

Negativni društveni aspekti razvoja turizma

Šugić, Zlatko

Undergraduate thesis / Završni rad

2015

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:137:573168>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-04**



Repository / Repozitorij:

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





Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

ZLATKO ŠUGIĆ

**NEGATIVNI DRUŠTVENI ASPEKTI RAZVOJA
TURIZMA**

Završni rad

Pula, rujan 2015.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

ZLATKO ŠUGIĆ

NEGATIVNI DRUŠTVENI ASPEKTI RAZVOJA TURIZMA

Završni rad

JMBAG: 0303021941, redoviti student

Studijski smjer: Turizam

Predmet: Ekonomika turizma

Mentor: Doc. dr. sc. Sanja Blažević

Pula, rujan 2015.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani _____, kandidat za prvostupnika _____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.

Student: Zlatko Šugić

U Puli, __. __. 2015. _____

Pula, 2015.

Sadržaj

Uvod	1
1. Rast i razvoj turizma	3
1.1 Globalizacija i tranzicija.....	4
1.2 Razvoj masovnog Turizma.....	5
1.3 Pojava specifičnih oblika turizma	6
2. Negativni utjecaj turizma i turističke potrošnje u destinaciji.....	8
2.1 Tradicija i kultura vs. turizam	8
2.2 Problem autentičnosti.....	9
2.3 Interakcija lokalnog stanovništva i turista.....	11
2.4 Rast cijena proizvoda i usluga u turizmu	13
2.5 Visoke cijene nekretnina u turističkim destinacijama.....	14
2.6 Problemi zapošljavanja u turizmu	16
2.7 utjecaj turizma na neravnomjeran razvoj regija	18
2.8 Negativni utjecaj nautičkog turizma.....	20
3. Negativni utjecaj turizma na grad Dubrovnik	24
3.1 Infrastrukturni projekti u Dubrovniku.....	24
3.2 Utjecaji kruzing turizma na grad Dubrovnik.....	25
3.3 Problemi življenja u Dubrovniku	27
3.4 Golf na Srđu	28
Zaključak	31
Literatura	32

Uvod

Temu "Negativni društveni aspekti turizma odabrao sam jer me zanimala druga strana turizma o kojoj se rijetko priča. Turizam postaje toliko superioran nad drugim sektorima, "najlakše" povećava zaposlenost, dohodak i životni standard te utječe na povećanje investicija u lokalnu infrastrukturu i porezne prihode, a kao efekt svega toga dolazi do pada zaposlenosti u ostalim sektorima. Brojna ekonomska istraživanja sugeriraju da turistička aktivnost potiče ekonomski rast zemalja u razvoju, a ti ekonomski pokazatelji dovoljno su veliki i jaki da odvrate od činjenice kako turizam ima i svoje negativne strane koje nisu tako male i zanemarive te ću upravo o njima govoriti u ovome radu.

Negativni društveni aspekti razvoja turizma predstavljaju spektar različitih utjecaja kako na društvo i njegovu tradiciju tako i na kvalitetu života i suživot između domicilnog stanovništva i turista tijekom turističke sezone. U kolikoj razini dolazi do prihvatanja tuđih kultura i prilagodbe njihovim potrebama pokušava se utvrditi kroz detaljni uvid u ono što destinacija pruža gostima kroz određeno razdoblje. Pod utjecajem suvremenog svijeta u kojem ekonomski faktori uvelike određuju smjer razvoja turizma dolazi i do migracija koje trajno mijenjaju demografsku sliku jedne države. Koliko je utjecaj turizma na lokalno stanovništvo velik najbolje se uočava kroz rast cijena proizvoda, zemljišta i nekretnina. Naravno, nisu svi negativni oblici vidljivi kroz ekonomski aspekt. Značajni negativni utjecaj turizam može imati i kroz gubljenje tradicije, identiteta, autentičnosti te podilaženju turizmu i turistima. Iako se od turizma može jako dobro živjeti treba imati na umu i održivi razvoj. Mnoge negativnosti turizma ostaju skrivene te se prepoznaju tek kada je šteta počinjena. Sve su to teme kojih ću se dotaknuti u ovom radu te ih pokušati objasniti i možda povećati svijest o ovim problemima.

U prvom poglavlju govorit ću o rastu i razvoju turizma, njegovim počecima, utjecaju globalizacije i procesa tranzicije na turizam Hrvatske te brojci od preko milijardu ljudi koje danas godišnje putuju u sklopu turizma. Objasniti ću kako je masovni turizam utjecao na distanciranje turista od lokalnog stanovnika te ću reći ponešto i o novim oblicima turizma kao reakciji na jednodimenzionalnost masovnog turizma.

U drugom poglavlju dotaknuti ću se srži problema i pričati o negativnim posljedicama turizma na destinaciju koje se manifestiraju kroz gubitak tradicije i autentičnosti. Govorit ću i o komunikaciji stanovnika i turista i povećanju troškova života. Iako turizam u Hrvatskoj zapošljava mnogo stalnih i sezonskih radnika postoje i negativne strane s kojima se susreću radnici ali i turisti. Nadalje, razvoj turizma u državi poput Hrvatske utjecao je na promjenu strukture radne snage, te se gubi mnogo radnih mjesta u proizvodnim sektorima. Govorit ću i o neravnomjernom razvoju regija i migracijama stanovništva u turističke destinacije a dotaknuti ću se i problema otoka, tj. njihovog odumiranja. Kako Hrvatska slovi kao biser Mediterana sa svojom obalom koja privlači mnogo nautičara istražio sam i negativne strane te vrste turizma te naveo kakve sve ekološke probleme može izazvati nekontrolirano sidrenje.

U trećem i zadnjem poglavlju fokusirat ću se na jednu turističku destinaciju – Dubrovnik, i navesti probleme s kojima se grad susreće. Ti problemi se kreću od iseljavanja starog grada preko masovnog kruzing turizma koji utječe na kvalitetu života Dubrovčana ali i kvalitetu odmora gostiju. Reći ću i ponešto o projektu golf park Dubrovnik te pokušati objasniti zašto mislim da je taj projekt nepotreban.

Metode korištene u radu su: Opisna, povijesna, indukcija i dedukcija te komparativna analiza.

1. Rast i razvoj turizma

U narednim poglavljima obradit ću teme koje govore o veličini i brzini rasta masovnog turizma i pojavi specifičnih oblika turizma, a reći ću ponešto i o procesu globalizacije i tranzicije s osvrtnom na Hrvatsku i njen turizam.

Turist je osoba koja putuje i boravi u jednom mjestu te se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i s takvim boravkom nije povezana nikakva gospodarska djelatnost. Turizam obuhvaća rekreaciju, putovanje i odmor.

Prvo organizirano turističko putovanje realizirao je Thomas Cook, 1841. godine i tada je prvi put dobiven popust u cijeni grupnog putovanja. Nakon Drugog svjetskog rata dolazi do ubrzanog razvoja svih oblika prijevoznih sredstava i same prometne infrastrukture što donosi nove mogućnosti bržeg širenja turizma na sve dijelove svijeta. Posebno su impresivni podaci o rastu broja turista na međunarodnoj razini. U 1950. zabilježeno je svega 25 milijuna turističkih dolazaka, 1980. bilo ih je već 277 milijuna, 1990. 435 milijuna, 2000. godine zabilježeno je 675 milijuna turističkih dolazaka na svjetskoj razini, 2010. godine zabilježeno 940 milijuna, a u 2014. broj turističkih dolazaka iznosio je 1,14 milijarde turista. Svjetski lider turizma je Europa koja još uvijek drži preko 50% svjetskog turizma i Francuska koju godišnje posjećuje preko 79 milijuna turista. Međutim svjetska karta kretanja turista mijenja se već desetak godina i samo je pitanje godine kada će SAD i Kina postati vodeće zemlje u turizmu. U razdoblju turističke "eksplozije" koja se dogodila u posljednjih pola stoljeća turizam je mnogim državama postao jedan od ključnih načina izvoza, pa time i uravnoteženja platne bilance¹. Nažalost odličan primjer ovisnosti jedne države o turizmu ne moramo tražiti daleko. Ovisnost Hrvatske o turizmu je toliko velika da on čini gotovo 17% BDP-a što je rizično jer je turistički sektor u određenoj mjeri ovisan o vremenskim prilikama ali i nepredvidivim ekološkim ili drugim neprilikama koje mogu utjecati na zaradu od turizma.

¹ <http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enhr.pdf> (datum pristupa 19.06.2015.)

1.1 Globalizacija i tranzicija

Globalizacija se može definirati kao proces rasta međuovisnosti svijeta u ključnim domenama života. Globalizacija se danas razvija na tri ključna svjetska područja a to su Sjeverna Amerika, Europska unija i istočna Azija. Nositeljima globalizacije smatraju se velike svjetske korporacije koje svoje podružnice otvaraju u gotovo svakom dijelu svijeta.

Globalizacija i tranzicija u Hrvatskoj počinju ostvarivanjem samostalnosti i otvaranjem gospodarstva stranom kapitalu i privatnom vlasništvu. Zakon o privatizaciji bio je zamišljen kao zakon koji će između ostaloga biti pokretač bržeg gospodarskog rasta u uvjetima tržišnog gospodarstva, poticati očuvanje produktivne zaposlenosti uz otvaranje novih radnih mjesta te prodaju državne imovine kako bi se smanjio javni dug i povećala konkurentnost. Turizam kao najperspektivniji sektor društva bio je posebno pogođen netransparentno i ne kvalitetno vođenom politikom, mnogi vojni kompleksi i hoteli zapušteni su već preko 20 godina i čekaju ulaganja koja bi doprinijela otvaranju stalnih i sezonskih radnih mjesta.

Hrvatska posjeduje mnogo hotela koji su nažalost popunjeni samo za vrijeme ljetnih mjeseci i u njima se ostvaruje samo 32% noćenja, dok ostalih 68% ostvaruju kampovi i privatni smještaj. Ako te brojke usporedimo sa brojkama na razini Europske Uniji u kojoj se 64% noćenja ostvaruje u hotelima² možemo jasno zaključiti da Hrvatska ima mnogo prostora za napredak u hotelijerstvu a obnovom i uključivanjem zapuštenih kapaciteta postigli bi se značajni napreci u povećanju ponude, popunjenosti hotelskih smještaja a samim time došlo bi i do izraženijeg rasta prihoda Hrvatskog turizma jer treba imati na umu da privatni smještaj bez obzira na njegov veliki rast, zbog svojih malih davanja državi u obliku paušala ne može znatno utjecati na povećanje prihoda ali i broja gostiju koji posjećuju Hrvatsku.

