

# Upravljanje razvojem socijalnog turizma

---

**Kovač, Dorotea**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2018**

*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:137:962049>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-18**



*Repository / Repozitorij:*

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“

**DOROTEA KOVAČ**

**UPRAVLJANJE RAZVOJEM SOCIJALNOG  
TURIZMA**

Diplomski rad

Pula, rujan 2018.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“

**DOROTEJA KOVAČ**

**UPRAVLJANJE RAZVOJEM SOCIJALNOG  
TURIZMA**

Diplomski rad

**JMBAG: 0303039105, redoviti student**

**Studijski smjer: Turizam i razvoj**

**Predmet: Upravljanje razvojem turizma**

**Znanstveno područje: društvene znanosti**

**Znanstveno polje: ekonomija**

**Znanstvena grana: trgovina i turizam**

**Mentor: doc. dr. sc. Lela Tijanić**

Pula, rujan 2018.



## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

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

Student

---

U Puli, rujan 2018. godine



**IZJAVA**  
**o korištenju autorskog djela**

Ja, Dorotea Kovač, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom „Upravljanje razvojem socijalnog turizma“ 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, rujan 2018.

Potpis

---

# SADRŽAJ

|  |           |
|--|-----------|
| <b>UVOD .....</b>  | <b>1</b>  |
| <b>1. TEORIJSKE OSNOVE UPRAVLJANJA RAZVOJEM TURIZMA .....</b>                                  | <b>3</b>  |
| <b>1.1. Turizam kao čimbenik razvoja.....</b>  | <b>3</b>  |
| 1.1.1. <i>Međuovisnost turizma i gospodarskog razvoja .....</i>                                | <i>5</i>  |
| 1.1.2. <i>Međuovisnost turizma i društvenog razvoja .....</i>                                  | <i>8</i>  |
| <b>1.2. Proces odlučivanja o razvoju turizma .....</b>   | <b>12</b> |
| 1.2.1. <i>Organizacija i metode odlučivanja .....</i>  | <i>12</i> |
| 1.2.2. <i>Kriteriji odlučivanja o razvoju turizma .....</i>                                    | <i>15</i> |
| <b>1.3. Upravljanje razvojem turizma .....</b>   | <b>16</b> |
| 1.3.1. <i>Ciljevi razvoja turizma .....</i>  | <i>17</i> |
| 1.3.2. <i>Strategija razvoja turizma .....</i>   | <i>19</i> |
| 1.3.3. <i>Politika razvoja turizma .....</i>   | <i>23</i> |
| 1.3.4. <i>Planiranje turističkog razvoja .....</i>   | <i>25</i> |
| 1.3.5. <i>Upravljanje razvojem novih pojavnih oblika turizma – turizam dostupan svima.....</i> | <i>26</i> |
| <b>2. SOCIJALNI TURIZAM – POJMOVNO ODREĐENJE .....</b>   | <b>29</b> |
| <b>2.1. Temeljne odrednice socijalnog turizma .....</b>  | <b>29</b> |
| 2.1.1. <i>Definiranje socijalnog turizma .....</i>   | <i>31</i> |
| 2.1.2. <i>Povijest razvoja socijalnog turizma .....</i>  | <i>33</i> |
| <b>2.2. Doprinos socijalnog turizma društvenoj integraciji i globalnom razvoju.....</b>        | <b>34</b> |
| <b>2.3. Međunarodna organizacija za socijalni turizam .....</b>                                | <b>37</b> |
| <b>3. SOCIJALNI TURIZAM U EUROPSKOJ UNIJI .....</b>  | <b>40</b> |
| <b>3.1. Stanje ponude i potražnje socijalnog turizma u Europskoj uniji.....</b>                | <b>41</b> |

