

# Model razvoja održivog turizma u destinaciji: primjer Papuka

---

**Crleri, Dario**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2021**

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:110567>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2023-03-22**



*Repository / Repozitorij:*

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

**DARIO CRLENI**

**MODEL RAZVOJA ODRŽIVOG TURIZMA U  
DESTINACIJI: PRIMJER PAPUKA**

Završni rad

Pula, 2021.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

**DARIO CRLENI**

**MODEL RAZVOJA ODRŽIVOG TURIZMA U  
DESTINACIJI: PRIMJER PAPUKA**

Završni rad

JMBAG: 0303083069, redoviti student

Studijski smjer: preddiplomski studij kulture i turizma

Predmet: Održivi razvoj turističkih destinacija

Znanstveno područje: područje interdisciplinarnih znanosti

Znanstveno polje:

Znanstvena grana:

Mentorica: izv. prof. dr. sc. Tea Golja

Pula, rujan 2021.



## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisan Dario Crleni, kandidat za prvostupnika kulture i turizma ovime izjavljujem da je ovaj Završni 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 Završnog 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.

U Puli, 1. rujna 2021.

Student

---



## IZJAVA

### o korištenju autorskog djela

Ja, Dario Crleni dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom Počeci turizma u Europi u 19. stoljeću 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, 1. rujna 2021.

Potpis

---

# Sadržaj

Uvod .....	1
1. Održiva turistička destinacija .....	2
1.1. Suvremeni koncept poimanja turističke destinacije .....	2
1.2. Tipovi turističkih destinacija .....	3
1.3. Životni ciklus turističke destinacije .....	6
1.4. Održivi razvoj turizma u destinaciji .....	7
1.4.1. GSTC kriteriji održivog razvoja .....	8
1.4.2. Model dijamanta .....	10
2. Analiza primjera održivog i neodrživog turizma .....	15
2.1. Razlika između održivog i neodrživog turizma .....	15
2.2. Primjeri dobre prakse održive destinacije .....	16
2.2.1. Azorski otoci .....	16
2.2.2. Mali Lošinj .....	17
2.3. Primjeri loše prakse održive destinacije .....	18
2.3.1. Veliki koraljni greben .....	18
2.3.2. Venecija .....	19
3. Razvoj održivog turizma na primjeru Parka prirode Papuk.....	21
Zaključak .....	23
Literatura.....	24
Popis slika .....	26
Sažetak.....	27
Abstract.....	28

## Uvod

Prikazani rad bavi se pojmom održivog turizma u destinaciji. Prvo poglavlje govori o održivoj turističkoj destinaciji odnosno obuhvaća suvremeni koncept poimanja turističke destinacije, tipove turističkih destinacija, životni ciklus i održivi razvoj turizma u destinaciji u kojem su pojašnjeni GSTC kriteriji održivog razvoja te model dijamanta. Drugo poglavlje sastoji se od analize primjera održivog i neodrživog turizma u kojoj će biti prikazana razlika između održivog i neodrživog turizma, primjeri dobre prakse te primjeri loše prakse održive destinacije. Treće poglavlje sadrži informacije o razvoju održivog turizma na primjeru Parka prirode Papuk.

Održivi turizam globalno je poznat pojam. U suvremeno doba sve veći broj turističkih destinacija teži održivom razvoju. Održivi turizam vrlo je bitan aspekt u destinaciji zbog toga što čini destinaciju dugotrajnom, očuvanom i ugodnom za život lokalnog stanovništva te posjete turista. Koncept poimanja, tipologija, životni ciklus te definiranje održivog razvoja u turističkoj destinaciji bitni su aspekti koji služe kod analiziranja održivog razvoja u destinacijama. Razlike između održivog i neodrživog razvoja oduvijek postoje i gotovo su suprotne kada se analiziraju. Organizacija edukacija o održivom turizmu te sve većom svjesnošću turista o važnosti održivog turizma samo su jedni od aspekata koji služe za regeneraciju i održivost turističkih destinacija, ali oni nisu jedini zaslužni o čemu će pisati više kasnije u radu.

# 1. Održiva turistička destinacija

Primarni cilj svake turističke destinacije je ekonomska korist. Prirodno je da svaka osoba želi zaraditi i pomoću toga zadovoljiti svoje želje i potrebe. Turizam omogućuje veliku ekonomsku korist u kratkom vremenskom periodu, ali već duže vrijeme se postavlja pitanje do koje granice se turizam smije iskorištavati i kolika je optimalna ekonomska korist koja se može izvući iz određene turističke destinacije bez da se destinacija uništava. Odgovor na to pitanje je održivi turizam. Turističke destinacije u suvremeno doba u sve većim količinama teže da postanu održive odnosno da se razvijaju na održiv način. Postoje određene strategije (GSTC kriteriji održivog razvoja) kojima turistička destinacija može postati održiva turistička destinacija.<sup>1</sup>

Održiva turistička destinacija je vrsta destinacije u kojoj se ne gleda samo na ekonomsku korist nego i na korist same destinacije. Ovakva vrsta destinacije brine se za okoliš i stanovništvo koje stanuje u destinaciji. Održivom turističkom destinacijom upravlja se pomoću određenih propisanih strategija za provođenje održivog razvoja turizma. Stvara se ravnoteža između društvene, ekonomske i ekološke koristi. Za razliku od turističke destinacije u kojoj se odvija masovni turizam odnosno u kojoj se pretjerano iskorištavaju resursi zbog što veće ekonomske koristi u što kraćem roku, održiva turistička destinacija neće propadati nego će se razvijati na pravilan način pomoću čega će biti u mogućnosti donositi dobit svake godine te će omogućiti stanovništvu normalan život i time sačuvati autohtoni duh i tradiciju u destinaciji. U nastavku biti će prikazani suvremeni koncept poimanja turističke destinacije, tipovi turističkih destinacija, životni ciklus turističke destinacije te održivi razvoj turizma u destinaciji pomoću GSTC kriterija održivog razvoja i dijamantnog modela održivog razvoja.<sup>2</sup>

## 1.1. Suvremeni koncept poimanja turističke destinacije

Sam naziv turistička destinacija ima vrlo kompleksno značenje, a kao pojava zavisi od širokog dijapazona faktora, isto tako utječe na prava općenitog razvoja prostora i društva. Turistička destinacija je mjesto koje temeljem svojih prirodnih i antropogenih resursa privlači pažnju turista. Kao prostorna jedinica, turistička je destinacija mjesto koje svojim atrakcijama i sadržajima mora biti privlačna za potencijalne turiste da bi zadovoljila njihove potrebe.

---

<sup>1</sup> Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., 2018., Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka, str. 9-12

<sup>2</sup> Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., 2018., Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka, str. 9-12



Turistička destinacija nije samo jedno mjesto ili grad, status destinacije mogu nositi i čitave zemlje, mjesta, regije ili čak manje lokacije npr. saobraćajni terminali. Destinacija je krajnji cilj turista ona na turističko tržište plasira svoje turističke proizvode. Da bi turisti uopće došli do određene destinacije njoj je u interesu što bolje se plasirati i promovirati na turističkom tržištu te time privući interes turista. Da bi uopće došlo do toga da se neka destinacija i plasira na turističko tržište potrebno je proći kroz određene marketinške aktivnosti.<sup>3</sup>

Vrlo je važna identifikacija turističkog potencijala destinacije, odabir ciljne grupe te oblikovanje ponude. Svaka suvremena turistička destinacija svojim komplementarnim turističkim sadržajem odgovara na više segmenata turističkih korisnika. Tu je vrlo važno da je destinacija dovoljno privlačna, ali i opremljena kako bi zadovoljila svim potrebama turista. Turistička destinacija je integrirani prostor koji gradi svoj turistički integritet na koncepciji komulativnih atrakcija, koje su prostor intenzivnog okupljanja turista.<sup>4</sup>

## 1.2. Tipovi turističkih destinacija

Turistička destinacija mora se analizirati sa svih aspekata. Na taj naćni stvara se podloga za strategije kojima će se stvarati proizvodi u destinaciji te kojima će destinacija konkurirati na turistićkom tržištu. Na taj naćin moguće je ostvariti cilj u turizmu odnosno zadovoljiti potrebe turista. Kod analize turistićke destinacije Buhalis navodi se da je potrebno promatrati šest elemenata.<sup>5</sup> Prvi element su atrakcije pod koje mogu biti prirodne, izgrađene, umjetne, posebna događanja, baština, izgrađene ili svrhovito izgrađene. Drugi element je pristupaćnost koja se odnosi na kompletnu infrastrukturu odnosno na terminale, staze i vozila. Treći element su sadržaji. Sadržaji se odnose na maloprodaju, ugostiteljske i smještajne objekte te na ostale turistićke usluge. Četvrti element su aktivnosti, a pod time se podrazumijevaju sve dostupne aktivnosti u destinaciji te one koje sami turisti pokreću tijekom boravka u turistićkoj destinaciji. Peti odnosno predzadnji element u ovoj analizi su dostupni paketi. Pod time se misli na turistićke pakete od grosista i posrednika. Zadnji element su pomoćne usluge. To su usluge koje turisti koriste na svakodnevnoj bazi ili kada im je potrebno. U te usluge spadaju pošte, bolnice, kiosci, telekomunikacija, banke i slićno.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> Weaver, D., Sustainable tourism. Elsevier, Oxford, 2006, str. 132-153

