškom vanjske energije i u gotovo svakom slučaju ostaje smeće u bilo kojem obliku.

Sukladno rečenome u nastavku su neke zanimljive činjenice o prirodi i okolišu: ⁶²

- Kupovina lokalnih proizvoda može utjecati na smanjenje 4-5% proizvodnje stakleničkih plinova koji nastaju uslijed ispuštanja CO₂ u masovnoj proizvodnji hrane;
- Prosječna osoba u Europi troši oko 103 litre vode dnevno što je dva puta više od prosječnoj sela u Aziji;
- Svake tri minute nestane jedna biljna ili životinjska vrsta!
- Zapadna civilizacija (17% ukupnog svjetskog stanovništva) troši 52% ukupne svjetske energije;
- 1 ral drveća apsorbira 2,6 tona CO₂ godišnje;
- Više od 80% svjetskih koraljnih grebena je u opasnosti od nestajanja, uključujući 2/3 na Karibima;
- Očekuje se porast razine mora od 70% u idućih deset godina.
- Prijeti izumiranje 30% vrsta, 90% koraljnih grebena i gubitka pola Amazone do 2050. godine;
- Pola svjetske populacije živi u urbanim područjima;

⁶¹ Ibidem str. 51.

⁶² Održivi turizam- što to zapravo znači, <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/odrzivi-turizam> 02.09.2019.

- Europa koristi 14 puta više energije nego Indija;
- Svaki dan izbacuje se 90 milijuna tona ugljičnog dioksida u atmosferu;
- Iako je 70% zemljine površine voda, samo 3% je pitke vode.

„Utjecaj **turizma** na ekološke prilike ima ogroman potencijal. Prirodna i kulturna bogatstva su najveći turistički kapital i izvozni proizvod. Međunarodni turizam je u 2014. godini porastao za 4,7% na 1,138 milijade prihoda dok se očekuje 1,5 milijardi prihoda od turizma do 2020. godine na svjetskoj razini. Putovanja i turizam činili su oko 9,5% svjetskog bruto domaćeg proizvoda u istoj godini s oko 11% svjetske zaposlenosti u turizmu i pratećim djelatnostima. Zato turizam mora biti održiv kako bi se sačuvala bogatstva koja poklonjena čovjeku na korištenje, a koja će ostati u naslijeđu budućoj generaciji.“⁶³

5.2. Ekološka svijest

„Pod ekološkom svijesti podrazumijevamo spoznaju o ugroženosti prirodnih osnova za život ljudi, uzrokovanu djelovanjem ljudi samih, uz spremnost na otklanjanje opasnosti.“⁶⁴

„Po Hirschu ekološka svijest obuhvaća sljedeća četiri stava:

- a) Doživljaj prirode i svijest da nas se priroda tiče
- b) Ekološko znanje
- c) Ekološki usmjeren sustav vrijednosti
- d) Namjere da se ponašamo relevantno po okoliš“⁶⁵

Ekološka svijest se treba razvijati iz dana u dan. Potrebno je razvijati svijest koliko nam je priroda važna i koje bogatstvo nam pruža. Ukoliko ne poštuje i ne pazimo na okoliš, niti priroda nam neće uzvratiti istom mjerom. Čovjek svakim danom svojim ponašanjem ugrožuje okoliš. Bez prirode čovjek ne bi mogao živjeti niti ubirati razne blagodati koje sada posjeduje zahvaljujući prirodi. Što više tehnologija napreduje, razvijaju se inovativni proizvodi, prate se međunarodni trendovi to je više potrebno misliti o zaštiti okoliša. Svijest o zaštiti okoliša polako raste iz dana u dan i mnogi prilikom početka izrade bilo kojeg projekta ili početka proizvodnje razrade tu temu. No, nažalost u velikoj

⁶³ Održivi turizam-što to zapravo znači, <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/odrzivi-turizam> 02.09.2019.

⁶⁴ Muller H., op.cit.,str. 55.

⁶⁵ loc.cit.

se mjeri ta problematika samo spomene reda radi ili ne provede se u dovoljno dobroj mjeri.

5.3. Socijalni aspekti ekološkog ponašanja

Glede promatranja ekološke svijesti puno čimbenika treba uzeti u obzir. Grob u svojoj studiji o povezanosti znanja, ekološke svijesti i odnosa prema prirodi dolazi do zaključka da emocionalni angažman i osobni filozofski sustav vrijednosti imaju najveći utjecaj na odnos prema prirodi. Ekološka svijest zauzima samo sporedno mjesto.⁶⁶

„U svom teoretskom modelu ekološkog ponašanja turista Wohler u obzir uzima mnoštvo faktora utjecaja. One četiri komponente za koje smatra da imaju izravnog utjecaja na namjeravano ponašanje prema prirodi, podvrgnuo je detaljnijem empirijskom istraživanju:

- stav o ponašanju, tj. osobna prosudba odgovarajućeg ponašanja prema okolišu,
- subjektivna norma, tj. društveni pritisak koji dolazi od važnih osoba u socijalnom okruženju (roditelji, životni partner, kolege itd),
- percipirana kontrola ponašanja, tj. koliko teško ili jednostavno nekoj osobi pada određeno ponašanje
- ponašanje u prošlosti, tj. postoje li već iskustva s odgovarajućim postupcima“⁶⁷

Razni provedeni rezultati pokazali su kako na ponašanje prema okolišu osim novca utječu i socijalni troškovi i da određuju utjecaj ekološke svijesti na ekološko ponašanje. Također, istraživanjem se došlo do rezultata ako se gostu ponude usluge koje su po svojoj funkciji ekvivalentne, a da su ekološke, gost je za njih spreman platiti višu cijenu.

⁶⁶ Ibidem str. 60.

⁶⁷ loc.cit.