U prvom kvartalu 2015. godine dogodili su se značajni pomaci po tom pitanju te se u ljeto 2015. godine planira otvaranje 25 novih ili potpuno obnovljenih hotela. Primjeri su potpuno uređeni otok Sveti Nikola, hotel Sheraton pokraj Dubrovnika, D-Resort hotel pokraj Šibenika i mnogi drugi. Zapušteni hoteli također kreću u obnovu i javne natječaje. Hotel Plat

² <http://www.jutarnji.hr/s-manje-od-trecine-nocenja-u-hotelima--najslabiji-smo-u-eu/1283576/> (datum pristupa 20.06.2015.)

pored Dubrovnika dobio je svoje vlasnike, hotel Kupari sa svojih gotovo 900 kreveta uskoro ide na javni natječaj te projekt Brijuni Rivijera u sklopu kojeg bi se do kraja 2015. godine trebalo krenuti sa izgradnjom marine sa 250 vezova uključujući i vezove za megajahte koje u zapadnoj Istri u praktičnom smislu niti ne postoje.

1.2 Razvoj masovnog Turizma

Razvoj masovnog turizma u svijetu a posebno u Europi kao najznačajnijoj turističkoj destinaciji počinje se ubrzano razvijati nakon drugog svjetskog rata. Tada su se počeli stvarati uvjeti koji su omogućili ljudima da više i brže putuju. Smanjenje radnog vremena, povećanje godišnjeg odmora, i blagdana pridonijeli su većem zanimanju za putovanja i odmorom te bijegom od svakodnevice. Avioni postaju veći, komforniji i sigurniji, te omogućuju prijevoz velikog broja putnika na udaljene lokacije u kratkom vremenu. Prometna infrastruktura se poboljšava i širi te kvalitetnim cestama povezuje mnoga turistički atraktivna mjesta. Ulogu posrednika u putovanjima preuzimaju turoperatora koji nude paket-putovanja po povoljnim cijenama, te su učinili dostupnim i pristupačnim mnoge udaljenije destinacije.

Masovnim turizmom uobičajeno se smatraju organizirana putovanja velikog broja ljudi na unaprijed isplanirana turistička mjesta sa unaprijed isplaniranim turističkim paketom u organizaciji turističke agencije. U Europi pretežno putuju stanovnici njezina sjevernoga i zapadnoga dijela u destinacije Sredozemlja koje privlače toplom klimom, suncem i morem, kao osnovnim atrakcijama. Putuje se na glavni godišnji odmor i to ljeti, a s razvojem alpskih destinacija postaje sve više popularan i skijaški odmor zimi, kao protuteža ljetnom odmoru s kupanjem, sunčanjem i razgledavanjem turističkog odredišta. Za prihvata turista grade se veliki hoteli ili cijela turistička naselja (kombinacija hotela, apartmana, kampova) kojih je ponuda u mnogim zemljama prilično jednolična.

Turizam u Hrvatskoj svoje "zlatno razdoblje" proživljava 60-ih i 70-ih godina prošlog stoljeća kada je izgrađeno preko 69% osnovnih i 72% komplementarnih kapaciteta s kojim je Hrvatska raspolagala do 1990. godine, te vrhunac masovnog turizma postiže krajem 80-ih godina kada je broj noćenja prelazio 68 milijuna a broj posjetitelja bio je preko 10,5 milijuna³.

³ Par. Boris Pirjavec, Oliver Kesar / Počela turizma str. 207-211

Nakon 1990. godine Hrvatsku pogađa rat te će turizam te brojke ponoviti tek nakon 2010. godine. Rekordna turistička sezona sa najboljim rezultatima u povijesti Hrvatske je zabilježena 2014. godine kada je Hrvatsku posjetilo i u njoj boravilo 13.1 milijuna turista koji su ostvarili 73,6 milijuna noćenja. Te godine Hrvatska je od turizma zaradila 7,5 mlrd eura.

Masovni turizam ubrzao je gospodarski razvoj u mnogim razvijenim sredinama koje osim prirodnih ljepota i nisu imale drugih razvojnih mogućnosti te je u mnogome podigao standard nudeći domicilnom stanovništvu jedan put i jedinu mogućnost za zapošljavanje. Orijetiran na manji broj destinacija s velikim brojem posjetitelja, masovni turizam uzrokuje osim povoljnih i nepovoljne učinke koji se prepoznaju u narušavanju izvorne ljepote nekoga mjesta, zagađivanju okoliša zbog prekomjerne izgradnje, narušavanju društvenih odnosa te drugim učincima o kojima ću govoriti u radu.

1.3 Pojava specifičnih oblika turizma

Specifični oblici turizma su skupina turističkih kretanja koja su uvjetovana određenim dominantnim turističkim motivom koji turiste pokreće na putovanje u destinaciju čija je turistička ponuda sadržajima prilagođena za ostvarenje doživljaja vezanih uz dominantan interes određenog segmenta potražnje⁴.

Ekspanzija masovnog turizma dovela je do pojave ozbiljnih ekoloških i društvenih problema u turističkim destinacijama zbog čega se sredinom 1980-tih godina počela stvarati povećana svijest koja je intenzivirala proces pronalaženja novog razvojnog koncepta kojim bi se očuvao sklad lokalnog stanovništva, okoliša i kulturne baštine. Masovni turizam se pokazao kao posebno neosjetljiv na lokalne prirodne resurse i potrošnju energije. Osim prirodne (ekološke) komponente, javila se potreba i za očuvanjem drugih turističkih resursa poput kulture, tradicije i običaja, stila života i svega ostaloga što predstavlja atraktivnosti destinacije. Prije svega treba ukazati na negativne posljedice razvoja masovnog turizma i istaknuti prednosti "novih" oblika turizma čiji temelji počivaju na principima održivog razvoja.

⁴ Par. Oliver Kesar / Uvod u specifične oblike turizma, http://web.efzg.hr/dok/TUR/Web_Uvod%20u%20specifične%20oblike%20turizma.pdf (datum pristupa 21.06.2015.)

Krajem 1980-ih godina masovni turizam dolazi do točke kada postaje "običan" "dosadan" te ne uspijeva zadovoljiti one potrebe zbog kojih postoji u tadašnjem obliku. Turisti postaju obrazovaniji, istraživački nastrojeni, traže iskustvo i interakciju sa lokalnim stanovništvom. Sunce i more više nisu dovoljni što utječe na turoperatore i turističke agencije da svoju ponudu prilagode takvim novim turistima. Razvoj različitih oblika turizma logičan je slijed i nužnost te su specifični motivi potražnje utemeljeni su u otkrivanju novih vrijednosti poput fizičke aktivnosti, razvoja osobnosti, učenja, obrazovanja, interakcije, očuvanja okoliša, očuvanje zdravlja itd.

2. Negativni utjecaj turizma i turističke potrošnje u destinaciji

U drugom poglavlju fokusirat ću se na negativni turizam i posljedice koje ostavlja na domicilno stanovništvo. Govorit ću o lažnim tradicijama, autentičnosti, rastu cijena i drugim problemima koji dolaze s turizmom.

2.1 Tradicija i kultura vs. turizam

Tradicija, je pojam koji "opisuje" način života, nešto što su ljudi naslijedili, bilo to vještina, govor ili pak običaj. Tradicije nisu nastale u prošlosti niti se stvaraju u sadašnjosti, one su rezultat različitih interakcija dvaju zajednica koje su utjecale na kulturu i način življenja na određenom prostoru. Kulturi jednog naroda pripada sve ono što je u nju došlo, što je preostalo i sačuvalo se na teritoriju na kome on živi, a ona ne poznaje granice jer kulturni identitet može biti znatno širi od granica jedne sredine. Proučavanjem odnosa tradicije i kulture sa turizmom vidljivo je kako turizam mijenja pogled na njih. Budući da je turizam poznat kao fenomen kojega odlikuje konstantna dinamičnost i promjenjivost on utječe na samu tradiciju i kulturu. U nekim se zajednicama tradicija čak i mijenja upravo radi turizma. ona se izmišlja ili stvara. Moderno društvo prisiljava ljude na stvaranje vlastitih tradicija, a jedna od najsnažnijih modernih tradicija upravo i jest turizam⁵.

Danas je turizam jedna od najmoćnijih suvremenih tradicija tj. najmoćnije sredstvo utjecaja na tradiciju. On je prilika za kontakt raznih naroda i kultura, a budući da je ekonomski gotovo uvijek poželjan za lokalnu zajednicu, ona će se često poslužiti svim sredstvima kako bi turista "namamila", ali i zadržala. Stoga smo često svjedoci "preuređivanja" lokalne tradicije, a sve u svrhu turističke promidžbe. Koliko će biti uspješna u tome ovisi o mnogo faktora. Već prije u radu naveo sam kako je ekonomski faktor u turizmu toliko velik da ostali faktori gube na značaju dok se ne prouzroči šteta koja će utjecati na promjenu razmišljanja. Gubitak autentičnosti, posebnosti i kvalitete pružanja usluge dio su gubitka tradicije na uštrb profita. Čest je i slučaj da tradicijska ponuda teži 'modernizaciji' uslijed turizma. Tada govorimo o slučajevima interpretacije, posuđivanja i izmišljanja

⁵ Par. Daniela Angelina Jelinčić, Turizam vs. identitet Globalizacija i tradicija str. 167-168

tradicije što može rezultirati negativnostima po receptivnu zemlju jer se oslanja na tradicije koje nisu živjele na tom teritoriju, tuđe su ili ne pripadaju nikome, potpuno su nove tj. izmišljene.

Mišljenja sam da su tradicija i kultura najviše ugrožene u onim turističkim destinacijama koje su relativno nove, neotkrivene i koje nisu odlučile na kakvu vrstu turizma se orijentirati, a ako je ta destinacija relativno nepoznata tim gore, jer će ekonomski faktor biti glavni pokretač mijenjanja običaja i prilagodbe turistu.

2.2 Problem autentičnosti

Autentičnost u turizmu se obično asocira s točnom prezentacijom prošlosti pomoću njenih sačuvanih ostataka, bilo materijalnih ili duhovnih. U suvremenom globaliziranom svijetu u kojem društvo nije statično, već se konstantno mijenja i evoluira teško je određenoj turističkoj destinaciji ostati imun na takvo stanje, te očekivati potpunu autentičnost destinacije gotovo je nemogući zadatak.