<sup>4</sup> Weaver, D., Sustainable tourism. Elsevier, Oxford, 2006, str. 132-153

<sup>5</sup> Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., 2018., Menadžment turistićke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka, str. 13-15

<sup>6</sup> Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., 2018., Menadžment turistićke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka, str. 13-15

Konkurentnost je bitan pojam kada se govori o turističkim destinacijama jer ukoliko jedna destinacija ima veću konkurentnost nad drugom destinacijom tada konkurentnija destinacija privlači veći broj posjetitelja. Zbog toga postoje elementi konkurentnosti turističke destinacije. Element koji se najčešće spominje kao sredstvo konkuriranja je okoliš. Prema istraživačima konkurentnosti u turizmu Ritchie i Crouch, okoliš predstavlja važnu komponentu kao konkurentno mikro okruženje i globalno makro okruženje. Prema njima destinacije kao same konkuriraju do određene razine, a da bi više konkurirale moraju se prilagoditi tržištu odnosno trendovima na tržištu i situaciji u kojoj se nalaze i to iskoristiti da bi osmislili bolji proizvod od konkurentne destinacije. Dobrim upravljanjem i dobrim pametnim iskorištavanjem resursa stvaraju nove vrijednosti kojima određena turistička destinacija konkurira na tržištu.<sup>7</sup>

Turisti imaju različite motive koji ih potiču da putuju pa je zbog toga vrlo teško razviti tipologiju. Najefikasniji i najlakši način stvaranja tipologije je da se osnova uzme na bazi glavne atrakcije u određenoj turističkoj destinaciji jer te atrakcije predstavljaju glavni motiv zbog kojeg turisti posjećuju tu destinaciju. Sa tog aspekta destinacije se mogu podijeliti na dvije bazne kategorije. Prva kategorija su destinacije koje se sastoje od primarno prirodnih atrakcije odnosno u njima prirodne atrakcije dominiraju. Primjeri tih destinacija mogu biti jezerske destinacije, morske destinacije te planinske destinacije. Druga kategorija su destinacije koje se sastoje primarno od umjetnih atrakcija odnosno od atrakcija stvorene ljudskim radom i te umjetne atrakcije dominiraju u ovoj kategoriji turističkih destinacija. Primjeri takvih destinacija mogu biti destinacije zabavnih ili tematskih parkova te kulturne destinacije.<sup>8</sup>

Ako se gleda privlačna snaga atrakcija tada se destinacije mogu podijeliti na primarne i sekundarne destinacije. Primarne destinacije se sastoje od atrakcija koje imaju jaku privlačnu snagu te su prepoznate na globalnoj ili međunarodnoj razini. Ovakve vrste destinacija glavni su cilj odnosno motiv zbog kojeg turisti putuju i u njima se zadržavaju najdulje vrijeme. Sekundarne destinacije nisu toliko privlačne iz razloga što se sastoje od manje privlačnih atrakcija koje nisu primarni ciljevi zbog kojih turisti putuju. Bez obzira što nisu glavni motivi turističkih putovanja turisti ih svakako posjećuju, ali u kraćem vremenskom razdoblju zbog toga što te destinacije ne sadrže atrakcije koje bi potaknule želju turista da ostanu boraviti duži vremenski period. U današnje vrijeme turisti posjećuju veći broj destinacija tokom jednog

---

<sup>7</sup> ScienceDirect, Destination competitiveness-Applying different models, the case of Slovenia, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517707000714#aep-section-id14> (15.9.2021.)

<sup>8</sup> Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., 2018., Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka, str. 13-15

putovanja pa se zbog toga njihova putovanja sastoje od primarne destinacije i nekoliko sekundarnih destinacija.<sup>9</sup>

Prema primarnoj privlačnosti turističke destinacije mogu se podijeliti u nekoliko kategorija, a to su urbana, morska, alpska, ruralna, autentični treći svijet i jedinstvena egzotična-ekskluzivna destinacija. Svaki od navedenih tipova turističkih destinacija može služiti za posao ili za dokolicu. Prvi tip turističkih destinacija u ovoj podjeli su urbane turističke destinacije. Urbane destinacije privlače različite vrste turista kao što su kulturni, zdravstveni, odmorišni i poslovni turisti. Urbane destinacije dobro su opremljene izložbenim i kongresnim prostorima zajedno sa dobrom smještajnom i prijevoznom infrastrukturom pomoću čega je lakše organiziranje velikih događaja. Ovakve destinacije privlačne su i odmorišnim turistima koji ih posjećuju tokom vikenda i školskih praznika kada se održava manje poslovnih događaja. Urbane destinacije dobro su opremljene kvalitetnim bolnicama i obrazovnim ustanovama pa time privlače zdravstvene i obrazovne turiste.<sup>10</sup>

Morski tipovi turističkih destinacija odnosno ljetovališta i primorske destinacije turistima predstavljaju mjesto za rekreaciju i odmor, ali uz to ovakav tip destinacija posjećen je također iz zdravstvenih razloga. Alpski tip turističkih destinacija odnosno planinske destinacije kao primarnu kategoriju turista imaju ljubitelji zimskih sportova kao što je skijanje, ali ovaj tip turističkih destinacija privlači i turiste koji vole iskusiti određene prirodne aktivnosti koje su dostupne tokom svih godišnjih doba. To mogu biti obični šetači, prirodoslovci, planinski biciklisti i slično. Ruralni tip turističkih destinacija odnosno ruralni turizam vrlo se brzo razvija. Lokalno stanovništvo koje stanuje u selima i bavi se poljoprivredom iskorištavaju želje turista koji se žele vratiti u prirodu i iskusiti autentične poljoprivredne procese. Iz tog razloga poljoprivredni objekti podliježu turističkim aktivnostima da bi turizam u njihovim destinacijama bolje i uspješnije funkcionirao.<sup>11</sup>

Autentični treći svijet odnosi se na odredišta koja se nalaze u jedinstvenim zemljama, najčešće u zemljama Trećeg svijeta po čemu je ovaj tip turističkih destinacija dobio ime. Te destinacije nalaze se često na zasebnim turističkim rutama koje se uobičajeno ne koriste previše. To što su na zasebnim turističkim rutama pruža turistima autentična iskustva bez obzira što

---

<sup>9</sup> Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., 2018., Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka, str. 14-17

<sup>10</sup> Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., 2018., Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka, str. 14-16

<sup>11</sup> Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., 2018., Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka, str. 14-17

takve turističke destinacije imaju ograničen stupanj razvoja turizma pa se time često javljaju nedostaci potrebne infrastrukture pomoću koje se pružaju njihove turističke usluge. Jedinstvene egzotično-ekskluzivne turističke destinacije nude dragocjeno i autentično iskustvo. Slične su prethodnom tipu turističkih destinacija, ali ovaj tip turističkih destinacija pruža iskustvo koje nikad više neće doživjeti. Zbog jedinstvenosti ponude ovog tipa turističke destinacije cijena je najčešće vrlo visoka. U ovakvim turističkim destinacijama ne odvija se masovni turizam pa se zbog toga želi ostvariti što veći prihod od svakog posjetitelja. Stvaraju sliku o sebi se na način da predstavljaju kao san normalnog turista te takvu sliku prodaju na turističkom tržištu. Najčešće se takve turističke destinacije posjećuju povodom posebnih prilika kao što su medeni mjesec, vjenčanje, prigode, obljetnice.<sup>12</sup>

Vukonić je destinacije podijelio prema strukturi resursa. Tako prema njegovoj podjeli postoje homogene i heterogene turističke destinacije. Homogene su one koje imaju samo jedan resurs dok su heterogene turističke destinacije koje imaju više resursa. Prema Lumsdonovoj podjeli turističkih destinacija razlikuju se „stopover“ ili među destinacije u kojima se turisti kratko zadržavaju jer se nalaze na otprilike polovici puta koji ih vodi do glavne destinacije. Sljedeće su destinacije kratkog zadržavanja koje imaju međunarodnu ili nacionalnu privlačnost. Posljednji tip turističkih destinacija u ovoj podjeli su dnevno posjećene destinacije koje su prepoznatljive na regionalnoj razini, a turisti u njima provode najviše jedan dan.<sup>13</sup>

UNWTO odnosno svjetska turistička organizacija razvrstala je turističke destinacije u tri grupe. Prva od njih je udaljena destinacija pod kojom se smatra najudaljenije mjesto od mjesta stanovanja posjetitelja. Druga je glavna destinacija na koju se odnosi da posjetitelji provode najviše vremena u njoj. Treća je motivirajuća destinacija koja se odnosi na mjesto koje posjetitelju predstavlja glavni cilj zbog kojeg putuje odnosno glavni motiv koji ga je natjerao da napusti svoje mjesto stanovanja.<sup>14</sup>