5.4. Ekonomski aspekti ekološkog ponašanja

„Još jedan razlog što se visoki stupanj ekološke svijesti ne ogleda u ponašanju je takozvana „problematika zajedničkog dobra“. Ova se problematika sastoji od činjenice da netaknuta priroda (npr. čisti zrak i voda) predstavlja „zajedničko dobro“ iz čije potrošnje nitko ne može biti isključen, budući da ne postoje odredbe o vlasničkim pravima.“⁶⁸

„Usprkos utvrđenom slabom neposrednom utjecaju ekološke svijesti na ekološko ponašanje, ekološka je svijest ipak važna u dva aspekta:

- prihvaćanje mjera ekološke politike: poticajne mjere poput poreza na motorna vozila mogu se provesti samo ako je kod stanovništva u velikoj mjeri izražena ekološka svijest;
- drugi aspekt su tzv. *Low-Cost* odluke, tj. odluke za čije su provođenje troškovi inkomodacije relativno niski. Ali, i ove spomenute aktivnosti mogu se provesti samo ako je ekološka svijest čovjeka visoka.“⁶⁹

5.5. Ekološki menadžment

Da bi se pristupilo ekološkom menadžmentu potrebno je poznavati kapacitet okoliša, obnovljivih i neobnovljivih resursa. Ekološki menadžment se može primjeniti do nekih razina, pa teza o globalnom ekološkom menadžmentu je upitna. Čovjek teško može upravljati Zemljom kao složenim sustavom na način na koji može nekim nacionalnim parkom ili riječnim slivom, pa i u tom slučaju sa rizikom. To potvrđuje činjenica da se stanje planete Zemlje sustavno pogoršava. Stoga nije čudno da se ne postavlja više samo pitanje financijske, ekonomske, komunikacijske i slične politike, nego i pitanje svjetske ekološke politike jer su ekološki problemi postali svjetski problemi. To da su svjetski znači da njihove posljedice prožimaju ljudski život od lokalne, nacionalne do globalne razine.⁷⁰ Iz teoretskih spoznaja i praktičnih iskustava mogu se izvesti dimenzije ekološkog menadžmenta. One trebaju biti putokaz na „nove“ turističke

⁶⁸ Ibidem str. 61.

⁶⁹ Ibidem str. 62.

⁷⁰ I. Cifrić, op.cit., str. 237.

radnike, koji će ekološki *heart-lineri*, a ne *hard-lineri*, koji će se svojim odlukama pokušati suprostaviti autodestruktivnim tendencijama turizma. Da bi poduzeće poslovalo održivo potrebno je:⁷¹

- credo za zaštitu okoliša u najvišim načelima poslovne politike
- ekološki ciljevi u politici poduzeća
- ekološke strategije za sve sektore menadžmenta

Navedene ekološke strategije se mogu raščlaniti na: ⁷²

- 1) informacije / konzultacije –produbiti suradnju s ekološkim savjetnicima, uspostaviti eko-baze podataka i eko-assessment centre, uvesti ekološke bilance za sva polja poslovanja;
- 2) organizacija – uključiti povjerenika za okoliš i/ili ekološki tim, utvrditi sustav ekološkog menadžmenta, u popisu obveza utemeljiti ekološku odgovornost
- 3) osoblje / rukovodstvo – pri izboru osoblja uključiti i ekološke kriterije, pri prosudbi zaposlenika uzeti u obzir ponašanje prema okolišu, ugraditi ekološke kontekste u daljnje obrazovanje zaposlenika;
- 4) oblikovanje usluga / proizvodnja – preorijentirati se na usluge koje štede okoliš odnosno supstituirati procese štetne po okoliš, odustati od ekološki štetnih usluga i proizvoda, stvoriti burze otpada i proširiti recikliranje;
- 5) marketing – provjeriti ukupni asortiman u odnosu na ekološku ispravnost, poticati ekološke inovacije, ponuditi ekološki orijentirane izdiferencirane cijene, odnosno u cijenu uključiti ekološku relevantnost, objaviti ekološke aspekte pojedinih ponuda, pošteno informirati o ekološkoj situaciji, senzibilizirati goste za ekološke aspekte, izgraditi distribuciju koja štedi resurse ;
- 6) financiranje / investicije – kod investiranja dobrovoljno provjeriti ekološku neškodljivost, kod gradnje uzimati u obzir ekološke kriterije, koristiti akcijske programe i sniženja kamata za ekološki podobne inovacije;
- 7) controlling – uvesti eko-controlling ili eko-reviziju.

⁷¹ H. Muller, op.cit., str. 172.

⁷² loc.cit.

6. PRIMJERI ODRŽIVOG I NEODRŽIVOG TURISTIČKOG RAZVOJA

6.1. Primjeri neodrživog turističkog razvoja

U nastavku teksta kao primjer neodrživog razvoja navedena je Republika Hrvatska, Venecija, Južna Amerika-Amazonija te Bocvana. U većoj mjeri turističkih destinacija Hrvatske prevladava neodrživi razvoj i zato je Hrvatska uzeta za primjer neodrživog turističkog razvoja.

6.1.1. Republika Hrvatska

Kako bi se naveo primjer neodrživog razvoja nije potrebno ići u daleke zemlje ili previše razmišljati. Nažalost, neodrživost turizma osjeti se u Hrvatskoj u relativno velikoj mjeri, što nam govore i statistički podaci. Poznato je kako 19 % hrvatskog BDP-a dolazi upravo iz turizma, što ukazuje na ozbiljnost problema, odnosno neodrživosti destinacije. Turizam Hrvatske je sezonskog karaktera, čak 86 % svih turističkih aktivnosti odvija se tijekom ljetnih mjeseci. Glavnina tih turističkih aktivnosti odvija se na obali ili u Zagrebu. To ukazuje na problem kako Hrvatska ima potencijal razvijati svoju turističku ponudu i težiti cjelogodišnjem turizmu, no to se ne dešava.⁷³

„Uspoređujući samo vrhunac turističke sezone, dakle 7. i 8. mjesec, u Hrvatskoj je od 10 do čak 20 puta veće opterećenje na prostor i stanovništvo nego u drugim zemljama Europe. Zbog sadašnjeg poslovnog modela, gube se mnogo veći mogući prihodi od turizma. Jer, turizmom se mora upravljati na svim razinama, a ne pustiti da se spontano „događa“.“⁷⁴

Zbog prekomjerne zasićenosti u samom jeku turističke sezone veliki su problemi u infrastrukturi, mladi se nauče orijentirati na rentnu poziciju, nema inovativnosti za napredak i više su ugroženi prirodni resursi. Hrvatska ide u masovni turizam na bazi

⁷³ *Neodrživi poslovni model hrvatskog turizma*, <https://novac.jutarnji.hr/aktualno/poslovni-model-hrvatskog-turizma-je-neodrziv-i-ima-svoje-ozbiljne-izazove/8751584/> 29.08.2019.