Jedan od problema koji su vezani sa autentičnosti je njena granica tj. mjesto gdje se potpuno gubi autentičnost i tradicijske vrijednosti u svrhu prilagodbe turistima. Logično je samu zajednicu smatrati odgovornom za "količinu" autentičnosti koju žele pružiti gostima, ako su članovi zajednice i odgovorni ljudi u turizmu prihvatili i odlučili se za (ne)autentičnost onda je bespotrebno inzistirati na bilo kakvim promjenama. Problem autentičnosti, prema tome, dobiva novo lice: autentičnost postaje kompleksan proces posredništva i pregovaranja između različitih očekivanja turista, ponude lokaliteta, turističkog osoblja, razine i veličine participacije posjetitelja u turističkoj destinaciji, a također i kulturne politike lokalnih zajednica. Lokalni događaji pozicioniraju i definiraju zajednicu te je predstavljaju turistu i vanjskom svijetu. No, ukoliko se gotovo svaki aspekt društva pretvori u turističku atrakciju, lokalno stanovništvo postaje podređeno i ovisno o tim zbivanjima te im ona utječe na svakodnevni život što u krajnjem slučaju može dovesti do konflikta između turizma i zajednice⁶.

⁶ Ibidem str. 170

Da li je autentičnost jedini omjer kvalitete turističkog proizvoda? Nije, međutim postoje slučajevi gdje su tradicija i običaji "uvezeni" i potpuno se gubi bilo kakav smisao, kvaliteta i osjećaj ponosa takvim tradicijama. Kao što sam prije napisao autentičnost je usko povezana sa prošlošću destinacije, a upotreba "točne" autentičnosti u svrhu turizma često nije zanimljiva suvremenom turistu. Njemu nije bitna točnost prezentacije ako ona uistinu nije impresivna i zanimljiva, zbog toga zajednice često posežu za prilagodbom povijesti i njenom interpretacijom u sadašnjosti a prošlost se koristi samo kao sirovina. Ipak, potreban je oprez jer interpretacija tradicije nije bezazlena. Takvim se postupcima falsificira i mjesto i vrijeme, a sve s ciljem da se turistička destinacija učini što atraktivnijom.

Temom autentičnosti već se dulje vremena bave stručnjaci iz raznih znanstvenih područja što samo dokazuje njenu važnost. Ponekad se čini da autentičnost koja se koristi u turističke svrhe često ne igra presudnu ulogu što je istina, jer ako je ponuda dobra te istovremeno zadovoljava i ponuđača i turista, autentičnost neće niti bi trebala prevagnuti. Svaka zajednica u svojoj autentičnosti ima nešto strano, uvezeno i prilagođeno zajednici i turistima i to je normalno. Takvih je primjera je mnogo a među njima bih izdvojio "Morešku" mačevalački ples koji se na Korčuli počeo izvoditi između 17.-18. stoljeća. On nije autentični lokalni folklor već je prenesen iz susjednih mediteranskih zemalja a prikazivan je kao simbolična borba kršćana i muslimana. Održavao se na Korzici, Siciliji, u Španjolskoj i dr. Povijesni podaci govore kako se na Korčuli udomaćio nakon turske opsade 1571. godine i jedino se na Korčuli do danas očuvao⁷. Ovim primjerom želim reći kako autentičnost može biti i kompletno "uvezena" kultura kojeg je zajednica u tolikoj mjeri prihvatila da je on postao tradicionalan i utkan duboko u zajednicu a jedan od ključnih faktora u ovom primjeru je i vremenski period prihvaćanja običaja. U ovom slučaju iskustvo turista je potpuno autentično, a prodaja te kulture ne sukobljuje se sa stavovima lokalnog stanovništva, i obje strane su zadovoljne. Ako turist osjeća svoju posjetu kao značajno iskustvo, takva je posjeta autentična, bez obzira koji su njeni stvarni korijeni.

Negativistički pristup autentičnosti u turizmu vrlo je raširen, a jedan od često kritiziranih slučajeva glumljena je autentičnost. Ona bi se najlakše mogla definirati kao dodatni posao ili dodatna zarada stanovništva. Kod glumljene autentičnosti većina osoba ima svoje poslove te nije upoznata niti sa osnovnim znanjem i pričom koja stoji iza te

⁷ <http://www.visitkorcula.eu/index-hr.html> (datum pristupa 21.06.2015.)

autentičnosti. Takvih slučajeva puno je više u Africi i Aziji dok su u Europi i Hrvatskoj takvi slučajevi rijetki.

2.3 Interakcija lokalnog stanovništva i turista

Turisti i domaće stanovništvo nalaze se na različitim "polovima" kada je u pitanju njihov položaj u turizmu. Ono što je za jednog sloboda i užitak za drugog je teret i rad. Sudaraju se slobodno vrijeme i rad, potreba za odmorom sa potrebom za opstankom. Takav odnos može rezultirati negativnim reakcijama koje su rezultat gore navedenih razlika. Turisti utječu i na promjenu načina života i rutine kojom živi lokalna zajednica stvarajući gužve. Stanovnici koji nisu nužno vezani za turizam na gužve i turiste ne gledaju uvijek pozitivno. Turist osjeća određenu vrstu premoći nad lokalnim stanovnikom jer smatra da ima ono što oni nemaju: slobodu putovanja, slobodno vrijeme i financijsku premoć te očekuje da im se podilazi. Takvi stavovi, iako su često i istiniti kod lokalnog stanovnika mogu izazvati revolt koji rezultira negativnom reakcijom prema takvom turistu a ta reakcija je u stvari konflikt.

Druga strana zajednice koja je vezana za turizam nastoji zaraditi te se natječu za svakog turista i dijele se na one koji žele brzu zaradu prodajom raznog uvoznog kiča i onih koji zagovaraju drugačiji smjer turizma kojem su podloga lokalni proizvodi, kvalitetna usluga, autentično iskustvo i planski i održivi razvoj. Turisti koji pripadaju sferi masovnog turizma zbog nepoznavanja lokalne kulture često ohrabruju proizvodnju kiča te fast food restorane što onda utječe na obrte koji se bave proizvodnjom tradicijskih proizvoda i koji nude puno kvalitetniju uslugu i iskustvo. Mnogi turisti osjećaju se "sigurno" konzumirajući proizvode u svjetskim franšizama koje garantiraju podjednaku kvalitetu na svim lokacijama. Međutim, postoji i mnogo primjera inverzije gdje turisti kupuju tradicijske proizvode dok domaće stanovništvo kupuje nekvalitetne proizvode.

Edukacija turista jedan je on načina rješavanja i izbjegavanja negativnih učinaka ali treba i imati na umu da turisti koji dolaze u turističku destinaciju nisu previše zainteresirani za upoznavanje i razumijevanje lokalnih problema, oni su prije svega pobjegli iz svoje stvarnosti te je često njihovo ponašanje suprotno onomu kada se nalaze u svom domu. Rijetko se istražuju i negativni učinci lokalnog stanovništva prema turistima. Prema turistima bolje

platežne moći usmjereno je puno više vremena i ljubaznosti što ostavlja loš dojam na ostale turiste. Takav iskrivljen pogled i formiranje slike posjetitelja postaje sve veći problem. Također, problemi mogu nastati i na samom početku, kroz brošure koje su jedan od važnijih kontakata sa turistom. On se često javlja pružanjem netočnih informacija i prenaglašavanjem određenih karakteristika destinacije. Iako potencijalnog turista lijepo upakirana reklama vrlo često i privuče, njegovo putovanje i boravak često završe razočaranjem. Brošura treba biti jednostavna i istinita a destinacija opisana uz pažljivo odabrane epitete, onda lokalna zajednica može očekivati puno zadovoljnije goste.

Današnja nastojanja razvoja što uspješnijih turističkih strategija uzimaju u obzir zadovoljstvo turista, lokalnog stanovništva te održivost same destinacije. Već je navedeno kako uspjeh turističkog planiranja ne ovisi uvijek o onima koji planiraju, nego i o ponašanju turista te volji domaćina da turista prihvati.

2.4 Rast cijena proizvoda i usluga u turizmu

Razlozi povećanja cijena tijekom ljetnih mjeseci su mnogi a želja za dodatnom zaradom pri vrhu je svakog istraživanja. Međutim, razlozi za povećanjem cijena su mnogo dublji i kompleksniji nego što se to na prvi pogled čini. Rast cijena možemo pronaći u povećanim troškovima koji nastaju ako se želi podići kvaliteta usluge, zbog čega se određeni proizvodi moraju uvoziti ili transportirati s velikih udaljenosti. Razlog povećanja može biti i velika potražnja za turističkim uslugama jer gdje postoji povećana potražnja za nekim dobrom, raste i njegova cijena. Ista situacija je i s turističkim dobrima i uslugama. Sve su to valjani razlozi povećanja cijena ukoliko kvaliteta proizvoda i usluge odgovara cijeni i zadovoljstvu turista. Ali što je sa lokalnim stanovništvom? Koliko rast cijena utječe na njihovu svakodnevicu? To su pitanja na koje ćemo odgovore rijetko dobiti od odgovornih osoba u turizmu.

Utjecaj rasta cijena na lokalno stanovništvo najlakše se može osjetiti kod:

- troškova stanovanja
- prehrambenih proizvoda
- odjeće
- ugostiteljstva

- prijevoza

Kod troškova stanovanja, najveći problem javlja se kod iznajmljivanja. Iznajmljivačima je tri do četiri puta isplativije iznajmiti stan ili kuću turistu u ljetnim mjesecima nego iznajmiti lokalnom stanovniku na godinu dana te se zbog takve razlike u cijeni lokalno stanovništvo seli na rubne neatraktivne dijelove gradova. Kod prehrambenih proizvoda, odjeće, ugostiteljstva i prijevoza slična je situacija. Postoji sezonska inflacija koja obično započinje u srpnju i traje do kraja listopada a utječe na povećanje cijena voća i povrća, štandovi prodaju uvozne suvenire i odjeću po viskom cijenama, cijene hrane a pogotovo morskih specijaliteta porastu i do 30% . Imamo mnogo primjera povećanja prijevoza ali i parkinga za vrijeme sezone što utječe na rutinu i normalno funkcioniranje stanovništva. Recimo da se cijene parkiranja u Dubrovniku za jedan dan penju i do 400 kuna, dok nesretniku koji kartu izgubi, prijeti trošak veći od tisuću kuna. Na parkiralištu na Pilama, najbližem ulazu u povijesnu jezgru Grada s istočne strane, sat parkiranja plaća se 40 kuna, a oni koji požele automobil tu ostaviti cijeli dan kako uživali u svemu što pruža stari Grad, to će platiti 360 kuna⁸. Primjere poskupljenja možemo pronaći i u katamaranskoj liniji Pula-Unije-Lošinj-Zadar koja je narasla je za 100% u 2014. godini u odnosu na 2013. godinu. Još jedan primjer povećanja cijena prijevoza je povećanje cjenika Istarskog ipsilona u ljetnim mjesecima od 10%⁹.