### 1.3. Životni ciklus turističke destinacije

Svaka turistička destinacija ima svoj životni ciklus, proučavanje destinacije sa tog stajališta javlja se kao proizvod i kao suvremena potreba tj. potreba suvremenog marketinga i menadžmenta turističkih destinacija. Taj pristup vrlo je važan za problematiku upravljanja

---

<sup>12</sup> Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., 2018., Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka, str. 14-17

<sup>13</sup> Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., 2018., Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka, str. 15-16

<sup>14</sup> Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., 2018., Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka, str. 16

razvojem turističkih destinacija. Životni ciklus je koncept koji se razmatra u kontekstu marketinga i menadžmenta destinacije. On ima ulogu osnove shvaćanja termina i pojmova, ali i razumijevanje odnosa između pojmova zbog toga je životni ciklus središnji koncept menadžmenta turističkih destinacija.<sup>15</sup>

Životni ciklus proučava se kao dio ekonomske znanosti. Suvremene destinacije imaju potrebu za analizom kao da su živi organizam jer se destinacijski sustav stalno mijenja i samim time prolazi kroz različite faze. Kada se prepozna potencijal neke destinacije ona se uključuje u razvojni proces. Nakon uključivanja u razvojni proces destinacija se transformira prema potrebama turističkog poslovanja i tome kako je zadovoljena složena turistička potražnja. Faze životnog ciklusa su: 1. Faza istraživanja, 2. Faza angažiranja, 3. Razvojna faza, 4. Faza konsolidacije, 5. Faza stagnacije, 6. Faza propadanja, 7. Faza pomlađivanja.<sup>16</sup>

#### 1.4. Održivi razvoj turizma u destinaciji

Održivi turizma je vrsta turizma koja nalaže optimalno iskorištavanje resursa u cilju obnove i očuvanja istih. Održivi turizam brine o okolišu i stanovništvu koje živi u destinaciji. Pomoću njega želi se očuvati destinacija i pružiti stanovnicima priliku da ne žive samo od turizma, ali da još uvijek imaju mogućnost dodatne zarade od turizma. Želi se potaknuti razvoj gospodarstva, samim time održivi razvoj destinacije, ali važno je sačuvati resurse i sociokulturne aspekte. Ukoliko ljudi koji žive u destinaciji nisu zadovoljni turizmom koji se odvija pored njih mogli bi otežati ili čak zaustaviti provođenje turističke djelatnosti stoga održivi turizam nastoji zadovoljiti kako potrebe turista tako i potrebe lokalnog stanovništva da bi svi na kraju bili zadovoljni rezultatima provođenja održivog turizma u destinaciji.<sup>17</sup>

Prostor i okolina destinacije su najčešći razlozi zbog kojih je određena destinacija privlačna turistima. Pomoću resursa stvara se turistička ponuda, a ako nema tih resursa onda se nema od čega stvarati turistička ponuda. Ako nema turističke ponude onda nema ni posjetioca odnosno turista, a bez turista nema ni turizma tako da se uništavanjem resursa uništava i sam turizam.<sup>18</sup> Ovaj problem sve se češće javlja u turizmu zbog težnje da se ostvari što veća

---

<sup>15</sup> Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., 2018., Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka, str. 17-23

<sup>16</sup> Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., 2018., Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka, str. 17-23

<sup>17</sup> Weaver, D., Sustainable tourism. Elsevier, Oxford, 2006, str. 1-18

<sup>18</sup> Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., 2018., Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka, str. 46-50

ekonomska korist zanemarujući sve ostale aspekte turizma. Čovjekova sredina uništava se u velikim razmjerima stoga je danas naročito bitno posvetiti više vremena ekologiji. Masovnost uzrokuje pretjerano iskorištavanje resursa te zagađivanje i uništavanje destinacije. Sklonost najvećoj mogućoj zaradi stvara sve lošije uvjete za život u destinacijama pogotovo u onima u kojima se odvija masovni turizam. Uništavanjem resursa i destinacije dolazi se do uništavanja kulture i tradicije mjesta, a time destinacija gubi smisao odnosno svoju posebnost zbog koje je bila atraktivna.<sup>19</sup>

Održivi razvoj turizma čest je pojam današnjice zbog toga što je turizam prisutan gotovo svugdje u svijetu i kao sve ostalo potrebno ga je razvijati. Problem se javlja u tome što taj razvoj treba biti kontroliran odnosno održiv jer se prekomjernim razvojem uništavaju oba faktora koji su međusobno povezani, a to su turizam i okoliš. Okoliš je potreban turizmu da stvori turističku ponudu odnosno turističke proizvode, ali ukoliko se turizam neće provoditi kontrolirano prema aspektima održivog turizma taj okoliš će se uništiti. Bez okoliša ne može se stvoriti turistička ponuda, a prihodima od turizma okoliš se može unaprijediti. Da bi oba faktora i njihova povezanost funkcionirali ispravno i donosili međusobnu korist potrebno je poštivati kriterije održivog razvoja te na taj način razvijati turizam u destinaciji.<sup>20</sup>

#### 1.4.1. GSTC kriteriji održivog razvoja

GSTC odnosno Globalno vijeće za održiv razvoj osmislilo je kriterije kojima bi sve turističke destinacije trebale težiti da ih zadovolje. Cilj toga je da se turizam u destinaciji razvija na održiv način. Razlog stvaranja kriterija odnosno minimalnih zahtjeva je da bi se lakše razumio koncept održivog turizma. Kriteriji su podijeljeni u četiri glavna područja, a to su: održivo upravljanje, utjecaji na okoliš, kulturni utjecaji te društveno-ekonomski utjecaji. Ti kriteriji mogu se primijeniti na kompletan turistički sektor. GSTC kriteriji imaju više namjena: predstavljaju se osnova za certifikaciju održivosti, predstavljaju osnovne smjernice za one destinacije koje imaju želju postati još održivije, prikazuju potrošačima na koje načine mogu prepoznati održive turističke destinacije, predstavljaju skup koji medijima pomaže pronaći destinaciju i informirati javnost o održivosti te destinacije, pomažu u certifikaciji destinacija prema tome da li zadovoljavaju održivog turizma, pomažu u odabiru metoda razvoja održivog

---

<sup>19</sup> Gržinić, J., 2019., Uvod u turizam – povijest, razvoj, perspektive, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str. 153-156

<sup>20</sup> Gržinić, J., 2019., Uvod u turizam – povijest, razvoj, perspektive, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str. 83-84

turizma u destinacijama, predstavlja osnovne smjernice za turističke škole te predstavlja vodstvo koje potiče stale sudionike u turizmu da počnu djelovati na održiv način. Ovi kriteriji služe kao smjernice što se treba poduzeti da bi se ostvario cilj održivog turizma, ali ne prikazuju na koji način se navedeni kriteriji zadovoljavaju ili da li je cilj ostvaren.<sup>21</sup>

GSTC kriteriji ne odnose se na pojedinca nego na određenu destinaciju koje ima svoja jedinstvena svojstva po kojima se može identificirati. Nije bitno tko je zadužen za provođenje smjernica odnosno za poštivanje kriterija te na koji način će se kriteriji zadovoljiti, jedino je bitno da se kriteriji zadovolje. Kriteriji se mogu koristiti u gotovo svim aspektima turizma i mogu se primjenjivati na gotovo svim vrstama destinacija. Mogu se koristiti bilo gdje u svijetu nebitno da li je destinacija ruralna, urbana, priobalna, planinska ili mješovita, kriteriji se prema svim vrstama destinacija odnose isto. Nije bitno da li je destinacija veća površina kao grad ili regija, ili ako je površinom manja kao što su nacionalni parkovi kriteriji ostaju isti za sve.<sup>22</sup>

Kao što je spomenuto ranije GSTC kriteriji dijele se u četiri dijela: održivi menadžment, kulturna održivost, socio-ekonomska održivost te održivost okoliša. Održivi menadžment odnosi se na upravljanje pritiscima i promjenama, uključenost aktera te na strukturu i okvir menadžmenta. Ovaj dio pokriva upravljanje destinacijom, provjerava razinu uključenosti poduzeća, stanovništva i posjetioca te primanje njihovih povratnih informacija u smislu boljeg zadovoljavanja kriterija održivog turizma. Kontrolira se razvoj, prilagođava se klimatskim promjenama te ostalim izvanrednim situacijama koje se mogu pojaviti.<sup>23</sup>

Kulturna održivost odnosi primarno na zaštitu kulturnih resursa te nematerijalnog nasljeđa, poštivanje i očuvanje tradicije, reguliranje broja posjetioca kulturnih lokaliteta te informiranje posjetioca o važnosti prirodnih i kulturnih aspekata u destinaciji. Socio-ekonomska održivost podrazumijeva mjerenje ekonomskih koristi od turizma, stvaranje prilika za daljnji razvoj karijere, potporu poduzetnicima i lokalnim zajednicama, sprječavanje diskriminacije, sigurnost te nastojanje da se svima omogući pristup svim dijelovima destinacije. Posljednji dio GSTC kriterija odnosi se na održivost okoliša u što spada zaštita ugroženih životnih sredina, reguliranje broja posjetioca koji putuju u prirodne lokalitete, interakcija sa divljim životinjama i njihovim svijetom te osiguravanje dobrobiti životinja. U ovaj dio kriterija

---

<sup>21</sup> The Global Sustainable Tourism Council, GSTC Destination Criteria, <https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/GSTC-Destination-Criteria-v2.0.pdf> (8.9.2021.)