⁷⁴ *Neodrživi poslovni model hrvatskog turizma*, <https://novac.jutarnji.hr/aktualno/poslovni-model-hrvatskog-turizma-je-neodrziv-i-ima-svoje-ozbiljne-izazove/8751584/> 29.08.2019.

niskih cijena. Manji su porezni prihodi, domaće stanovništvo se iseljava, generalno su investicije manje.

„Autori predlažu pomicanje prema novom poslovnom modelu koji bi bio baziran na znanju i inovativnosti – to bi bio održivi, cjelogodišnji turizam s visokom dodanom vrijednosti. Strategijom zaokreta moglo bi se i s manjim fizičkim prometom od očekivanoga proizvoditi veće ekonomske učinke. Zato su naravno potrebne veće investicije, otvaranje stranom kapitalu i liberalizacija kretanja radne snage. Turizam je daleko najuspješnija, a možda i jedina uspješna hrvatska ekonomska djelatnost, ali se od njega ipak zarađuje puno manje nego što bi se moglo. Preopterećenošću u punoj sezoni, ovakav kakav jest, turizam je na granici održivosti jer ga ne prati infrastruktura, a prostor od kojeg turizam živi je ugrožen.“⁷⁵

6.1.2. Južna Amerika - Amazonija

Amazonija sadrži točno polovicu tropskih prašuma na našem planetu. Amazonska prašuma se prostire kroz 9 južnomaeričkih država (Brazil, Boliviju, Peru, Ekvador, Kolumbiju, Venecuelu, Surinam, Gvajana, Francuska Gvajana). Jedna desetina poznatih životinja živi upravo u Amazonskoj prašumi te sadrži preko dva milijuna biljnih vrsta. Ono što je fascinatno da preko 20 % ukupne količine kisina na Zemlji proizvede se upravo u njenim prašunama. Procjenjuje se da šume apsorbiraju oko 2,4 milijardi tona ugljičnog dioksida, a čak četvrtinu svega apsorbira upravo Amazonija.⁷⁶

Nekoliko dana unazad izašla je strašna vijest u vezi Amazonije. Amazonija je pod požarom te dolazi do velike katastrofe ukoliko se nešto ne poduzme u vezi toga. Glavni razlog požara je opet čovjek, industrija, proizvodnja i svake godine je sve gore a i dalje se ništa u vezi toga ne poduzima. Pa dolazi do pitanja kako će opstati takvim nemarom. Brazil kao turistička destinacija ne može se razvijati održivi turizam. „Po posljednjim

⁷⁵ *Neodrživi poslovni model hrvatskog turizma*, <https://novac.jutarnji.hr/aktualno/poslovni-model-hrvatskog-turizma-je-neodrziv-i-ima-svoje-ozbiljne-izazove/8751584/> 29.08.2019.

⁷⁶ *Požari u Amazoniji*, <https://dnevnik.hr/vijesti/svijet/vatrogasci-objasnili-zasto-su-pozari-u-amazoni-katastrofalni-za-nas-planet-za-one-koji-se-pitaju-sto-smo-se-toliko-uz-i---572646.html> 29.08.2019.

službenim podacima, od siječnja 2019. na području Amazonije zabilježena su čak 78.383 požara, što je rekordan broj od 2013. otkad se o tomu vodi evidencija.⁷⁷

„Početkom kolovoza otpušten je šef INPE-a pošto je objavio podatke o pretjeranom krčenju šuma koje predsjednik Brazila Jair Bolsonaro smatra neistinitima. Izneseni podaci su pokazali da je krčenje šuma tijekom srpnja bilo gotovo četiri puta veće nego u istome mjesecu 2018. godine.“⁷⁸ Dovoljno nam govori ovaj podatak kako čovjek sam svojim djelom dopušta da okoliš i priroda se unište. Brazil je najveći svjetski izvoznik govedine kao i soje. Upravo je to uzrok požara u Amazoniji jer je uzgoj govedine glavni čimbenik krčenja amazonske šume.

Turističke destinacije Sao Paulo i Brazil su preplavljene opasnim dimom koji se širi iz Amazonije te prijeti gradovima veliko onečišćenje zraka kao i vode. „Globalni bijes i zabrinutost neprestano rastu u svijetu zbog važnosti amazonske prašume za svjetski okoliš. Često je opisuje kao "pluća svijeta" zbog njezine ogromne sposobnosti apsorpcije ugljičnog dioksida.“⁷⁹

6.1.3. Venecija

Kulturno-povijesni grad Venecija doživjela je degradaciju materijalne baštine te gentifikaciju, što je dovelo do negativnog utjecaja na turizam i održivi razvoj destinacije.

Mjestima poput Venecije, zbog prevelikog broja turista koji ih posjećuju prijeti devastacija, tako da je održavanje ravnoteže između konzervacije i upravljanja posjetiteljima glavni izazov upravljanja turizmom naslijeđa. Budući da u povijesnim gradovima obitava radno i aktivno stanovništvo, nedopustivo je pretvaranje tih lokacija zbog turizma u muzeje na otvorenom.⁸⁰

⁷⁷ *Požari u Amazoniji*, <https://dnevnik.hr/vijesti/svijet/vatrogasci-objasnili-zasto-su-pozari-u-amazoni-katastrofalni-za-nas-planet-za-one-koji-se-pitaju-sto-smo-se-toliko-uz-i---572646.html> 29.08.2019

⁷⁸ loc.cit.