2.5 Visoke cijene nekretnina u turističkim destinacijama

Zajedno sa povećanjem cijena na turističkom tržištu povećava se i cijena nekretnina. Intenzivni razvoj turizma na nekom području dovodi do potrebe izgradnje dodatnih turističkih kapaciteta što izravno utječe na rast cijena nekretnina.

Nekretnine su uglavnom poželjne kada su kvalitetno isplanirane i uklapaju se u smjer kojim se destinacija želi razvijati i kada se investira na prethodno neuređenom području. Kako hrvatski turizam postaje masovniji tako dolazi do povećanja stranih ulaganja u nekretnine. Takva ulaganja nazivaju se greenfield ulaganja. Za takav je oblik ulaganja karakteristično da

⁸ <http://www.poslovni.hr/hrvatska/sat-parkinga-od-jucer-u-dubrovniku-stoji-40-kuna-295190> (datum pristupa 25.06.2015.)

⁹ <http://www.glasistre.hr/vijesti/pula-istra/od-1-lipnja-do-30-rujna-cestarina-na-ipsilonu-veca-za-10--501276> (datum pristupa 25.06.2015.)

ulagatelj stječe kontrolu i aktivno obavlja kontrolu, te upravlja poduzećem u koje je uložio. Uz greenfield investicije koje se realiziraju na neuređenom području postoje i brownfield investicije koje predstavljaju ulaganje u prostor postojeće izgradnje, koja je ekonomskim ili drugim zakonitostima postala nerentabilna te je za sobom ostavila zapuštenu industrijsku, prometnu, vojnu ili turističku infrastrukturu. Ovakvo ulaganje za sobom povlači urbanu obnovu. Zbog atraktivnosti obale i razvijenosti turizma broj hotela u izgradnji i/ili obnovi znatno je veći na obali nego u unutrašnjosti Hrvatske. Razlozi su isti i kod cijena stanova i kuća.

Tablica 1. Usporedba prosječnih cijena u €/m² u veljači 2015. po županijama

Županija	Cijena kuća (€/m²)	Cijena stanova (€/m²)
Dubrovačko-neretvanska	2.198	2.593
Splitsko-dalmatinska	1.752	2.042
Zadarska	1.432	1.753
Primorsko-goranska	1.462	1.654
Grad Zagreb	1.318	1.606
Šibensko-kninska	1.552	1.542
Istarska	1.494	1.550
Ličko-senjska	975	1.373
Zagrebačka	756	1.129
Osječko-baranjska	581	948
Varaždinska	584	1.044
Brodsko-posavska	614	887
Međimurska	580	1.016
Krapinsko-zagorska	582	1.113
Karlovačka	534	880
Koprivničko-križevačka	511	946
Bjelovarsko-bilogorska	450	887
Sisačko-moslavačka	474	756
Virovitičko-podravska	474	782
Vukovarsko-srijemska	476	723
Požeško-slavonska	395	741

(Izvor; Poslovni dnevnik, datum pristupa 29.05.2015.)

Kao što možemo vidjeti u tablici cijene nekretnina znatno su veće u županijama koje su uz Jadransko more a kao glavni razlog visokih cijena smatra se turizam koji je utjecao na povećanje konkurentnosti i zaposlenosti. Najviše cijene su u Dubrovačko-neretvanskoj županiji i kreću se od 2.100 pa do 2.600 €/m² ovisno o lokaciji, dok se usporedbe radi najniže cijene nekretnina u Hrvatskoj nalaze u Požeško-slavonskoj županiji gdje su cijene od 400 do 700 €/m². Takva razlika u cijenama pravi je primjer negativnog utjecaja turizma i turističke potražnje, te su razlog zašto si mnoge mlade obitelji koje pokušavaju živjeti u turističkim destinacijama teško moći priuštiti stan iako su im primanja relativno velika i iznad Hrvatskog prosjeka.

2.6 Problemi zapošljavanja u turizmu

Turizmu jedan od osnovnih problema predstavlja radna snaga tj. nedostatak radne snage. Mnoge turističke destinacije na Jadranu zbog nedostatka radne snage zapošljavaju mnogo sezonskih radnika koji dolaze iz unutrašnjosti Hrvatske. Najčešće su to radnici iz slavonskih županija i krajnjeg istoka Hrvatske gdje je ekonomska situacija puno kompliciranija nego na obali. Sljedeći problem koji se javlja je smještaj tih radnika. Oni su najčešće smješteni u turističkim naseljima ili hotelima u kojima rade, ali takva vrsta "izolacije" može negativno utjecati na interakciju domicilnog stanovništva i radnika tako da im je otežan proces uklapanja u zajednicu. Na njih se gleda kao na osobe koje su isključivo vođene ekonomskim motivima i nemaju interes za tradicijom i kulturom destinacije u kojoj rade te mogu negativno utjecati na odnos prema turistima i sliku destinacije koja se želi prezentirati.

U turizmu postoje dva vremenska razdoblja poslovanja:

- cjelogodišnje poslovanje
- sezonsko poslovanje

Cjelogodišnjim poslovanjem bave se oni hoteli koji se nalaze na atraktivnim lokacijama unutar grada ili pak hoteli koji u zimskim mjesecima orijentirani na kongresni i sportski turizam. Sezonski hoteli rade kratko ali u tom vremenskom razdoblju rade vrlo dinamično i s

velikim brojem gostiju. Kod oba oblika poslovanja dolazi do problema turističkih kadrova koji se obično dijele na tri djela¹⁰:

1. visok stupanj zapošljavanja ženske radne snage,
2. visoko sudjelovanje nekvalificirane radne snage i
3. potreba za brojnom sezonskom radnom snagom.

Turizam je industrija gostoprimstva te odgovara ženskoj radnoj snazi. Osim što su tražene na menadžerskim pozicijama i pozicijama odnosa s javnošću one sa nižom stručnom spremom relativno lako pronalaze posao u hotelijerstvu gdje obavljaju posao domaćice, recepcionarke, održavanja čistoće te razne dekorativne poslove.

Sljedeći problem predstavljaju nekvalificirana radna snaga do čije se potrebe dolazi zbog velikog obujma poslova i nedostatka kvalificiranih radnika. Potreba za brojnom sezonskom radnom snagom utječe na njihovu motiviranost i zainteresiranost. Stalni zaposlenici često ne prihvaćaju "sezonalce" jer znaju da su oni tu samo privremeno i ne trude se uspostaviti kvalitetan odnos koji bi u krajnjem cilju možda i utjecao na bolju produktivnost i zadovoljstvo turista. Također, poslovode se prema njima ne odnose isto kao i prema stalno zaposlenima. Često ih se "izrabljuju", rade prekovremeno i uskraćuju im se prava zagaranirana ugovorom.

Tablica 2. Broj prijava potreba za radnicima i zapošljavanje osoba s evidencije Zavoda od 2006. - 2014. godine na sezonskim poslovima

godina	Traženi radnici	Zaposlene osobe s evidencije zavoda
2006	21.502	25.234
2007	23.090	25.517
2008	24.383	24.403
2009	22.130	25.380
2010	23.668	30.281
2011	27.125	37.073
2012	27.334	39.438

¹⁰ Par. Blažević, B. : Turizam u gospodarskom sustavu, Opatija 2007. , str 381.

2013	22.823	40.767
2014	24.252	40.337
2015 siječanj-travanj	18.626	13.562

(Izvor: Hrvatski zavod za zapošljavanje, datum pristupa 31.5. 2015.)

Povećani priljev turista utječe na sve veću potrebu za sezonskim radnicima (vidi tablica 2.) i samim time taj problem postaje sve veći pogotovo u onim sredinama koje ovise o turizmu. Dodatna zapošljavanja tijekom sezone zabilježena su i u polovima koji nisu turistički ali su usko vezani za sektor. Jedan od načina kojim turistička zajednica i ministarstvo turizma nastoje riješiti ovaj problem je "Hrvatska 365" tj. turizam tijekom cijele godine. To je novi projekt i još treba vidjeti koliko su destinacije i ljudi spremni sprovesti ga u djelo.

2.7 Utjecaj turizma na neravnomjeran razvoj regija

Pod pojmom regija u političkom i zakonskom smislu misli se na županije. Županije su jedinice lokalne uprave čijem području pripadaju određeni gradovi i općine, a Republika Hrvatska ima 21 županiju. Ovakav županijski ustroj kakav sada imamo dokazano je neučinkovit, trom i neefikasan sa ogromnim državnim aparatom koji guta milijune novaca samo za plaće državnih službenika. Već se godinama na svim političkim razinama raspravlja o novom ustroju Hrvatske tj, o uspostavljanju nekoliko regija.

Regija je dio zemljišne površine koju karakteriziraju određena obilježja (fizička, ekonomska ili politička) koja ju čine jedinstvenom i različitom od drugih područja. Svaka regija ima svoje središte koje se obično nalazi u najvećem gradu u kojem se nalaze i sve važne državne i županijske institucije. Lako je zaključiti kako je jedan od razloga razvijenosti pojedinih regija njezin geografski položaj. Takvi slučajevi najlakše su vidljivi na primjerima zemalja u razvoju. Međutim, geografski položaj ne mora imati ključnu ulogu u razvitku, ukoliko su na državnoj razini doneseni kvalitetni zakoni koji omogućuju isticanje prednosti te uz planski razvoj regije mogu postati konkurentne i omogućiti kvalitetan život svojim građanima.

Na primjeru Hrvatske lako možemo uočiti kako je jadranska regija puno razvijenija od kontinentalne. Razloge tomu dijelom možemo pripisati i Domovinskom ratu kojim je kontinentalna Hrvatska puno teže pogođena. U slavonskim županijama koje su najteže pogođene ratom vidljivo je da se stanovništvo seli u veće gradove koji pružaju bolje mogućnosti za kvalitetan život zbog još uvijek nedovoljno razvijenog gospodarstva. To je pokazatelj da se u Hrvatskoj ne ulaže ravnomjerno u razvitak cijele zemlje.