|  |            |
|--|------------|
| <b>3.2. Projekti financirani od strane Europske unije u području socijalnog turizma.....</b>   | <b>44</b>  |
| <b>4</b>   |            |
| 3.2.1. <i>Projekt Calypso.....</i>   | <b>46</b>  |
| 3.2.2. <i>Ostali projekti.....</i>   | <b>48</b>  |
| <b>3.3. Primjeri dobre prakse socijalnog turizma u državama članicama .....</b>                | <b>50</b>  |
| 3.3.1. <i>Socijalni turizam u Francuskoj .....</i>   | <b>51</b>  |
| 3.3.2. <i>Socijalni turizam u Sloveniji .....</i>  | <b>54</b>  |
| 3.3.3. <i>Socijalni turizam u Španjolskoj.....</i>   | <b>55</b>  |
| <b>4. SOCIJALNI TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ .....</b>  | <b>57</b>  |
| <b>4.1. Stanje ponude socijalnog turizma u Republici Hrvatskoj .....</b>                       | <b>57</b>  |
| <b>4.2. Stanje potražnje za socijalnim turizmom u Republici Hrvatskoj .....</b>                | <b>59</b>  |
| <b>4.3. Glavni dionici razvoja socijalnog turizma u Republici Hrvatskoj.....</b>               | <b>62</b>  |
| 4.3.1. <i>Turističke agencije i turoperatori .....</i>   | <b>63</b>  |
| 4.3.2. <i>Hrvatski ferijalni i hostelski savez.....</i>  | <b>67</b>  |
| 4.3.3. <i>Udruge koje se bave zaštitom i promicanjem prava umirovljenika .....</i>             | <b>68</b>  |
| 4.3.4. <i>Udruge koje promiču prava osoba s invaliditetom.....</i>                             | <b>69</b>  |
| <b>4.4. Smjernice razvoja socijalnog turizma u Republici Hrvatskoj do 2020. ....</b>           | <b>71</b>  |
| <b>4.5. Primjer dobre prakse: Vodič za osobe s invaliditetom kroz Istarsku županiju.....</b>   | <b>73</b>  |
| <b>5. MOGUĆNOSTI RAZVOJA PRISTUPAČNOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ – KRITIČKI OSVRT .....</b> | <b>76</b>  |
| <b>ZAKLJUČAK .....</b>   | <b>79</b>  |
| <b>POPIS LITERATURE .....</b>  | <b>79</b>  |
| <b>POPIS SLIKA.....</b>  | <b>89</b>  |
| <b>POPIS TABLICA .....</b>   | <b>817</b> |
| <b>SAŽETAK.....</b>  | <b>878</b> |

## UVOD

Turizam je jedna od najmasovnijih, najdinamičnijih i najsloženijih društveno-ekonomskih pojava novijeg doba koja u gospodarskom i društvenom razvoju ima dominantno značenje. Turisti su postali sve zahtjevniji, izbirljiviji i iskusniji te je kvalitetno upravljanje razvojem turizma ključno za zadovoljavanje različitih potreba i kvalitetan razvoj Hrvatske kao konkurentne turističke zemlje. Sukladno potrebama, sve češće se pojavljuju nove vrste turizma, a jedna od njih je i socijalni turizam; glavna tema ovog diplomskog rada. Turizam mora održavati individualnu i društvenu ravnotežu te isti može pomoći i razvoju osobnog ispunjenja.

Diplomskim se radom istraživala široka tematika što je zahtijevalo postavljanje više ciljeva i hipoteza. Glavna hipoteza rada glasi: *Kvalitetno upravljanje razvojem turizma, kao odgovor na potrebe novog i promjenjivog tržišta, pospješuje uključivanje ugroženih skupina u ovaj globalni fenomen te pomaže boljoj socijalnoj sinergiji i doprinosi poboljšanju turističkih rezultata.* Druga hipoteza glasi: *Stvaranjem diverzificiranih inovativnih turističkih proizvoda, prilagođenih svim skupinama, uvelike se obogaćuje turistička ponuda te dugoročno pozitivno utječe na razvoj turizma u određenoj destinaciji.*

Cilj rada je definirati i objasniti upravljanje razvojem socijalnog turizma. Socijalni turizam je pojam o kojemu se tek nedavno počelo intenzivnije promišljati jer se došlo do spoznaje da turizam treba biti dostupan svima (invalidnim, mlađim, starijim te osobama s niskim dohotkom).