⁷⁹ <https://www.jutarnji.hr/vijesti/svijet/celnici-g7-ponudili-20-milijuna-dolara-za-gasenje-pozara-u-amazoni-bolsonaro-to-odbacuje-kao-kolonijalisticki-cin-i-kanada-ponudila-avione/9282776/> 29.08.2019.

⁸⁰ Dujmović M.: *Kultura turizma*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2014. god., str. 52.

“Prema publikaciji UNESCA (2011) o radionici održanoj u Veneciji na temu kulture i turizma navode se sljedeća saznanja o toj destinaciji. Venecija kao umjetnički grad vapi za hitnom promjenom politike održivog razvoja kulturnog turizma i boljim upravljanjem turizma. U Veneciji je, kao i u ostalim umjetničkim gradovima, potrebno izbjeći razorne posljedice organiziranih masovnih turističkih dolazaka. U nedostatku odgovarajućeg planiranja i upravljanja turističkim tokovima, Veneciju., godišnje posjeti oko 22 milijuna turista što je neodrživo jer je ukupna nosivost Venecije oko 11 milijuna posjetitelja.”⁸¹ Kako bi odnos turista -lokalnog stanovništva postao bliskiji potrebne su njihove interakcije kroz održive aktivnosti, ako bi se produbio bliskiji odnos turista i lokalne zajednice potrebne su njihove dublje interakcije kroz održive aktivnosti.

“Egzodus venecijanskog stanovništva u drugoj polovini 19. stoljeća rezultirao je gubljenjem lokalnih komercijalnih aktivnosti. Stoga i turisti imaju manje šanse za interakciju s lokalnim stanovništvom i dodirrom originalnih venecijanskih proizvoda, a tome pridonosi još i gentrifikacija. Gentrifikacija podrazumijeva porast vrijednosti nekretnina i visoke troškove u povijesnoj jezgri grada (iza čega stoji turistička industrija) što utječe na promjenu socijalne strukture odnosno prisiljava stalno stanovništvo na iseljavanj. Dakle, kako je Venecija organizirana oko turističkih aktivnosti, rezidenti se osjećaju lišeni javnih usluga, a troškovi života za stanovanje, što je upravo pojašnjeno, povećavaju se. Kao posljedica toga iseljavaju se s otoka na kopno, čime je društvena, kulturna i ekonomska struktura grada znatno izmijenjena. U povijesnog jezgri grada danas živi oko 80.000 rezidenata, a što je za upola manje nego 1950-ih godina.”⁸²

Nadalje, jedan od primjera oštećenja grada je pristanak velikih putničkih brodova koji direktno ulaze u lagunu stvarajući valove i onečišćenje koje oštećuje gradske zgrade. Također ni infrastruktura nije podešena za potrebe stanovništva već za turiste, a otoci u laguni prodani su privatnim tvrtkama. Venecija je danas u opasnosti da postane grad-muzej za turiste.⁸³ Upravo zbog ovakvih stvari lokalno stanovništvo bi trebalo biti uključeno u donošenje odluka vezanih za destinaciju (slika 7.)

⁸¹ B. Baraković Ušić, Socio-kulturni utjecaji turoperatora na destinacije, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2017. god dostupno na: <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu:1562/preview> 05.09.2019.

⁸² Boniface, B., Cooper, C. (2005.), Worldwide destinations casebook : the geography of travel and tourism, Butterworth-Heinemann, Oksford, str. 72.

⁸³ loc.cit.

“ Venecija posjeduje jedinstvenu materijalnu i nematerijalnu baštinu koju treba zaštititi od masovnosti. Neodrživ pritisak socijalnoj i kulturnoj ravnoteži grada proizašao je iz kratkovidnog pristupa fokusiranog na turizam i velike infrastrukturne projekte.”⁸⁴

Slika 7.: Dolazak kruzera u Veneciju



Izvor: <https://www.staputovanja.com/sve-o-putovanjima/q/novosti/728/Venecija> 06.09.2019.

6.1.4. Bocvana

U Bocvani, lociranoj u južnoj Africi, turizam nije postojao sve do njene neovisnosti 1966. godine. Do 2000. godine razvio se toliko da je postao drugi ekonomski sektor s 4,5 % doprinosa BDP-a Bocvane. Mnogo turista Bocvane posjetilo je Okavango deltu bogatu divljim životinjskim svijetom. Godišnje Bocvanu posjeti 50.000 turista.⁸⁵

“Dosadašnja istraživanja te destinacije uglavnom su bila fokusirana na brzi razvoj destinacije s fokusom na pozitivne ekonomske učinke, bez obaziranja na negativne socio-kulturne promjene. Okavango delta nalazi se u sjeverozapadnoj Bocvani. To je velika močvara i poplavljeno područje veličine oko 16.000 m². Okavango nastanjuje 122.000 ljudi. Procjenjuje se da je 90% stanovnika direktno ili indirektno ovisno o resursima delte kojima osiguravaju svoju egzistenciju. Gubitak autonomije i industrija stranih ulagača – bolje plaćeni poslovi, osobito u upravljanju, nisu namijenjeni lokalnim

⁸⁴ loc.cit.