<sup>22</sup> The Global Sustainable Tourism Council, GSTC Destination Criteria, <https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/GSTC-Destination-Criteria-v2.0.pdf> (8.9.2021.)

<sup>23</sup> The Global Sustainable Tourism Council, GSTC Destination Criteria, <https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/GSTC-Destination-Criteria-v2.0.pdf> (8.9.2021.)

spada i upravljanje resursima odnosno štednja energije, upravljanje vodom te praćenje kvalitete vode. Propisana su pravila o otpadnim vodama, zbrinjavanju čvrstog otpada, emisiji štetnih plinova te zagađenju bukom i svjetlom.<sup>24</sup>

#### 1.4.2. Model dijamanta

Dijamantni model održivog turizma je model koji pruža informacije o ne kvalitetnim odlukama koje se odnose na ograničavanje broja posjetitelja zbog omogućavanja održivog razvoja turizma. Pomoću ovog modela odluke se ne donose iz osobnih razloga ili zbog interesa političkih stranaka nego se donose prema objektivnim kriterijima i argumentima. Cilj koji se takvim odlukama želi postići je održivi razvoj turističkih djelatnosti s naglaskom da se osigura sigurna i održiva budućnost tih djelatnosti i njihovih proizvoda i usluga. Dijamant je odabran kao figura za predstavljanje modela iz razloga što je tvrd i dragocjen materijal pa se time predstavlja njegova vrijednost i potreba da bude zaštićen te je proziran i tom se modelu uvijek mogu dodati određeni novi elementi.<sup>25</sup>

Na slici u nastavku (Slika 1.) prikazan je model dijamanta. U gornji dio upisuje se naziv turističke destinacije ili njenog proizvoda odnosno turističke atrakcije. Na dnu dijamanta sve linije se spajaju odnosno svi elementi zajedno susreću se u jednoj točki gdje se nalazi cilj koji se pomoću tih elemenata želi postići. Taj cilj koji je na dnu dijamanta je da se postigne održivi razvoj turizma. Spomenutih elemenata pomoću kojih se određeni cilj želi postići ima sedam odnosno tri elementa na desnoj strani su ključni elementi, tri elementa sa lijeve strane predstavljaju načine djelovanja, a u sredini dijamantnog modela održivog turizma nalazi se odgovorno tijelo za određenu destinaciju odnosno atrakciju.<sup>26</sup>

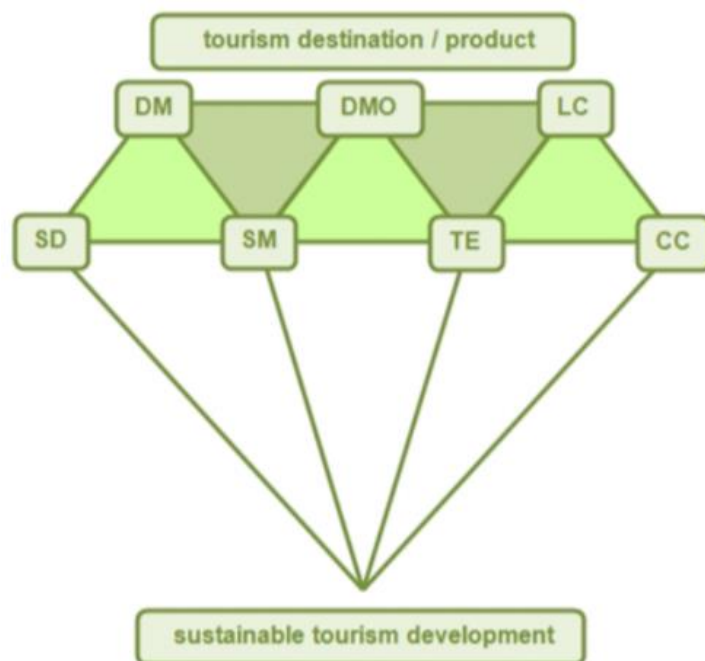
---

<sup>24</sup> The Global Sustainable Tourism Council, GSTC Destination Criteria, <https://www.gstccouncil.org/wp-content/uploads/GSTC-Destination-Criteria-v2.0.pdf> (8.9.2021.)

<sup>25</sup> Ramon Adillon, Diamond model: A theoretical framework for the sustainable development of tourism, <https://medcraveonline.com/AHOAJ/AHOAJ-03-00099.pdf> (9.9.2021.)

<sup>26</sup> Ramon Adillon, Diamond model: A theoretical framework for the sustainable development of tourism, <https://medcraveonline.com/AHOAJ/AHOAJ-03-00099.pdf> (9.9.2021.)





Slika 1. Model dijamanta

Prvi od sedam elemenata u dijamantnom modelu održivog razvoja destinacije je nosivost destinacije (CC). Ovaj element odnosi se na to koliko posjetitelja određena turistička destinacija može primiti u isto vrijeme bez da dođe do uništavanja okoliša i smanjenja stupnja zadovoljnosti posjetitelja. Analizom nosivosti određene turističke destinacije želi se definirati koliki broj posjetitelja je najkorisniji za destinaciju, ali pod uvjetom da se destinacija ne uništava. Drugi element dijamantnog modela je lokalna zajednica (LC). Pomoću ovog elementa dobivaju se informacije od lokalnog stanovništva kakvo je njihovo mišljenje o utjecajima turizma na njihovo mjesto stanovanja. Želi se saznati jesu li stanovnici određene turističke destinacije zadovoljni životom u njoj i da li turizam ima možda neke štetne utjecaje na njihov svakodnevni život i njihovu životnu okolinu. Lokalno stanovništvo najbolje osjeća utjecaje turizma bez obzira bili oni pozitivni ili negativni jer se tokom sezone svakodnevno susreću s njima.<sup>27</sup>

Treći element je iskustvo turista (TE). Ovaj element ključan je za destinaciju. U današnje vrijeme najviše se pažnje daje klijentima. Ako određena organizacija ili destinacija ostavi bolji utisak na posjetitelju taj posjetitelj će osobno smatrati tu destinaciju bolje od ostalih

<sup>27</sup> Ramon Adillon, Diamond model: A theoretical framework for the sustainable development of tourism, <https://medcraveonline.com/AHOAJ/AHOAJ-03-00099.pdf> (9.9.2021.)

u kojima nije stekao dobar dojam. Turiste se želi motivirati da posjete određenu destinaciju pomoću različitih turističkih proizvoda i usluga. Želi se stvoriti pozitivna slika u očima turista, a svake godine je sve teže to postići. Turisti imaju sve veće potrebe i viša očekivanja pa se tako pomoću određenih strategija razvijaju turistički proizvodi i usluge koji se povezuju sa interakcijom s lokalnim stanovništvom i na taj način se postiže da iskustvo turista bude što bolje i pozitivnije. Ova tri elementa direktno su povezana.<sup>28</sup>

Četvrti element u dijamantnom modelu održivog razvoja turizma u destinaciji je DMO odnosno destinacijska menadžment organizacija. DMO koordinirano upravlja svim elementima od kojih se sastoji turistička destinacija. Potrebno je pristupiti strateški da bi se pristup, atrakcije, marketing, imidž, cijene i ljudski resursi povezali pravilno, a time omogućili kvalitetnije upravljanje turističkom destinacijom. DMO nije odgovorna samo za navedene elemente te za upravljanje destinacijom nego i za cjelokupni razvoj destinacije. Što se tiče upravljanja destinacijom DMO ima zadatak da vodi i koordinira aktivnosti različitih organizacija koje imaju zajednički cilj. DMO mogu djelovati na regionalnoj odnosno državnoj razini pa su tada odgovorni za marketing i upravljanje turizmom u cijeloj regiji ili mogu djelovati na lokalnoj razini gdje provode marketing i upravljaaju turizmom na geografski manjem području ili u nekom gradu odnosno mjestu.<sup>29</sup>

Tradicija nalaže da su vlade imale ulogu u promicanju i razvoju turističkih destinacija, ali zbog složenosti i raznovrsnosti turističkog sektora morali su se uključiti različiti privatni i javni akteri čime je došlo do stvaranja mješovitih tijela koja upravljaju destinacijom. Postoji nekoliko solucija za upravljanje destinacijom. Jedna od solucija je samo javna struktura vlasti, druga je samo partnerstvo privatnog sektora, a treće je mješovito koje je nastalo miješanjem javnog i privatnog partnerstva. DMO ima problem da je u nekim situacijama izložen različitim vrstama pritisaka poput interesa političkih stranaka te interesa privatnih tvrtki. Oni utječu na odluke, kojima DMO upravlja destinacijom, na različite načine od kojih je jedan primjer izbjegavanje novih ideja iz razloga da se ne izgube glasovi. Ovakvi pritisci otežavaju upravljanje destinacijom zbog donošenja odluka koje gledaju na kratkoročnu korist, a ne na dugoročnu korist odnosno na održiv razvoj cijele turističke destinacije.<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup> Ramon Adillon, Diamond model: A theoretical framework for the sustainable development of tourism, <https://medcraveonline.com/AHOAJ/AHOAJ-03-00099.pdf> (9.9.2021.)