U prvom dijelu rada bit će riječi o teorijskim osnovama upravljanja razvojem turizma, o turizmu kao čimbeniku razvoja, međuovisnosti turizma sa gospodarskim i društvenim razvojem, procesu odlučivanja o razvoju turizma, organizaciji, metodama i kriterijima odlučivanja, procesu upravljanja razvojem turizma koji uključuje postavljanje i realizaciju ciljeva, strategiju i politiku razvoja turizma te planiranje turističkog razvoja. U istom poglavlju obradit će se upravljanje razvojem novih pojavnih oblika turizma – poput turizma dostupnog svima.



U drugom dijelu rada bit će riječi o socijalnom turizmu, njegovim temeljnim odrednicama, definiranju, povijesnom razvoju, o doprinosu društvenoj integraciji i globalnom razvoju te o Međunarodnoj organizaciji za socijalni turizam.

U trećem dijelu rada obrađen je socijalni turizam u Europskoj uniji, stanje ponude i potražnje, financirani projekti u području socijalnog turizma, poput projekta Calypso te drugih važnih projekata. Nadalje će biti prikazani primjeri dobre prakse socijalnog turizma u državama članicama, u Francuskoj, Sloveniji i Španjolskoj.

U četvrtom dijelu rada obrađen je socijalni turizam u Hrvatskoj, s posebnim osvrtom na stanje ponude i potražnje, na glavne dionike razvoja socijalnog turizma kao što su: turističke agencije i turoperator, hrvatski ferijalni i hostelski savez, udruge koje se bave zaštitom i promicanjem prava umirovljenika te udruge koje promiču prava osoba s invaliditetom. Nadalje će biti obrađene smjernice razvoja socijalnog turizma u Republici Hrvatskoj do 2020. te će biti obrađen primjer dobre prakse za osobe s invaliditetom u Istarskoj županiji.

U petom dijelu rada nalazi se kritički osvrt na mogućnosti razvoja pristupačnog turizma u Hrvatskoj.

Ovaj rad temelji se na pregledavanju stručne i znanstvene literature. Prikupljene su i obrađene postojeće informacije te podaci iz raznih izvora primjenom metode analize i sinteze, deskriptivne metode, komparacije, povijesne i statističke metode, dok je za potrebe izrade potpunije analize proveden kratak intervju. Rad je također zahtijevao primjenu metode promatranja te klasifikacije.

# 1. TEORIJSKE OSNOVE UPRAVLJANJA RAZVOJEM TURIZMA

Turizam je kompleksna pojava ovisna o turističkim potrebama, turističkoj potrošnji, brojnim proizvodima i međuovisnostima. Predstavlja društveni podsustav kojim bi trebalo i upravljati na takav način. „Razlog tomu je što, turizam u svojoj realizaciji zadire ne samo u ekonomski, već i u ekološki, socijalni te kulturni aspekt života.“<sup>1</sup> Turizam je u mnogim državama glavni izvor prihoda. Njegovim razvojem se upravlja na izuzetno kompleksan način koji ovisi o prirodnim razvojnim ograničenjima, konkurentnoj ponudi nacionalnih proizvoda ili usluga te ostalim povezanim djelatnostima.

Cjelokupan razvoj gospodarstva ne može se temeljiti na razvoju turizma, ali razvijen turizam može smanjiti troškove recesije, poticati razvoj, modernizaciju te dodati sinergijski efekt koji može podići cjelokupno gospodarstvo na jednu novu razinu. U nastavku je obrađen turizam kao čimbenik razvoja te međuovisnost gospodarskog i društvenog razvoja o turizmu.

## 1.1. Turizam kao čimbenik razvoja

Turizam podrazumijeva kraći ili dulji boravak izvan mjesta prebivališta te postoji velik broj definicija pojma. „Turizam, kao složena i važna socijalna i ekonomska pojava, puna je u svojoj strukturi i biću različitih skladnih i suprotstavljajućih pozitivnih i negativnih obilježja, pojava i odnosa punih proturječja, iskušenja, izazova, kreacija i kolizija.“<sup>2</sup> „Isto tako, „turizam se u najširem smislu riječi može razumjeti kao skup raznolikih individualnih iskustava o odnosima koji nastaju povodom zadovoljavanja čovjekovih potreba, koje uobičajamo zvati turističkim.“<sup>3</sup> Iz toga se može zaključiti kako za turizam ne postoji jedna univerzalna definicija, nego su njegova tumačenja zavisna o samoj potrebi čovjeka, ali i vremenu u kojem se nalazi.