⁸⁵ B. Baraković Ušić, op.cit, str. 95.

stanovnicima. Dominira industrija stranih ulagača, a gubitak autonomije najnegativniji je dugoročni socio-kulturni utjecaj u destinaciji. Rezidenti gube osjećaj mjesta kao svoga. Lokalni stanovnici smatraju da im je delta oduzeta od strane vlasti i dana stranim turoperatorima. Npr. unutrašnji dijelovi delte dani su u koncesiju safari tvrtkama. Lokalne zajednice djeluju na periferiji Okavango delte dok je dominacija turizma u unutrašnjim dijelovima delte. Činjenica da je turistička industrija Okavango delte u stranom vlasništvu i od njih kontrolirana, ukazuje na to da ne postoji jednak pristup korištenju resursa i odlučivanja između mještana i touroperatora, a što nije u skladu s idealima održivog razvoja turizma. Na taj način raste ljutnja, antagonizam i otuđenje između rezidenata i inozemnih investitora te posjetitelja. Nadalje, javlja se i problem oko preseljenja tradicionalnih naselja iz unutrašnjosti Okavanga. Zajednice, konkretno zajednica Khwai, negodovala je zbog toga smatrajući da im trourooperatori i vlada uskraćuju resurse egzistencije. Vlada je stoga provela mjere dizajnirane za indirektno prisiljavanje ili zastrašivanje ljudi iz zajednice Khwai. Te mjere uključuju obustavu pružanja usluga: vodoopskrba, ambulante, trgovine, školu, komunikacije i sl. Takvo postupanje od strane vlade povećava neprijateljstvo i sukobe koji postoje između rezidenata i turističke industrije.⁸⁶

6.2. Primjeri dobre prakse održivosti

„S vremenom ljudi su počeli biti motivirani zdravim i aktivnim životom pa umjesto korištenja automobila za svaku sitnicu, koriste više bicikle ili hodaju do svojeg odredišta. Takvim malim koracima dolazi se do održivog razvoja destinacije. „Gradovi London i Berlin pravi su primjeri pozitivnih promjena u obrascima ponašanja usmjereni njihovu održivom razvoju. Istraživanje u ovim gradovima pokazalo je pozitivne promjene, prema kojima je definirano šest kategorija putnika: tradicionalno orijentirani na automobil, pragmatično tranzitni skeptici, zeleno orijentirani putnici, pragmatično orijentirani skeptici, tehnološki orijentirani individualci i inovativno orijentirani putnici, na temelju kojih je moguće provoditi različite politike i usmjeravati njihovo ponašanje prema željenom cilju. „⁸⁷

⁸⁶ loc.cit.

⁸⁷ B. Baraković Ušić, op.cit. str. 57.

Pored navedenih gradova postoje i drugi pozitivni primjeri održivog urbanog razvoja. "Grad Barcelona tako je po pitanju održivog razvoja usmjerio djelovanje prema smanjenju zagađenosti okoliša i podizanju svijesti građana o potrebi njegova očuvanja." ⁸⁸ Prvi cilj obuhvaća transport, odnosno urbanu mobilnost i gospodarenje otpadom. U tome dijelu treba istaknuti da čak 41% građana putuje pješice (u Madridu, Bruxellesu, Amsterdamu, Parizu i Berlinu taj udio iznosi oko 30%), dok oko 70% građana ukupno koristi javni prijevoz i/ili putuje pješice (isti udio imaju Amsterdam, Budimpešta, Kopenhagen, Helsinki, Stockholm, Madrid, Pariz, Beč i Varšava).⁸⁹ uz sve spomenuto postoje i raznovrsni edukativni programi koji potiču građane na društveno odgovorno ponašanje. "U Australiji grad Melbourne provodi postavljenu strategiju održivog razvoja anuliranjem emisije stakleničkih plinova, adaptacijom na klimatske promjene, recikliranjem upotrijebljene vode i smanjenjem ugljikovih plinova . Osim ovoga, grad vodi brigu o prostornom planiranju, gradnji u skladu s visokim ekološkim standardima i tehnološkim dostignućima, promjeni u obrascima ponašanja i načinu života, a sve s ciljem postanka pametnog, kreativnog i ekološkog grada koji će svojim žiteljima omogućiti kvalitetan život u svakom pogledu. Slično u Australiji djeluje i grad Moreland, čiji je temeljni cilj anulirati emisiju ugljikovih plinova ." ⁹⁰

"Na globalnoj razini postoji inicijativa mreže C40 Cities u koju su uključeni gradovi s određenim poduzetim programima i akcijama usmjerenim njihovu održivom razvoju i smanjenju negativnog utjecaja na klimu ." ⁹¹

"Neki gradovi, poput Bogote s učinkovitom mrežom autobusa i taksija na hibridni i električni pogon, Melbournea s programom gradnje s visokom energetsom učinkovitošću, Kopenhagena s planom potpunog anuliranja emisije ugljika do 20205. godine, Tokija s programom reduciranja emisije CO₂, Meksiko Citya s programom osiguranja čistog i kvalitetnog zraka, Londona s programom smanjena broja vozila i emisije CO₂ u centru, Sydneya s programom zelenih površina, Munchena s programom potpunog prelaska na obnovljive izvore energije do 2025. godine, Rio de

⁸⁸ Shafie, F. A., Urban sustainability in Barcelona: Living and learning the experience. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, vol. 168, 2014., 381-388.

⁸⁹ loc.cit.

⁹⁰ T.Klarin, Kreiranje modela održivog razvoja turizma u urbanim destinacijama Republike Hrvatske, Doktorski rad , Sveučilište u Rijeci, 2017. dostupno na: <https://dr.nsk.hr/islandora/object/efri:970/preview> 05.09.2019.

⁹¹ loc.cit.

Janeira s programom reurbanizacije i osiguranja kvalitetnije infrastrukture u favelama (slumovima), New Yorka s programom adaptacije transporta, infrastrukture, telekomunikacija, sigurnosti i dr., San Francisca s programom učinkovita gospodarenja otpadom s 80% njegova cirkularnog zbrinjavanja, Singapura s pametnom gradskom infrastrukturom, posebice transportom, te Bangkoka s programom osiguranja javne zdravstvene zaštite i obrazovanja. S obzirom na široki raspon interpretacije, shvaćanja i djelokruga održivog razvoja, u ovome je dijelu vidljiva određena specijalizacija i diversifikacija gradova s pomoću usmjerenosti prema ciljevima, odnosno s marketinškog stajališta izgleda da gradovi pronalaze pojedinu nišu održivog urbanog razvoja, čime ističu određene vrijednosti, misiju i viziju grada, te stvaraju svojevrsan brend."⁹²