<sup>29</sup> Ramon Adillon, Diamond model: A theoretical framework for the sustainable development of tourism, <https://medcraveonline.com/AHOAJ/AHOAJ-03-00099.pdf> (9.9.2021.)

<sup>30</sup> Ramon Adillon, Diamond model: A theoretical framework for the sustainable development of tourism, <https://medcraveonline.com/AHOAJ/AHOAJ-03-00099.pdf> (9.9.2021.)

Posljednja tri elementa dijamantnog modela održivog razvoja turizma u destinaciji bitno je poštivati kao i sve prethodno navedene elemente. Prvi od ta tri elementa je upravljanje sezonskim uvjetima. Sezonalnost u mnogim destinacijama predstavlja velik problem za koji ne postoji jednostavno rješenje. Određenu turističku destinaciju u kratkom vremenskom periodu posjećuje prevelik broj ljudi i na taj način je vrlo teško postići održiv razvoj turizma u tim destinacijama. Zbog sezonalnosti upotrebljava se previše resursa u prekratkome vremenskom roku te se preopterećuju kapaciteti nosivosti turističkih destinacija. Sezonalnost se javlja iz više razloga. Razlozi mogu biti prirodnog porijekla ili institucionalnog odnosno kulturnog porijekla.<sup>31</sup>

Tri su glavna prirodna uzroka sezonalnosti i na njih se ne može utjecati. Prvi od njih su vremenski uvjeti. U nekim državama postoje kišne sezone koje onemogućavaju provođenje turizma zbog loših vremenskih uvjeta, nedostatak snijega onemogućava turizam u određenim destinacijama čije su glavne atrakcije skijanje ili slično. Drugi uzrok je klima. U Hrvatskoj klima najviše uvjetuje od kada do kada će sezona trajati jer je glavna vrsta turizma kupališni turizam koji nije moguće ostvariti kada su temperature niže, a u određenim destinacijama javlja se i problem trajanja dana i noći. Treći uzrok sezonalnosti je geografska lokacija. Sezonalnost ovisi o tome da li je destinacija obalna, gradska, alpska ili periferna regija.<sup>32</sup>

Institucionalni odnosno kulturni uzroci sezonalnosti mogu se podijeliti na pet uzroka. Prvi od njih su školski praznici. Roditelji sa djecom ne mogu otići na odmor ako imaju manju djecu koju ne mogu same ostaviti kod kuće ili ukoliko žele sa djecom na odmor ne mogu kada škola traje. Drugi uzrok su religiozni događaji. Kada određeni događaji traju stvaraju se velike gužve jer svi žele prisustvovati događaju. Nakon toga je promjena navika putovanja odnosno ljudi ne mijenjaju svoje navike što je vrlo vidljivo u Hrvatskoj gdje velika većina ljudi ima naviku iskoristiti godišnji odmor za vrijeme ljeta i otići na more. Sljedeći uzrok su ekonomska pitanja koja se tiču putnih troškova i na kraju je sportska sezona. Primjer toga je europsko prvenstvo, svi koji žele prisustvovati utakmicama putuju u istu destinaciju u vrlo kratkom roku.<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> Ramon Adillon, Diamond model: A theoretical framework for the sustainable development of tourism, <https://medcraveonline.com/AHOAJ/AHOAJ-03-00099.pdf> (9.9.2021.)

<sup>32</sup> Ramon Adillon, Diamond model: A theoretical framework for the sustainable development of tourism, <https://medcraveonline.com/AHOAJ/AHOAJ-03-00099.pdf> (9.9.2021.)

<sup>33</sup> Ramon Adillon, Diamond model: A theoretical framework for the sustainable development of tourism, <https://medcraveonline.com/AHOAJ/AHOAJ-03-00099.pdf> (9.9.2021.)

Predzadnji element dijamantnog modela održivog razvoja turizma u destinaciji je upravljanje potražnjom. Zadaća ovog elementa je da racionalno raspodjeljuje potražnju kroz cijelu godinu. Povezan je sa sezonalnošću i glumyobavlja tri primarne radnje, a to su da produži trajanje vrhunca sezone, privući što veći broj posjetitelja izvan sezone te ograničiti broj turista u vrijeme kada su najveće gužve u destinaciji. Varijacije u potražnji mogu biti prouzrokovane jednim ili više uzrokom koji su spomenuti u ranijem poglavlju. Cilj je pronaći i upotrijebiti strategije u borbi protiv navedenog problema. Jedna od skupine strategija su diferencijalne cijene. U razdoblju kada je sezona najjača cijene se podižu da se smanjilo zasićenje posjetiocima, daju se razne vrste popusta i ponuda poput putovanja izvan glavne sezone, ponude za grupe poput grupa umirovljenika.<sup>34</sup>

Druga skupina strategija je ponuditi raznolike atrakcije. Pod time se smatra organizacija različitih događaja poput koncerata i festivala, razvoj objekata poput javnog prijevoza te dopuna uslugama. Posljednja skupina strategija je diversifikacija tržišta. Pod time se marketinške kampanje žele privući različite vrste tržišta tokom različitih razdoblja u godini. Usklađivanje s putničkim agentima ili organizatorima putovanja koji prodaju proizvode, određivanje optimalne kombinacije različitih segmenata, subvencije ili zajmovi kojima se potiče razvijanje lokalnih proizvoda i usluga, iniciranje na obnovu okoliša, proširenje i poboljšanje regionalne infrastrukture te omogućiti partnerstva i lokalne poslovne mreže.<sup>35</sup>

Posljednji element dijamantnog modela održivog razvoja turizma u destinaciji su pametne destinacije. Pomoću ovog elementa žele se prikupiti informacije od posjetioca i pomoći DMO-u da se izbjegnu gužve te poboljša sveukupno turističko iskustvo. Napredovanjem tehnologije i sve većom uporabom mobilnih i drugih uređaja te društvenih mreža stvaraju se promjene u turizmu. Turističke destinacije moraju se prilagoditi novim zahtjevima posjetitelja te im pružiti personalizirana iskustva. Pametna turistička destinacija je inovativan prostor nastao miješanjem prostora i suvremene tehnologije, a cilj je olakšati posjetiteljima interakciju s okolinom čime se poboljšava turističko iskustvo posjetitelja.<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup> Ramon Adillon, Diamond model: A theoretical framework for the sustainable development of tourism, <https://medcraveonline.com/AHOAJ/AHOAJ-03-00099.pdf> (9.9.2021.)

<sup>35</sup> Ramon Adillon, Diamond model: A theoretical framework for the sustainable development of tourism, <https://medcraveonline.com/AHOAJ/AHOAJ-03-00099.pdf> (9.9.2021.)

<sup>36</sup> Ramon Adillon, Diamond model: A theoretical framework for the sustainable development of tourism, <https://medcraveonline.com/AHOAJ/AHOAJ-03-00099.pdf> (9.9.2021.)

## 2. Analiza primjera održivog i neodrživog turizma

O ovom poglavlju analizirat će se razlike između održivog i neodrživog turizma. Uz to u pod poglavljima biti će primjeri dobre i primjeri loše prakse održive destinacije. Razlika između održivog i neodrživog turizma ima mnogo i važno je izdvojiti ključne razlike koje prouzrokuju velike štete odnosno ključne razlike koje prouzrokuju održivi razvoj destinacije. Trenutno postoji vrlo velik broj dobrih i loših primjera održivih destinacija. Važno je za svaku od tih turističkih destinacija prikazati zbog kojeg elementa odnosno zbog zanemarivanja kojih kriterija održivog turizma određena destinacija propada, ali tako i prikazati primjere koji su kriterije održivog turizma usvojili i na dobar način ih iskorištavaju. Od primjera dobre prakse biti će analizirane turističke destinacije Azorski otoci i Mali Lošinj, a od primjera loše prakse biti će analizirane turističke destinacije Veliki koraljni greben i Venecija.