Hrvatska je specifična i zbog dobro razvijenoga obalnog turizma koji utječe na depopulaciju kontinentalnog stanovništva koje onda dovode do manjih ili većih gospodarskih i socijalnih problema. Regionalna nejednakost turističkog razvoja ne bi trebala značiti da će neke županije biti uskraćene za gospodarski razvoj putem turizma zato što te županije nisu turistički atraktivne. Putem regionalne suradnje primorskih i kontinentalnih županija može se poticati upotreba kontinentalne hrane u turističkim destinacijama. Lokacija i blizina kontinentalna hrvatske omogućuju joj brzi prijevoz kvalitetne svježije hrane na bilo koji dio obale u jednom danu i na taj način bi mogla pridonositi i svojem razvoju a i kvaliteti i raznovrsnosti turističke ponude. Ali nažalost loša poljoprivredna politika i mnoštvo malih obrtnika ne mogu konkurirati velikim tržišnim proizvođačima. Tako nažalost dolazimo do apsurdna u kojemu prehrambene potrebe turista zadovoljavamo manje kvalitetnom uvoznom hranom dok naši kontinentalni obrtnici zatvaraju svoje poljoprivredne obrte.

Sezonske migracije kontinentalnog stanovništva u jadransku regiju vrlo često se pretvaraju u "potpunu" migraciju gdje kontinentalni stanovnici odlučuju ostati na moru zbog većih mogućnosti zapošljavanja i kvalitetnijeg života. Takve odluke onda utječu na pad konkurentnosti kontinentalnih županija gdje se mlado aktivno i radno-sposobno stanovništvo seli na obalu te dolazi do porasta starog stanovništva koji su ovisni o državi.

Kada spominjemo neravnomjeran razvoj regija svakako bi trebalo u posebnom kontekstu spomenuti otoke kao nekakav poseban i osjetljiv dio regije. Hrvatska strana Jadranskog mora broji 698 otoka, 389 otočića i 78 grebena, što nas čini drugom državom po brojnosti otoka na Sredozemlju (grčko otočje je najbrojnije). Od 698 otoka, samo 48 u smislu da najmanje jedna osoba prebiva na tom otoku. Neki izvori ukazuju na to da Hrvatska ima 66 naseljenih otoka.

Na otocima postoje stoljetne tradicije ribarstva, pomorstva i ovčarstva. Dolaskom i razvojem turizma dolazi do mijenjanja tih tradicija i prilagođavanja turistima. Mnogo je razloga zašto su ljudi odustajali od tradicionalnih načina života i selili se u turistička središta a jedan od razloga je svakako i suvremeni način života i sve što takav život prati a to otoci mladom stanovništvu nisu mogli pružiti. Turizam je došao, uzdrmao otočnu svakodnevicu utjecao na promjenu načina života i bez obzira na njegovu sezonalnost bespovratno promijenio život na otoku. Rijetke su obitelji koje se i danas bave uglavnom gradnjom malih tradicijskih brodica ili barki koje su se razlikovale od otoka do otoka a danas većinom služe u turističke svrhe ili pak stočarstvom a to su im uglavnom dodatni oblici zarade a ne primarni kao nekada.

Naravno nije samo turizam i suvremeni način života utjecao na odumiranje otoka. jedan dio krivice leži i na Hrvatskoj vladi koja svakako može poboljšati život na otocima i pružiti mladima priliku za ostankom na otoku. Sigurno se s otocima ne upravlja dobro, obrti i tradicionalni načini života gube se zbog loše politike koja već dvadeset godina nije uspjela riješiti probleme otočana i omogućiti im kvalitetan život kroz tradicionalne načine života ali i turizam. Veliki potencijali nautičkog turizma spominju se samo na seminarima i u političke svrhe. Najveći problem otočana predstavlja prometna izolacija tj nedostatak brodskih linija s kopnom. Većina otoka nema riješene probleme vodoopskrbe zbog kojih onda cijena vode po kubiku s prijevozom iznosi i preko 70kn a tu su i problemi zdravstvene zaštite, opskrbe benzinom i plinom, prosvjete i dr. Nakon napuštanja otoka dolazi i do napuštanja starih kamenih kuća koje spadaju među najveće vrijednosti tradicionalne otočne baštine te one propadaju ili pak prodaju a kupci su najčešće stranci koji ne poznaju dalmatinsku tradiciju te ih često transformiraju u moderne, stambene ili poslovne objekte čime hrvatski otoci gube na autentičnosti. Ovaj problem potrebno je istaknuti stoga što se hrvatska turistička ponuda želi temeljiti na autentičnosti, a jedan od oblika autentičnosti svakako se nalazi u kulturnoj i graditeljskoj tradiciji koja se nažalost nekontrolirano degradira.

2.8 Negativni utjecaj nautičkog turizma

Republika Hrvatska u svom bogatom nasljeđu ima preko 16% cjelokupne obale Sredozemnog mora koje nastoji zaštititi mnogim zakonskim regulativama. Nautički turizam jedan je od najbrže rastućih oblika turizma kako u svijetu tako i u Hrvatskoj. Plitko more, razvedenost obale i mnoštvo otoka sa prekrasnim krajolicima svrstava Hrvatsku u sam vrh

nautičkih destinacija na Mediteranu. On uključuje plovljenje vlastitim ili unajmljenim brodovima za rekreaciju, razonodu i sport te boravak u lukama posebne namjene ali i boravak na morskim prostorima za koje ne postoji zabrana i ograničenje. Najviše nautičara koji posjete Hrvatsku u dobi je od 30 do 49 godina, a čak 77% ih je visokoobrazovano. Kućanstvo svakog drugog ima mjesečna primanja veća od 3500 eura, stoga ne čudi podatak da troše preko 160 eura dnevno¹¹.

Sve prednosti koje Hrvatska posjeduje za nautičare zbog svoje geografske pozicije mogu postati veliki problem i utjecati na devastaciju nedirnute obale mnogih uvala i otočića, zagađenost mora zbog ogromnih količina kaljužnih, fekalnih i otpadnih voda koje nesavjesni nautičari ispuštaju u more i na kraju uništavanje podmorja sidrima te utjecaj na riblji fond. Nautičari prije svega žele posjetiti obalu netaknute prirode a kada ti posjeti postanu učestali i masovni oni se sele na druge lokacije.

Veliki problem može biti i zadržavanja otpada u morskom okolišu, a on će ostati u okolišu onoliko koliko mu je potrebno da se raspadne odnosno razgradi. Vrijeme koje je potrebno da se otpad razgradi ovisi o samom otpadu i njegovoj strukturi ali i tome dali pluta na moru, da li se nalazi na obali ili je potonuo na dno.

Tablica 3. Vrijeme potrebno za razgradnju otpada

staklena boca	milijun godina
ribarski najloni	600 godina
plastične boce za pića	450 godina
limenke raznih metala	80-200 godina
gumeni donovi	80 godina
koža	50 godina
plastične vreće	20 godina
filteri od cigareta	5 godina
kora od banane i naranče	2-5 tjedna

(izvor: US National Park Service; Monte Marine Lab Sarasota, FL. Datum pristupa 01.09.2015.)

¹¹ <http://www.poslovni.hr/hrvatska/carterasi-u-hrvatskoj-dnevno-trose-oko-160-eura-230939> datum pristupa (02.07.2015.)

Postoje i utjecaji marina na okoliš koji mogu biti:

- izravni i neizravni učinci (gubitak staništa, promjene u kvaliteti mora i sedimentaciji),
- te trajni učinci (gubitak prirodnih ljepota, trajno smanjenje kvalitete mora, povećanje razine buke, porast lokalnih pritisaka – npr. prometnih)¹².

Kao jedan od najvažnijih potencijalnih negativnih utjecaja marina na okoliš navodi se onečišćenje. Rezultati istraživanja tipova onečišćenja koji se dovode u vezu s marinama mogu se sažeti kako slijedi:

1. marine i nautički turizam mogu uzrokovati lokalno smanjenje kvalitete morske vode i negativni utjecaj na morske organizme i ekosustave.
2. U nekim su studijama utvrđene toksične razine teških kovina koje uzrokuju široki raspon negativnih efekata na morske organizme. Svi ti efekti što se pojavljuju na individualnim organizmima mogu imati negativne posljedice na čitave zajednice
3. Organske tvari u komunalnim i industrijskim otpadnim vodama, te obogaćivanje dušikovim i fosforim solima, može rezultirati smanjenjem biološke raznolikosti.
4. Slaba cirkulacija vode unutar luka nautičkoga turizma djeluje na smanjenje kvalitete morske vode¹³.

Agresivno uništavanje obale gradnjom lukobrana na mjestima gdje je slaba izmjena vode utječe na morski život ali i na izgled same obale koja postaje umjetna i betonska. Zbog navedenih razloga nastoji se smanjiti pritisak na obalu i sve aktivnosti staviti u okvire održivosti. Jedan od načina su ograničenja izgradnji marina zakonima i studijama utjecaja na okoliš.

Još jedan negativni utjecaj nautičkog turizma ogleda se i kroz invazivne alge koje postaju sve veći problem u Jadranskom moru. Zelena alga *Caulerpa racemosa* porijeklom iz tropskih i umjereno toplih mora jedna je od najpoznatijih stranih morskih vrsta u Sredozemlju i vrlo je invazivna. Uvrštena je među najopasnije strane invazivne vrste u Sredozemlju jer širenjem može istisnuti autohtone vrste i utjecati na promjenu morskog okoliša.

¹² <http://www.mppi.hr/UserDocsImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf>
(datum pristupa 02.07.2015.)

¹³ <http://www.mppi.hr/UserDocsImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf>
(datum pristupa 02.07.2015.)

U Hrvatskom dijelu Jadrana prvi puta je zabilježena 2000. godine u Dalmaciji. U Istri je dosad nađena na nekoliko lokaliteta: Medulin, Brijuni, Vrsar i Poreč koji je sada najsjevernija točka. Nažalost uklanjanje ovih algi je zahtjevno a rezultati su često razočaravajući. Pronalazak ove vrste ali i drugih invazivnih algi u Jadranu je vrlo vjerojatan a kao jedan od glavnih razloga brzog širenja su nautičari tj. njihova plovila koja na svojim sidrima prenose alge. Rizik je veći u ljetnim mjesecima kada se veliki broj turista nekontrolirano sidri. Pojavljivanjem invazivnih algi može doći mali domaći ribari primorani su odlaziti u dublje vode susreću se s problemima poput manjeg fonda riba i manjih riba. Neke se riblje vrste sele na druge lokacije zbog promjena morskog dna i manjka morskih organizama kojima se hrane. Treba napomenuti da i daljnje širenje algi u plićim vodama može negativno utjecati na turiste i lokalne ljude koji se kupaju na plažama¹⁴.