6.2.1. Energetski održivi gradić u Italiji

„Mali talijanski gradić Varese Ligure u provinciji La Spezia postao je održiva turistička destinacija poznata po svojoj ekološkoj proizvodnji, u potpunosti temeljenoj na održivim izvorima energije. Kada se 1980.-ih našao na samom rubu zbog propasti industrije, što je rezultiralo drastičnim smanjenjem broja stanovnika, gradske su se vlasti odlučile na rehabilitaciju poljoprivrednog sektora i zaštitu okoliša, čime su u konačnici spasile grad.“⁹³ „Kada je Gradsko vijeće usvojilo novu strategiju u ranim 1990.-im godinama 20. stoljeća, posvetili su vrijeme i resurse stvarajući obrazovni sustav koji će pomoći izgradnji zajednice s dugoročnim održivim vrijednostima u budućnosti. Tako su 1996. godine osnovali Obrazovni centar za okoliš koji je koristio razrede i polja kako bi školsku djecu, ali i odrasle podučio o ekološkim farmama, mliječnim zadrugama, vjetroturbinama, biomasi, solarnim panelima te održivosti. Sada 108 organskih farmi s čak 98% svojih proizvoda poput mesa i mlijeka opskrbljuje grad. Obnovljivi izvori energije prate i prijelaz na organsku poljoprivredu (slika 8.)“⁹⁴

„Grad upotrebljava vjetroturbine koje proizvode osam gigavata energije tijekom godine, što je tri puta više od onoga što im je potrebno. Solarni paneli postavljeni na gradskoj kući, srednjoj školi, ali i postrojenje za pročišćavanje otpadnih voda grada, kao i osam kilovata hidroelektronskog sustava pridonosi lokalnoj proizvodnji enegrije. Oslanjajući

⁹² loc.cit.

⁹³ loc.cit.

⁹⁴ *Eko proizvodnja*, <https://www.agroklub.ba/eko-proizvodnja/s-mrtve-tocke-pokrenuli-eko-energetsku-revoluciju/19930/> 06.09.2019.

se na takvu kombinaciju izvora energije, grad je sada 100% prešao na pogon putem obnovljivih izvora energije na kojemu još tijekom godine i zarade 30.000 dolara prodajući višak vjetroenergije.“⁹⁵ Sve je to rezultiralo i povećanjem radnih mjesta, otvoreno je čak 140 novih radnih mjesta, što je popraćeno i povećanjem turizma.

Slika 8.: Organska poljoprivreda



Izvor: <https://www.agroklub.ba/eko-proizvodnja/> 06.09.2019.

6.2.2. London

“Grad London prema posebnim potrebama i razvojnim ciljevima grada, posebice po pitanju kriminaliteta, zdravlja, kvalitete zraka i vode, kvalitete prometne infrastrukture, pristupa zelenim površinama, obnove zagađenih i napuštenih prostora 2004. godine postavio je pokazatelje održivog razvoja kao pokazatelje kvalitete života.”⁹⁶

“Sustav pokazatelja činilo je 20 temeljnih i 35 dodatnih pokazatelja, podijeljenih na četiri ključne teme (učinci, odgovornost, upravljanje resursima i razvojem). Osnovna svrha pokazatelja bila je kontrola, savjetovanje (podrška) i komunikacija vezana uz transport, prostorno planiranje, kulturu i okoliš. London kao dionik mreže C40 klimatskih promjena provodi program smanjivanja emisije CO₂ u gradu, a istodobno želi redizajnirati svoj imidž, stvarajući humanu atmosferu, povećavajući zelene površine i povezujući grad sa svojim zaleđem. Postavljenim ciljem smanjenja emisije

⁹⁵ T.Klarin, op.cit., str. 55.

⁹⁶ loc.cit.

CO2 London pronalazi svoju nišu u kojoj simultano djeluje u ostalim povezanim područjima. Kako bi zadovoljio osnovni cilj, u tome procesu djeluje na poboljšanje svih gradskih usluga, čime utječe na ukupnu kvalitetu života u gradu.”⁹⁷

6.2.3. Kenija

Primjer Kenije prikazuje promjenu poslovanja turoperatora, prelazak s neodrživog na održiv turistički razvoj, a što je pozitivno utjecalo na socio-kulturno okruženje destinacije.⁹⁸ „Turizam Kenije u periodu od 1990. do 2000. godine bio u fazi intenzivnog rasta, a to posebice zbog posjeta nacionalnim parkovima Amboseli i Massai Mara. Međutim, zbog neodrživog postupanja destinacija je doživjela pad broja turističkih dolazaka. Do javljanja problema došlo je uslijed prerastanja parkova i rezervata u velike zoološke vrtove gdje je let balonima radi razgleda životinja iz zraka izazivao previše buke, a približavanje životinjama radi fotografiranja neravnotežu. Također i manji autobusi izazivali su veliko zagađenje. Zaposlenici parkova, a sve u svrhu turističkog doživljaja, hranili su životinje uvijek u isto vrijeme i na istom mjestu što je životinjama poremetilo prirodne nagone.”⁹⁹

„Nacionalni parkovi prirodno su područje življenja Massai nomada koji su zbog potreba parkova bili primorani protjerati svoju stoku s pašnjaka. Naime, Massai prodaju svoje artefakte i plešu za grupe turista, ali žive izvan rezervata. Na taj su način promijenili svoje životne navike, što govori o njihovoj marketinškoj eksploataciji. Turiste su u Keniju organizirano dovodili brojni turoperatora koji se smatraju glavnim krivcima ovakvoga stanja. Također, inozemni turoperatora su i u ekonomskom smislu negativno utjecali na destinaciju na način što su izvozili turistički prihod iz zemlje. Međutim, novim turizmom, konkretno ekoturizmom, Kenija se kao destinacija danas revitalizira. Kako ističe autorica Gržinić turizam Kenije od 2000. godine doživljava ponovni rast. Inicijalni poticaj dao je mali kenijski turoperator Porini Ecotourism koji zapošljava nomadsko stanovništvo i obnavlja turistički proizvod. Organiziraju se manje posjete smještene u

⁹⁷ loc.cit.