### 2.1. Razlika između održivog i neodrživog turizma

Razlike između održivog i neodrživog turizma nisu samo razlike nego su suprotnosti. U nastavku ovog pod poglavlja biti će prikazane glavne razlike. Navedena dva pojma potpuno su suprotna, a razlike su u tome što održivi turizam poštuje kriterije dok neodrživi turizam ne poštuje kriterije održivog razvoja. Prva, ujedno najuočljivija razlika, je što neodrživi turizam ne kontrolira iskorištavanje resursa kao ni broj posjetitelja nego se gleda samo na to da ekonomska korist bude što veća. Nije bitno što će se dogoditi s destinacijom nego samo da se što više zaradi u aktualnoj sezoni. Kod održivog turizma glavno obilježje je optimalno iskorištavanje resursa te kontrolirani broj posjetitelja u sezoni odnosno da se posjete rasporede u određeni vremenski period iz razloga da se turistička destinacija ne preopteretiti. Gleda se ostvari najveća moguća ekonomska korist, ali bez da se uništava okoliš i ugrožava život lokalnog stanovništva što kod neodrživog turizma nije bitno. Ovo dovodi do druge razlike odnosno do činjenice da održivi turizam gleda na budućnost turističke destinacije. Održivi turizam želi postići nešto manju ekonomsku korist, ali svake godine dok neodrživi turizam ne gleda u budućnost nego samo na trenutno stanje odnosno na aktualnu sezonu.<sup>37</sup>

Održivi turizam ima dugoročne planove kojima želi razvijati turizam u destinaciji dok neodrživi turizam ima plan samo za aktualnu sezonu i ne razmišlja da li će se uopće turizam moći odvijati u istoj destinaciji sljedeće godine. Održivi turizam ulaže u destinaciju na način da destinacija postane samoodrživa odnosno da joj ne prijete propadanje. Najviše ulaže u prirodne

---

<sup>37</sup> IPL, Advantages And Differences: Mass Tourism And Sustainable Tourism, <https://www.ipl.org/essay/Advantages-And-Differences-Mass-Tourism-And-Sustainable-FKUG92PJEDR> (10.9.2021.)

atrakcije i održivu infrastrukturu jer su to ključni pojmovi kod održivog razvoja. Neodrživi turizam ulaže samo u najposjećenije atrakcije i time ih dodatno opterećuje te pretjerano iskorištava. Time se uništava glavna atrakcija, a kada nema glavne atrakcije tada nema ni turističke destinacije jer je izgubila srž zbog koje su je turisti posjećivali. U ovom pod poglavlju može se zaključiti da održivi turizam pomaže destinaciji uz ostvarivanje optimalne ekonomske koristi dok neodrživi turizam iskorištava destinaciju da bi se ostvarila što veća ekonomska korist bez obzira na posljedice koje će se dogoditi u destinaciji.<sup>38</sup>

## 2.2. Primjeri dobre prakse održive destinacije

Primjeri dobre prakse održive destinacije uzor su destinacijama koje teže održivom razvoju. O ovom poglavlju biti će predstavljeni Azorski otoci i Mali Lošinj kao pozitivni primjeri. Biti će prikazano zašto su ove dvije destinacije održive odnosno koji su kriteriji najvažniji kod usvajanja održivog turizma, a jedan od njih koji je prisutan kod obje destinacije je optimalno korištenje resursa.

### 2.2.1. Azorski otoci

Primjere dobre prakse održive destinacije uzor su svim turističkim destinacijama koje se žele razvijati na održiv način. Prvi primjer dobre prakse održive destinacije su Azori. Azori odnosno Azorski otoci su skupina devetero otoka vulkanskog podrijetla u Portugalu. Poznati su po održivosti te po bogatom zaštićenom morskome životu i geo-raznolikosti. Ova turistička destinacija ima lijepo uređene pješačke staze, a uz to ima i vlastitu Eko školu. Na otoku je vrlo poznata obnovljiva energija koju koriste gotovi svi koji prebivaju tamo. Regionalnim planom za vode (PRAA) podržano je optimalno korištenje vode u destinaciji.<sup>39</sup>

Cilj Azora je usvojiti načela Agende 2030 i primijeniti ih u svim sektorima društva, u čemu ih vlada aktivno podržava. Ovaj zadatak ima sveukupno sedamnaest ciljeva za održivi razvoj Azorskih otoka kojima se želi stvoriti dostojanstvenija, inkluzivnija, pravednija i održivija turistička destinacija. Već više od dvadeset godina Azori teže očuvanju i zaštiti destinacije što je dovelo do kontinuiranog razvoja politika održivosti. Politike održivosti ostvaruju se kroz zaštitu biološke raznolikosti, očuvanje prirode, upravljanje i proizvodnja energije, nadzor buke, otpada, vode i kakvoće zraka, akcije kojima je primarni cilj zaštita

---

<sup>38</sup> IPL, Advantages And Differences: Mass Tourism And Sustainable Tourism, <https://www.ipl.org/essay/Advantages-And-Differences-Mass-Tourism-And-Sustainable-FKUG92PJEDR> (10.9.2021.)

<sup>39</sup> Acores towards sustainability, Towards sustainability, <https://sustainable.azores.gov.pt/en/> (11.9.2021.)

okoliša i obrazovanje ljudi o važnosti održivog turizma te kroz cijenjenje autohtone baštine, autohtonih proizvoda i azorskse kulture.<sup>40</sup>

### 2.2.2. Mali Lošinj

Drugi primjer dobre prakse održive destinacije je Mali Lošinj. Mali Lošinj smješten je na otoku Lošinju na zapadnom dijelu Kvarnera. Ovaj grad ističe održivi razvoj kroz velik broj projekata koji su definirani prema kriterijima održivog turizma. Pomoću održivih projekata Mali Lošinj utječe na zaštitu bio raznolikosti i prostora, na upravljanje energijom, vodom i otpadom, na upravljanje prometom, na upravljanje rasvjetom i bukom, na zaštitu kulturnog identiteta, na obrazovanje i odgoj, na zaštitu jednakosti, na integriranost lokalnog turizma i gospodarstva, na upravljanje razvoja turizma te na praćenje stavova lokalnog stanovništva i posjetitelja o turizmu. U nastavku će biti prikazani neki od projekata održivog turizma Malog Lošinja.<sup>41</sup>

Prvi projekt je predstavljanje mreže NATURA 2000. Cilj ovog projekta je popularizacija važnih prirodnih lokaliteta koji su uvršteni na popis NATURA 2000 i nalaze se na području Malog Lošinja. Na popisu je obuhvaćeno sveukupno trinaest lokaliteta koji imaju različita obilježja i vrlo su vrijedni ovoj destinaciji. Ovim projektom osmišljavaju se prezentacije kojima se popularizira mreža lokaliteta NATURA 2000 te općenito bio raznolikost Malog Lošinja. Ovaj projekat vrlo je važan, a koristi koje donosi su povećanje svijesti o vrijednostima okoliša Lošinja odnosno o prirodnim lokalitetima, odgovorno korištenje NATURA 2000 lokaliteta u svrhe turizma, obogaćivanje prirodne turističke ponude, samofinanciranje projekta barem jednim dijelom te jačanje imidža Lošinja odnosno predstavljanje otoka kao „otoka vitalnosti“.<sup>42</sup>

Drugi projekt je glavni plan održivog razvoja Malog Lošinja do 2025. godine. Cilj navedenog projekta je izrada dugoročnog plana održivog razvoja turizma koji je u skladu sa vizijom Lošinja kao otoka koji brine o prirodi i okolišu te se prema tome stvore određena ponuda i potražnja i osmisli proizvod koji se izrađuje iskorištavanjem optimalne količine resursa. Ovaj projekt utječe na dobivanje sredstava iz fondova Europske unije. U planu nužno je obuhvatiti konkurentsku poziciju grada prema atrakcijama i djelovanju na turističkom tržištu, pozitivnu sliku Lošinjskog arhipelaga, proizvode destinacije kojima će se osigurati

---

<sup>40</sup> Acores towards sustainability, Towards sustainability, <https://sustainable.azores.gov.pt/en/> (11.9.2021.)

<sup>41</sup> Grad Mali Lošinj, Program razvoja održivog turizma grada Mali Lošinj, <http://www.mali-losinj.hr/wp-content/uploads/2015/03/Program-razvoja-odrzivog-turizma.pdf> (11.9.2021.)

<sup>42</sup> Grad Mali Lošinj, Program razvoja održivog turizma grada Mali Lošinj, <http://www.mali-losinj.hr/wp-content/uploads/2015/03/Program-razvoja-odrzivog-turizma.pdf> (11.9.2021.)

konkurentnost na turističkom tržištu te odgovorno stvaranje ponude i potražnje kroz podjelu prostora na zone da bi destinacija bila okolišno odgovorna. Ovaj projekt vrlo je važan za destinaciju jer se njime izrađuje i prilagođava prostorni plan Malog Lošinja.<sup>43</sup>

### 2.3. Primjeri loše prakse održive destinacije

Kada postoje pozitivni primjeri uvijek ima i onih negativnih. U ovom poglavlju biti će prikazana dva primjera loše prakse održivih destinacija. Prvi primjer je Veliki koraljni greben, a drugi je Venecija. Ove turističke destinacije međusobno su različite i svaka od njih ima vlastite probleme kod održivog turizma uz jedan zajednički koji je pretjerano iskorištavanje resursa odnosno prevelika posjećenost i utjecaji masovnog turizma.