¹⁴ <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=2112>, datum pristupa (02.06.2015)

3. Negativni utjecaj turizma na grad Dubrovnik

Dubrovnik je grad smješten na samom jugu Hrvatske često je s razlogom zvan "biserom" Jadrana zbog svoje lokacije, povijesti, očaravajućeg starog grada i popularnosti među turistima. Njegova povijesna urbana cjelina uvrštena je u UNESCO-ov registar svjetske baštine 1978.godine.

Početak modernog turizma u Dubrovniku smatra se godina 1897. kada je u gradu otvoren Grand Imperial hotel koji posluje i danas kao dio lanca hotela Hilton. U Dubrovniku se danas nalazi devet hotela sa pet zvjezdica, što je najviši broj visokokategorika u jednom turističkom odredištu u cijeloj Hrvatskoj. U gradu i njegovoj okolini još se nalazi još sedam hotela sa četiri zvjezdice i čak dvadeset i pet s tri zvjezdice.

Dubrovnik danas predstavlja simbol Hrvatske i njenog turizma. Kruzeri i gužve najlakše opisuju ljetnu svakodnevicu Dubrovčana. Stalnim povećanjem broja gostiju Dubrovnik se susreće s mnogim problemima koji utječu na kvalitetu života lokalnog stanovništva. U ovom poglavlju dotaknuti će se problema gužvi s naglaskom na stari grad, govorit će i o štetnosti kruzing turizma i mogućoj izgradnji golf terena i popratnih sadržaja na platou Srđa.

3.1 Infrastrukturni projekti u Dubrovniku

Dubrovnik je danas pretežito avio destinacija gdje 8 od 10 turista stiže zrakom, stoga ne čudi činjenica da su gosti iz udaljenijih destinacija među prva tri mjesta (Ujedinjeno Kraljevstvo, Norveška, SAD-e) dok su Nijemci koji su naši najbrojniji gosti tek na devetom mjestu. Zračna luka Čilipi važna je kako za grad, tako i za županiju, jer do Dubrovnika ne vodi ni željeznica, ni autocesta. Zbog sve većeg broja turista koji slijeću u Dubrovačku zračnu luku ona postaje mala i nepraktična za prihvata preko jednog milijuna i pol putnika koliko ih je bilo 2014 godine. Zračna luka prijavljena je EU kao veliki nacionalni projekt te su odobrena sredstva u visini do 220 milijuna eura koje kroz kvalitetne projekte grad Dubrovnik i zračna luka mogu osigurati iz takozvanog "Junckerova" fonda te će zračna luka biti znatno modernizirana.

Autoceste su uvelike pridonijele razvoju i konkurentnosti Hrvatskog turizma ali Dubrovnik je zbog svoje odvojenosti od ostatka Hrvatske ostao relativno loše cestovno povezan s ostatkom Hrvatske samim time i s turistima koji dolaze s autima ili autobusima. Planovi za izgradnju Pelješkog mosta postoje, pripremni radovi počeli su netom prije svjetske krize 2007. godine koja je cijeli projekt spajanja Dubrovačko-neretvanske županije s ostatkom Hrvatske stavila pod veliki upitnik. Nakon nekoliko godina zastoja, ulaskom Hrvatske u Europsku Uniju on ponovo postaje realan i bitan projekt kako za EU tako i za Hrvatsku, te bi trebao biti sufinanciran od EU-a u visini do 85%. Cijena Pelješkog mosta s početnih 280 milijuna eura prepolovljena je a prema najavama premijera Milanovića i resornih ministara natječaj će se otvoriti do kraja 2015. godine a sama gradnja mosta trebala bi započeti krajem 2016 godine ili početkom 2017 godine a trajat će između 2,5 i 3 godine. Nakon što izgradnja mosta bude gotova Dubrovnik će postati "lako" dostupan grad za one koji dolaze osobnim vozilima te se mogu očekivati još veće gužve, a gradske vlasti morat će naći trajno rješenje izgradnjom velikih parkirališta ili financiranjem besplatnih autobusa koji će turiste prevoziti do centra grada.

3.2 Utjecaji kruzing turizma na grad Dubrovnik

Kruzing turizam je jedan od "najmobilnijih" oblika turizma a često ih se naziva i plovećim "gradovima" zbog velikog broja turista na brodu. Turist na brodu ima smještaj, hranu i sve oblike zabave te praktički ne treba silaziti s broda za vrijeme putovanja. U jednom kružnom putovanju obilazi se po nekoliko turističkih destinacija gdje turisti imaju mogućnost obilaska gradova i prirodnih znamenitosti destinacije u koju su stigli.

U Hrvatskoj je 2014. godine ostvareno 705 kružnih putovanja stranih brodova s 1,02 milijuna putnika, koji su u Republici Hrvatskoj boravili u nešto manje od dva dana. Grad Dubrovnik je glavna hrvatska kruzing destinacija te ostvaruje preko 70% prihoda od kruzing turizma u Hrvatskoj¹⁵, a 2013. godine proglašen je i najboljom kruzing destinacijom na Mediteranu.

¹⁵ <http://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/nemamo-pojma-koliku-nam-zaradu-donose-ali-znamo-koliko-otpada-proizvode---381453.html>, datum pristupa (07.06.2015.)

Iako kruzeri predstavljaju luksuz, to ne mora značiti da su oni skupi za prosječnog turista. Nažalost turist sa kruzera troši otprilike 30% manje od stacioniranog turista što nam govori kako oni nisu platežno superiorniji od drugih turista, te ih u obilasku destinacije zanimaju samo glavne atrakcije suveniri i slikanje. Razlozi se mogu pronaći u kratkom vremenu kojeg turisti imaju na raspolaganju, mogu biti u financijskim mogućnostima turista ali i nedostatku kvalitetne ponude za takvu vrstu turista. Stihijsko otvaranje suvenirnica u Starom gradu koje većinom služe za zadovoljavanje potreba gostiju s kruzera utječe na kvalitetu ponude. Primjer tomu možemo naći u najtiražnijim njemačkim novinama Bild u kojima je urednik rubrike putovanja ostao razočaran ponudom autentičnih suvenirna a posebno su ga se "dojmile" slike od ulja na platnu za koje je rekao da ih takve može jedino objesiti u podrumu. Za vrijeme turističke sezone prevelik brojčani odnos putnika prema lokalnom stanovništvu negativno utječe na zadovoljstvo turista destinacijom koje proizlazi iz negativnog odnosa lokalnog stanovništva prema turistima. Poglavitno je to izraženo u starom gradu u kojem je najveća koncentracija kulturnih znamenitosti koje privlače najveći broj turista koji onda utječu na ogromnu razliku u omjeru turista s kruzera i lokalnog stanovništva. Taj omjer se kreće od 10:1 do čak 35:1 ovisno o broju kruzera. Također postoji realna mogućnost gubitka tradicionalnog načina života lokalnog stanovništva, uslijed konstantnog kontakta sa turistima različitih kulturnih naslijeđa. Još jedan problem ogleda se i u negativnom ocjenjivanju hotelskih gostiju na kruzerske posjetitelje i to sa aspekta boravka u destinaciji kao i atraktivnosti destinacije. 88 posto ispitanika iz te skupine smatra da putnici s kruzera "preplave" grad, 77% da su gužve veliki problem, 60% da zbog gužvi izazvanih dolaskom kruzera trpe u svakodnevnom životu, 64% da su kruzerski izletnici slabi potrošači, 21% da kruzeri donose više štete nego koristi, a svega 8% da oni i članovi njihovih domaćinstava imaju neposredne ili posredne koristi od kruzera¹⁶. Kako spriječiti i reagirati na gore navedene probleme prije svega je pitanje za odgovorne ljude u turizmu i gradonačelnika.

Ivo Kunst sa instituta za turizam negativno se osvrće na razvoj kruzring turizma ali i na moguću izgradnju autoceste do Dubrovnika te kaže:

«Što se tiče novih ulaganja u hotelsku ponudu, ona su bitno manje opasna za dugoročnu održivost kvalitetnog turističkog privređivanja u Dubrovniku nego je to

¹⁶ <http://www.dubrovniknet.hr/novost.php?id=25903#.VcmXmrTz6Ps>, datum pristupa (07.06.2015)

nekontroliran priljev jednodnevnih posjetitelja, bilo da oni dolaze kruzerima ili osobnim vozilima. U tom kontekstu, a neovisno o činjenici da Dubrovčani vape za boljom cestovnom vezom s ostatkom Hrvatske, moram upozoriti na moguće negativne posljedice dovođenja autoceste do ulaza u Grad. Naime, s obzirom na činjenicu da će tada biti moguće spavati na udaljenosti od stotinjak kilometara od Grada te dnevno komutirati prema njemu, bit će potrebno, da karikiram, u Mokošici izgraditi garažno-parkirališne prostore za prihvat dodatnih 15.000 dnevnih posjetitelja koji će dobar dio svog odmora provoditi unutar gradskih zidina, a najveći dio novaca ostavljati u mjestu privremenog boravka (pansion). Ovaj dodatni potencijalni priljev jednodnevnih posjetitelja, kao i 'veliki' planovi s daljnjim povećanjem broja uplovljavanja kruzerima, po mojem će mišljenju, zasigurno značajno degradirati današnji turistički doživljaj Dubrovnika, te dovesti u pitanje smisao samog dolaska i boravka u Gradu kod velikog broja današnjih gostiju. U takvim okolnostima, neovisno o imidžu UNESCO destinacije nulte kategorije, struktura potražnje sve će se više profanirati i okretati jednodnevnoj izletničkoj populaciji, pri čemu će hoteli trpjeti nenadoknadivu štetu. Naravno, bitno će se pokvariti i ionako već dobrano narušena kvaliteta života lokalnog stanovništva¹⁷.»