⁹⁸ Gržinić, J., Floričić, T.,:Turoperatora i hotelijeri u suvremenom turizmu, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2015. str. 62.

⁹⁹ loc.cit.

šatorskom naselju, gdje turisti sudjeluju i u pripremi hrane te na taj aktivan način ostvaruju interakciju s lokalnim stanovništvom.“¹⁰⁰

Slika 9.: Interakcija turista i lokalnog stanovništva



Izvor: <http://178.62.206.48/wp-content/uploads/2015/10/Grupa-u-Masai-Mari.jpg> 06.09.2019.

¹⁰⁰Gržinić, J.: Međunarodni turizam, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014., str. 56.

7. ZAKLJUČAK

Koncept održivog razvoja turizma nastaje kao reakcija na sve veći utjecaj masovnog turizma na alpsko i mediteransko područje Europe. Turističke destinacije imaju veliki izazov kod razvijanja održivog turizma. Održivi razvoj ovisi u velikoj mjeri o nama samima, budućim generacijama se ostavlja sloboda izbora, ali njihova sloboda se neće odvijati u zagađenom svijetu i poremećenim odnosima u ekosustavima. Poremećenost ekosustava uvijek vuče za sobom i poremećene ljudske odnose. Buduće generacije bi nam zasigurno bile zahvalnije kada bismo umjesto naklapanja o njihovim potrebama i uvjerenjima, više bavili time kako da svoje vrijednosti i potrebe zadovoljavamo u okvirima održivosti.

Suočavanje sa problemom i razvijanje svijesti kako Zemlja ima ograničene resurse i kako današnja potrošnja neće moći trajati vječno prvi je korak razmišljanja ka održivom razvoju. Često ljudi toga nisu svjesni te njihovo poslovanje i ponašanje prema okolišu nije u skladu sa time.

Rad se usredotočuje na održivi razvoj te kako se on manifestira u turističkim destinacijama. Prilikom pisanja rada pronalazak literature nije bio problem jer je tema održivosti jako rasprostranjena i obrađena sa svih aspekata. Iako je tema održivosti toliko „obrađena“ smatram da još uvijek se ne shvaća ozbiljnost njezine primjene. Održivi razvoj postao je trend, no prema mom mišljenju još jako puno godina treba da se shvati sama važnost pojma održivosti i da sve zemlje počinju razvijati održivi turizam.

Pored detaljne analize pojma održivog razvoja navedeni su i primjeri turističkih destinacija koje razvijaju održivi turizam i turističkih destinacija koje su još uvijek daleko od toga. Kao negativni primjeri uzeti su Republika Hrvatska, Južna Amerika-Amazonija, Bocvana te Venecija, dok kao pozitivni primjer uzeti su grad u Italiji Varese Ligure, London i Kenija.

Razvijanje budućeg turizma treba ići u smjeru održivog i odgovornog turizma. Za to je potrebna dodatna edukacija lokalnog stanovništva, turista, poslodavca, u globalu za sve nas. Čovjek je taj koji sa svojim postupcima i odlukama odlučuje želi li razvijati održivi turizam ili ne. Ono što je pozitivno da su u 21. stoljeću svi upoznati sa održivim razvojem te da polako počinju razmišljati o tome o primjenivati odgovarajuće strategije.

LITERATURA

KNJIGE

- 1) Dujmović, M., *Kultura turizma*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2014.
- 2) Čavlek N., et al., *Turizam*, Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb, Školska knjiga, 2011.
- 3) Černjar, M., Černjar, K.: *Menadžment održivoga razvoja*, AKD Zagreb, Rijeka, 2009.
- 4) Gržinić, J., *Međunarodni turizam*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“ Pula, 2014.
- 5) Holjevac, A., *Kvaliteta i održiv razvoj – Etički kodeks turizma*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Sveučilište u Rijeci, Baška, 2006.
- 6) Herceg N., *Okoliš i održivi razvoj*, Synopsis d.o.o., Zagreb, 2013.
- 7) Križman-Pavlović D., *Marketing turističke destinacije*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Mikrorad d.o.o., Zagreb, 2008.
- 8) Kordej-De Villa Ž., Stubbs P., *Participativno upravljanje za održivi razvoj*, Ekonomski institut, Zagreb 2009.
- 9) Magaš D., K. Vodeb, Z. Zadel, *Menadžment turističke organizacije i destinacije*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2018.
- 10) Muller H., *Turizam i ekologija; Povezanost i područja djelovanja*, Masmedia, Zagreb, 2004.
- 11) Magaš, D., *Turistička destinacija*, Tipograf, Opatija, 1997.
- 12) Smolčić-Jurdana, D., *Održivi razvoj turizma*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2005.
- 13) Vujić V., *Menadžment održivog razvoja turizma*, Održivi razvoj turizma, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2005.
- 14) Vukonić, B., Keča, K., *Turizam i razvoj*, Mikrorad, Zagreb, 2001.

PUBLIKACIJE

- 1) Dr.sc. Drljača M. : *Koncept održivog razvoja i sustav upravljanja*, dostupno na: https://bib.irb.hr/datoteka/580157.Koncept_odrivog_razvoja_i_sustav_u_pravljjanja.pdf (pristupljeno 10.08.2019.)
- 2) Cifrić I. : *Održivi razvoj i strategija zaštite okoliša*, Soc. ekol., Zagreb, 2000 god., dostupno na: file:///C:/Users/Ivana/Downloads/Cifric_3_2000.pdf (pristupljeno 05.09.2019.)
- 3) Baraković Ušić B. : *Socio-kulturni utjecaji turoperatora na destinacije*, diplomski rad Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2017. dostupno na: <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu:1562/preview>, (pristupljeno 03.09.2019.)
- 4) Klarin T.: *Kreiranje modela održivog razvoja turizma u urbanim destinacijama Republike Hrvatske*, Sveučilište u Rijeci, 2017. dostupno na: <https://dr.nsk.hr/islandora/object/efri:970/preview> (pristupljeno 03.09.2019.)