#### 2.3.1. Veliki koraljni greben

Prvi od dva primjera loše prakse održive destinacije je Veliki koraljni greben. Veliki koraljni greben atrakcija je u Australiji i to je najveći koraljni greben koji postoji. Ova atrakcija već je godinama opterećena zbog utjecaja visoke emisije stakleničkih plinova te ostalih ljudskih aktivnosti koje narušavaju Veliki koraljni greben od kojih jedna izrazito šteti, a to je poljoprivreda na obali Queenslanda. Uz navedene probleme javljaju se i ostali problemi koji dolaze kada se ne poštuju kriteriji održivog turizma, a to su prekomjerno iskorištavanje resursa i zagađivanje okoliša koje je uzrokovano prevelikim brojem turista. Veliki dijelovi ovog grebena već su izbijeljeli upravo iz navedenih razloga. Izlivanje nafte također je poremetilo cjelokupni sustav i ugrozilo navedenu atrakciju koja bi mogla nestati ukoliko se ne počnu pravilno poštivati i provoditi kriteriji održivog turizma.<sup>44</sup>

Krajem 2014. godine vlada je u Australiji uspostavila posebnu radnu skupinu koja je bila zadužena da greben ne bude naveden kao da je u opasnosti. U 2015. godini UNESCO je odlučio da se greben neće navesti kao da je u opasnosti i Australiji je dano ukupno pet godina vremena da zaustave propadanje ove ogromne prirodne atrakcije. Ali Australija i dalje nije pravilno primjenjivala kriterije održivog turizma te je time 2016. godine uništeno čak 22% koralja od trećine grebena što je vrlo mnogo za razdoblje od samo godinu dana. 2017. godine stanje se još pogoršalo i proširilo na središnji dio koralja. Klimatske promjene odnosno globalno zatopljenje od jednog i pol stupnja celzijusa dodatno je pomoglo u uništavanju Velikog

---

<sup>43</sup> Grad Mali Lošinj, Program razvoja održivog turizma grada Mali Lošinj, <http://www.mali-losinj.hr/wp-content/uploads/2015/03/Program-razvoja-odrzivog-turizma.pdf> (11.9.2021.)

<sup>44</sup> Great Barrier Reef Foundation, Threats, <https://www.barrierreef.org/the-reef/threats> (11.9.2021.)



koraljnog grebena. 2019. godine priznalo se da Veliki koraljni greben propada i da se mora nešto hitno poduzeti. 2020. godine nisu se poduzele nikakve mjere pa se stanje nije poboljšalo nego pogoršalo. Atrakcija je svake godine propadala sve više i više. 2021. godine Veliki koraljni greben proglašen je atrakcijom koja je u opasnosti te će se u budućnosti razmotriti što se treba poduzeti da bi Veliki koraljni greben opstao.<sup>45</sup>

### 2.3.2. Venecija

Drugi primjer loše prakse održive destinacije je Venecija. Kod primjera ove destinacije ne poštuje se jedan od glavnih kriterija održivog turizma destinacije, a to je prekomjerno iskorištavanje resursa odnosno preopterećenost destinacije turistima. U posljednjih nekoliko godina broj stanovništva Venecije smanjio se na pola što znači da su uvjeti za život u destinaciji znatno gori nego što su bili. Predviđa se da ukoliko se nastavi ovim tempom gotovo svo stanovništvo će se iseliti iz Venecije. Uništavaju se temelji destinacije, veličanstvene kuće pretvaraju se u luksuzne hotele, privatni stanovi pretvaraju se u smještaj za turiste, javni prostori prodaju se privatnim institucijama koje ih koriste za privatnu korist ne primjenjujući kriterije održivog turizma, cijene nekretnina po kvadratu vrlo su visoke, a stanovnici su traumatizirani učincima pretjeranog turizma.<sup>46</sup>

Za vrijeme karnevala stvaraju se ogromne gužve koje destinacija kao i stanovništvo te destinacije ne mogu podnijeti. Ova destinacija svake godine se sve više uništava jer se ništa ne poduzima u vidu preopterećenosti destinacije. Nastavi li se ići ovim tempom Italija će ostati bez vrlo atraktivne destinacije koju je vrijedno očuvati zbog njenih specifičnosti. Venecija u doslovnom smislu tone svake godine jedan do dva milimetra. Klimatske promjene dodatno otežavaju situaciju time što se podiže razina mora. Da bi se ova destinacija spasila od propasti potrebno je pronaći adekvatno rješenje koje gotovo nemoguće pronaći te ga povezati sa održivim turizmom da bi se izbjegla propast destinacije i da bi se omogućilo turistima da ju posjećuju barem u manjem broju.<sup>47</sup>

Novo pravilo koje se Venecija sprema provesti kako bi spriječila uništavanje destinacije jest da naplaćuju ulaz u grad, a ukoliko to ne spriječi prevelik broj posjetitelja tada nove

---

<sup>45</sup> Great Barrier Reef Foundation, Threats, <https://www.barrierreef.org/the-reef/threats> (11.9.2021.)

<sup>46</sup> Research Gate, Over-tourism and the fall of Venice as a destination, [https://www.researchgate.net/publication/323346378\\_Over-tourism\\_and\\_the\\_fall\\_of\\_Venice\\_as\\_a\\_destination](https://www.researchgate.net/publication/323346378_Over-tourism_and_the_fall_of_Venice_as_a_destination) (11.9.2021.)

<sup>47</sup> Research Gate, Over-tourism and the fall of Venice as a destination, [https://www.researchgate.net/publication/323346378\\_Over-tourism\\_and\\_the\\_fall\\_of\\_Venice\\_as\\_a\\_destination](https://www.researchgate.net/publication/323346378_Over-tourism_and_the_fall_of_Venice_as_a_destination) (11.9.2021.)

posjetioce neće puštati u grad iz razloga da se destinacija opet ne preoptereći.<sup>48</sup> Velik problem stvara podizanje razine mora čiji je uzrok globalno zatopljenje. Da bi se spriječio problem potonuća grada Venecija je odlučila izgraditi brane. Sumnja se u brane koje se montiraju odnosno ne vjeruje se da bi izgradnja brana mogla spasiti Veneciju od potonuća. Veneciju koja ima oko 50 000 stanovnika posljednjih godina posjećuje oko pet milijuna turista. 2019. godina bilježi se kao rekordna godina sa ukupno pet i pol milijuna posjetioca što stvara preopterećenje destinacije. Jedno je jasno, a to je da ukoliko Venecija ne pronađe adekvatno rješenje za problem potonuća i ukoliko ne prilagodi broj posjetitelja neće joj biti spasa.<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> Aljazeera, Venecija se priprema turistima naplaćivati ulaz u grad, <https://balkans.aljazeera.net/news/world/2021/9/7/venecija-se-priprema-turistima-naplacivati-ulaz-u-grad-i-traziti-rezervacije> (15.9.2021.)

<sup>49</sup> Statista, Number of tourist arrivals in the Italian municipality of Venice from 2003 to 2020 , <https://www.statista.com/statistics/732406/overnight-tourist-arrivals-in-venice-italy/> (15.9.2021.)

### 3. Razvoj održivog turizma na primjeru Parka prirode Papuk

Park prirode Papuk nalazi se na području Virovitičko-posavske i Požeško-slavonske županije. Papuk obuhvaća veći dio planine Papuk i dio Krndije koje pripadaju slavonskom gorju. U posljednje tri godine u Park prirode Papuk uloženo je oko tri i pol milijuna kuna. Tim novcem omogućena je izgradnja Eko-točke Jankovac i staza koja je posebno dizajnirana za osobe s invaliditetom. Eko-točka Jankovac jedan je od projekata Parka prirode Papuk u sklopu kojeg je izgrađena konferencijska dvorana i suvenirnica. Ovakav objekt idealan je za održavanje sastanaka, konferencija, seminara, sastanaka te za prezentaciju novih proizvoda i radionica. Eko-točka Jankovac nalazi se unutar istoimene zaštićene šume Jankovac, a unutar šume nalazi se Grofova staza duga gotovo dva i pol kilometra.

Park prirode Papuk najavio je nove projekte od kojih je najveći izgradnja Geo-info centra Voćin koji je vrijedan 42 milijuna kuna. Uz navedeni projekt tu je i projekt Eko-kamp Duboka, projekt namijenjen boravku rekreativaca i ostalih posjetitelja te škola u prirodi. U naselju Velika planirana su dva projekta koja se tiču uređenja prezentacijskih dvorana i energetske obnove glavne zgrade parka. U tijeku je realizacija projekta pod nazivom „Zelena linija“ čiji je cilj zamijeniti sva vozila onim ekološki prihvatljivim. Park prirode Papuk već je doveo jedno električno vozilo i jedno hibridno vozilo. U sklopu istog projekta biti će postavljena tri priključka za punjenje električnih vozila. Pomoću navedenih projekata otvoriti će se nova radna mjesta zvana „zelena“ radna mjesta, a razvijanjem turizma u ovoj destinaciji stvorit će se mogućnosti surađivanja s lokalnim stanovništvom koje se bavi poljoprivredom.