Hrvoje Carić također sa instituta za turizam piše o tome kako kruzeri uništavaju okoliš te ne doprinose razvoju turizma u Hrvatskoj. navodi da kruzeri kapaciteta tri tisuće gostiju dnevno mogu proizvesti 10-12 tona krutog otpada, 1200 kg ugljičnog dioksida po kilometru plovidbe te 390-480 kg opasnog otpada. Koristeći te spoznaje Carić je izračunao da izravni troškovi onečišćenja za hrvatski dio Jadrana, ne računajući posredne štete, sedmerostruko premašuju financijske koristi za hrvatsko gospodarstvo. Naime, dok jednogodišnji prihod od kruzera koji je uzeo u obzir iznosi 52,8 milijuna eura, troškovi opterećenja okoliša iznose čak 390 milijuna eura. Drugim riječima, na svaki milijun eura prihoda dolazi oko sedam milijuna štete. Podatci iz Državnog zavodu za statistiku govori kako je na mjernim postajama tijekom 2013 godine Dubrovnik imao najveće taloženje sumpora u cijeloj Hrvatskoj. Sumpor je uzročnik kiselih kiša koje vode uništavanju okoliša i šuma. Preporučene granične vrijednosti iznose 2 – 5 kg/ha taloženja sumpora, na većini postaja u Hrvatskoj iznose 2 - 6 kg/ha, u Rijeci 11 kg/ha, a u Dubrovniku čak 31,13 kg/ha¹⁸!

¹⁷ <http://www.dubrovniknet.hr/novost.php?id=25903#.VcmXmrTz6Ps>, datum pristupa (07.06.2015)

¹⁸ <http://www.slobodnadalmacija.hr/Biznis/tabid/69/articleType/ArticleView/articleId/163261/Default.aspx>, datum pristupa (07.06.2015.)

Zabrinjavajući su i trendovi u posljednjih deset godina, prema kojima se kruzeri u našim lukama sve kraće zadržavaju, a istovremeno dolaze sve veće i veće grdosije s više putnika. Primjerice, 2002. godine kruzeri su se u prosjeku u nekoj luci sidrili 2,03 dana, a 2009. godine samo 1,68 dana. Istovremeno, dok je 2000. godine naše jadranske destinacije obišlo 168 kruzera s prosječnim brojem od 755 putnika po brodu, 2009. godine broj kruzera se popeo na 628, s prosječnim brojem putnika 1347¹⁹.

Dubrovnik je se nalazi na specifičnom geografskom području, s jedne strane nalazi se more s druge strane brdo Srđ. Oni ne dozvoljavaju gradu da se širi te se s gradom i turizmom mora upravljati na maksimalno održiv način pri čemu na prvom mjestu ne bi trebao biti broj noćenja i broj putnika nego kvaliteta usluge i ponude te doživljaj.

3.3 Problemi življenja u Dubrovniku

Dubrovnik je specifičan grad sa usko koncentriranim turističkim atrakcijama, a te atrakcije nalaze se u starom gradu koji je okružen dubrovačkim zidinama. U ljetnim mjesecima grad je prepun stacioniranih turista ali i onih koji dolaze na jednodnevan izlet. Svi oni obilaze starogradsku jezgru i onemogućuju normalan način života ljudima koji žive unutar zidina. Uplovljavanja velikih kruzera nikako ne pomažu u normalizaciji života a zna se dogoditi da u jednom danu dođe i po šest kruzera sa preko 15000 ljudi koji onda kreću u razgledavanje starog grada. Stvaraju se ogromne gužve te se na ulaz u stari grad zna čekati i po 15 minuta a u regulaciji pješačkog prometa ne rijetko pomaže i policija.

Uvjeti življenja u staroj jezgri veoma su loši zbog navala turista, buke, gužve, zbijenosti, visokih cijena u prodavaonicama i loše uređenih stanova. Stanovi su obično u veoma lošem stanju zbog svoje starosti. Neki ne posjeduju ni sanitarni čvor, a građevinski radovi čiji je cilj preuređenje i osuvremenjivanje veoma su skupi i teško je dobiti sve dopusnice jer je stara jezgra svjetska kulturno-povijesna baština pod zaštitom UNESCO a. Ti razlozi utječu na odluku o iznajmljivanju stanova ili čak njihovoj prodaji. Cijena kvadrata obnovljenog stana uz Straduna prodaju se i po 7 000 eura. Prosječnom građaninu svakako se isplati prodati nekretninu iz starog grada. On sa dobivenim novcem može kupiti mnogo veći

¹⁹ <http://www.slobodnadalmacija.hr/Biznis/tabid/69/articleType/ArticleView/articleId/163261/Default.aspx>, datum pristupa (07.06.2015.)

stan ili kuću na periferiji grada i omogućiti si kvalitetniji i normalniji život. Najnoviji podaci govore kako u starom gradu živi još 1000 ljudi što je smanjenje od preko 75% u odnosu na početke turizma u Dubrovniku²⁰.

Dubrovnik se susreće s još jednim problemom. Zbog skupih uvjeta života sve se manje ljudi odlučuje na rad u državnim institucijama gdje su plaće znatno manje nego u turizmu. Primjer tog problema možemo naći u velikom priljevu policajaca iz Slavonije koji dolaze na rad u grad. Zbog prosječnih plaća koje se kreću oko 4500 kuna od kojih pola odlazi na najam stana tj smještaj grad je donio odluku o financiranju jednog obroka dnevno.

3.4 Golf na Srđu

Srđ je brdo iznad Dubrovnika sa čijeg se ogranka pruža jedinstven pogled na stari grad, otok Lokrum i druge dubrovačke znamenitosti. Na Srđu se nalazi i tvrđava Imperial koja je izgrađena 1806 godine a postala je jednim od simbola Domovinskog rata. Danas tvrđava služi kao muze i caffè bar s terasama.

Priča o golfu na platou Srđa počinje prije devet godina osnivanjem trgovačkog društva Razvoj golf d.o.o koje se od tada intenzivno bavi razvojem projekta izgradnje golfskih igrališta s pratećim sadržajima na platou Srđa. Iza tog trgovačkog društva stoji tvrtka Loyds investment corporation čiji je glavni direktor Aaron Frenkel. Tvrtka nije na dobrome glasu te mnogi istraživački novinari negativno pišu o njoj, a kao glavne probleme ističu ne transparentnost i pranje novca.

Kako u ovom radu pišem o negativnim društvenim aspektima razvoja turizma a ovaj projekt nije još realiziran, iznijeti ću svoje mišljenje i mišljenje struke o tome zašto bi taj projekt bio društveno neprihvatljiv i nepotreban. Potreba izgradnje golf parka opravdava se činjenicom da Dubrovniku nedostaje konkurentnosti i kvalitetne ponude koja će pridonijeti većoj zaradi.

Autor studije Utjecaj projekta «Golf park Dubrovnik» ističe ove probleme²¹:

²⁰ <http://www.dubrovniknet.hr/novost.php?id=12847#.VcmdP7Tz6Ps>, datum pristupa (08.06.2015.)

- Dubrovački turistički proizvod relativno je nekonkurentan (jer je zastario, jer je nemaštovit i jer je marketinški loše osmišljen);
- Turistički proizvod grada Dubrovnika, usprkos značajnim naporima, pa i ulaganjima u posljednjim godinama, i dalje stagnira';
- Zamjetan je nedostatak na tržištu nekretnina sve traženijih rezidencijalnih vila, ekskluzivnih apartmana izvan gusto naseljenih, bučnih i zelenilom oskudnih gradskih četvrti';
- Dubrovnik je već suočen s činjenicom da postaje uglavnom izletničko odredište'; odnosno
- 'Fizički kapaciteti ugostiteljskog segmenta turističke ponude nadmašuju potrebe, odnosno potražnju', ali 'Dubrovniku nedostaje kvalitetnih, zanimljivih, cjenovno prihvatljivih i lako dostupnih ugostiteljskih objekata s raznolikim ... gastronomskim specijalitetima...'

Kao koristi koje će Dubrovnik ostvariti spominju se²²:

- Diversifikacija turističkog proizvoda.
- Produženje turističke sezone na 8-9 mjeseci: mogućnost cjelogodišnjeg igranja golfa.
- Privlačenje gostiju veće platežne moći: povećanje turističke potrošnje.
- Stvaranje proizvoda s dodanim vrijednostima.
- Podizanje kvalitete ukupnog turističkog proizvoda dubrovnika i DNŽ.
- Jačanje identiteta dubrovnika kao turističke destinacije (posebice u tržišnom segmentu više platežne moći).
- Povećanje broja noćenja od 3-5% na temeljima usporedivih iskustava.
- Stvaranje mogućnosti turističkog razvoja ostalih dijelova županije, ponaprije Konavala (zračna luka), ali i svih ostalih dijelova DNŽ.
- Povećanje volumena turističke ekonomije.
- Pomlađivanje destinacije: uključivanje novog proizvoda, nove kvalitete, novog tržišta.

21

http://www.golfparkdubrovnik.hr/uploads/dokumenti/utjecajprojektagolfparkdubrovniknaturizamigospodarstvo_dubrovnika_130205153441.pdf, datum pristupa (08.06.2015.)

22

http://www.golfparkdubrovnik.hr/uploads/dokumenti/utjecajprojektagolfparkdubrovniknaturizamigospodarstvo_dubrovnika_130205153441.pdf, datum pristupa (08.06.2015.)

- Jačanje konkurentnosti Dubrovnika kao turističke destinacije.
- Dubrovnik postaje poznati športsko-rekreacijski centar u okruženju.
- Dubrovnik kao svjetski atraktivna golf destinacija

Složio bih se sa većinom gore navedenih problema ali bi i rekao kako se svi oni mogu riješiti na ekološki prihvatljiviji način a ne izgradnjom golf parka na platou Srđa. Gradu Dubrovniku nedostaju besplatni javni sadržaji kojima bi se služili građani a Srđ je odlična lokacija za bilo kakvu vrstu rekreacije. Gradnjom hotela, apartmana i vila koji bi činili jedan dio golf parka onemogućila bi se sloboda građanima i njihovo kretanje bilo bi strogo ograničeno na određene dijelove prilagođene rekreaciji građana, a pritom treba imati na umu i određenu dozu nelagode i nezadovoljstva koja bi se stvarala kod gostiju hotela ukoliko bi se stvarale gužve. Uz navedene gužve problemi za društvo kretali bi se i od mogućih nedostataka pitke vode u suhim ljetnim mjesecima pa sve do velikih gužvi do kojih bi dovela nova cesta koja bi povezivala grad sa golf centrom. Nažalost nigdje se ne spominju i mogući infrastrukturni problemi koji bi pratili izgradnju prometnica do Srđa. Elektroopskrba, vodoopskrba, kanalizacija i oborinska odvodnja mogu stvoriti velike probleme. Utjecaj na podzemne vode se u potpunosti zanemaruje kao i mogući problemi prilikom korištenja različitih vrsta trava i zalijevanja posebnim vodama koje sprječavaju brzi rast trave. Mišljenja sam da je projekt loše zamišljen na lokaciji koja bi mogla i trebala biti na raspolaganju svim građanima a golf tereni koji bi mogli produžiti sezonu trebali bi se graditi na društveno i ekološko prihvatljivim lokacijama koje bi bile odabrane stručno i nepristrano.