OSTALI INTERNETSKI IZVORI

- 1) Održivi razvoj, Odraz.hr., <http://www.odraz.hr/hr/nase-teme/odrzivi-razvoj>, 26.08.2019.
- 2) Integrirani održivi i pametni razvoj, Centar za urbani i teritorijalni razvoj, <https://www.cuter.hr/integrirani-odr%C5%BEivi-i-pametni-razvoj> 29.08.2019.
- 3) Požari u Amazoniji, Dnevnik.hr., <https://dnevnik.hr/vijesti/svijet/vatrogasci-objasnili-zasto-su-pozari-u-amazoni-katastrofalni-za-nas-planet-za-one-koji-se-pitaju-sto-smo-se-toliko-uz-i---572646.html> 29.08.2019
- 4) Požari u Amazoniji, Jutarnji.hr. <https://www.jutarnji.hr/vijesti/svijet/celnici-g7-ponudili-20-milijuna-dolara-za-gasenje-pozara-u-amazoni-bolsonaro-to-odbacuje-kao-kolonijalisticki-cin-i-kanada-ponudila-avione/9282776/> 29.08.2019.

- 5) Neodrživi poslovni model hrvatskog turizma, Jutarnji. Hr., <https://novac.jutarnji.hr/aktualno/poslovni-model-hrvatskog-turizma-je-neodrziv-i-ima-svoje-ozbiljne-izazove/8751584/> 30.08.2019.
- 6) Održivi turizam, Cimerfraj.hr, <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/odrzivi-turizam>, 02.09 2019.

POPIS SLIKA

| | |
|--|----|
| Slika 1.: Destinacijski proizvod | 15 |
| Slika 2.: Razvoj turističke destinacije temeljen na koncepciji održivosti..... | 20 |
| Slika 3.: Pentagonalna piramida održivog turističkog razvoja..... | 25 |
| Slika 4.: Načela održivog razvoja..... | 27 |
| Slika 5.: Načela održivog turizma..... | 30 |
| Slika 6.: Stepenice uspjeha održivog razvoja..... | 33 |
| Slika 7.: Dolazak kruzera u Veneciju..... | 54 |
| Slika 8.: Organska poljoprivreda..... | 58 |
| Slika 9.: Interakcija turista i lokalnog stanovništva..... | 60 |

SAŽETAK

U ovom diplomskom radu analiziralo se i istraživalo o konceptu održivog razvoja turističke destinacije. Konceptija održivog razvoja u prvi plan ističe kvalitativno unapređenje u odnosu na kvantitativni rast. Uspješnost turističke destinacije ponajprije ovisi o organizaciji, planiranju, implementaciji i kontroli vlastitih marketinških aktivnosti koje se temelje na koncepciji održivosti i usmjeravaju ih prema najvažnijim dionicima koji su: lokalno stanovništvo, turisti, turistički ponuđači, javni sektor te ostali (gospodarska komora, razne grupe itd.). Da bi turistička destinacija mogla razvijati održivi turizam, njezin marketing mora biti usmjeren u tom pravcu. Turisti prilikom dolaska u određenu destinaciju moraju "osjetiti" i biti upozoreni na pravila ponašanja u destinaciji. Istraživanjem se došlo do rezultata ako se gostu ponude usluge koje su po svojoj funkciji ekvivalentne, a da su ekološke, gost je za njih spreman platiti višu cijenu. Da bi osigurao vrijedno iskustvo turistima, održivi turizam mora zadržati visoki stupanj zadovoljstva turista, podižući istovremeno svijest o održivosti i promičući prakticiranje održivog turizma među njima. Smjernice i praksa upravljanja održivim razvojem turizma mogu se primijeniti na sve oblike turizma, u svim vrstama destinacija, uključujući kako masovni turizam, tako i razne turističke niše.

Potrebno je organizirati život na način da ekonomija i tehnologija koje nam osiguravaju kvalitetu života, ne ometaju sposobnost prirode da se samoodržava već joj pomažu u tome i to je ključ održivog razvoja. Održivi razvoj se bazira na tri glavna ključna načela: načelo okolišne održivosti, načelo socijalne i kulturne održivosti i načelo gospodarske održivosti. Pozitivno je da se koncept održivog razvoja sve više počeo primjenjivati u svijetu i da se "probudila" ekološka svijest čovjeka. Potrebno je misliti na buduće generacije i njihove potrebe kao i na sve blagodate koje nam Zemlja daje.

Ključne riječi: održivi razvoj, turistička destinacija, održivi turizam, okoliš, društvo, gospodarstvo

SUMMARY

This master thesis analysed and briefly explored a concept of sustainable development of touristic destination.

Concept of sustainable development puts a focus on qualitative growth contrary to quantitative growth. Success of touristic destination is mainly based on organisation, implementation and control of marketing activities based on sustainability concepts and their focus towards most important roles which are: local community, tourists, tourist offerers, public sector and other (Chamber of Economy, various groups etc...). In order to develop a sustainable tourism, touristic destination needs to target their market towards sustainability. Tourists are meant to „feel“ the destination and be well informed about the rules of behaviour before reaching their destination. Research brought conclusion that guests are willing to pay higher prices if offered services are equivalent according to their function as well as ecological. Sustainable tourism is meant to keep a high degree of tourist's satisfaction in order to ensure a valuable experience towards them, whilst raising awareness about sustainability and promoting its practice in tourism sphere. Guideline and practice of managing sustainable development of tourism can be applied on all kinds of tourism, in all destination. Such could include a mass tourism as well as various touristic niches. It is necessary to organise life such that economy and technology wouldn't disturb nature's ability of self-maintenance, but instead helping it and as such, being the main key of sustainable development.

Sustainable development is based on three main principles: Principle of environmental sustainability, the principle of social and cultural sustainability and the principle of economic sustainability. There is a positive outcome visible in form of applying sustainable development all around the world and „awakening“ of ecological awareness in between worlds population. It is necessary to focus on future generations and their needs as well as all benefits given by the planet Earth.

Key words: sustainable development, tourists destination, sustainable tourism, environment, community, commerce