Projektom UNESCO-voog geoparka Park prirode Papuk primio je nagradu za održivi turizam. Geoparkovi su jedinstveni geološki lokaliteti koji su međunarodno značajni te kojima se upravlja na održiv način. Cilj ovih parkova je istraživanje, povezivanje i razvoj geoloških aspekata sa ostalim dijelovima kulturne, nematerijalne i biološke baštine te jačanje identiteta područja. Geoparkovi u Parku prirode Papuk služe za edukaciju, zaštitu i održivi razvoj geoloških lokaliteta te cjelokupne destinacije. Od geoparkova nastao je pojam geoturizam kroz koji se potiče održivi razvoj parka i njegove ekonomije. Aktivnostima geoparkov privlače se novi posjetioči čime se omogućuje stvaranja novih proizvoda i usluga koji pomažu pri socio-ekonomskom razvoju destinacije.<sup>50</sup>

Vlastiti prijedlog u smislu provođenja održivog modela razvoja turizma bile bi minijaturne eko kućice od svega nekoliko kvadrata napravljene od ekološki prihvatljivih

---

<sup>50</sup> Papuk, Papuk UNESCO svjetski geopark, <https://www.pp-papuk.hr/unesco-geopark-papuk/> (12.9.2021.)

materijala blizini ili na području geoparka. Eko kućice imale bi zajedničke sanitarne čvorove bez struje ili vode u kućicama. Eko kućice služile bi samo za spavanje i odlaganje stvari dok bi se ostale aktivnosti događale na biciklističkim stazama ili slično. Na jednom mjesto bila bi dostupna struja i voda tako da svi imaju pristupa tekućini neophodnoj za život i da svi budu u mogućnosti napuniti uređaje koji su im potrebni. Na taj način destinacija se ne bi uništavala, a posjetioci bi mogli dulje boraviti u prirodi uz mogućnost slušanja predavanja o održivom turizmu te mogućnosti da primjene isto na destinaciji u kojoj borave i vide rezultate koje održivi turizam donosi.

## Zaključak

Pojam održive turističke destinacije nastao je kada i održivi turizam. Održivim turizmom nastoji se očuvati destinacija i sociokulturni uvjeti. Destinacije se mogu podijeliti prema tipovima zbog lakšeg raspoznavanja koja je destinacija u kojem smjeru orijentirana odnosno na koji se aspekt u turizmu najviše fokusira. Svaka turistička destinacija ima vlastiti životni ciklus. Destinacijski sustav konstantno se mijenja stoga je potrebno provoditi analize prema navedenim fazama.

Održivi razvoj turizma u destinaciji vrlo je bitna komponenta u smislu dugoročnog provođenja turizma u destinaciji. Zbog važnosti održivog turizma za destinaciju propisani su GSTC kriteriji održivog turizma. Navedene kriterije trebala bi pratiti svaka destinacija koja želi postati održiva te pomoći dijamantnog modela sakupiti potrebne informacije i pravilno postupiti kod stvaranja turističkog proizvoda.

Kod analiziranja primjera održivog i neodrživog turizma nailazi se na velike razlike odnosno može se zaključiti da su to dva suprotna pojma koji se u potpunosti razlikuju. Na navedenim primjerima može se vidjeti kako je najveći problem masovnost odnosno preopterećivanje kapaciteta nosivosti turističkih destinacija. Kada se uz te probleme jave još neki poput globalnog zatopljenja koje negativno utječe na Veneciju tada se stvaraju dodatni problemi kojima se još više otežava već teška situacija.

Park prirode Papuk održiva je destinacija koja pomoću svojeg geoparka nastoji educirati ljude o važnosti održivog turizma istovremeno im pružajući mogućnost da oko sebe vide koji su rezultati provođenja održivog turizma u destinaciji. Cilj Parka prirode Papuk je provesti novo osmišljene projekte od kojih su neki već započeti te ostati održiva turistička destinacija privlačna svim vrstama posjetioaca.

## Literatura

1. Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., 2018., Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka
2. Weaver, D., 2006., Sustainable tourism. Elsevier, Oxford
3. Gržinić, J., 2019., Uvod u turizam – povijest, razvoj, perspektive, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula
4. ScienceDirect, Destination competitiveness-Applying different models, the case of Slovenia, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517707000714#aep-section-id14> (15.9.2021.)
5. The Global Sustainable Tourism Council, GSTC Destination Criteria, <https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/GSTC-Destination-Criteria-v2.0.pdf> (8.9.2021.)
6. Ramon Adillon, Diamond model: A theoretical framework for the sustainable development of tourism, <https://medcraveonline.com/AHOAJ/AHOAJ-03-00099.pdf> (9.9.2021.)
7. IPL, Advantages And Differences: Mass Tourism And Sustainable Tourism, <https://www.ipl.org/essay/Advantages-And-Differences-Mass-Tourism-And-Sustainable-FKUG92PJEDR> (10.9.2021.)
8. Acores towards sustainability, Towards sustainability, <https://sustainable.azores.gov.pt/en/> (11.9.2021.)
9. Grad Mali Lošinj, Program razvoja održivog turizma grada Mali Lošinj, <http://www.mali-losinj.hr/wp-content/uploads/2015/03/Program-razvoja-odrzivog-turizma.pdf> (11.9.2021.)
10. Great Barrier Reef Foundation, Threats, <https://www.barrierreef.org/the-reef/threats> (11.9.2021.)
11. Research Gate, Over-tourism and the fall of Venice as a destination, [https://www.researchgate.net/publication/323346378\\_Over-tourism\\_and\\_the\\_fall\\_of\\_Venice\\_as\\_a\\_destination](https://www.researchgate.net/publication/323346378_Over-tourism_and_the_fall_of_Venice_as_a_destination) (11.9.2021.)
12. Aljazeera, Venecija se priprema turistima naplaćivati ulaz u grad, <https://balkans.aljazeera.net/news/world/2021/9/7/venecija-se-priprema-turistima-naplacivati-ulaz-u-grad-i-traziti-rezervacije> (15.9.2021.)

13. Statisa, Number of tourist arrivals in the Italian municipality of Venice from 2003 to 2020 , <https://www.statista.com/statistics/732406/overnight-tourist-arrivals-in-venice-italy/> (15.9.2021.)
14. Papuk, Papuk UNESCO svjetski geopark, <https://www.pp-papuk.hr/unesco-geopark-papuk/> (12.9.2021.)

## Popis slika

1. Slika 1. Model dijamanta

Izvor: <https://medcraveonline.com/AHOAJ/AHOAJ-03-00099.pdf>



## Sažetak

Turizma predstavlja bitnu granu kada se govori o destinacijama te ekonomskim, gospodarskim i sociokulturnim čimbenicima. Održivi turizam stvoren je da bi navedena tri aspekta bila što uspješnija i pogodnija kako za korisnike usluga tako i za pružatelje usluga. Održivi turizam vodi brigu o destinaciji na način da osigurava određenu svotu prihoda, ali da pri tome čuva okoliš odnosno cijelu turističku destinaciju. Pomoću određenih kriterija održivog turizma kao što su GSTC kriteriji pomaže se usmjeravanju uprave destinacije ka dugoročnom odnosno održivom razvoju turizma i destinacije. Dijamantni model jedan je od modela koji olakšava turističkim destinacijama u donošenju i provođenju odluka koje rezultiraju razvojem održivog turizma. Značaj koji donosi održivi turizam može se vidjeti na primjeru Parka prirode Papuk i ostalim primjerima, dok se na primjerima poput Venecije i Velikog koraljnog grebena može vidjeti što se događa kada se zanemaruje održivi turizam. Posvećivanje pažnje ekonomskoj koristi bez uzimanja u obzir značaj optimalne uporabe resursa te vođenja brige o nosivosti određene destinacije dolazi se do situacije u kojoj se trenutno nalazi Venecija, a tada je vrlo teško pronaći adekvatno rješenje čak i u kriterijima održivog turizma. Vrlo je bitno pronaći način da se destinacija razvija na održiv način još od početka, a ne kada je već destinacija ugrožena jer tada je mnogo teže postići da destinacija postane održiva i da se sačuvaju sve njene atrakcije odnosno cjelokupna ponuda zajedno sa stvaranjem pogodnih uvjeta za život lokalnog stanovništva bez kojeg destinacija ne može dati isti doživljaj.

Ključne riječi: održivi turizam, turistička destinacija, kriteriji održivosti, lokalno stanovništvo, ponuda

## Abstract

Tourism is an important branch when it comes to destinations and economic, socio-cultural factors. Sustainable tourism was created to make these three aspects successful and suitable for both service users and service providers. Sustainable tourism takes care of the destination in a way that provides a certain amount of income, but at the same time preserves the environment or the entire tourist destination. Certain sustainable tourism criteria, such as the GSTC criteria, help guide destination administrations towards the long-term or sustainable development of tourism and destinations. The diamond model is one of the models that facilitates tourist destinations in making and implementing decisions that result in the development of sustainable tourism. The importance of sustainable tourism can be seen in the example of Papuk Nature Park and other examples, while in examples like Venice and the Great Barrier Reef can be seen what happens when sustainable tourism is neglected. Paying attention to economic benefits without taking into account the importance of optimal use of resources and voting on the carrying capacity of certain destinations leads to situations in which Venice is currently, and then it is very difficult to find an adequate solution even in the criteria of sustainable tourism. It is very important to find a way to develop the destination in a sustainable way from the beginning, and not when the destination is already threatened because then it is much harder to achieve that the destination becomes sustainable and to preserve all its attractions, respectively the entire offer together with creating suitable conditions for the life of the local population without which the destination cannot give the same experience.

Keywords: sustainable tourism, tourist destination, sustainability criteria, local population, offer