Institut za turizam napravio je recenziju gore navedene studije te je zaključio da je ona pristrana te se uglavnom spominju cifre koje bi napunile proračune države i grada. Te brojke nemaju kvalitetnu podlogu te su precijenjene i subjektivne. Treba napomenuti i da se projekt velikoj mjeri oglašuje na velik broj direktivnih županijskih prostorno-planskih odrednica. Mišljenje je instituta da se budući razvoj grada treba graditi u skladu sa njegovim jedinstvenim kulturno-povijesnim spomenicima i kako bi takav način razvoja diferencirao Dubrovnik kao turističku destinaciju.

Zaključak

Negativni društveni aspekti turizma postoje, iako se često njihov utjecaj stavlja na stranu ili čak i zanemaruje, njegovi utjecaji vidljivi su u svim sferama života domicilnog stanovnika. Mislim da su ministarstvo turizma, hrvatska turistička zajednica ali i sami stanovnici odgovorni za pozitivne i negativne posljedice nekog oblika turizma u destinaciji. Ljudi često nisu svjesni ozbiljnosti problema niti njihovih efekata na atraktivnost destinacije. Gotovo svaki oblik turizma prate nekakvi negativni aspekti koji su posljedica promjenjivosti turističkih trendova. Kako bi udovoljili turistima, domaćini često nude proizvode i usluge koje nisu nužno vezani za određenu destinaciju a sve kako bi privukli turiste. Povećanim priljevom turista dolazi do rasta cijena proizvoda i usluga u turizmu što negativno utječe na raspoloženje stanovništva koje se onda reflektira na odnos prema turizmu kao sektoru ali i prema turistima.

Identitet zajednice čine ljudi, kultura, tradicija i priroda koji čine začarani krug uspješnosti i atraktivnosti destinacije. Kada je taj krug prekinut dolazi do negativnih promjena koje mogu rezultirati gubljenjem identiteta destinacije. Zbog tih razloga razvoj turizma se mora prilagođavati destinaciji a ne obrnuto kako je često slučaj. Masovni turizam utjecao je na ponudu koju destinacija pruža. Ta ponuda se kreće prema zadovoljavanju potreba turista sa brзом hranom i ne autentičnim suvenirima. Mnogi poduzetnici i osobe koje žele investirati u turizam gledaju svoje interese, a interese građana i destinacije trebaju braniti nadležna ministarstva i turističke zajednice koje moraju imati plan održivog razvoja turizma kroz autentičnost i tradiciju.

Na primjeru Dubrovnika mogu se vidjeti sve prednosti ali i izazovi s kojima bi se Hrvatski turizam u bliskoj budućnosti trebao suočavati. Hrvatska obala privlači sve veći broj kruzera koji dovode mnoštvo turista na kružnim putovanjima, nažalost kruzери se u gradovima zadržavaju kratko te turisti s kruzera ostavljaju malo novca u gradskim blagajnama. Negativnosti kruzering turizma ogledaju se u uništavanju morskog dna, pogoršanju kvalitete mora i zraka ali i negativnog djelovanja na stacionirane goste koji zbog velikih gužvi ne mogu kvalitetno provesti svoj odmor i posjetiti znamenitosti. S razvojem turizma dolazi i do iseljavanja stanovništva iz starogradskih jezgri i njihovih pretvaranja u "apartmanska naselja". Mislim da se autentičnost na razini cijele Hrvatske u velikoj većini uspjela održati unatoč

izazovima suvremenog doba te u godinama koje slijede trebamo pažljivo i planski razvijati turizam usporedno s tradicijom i autentičnošću.

Iako sam u radu obradio mnoge negativnosti turizma koje on ostavlja na društvo, treba imati na umu da je turizam i pozitivno utjecao na društvo. Mnoge tradicije koje bi bez turizma izumrle ili ostale zaboravljene danas se oživljavaju te s ponosom predstavljaju turistima. Hrvatska posjeduje sve elemente potrebne za uspješan turizam. Bogata povijest, predivni pejzaži, nacionalni parkovi, čisto more i mnogi drugi aduti Hrvatskoj pružaju mogućnosti kakve mnoge druge zemlje mogu samo poželjeti a na nama je zadatak da se prema njima odnosimo pažljivo i s poštovanjem te ih ponosno dočaramo turistima koji će to onda sigurno znati cijeliti.

Literatura

Knjige:

1. Blažević, B. (2007) : *Turizam u gospodarskom sustavu* , Opatija, Fakultet za Turistički i hotelski menadžment
2. Akrap, A. (2003) : *Činitelji demografskih kretanja u Republici Hrvatskoj*, Zagreb, državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži
3. Pirjavec, Boris, Oliver Kesar (2002) : *Počela turizma*, Zagreb, Mikrograd

Internetski članci:

1. Golf Park
Dubrovnik, http://www.golfparkdubrovnik.hr/uploads/dokumenti/utjecajpr-ojekttagolfparkdubrovniknaturizamigospodarstvodubrovnika_13020515344_1.pdf
2. Index.hr, <http://www.index.hr/vijesti/clanak/vodeci-ekonomski-i-turisticki-strucnjaci-su-slozni-golf-na-srdju-nije-u-interesu-dubrovnika-/658551.aspx>
3. Index.hr, <http://www.index.hr/vijesti/clanak/vodeci-ekonomski-i-turisticki-strucnjaci-su-slozni-golf-na-srdju-nije-u-interesu-dubrovnika-/658551.aspx>
4. Index.hr, <https://www.index.hr/vijesti/clanak/hajdas-doncic-peljeski-most-pocinje-se-graditi-krajem-godine-kostat-ce-200-milijuna-eura/827157.aspx>
5. Institut za turizam, http://s3-eu-west-1.amazonaws.com/zelena-akcija.production/zelena_akcija/document_translations/876/doc_files/original/PRILOG2-Turizam-analizaEKONOM-SRDJ.pdf?1358856662
6. hr | Discover
Dinarides, <http://www.discoverdinarides.com/files/file/odrzivi-turizam-dap-1373375745.pdf>
7. vsmti.hr, www.vsmti.hr/nastava/.../doc.../890-3-torta-povijesni-razvoj-turizma.htm...
8. TRANZICIJA, http://web.efzg.hr/dok/MGR/Bogdan/GH_Tranzicija_avrak_2007_08.pdf

9. VRSTE TURIZMA, <http://www.ef.uns.ac.rs/Download/ekonomija-u-turizmu-i-ugostiteljstvu/2013-03-04-vrste-turizma.pdf>
10. News Portal DubrovnikNet najnovije vijesti/Dubrovnik novosti, <http://dubrovacki.hr/clanak/69300/buducnost-turisticke-ponude-je-u-kreiranju-autenticnog-doživljaja>
11. Turistička zajednica grada Korčule, <http://www.visitkorcula.eu/index-hr.html>
12. tportal.hr, <http://www.tportal.hr/lifestyle/obiteljdom/384307/Svake-godine-cijene-ljetovanja-na-Jadrano-rastu.html>
13. Limun.hr, <http://limun.hr/main.aspx?id=946391>
14. Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, <http://www.mrms.hr/olaksani-uvjeti-i-potpore-za-sezonski-rad-u-turizmu/>
15. Hrvatski zavod za zapošljavanje, <http://www.hzz.hr/default.aspx?id=11179>
16. Geografija.hr, Hrvatsko geografsko društvo, <http://www.geografija.hr/hrvatska/problem-razvoja-hrvatskih-otoka/>
17. Večernji.hr, <http://www.vecernji.hr/hrvatska/zivim-na-otoku-i-sve-se-vise-osjecam-kao-da-zivim-na-marsu-935045>
18. Večernji.hr <http://www.vecernji.hr/hrvatska/donosimo-rokove-za-peljeski-most-gradnja-nece-poceti-prije-proljeca-2016-1012360>
19. Pomorski fakultet u Rijeci, <http://www.pfri.uniri.hr/knjiznica/NG-dipl.LMPP/191-2014.pdf>
20. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=2112>
21. Ministarstvo pomorstva, prometa i infrastrukture, <http://www.mppi.hr/default.aspx?id=9015>
22. Svjetska cruise industrija i njen utjecaj na cruise odredišta, <http://www.pfri.uniri.hr/knjiznica/NG-dipl.LMPP/200-2014.pdf>
23. croenergo.eu, <http://www.croenergo.eu/Koliki-je-utjecaj-kruzera-na-okolis-i-zagadjenje-mora-26077.aspx>
24. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, <http://www.mppi.hr/UserDocsImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf>

25. Poslovni dnevnik, <http://www.poslovni.hr/hrvatska/za-projekt-obnove-zracne-luke-dubrovnik-bespovratnih-405-milijuna-kuna-282992>
26. Poslovni dnevnik, <http://www.poslovni.hr/nekretnine/cijene-nekretnina-u-hrvatskoj-291417>
27. Slobodna Dalmacija, <http://www.slobodnadalmacija.hr/Dubrovnik/tabid/75/articleType/ArticleView/articleId/283730/Default.aspx>

Članci:

1. Hrčak Portal znanstvenih časopisa Republike Hrvatske, <http://hrcak.srce.hr/file/58284>.
2. Hrčak Portal znanstvenih časopisa Republike Hrvatske, <http://hrcak.srce.hr/file/138669>.
3. Hrčak Portal znanstvenih časopisa Republike Hrvatske, <http://hrcak.srce.hr/file/14788>.
4. Hrčak Portal znanstvenih časopisa Republike Hrvatske, <http://hrcak.srce.hr/file/84467>.

Popis tablica:

Tablica 1. Usporedba prosječnih cijena u €/m² u veljači 2015. po županijama, str. 14

Tablica 2. Broj prijava potreba za radnicima i zapošljavanje osoba s evidencije Zavoda od 2006. - 2014. godine na sezonskim poslovima, str. 16

Tablica 3. Vrijeme potrebno za razgradnju otpada, str 20