---

<sup>1</sup> B. Andrić, „Čimbenici marketinškog okruženja u turizmu“, *Praktični menadžment*, vol. 2, no. 1, 2011., str. 48. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr> (pristupljeno 17. siječnja 2018.)

<sup>2</sup> V. Jadrešić, „Turizam kao čimbenik novih oblika alijenacije“, *Društvena istraživanja*, vol. 7, no. 3, 1998., str. 447. Dostupno na: [www.hrcak.srce.hr](http://www.hrcak.srce.hr) (pristupljeno 15. siječnja 2018.)

<sup>3</sup> L. Petrić, *Osnove turizma*, Split, Ekonomski fakultet, 2007., str. 15.

Svaka djelatnost u svom razvoju djeluje dvojako. S jedne strane je skupina pozitivnih elemenata, a s druge strane negativnih nepovoljnih obilježja. Turizam je jedna od najpopularnijih aktivnosti većine ljudi u razvijenom svijetu te ima pozitivne i negativne implikacije na gospodarstvo emitivne i receptivne zemlje.

*„Vrednovanje turizma kao čimbenika razvoja gradi se na trima osnovnim hipotezama:*

- *turizam djeluje na širokom društveno – ekonomskom planu, stoga se o njegovu učinku na razvoj može zaključiti samo sagledavajući sve aspekte njegova utjecaja,*
- *turizam po svojoj osnovnoj biti i svojim osnovnim opredjeljenjima treba djelovati u funkciji čovjekove emancipacije, dakle pozitivno,*
- *turizam može djelovati i negativno ako umnožava otuđene forme života u sredinama u kojima se razvija.“<sup>4</sup>*

Gledajući kroz povijest te sagledavajući faze kroz koje je turizam prošao može se govoriti o njegovim temeljnim pojavnim oblicima, kao što su<sup>5</sup>:

- kolonijalni i
- autohtoni oblik razvoja turizma.

U kolonijalnom obliku razvoja turizma receptivno turističko područje i njegovo stanovništvo u cjelini se oslanjaju na kapital koji dolazi iz drugih zemalja, a u autohtonom obliku turizam se razvija u receptivnom području na temelju vlastitih snaga, prednosti te prirodnim i društvenim atraktivnostima.<sup>6</sup>

Turizam se razvija dulje od 150 godina kao društveno – ekonomska pojava, stoga oba temeljna oblika turizma djeluju simultano tj. jedan se oblik nastavlja na drugi. *„Može se postaviti pravilo da svaki prostor mora proći oba oblika razvoja turizma, ali tamo gdje je to bio kolonijalni oblik uvijek je prethodio autohtonom obliku razvoja.“<sup>7</sup>*

---

<sup>4</sup> B. Vukonić i K. Keča, *Turizam i razvoj: pojam, načela, postupci*, Zagreb, Mikrorad d.o.o., Ekonomski fakultet, 2001., str. 152.

<sup>5</sup> Loc. cit.

<sup>6</sup> Loc. cit.

<sup>7</sup> Loc. cit.

Kao takav, turizam se razvijao šaroliko i stupnjevito u različitim područjima svijeta stoga ga je potrebno zaštititi od potrošačkog društva te ga vratiti čovjeku i ponovno ga početi mjeriti doživljajima i iskustvima.

Obzirom na postojeće trendove i nove tendencije, vrlo je važno da vlastitim i svjesnim akcijama i poticajima djelujemo na ublažavanje svih negativnih posljedica jer ćemo tako utjecati na razvojne pozitivne rezultate. To se odnosi na održivi turizam koji uravnotežuje tijekove u području socijalnih, kulturoloških, prirodnih te ekonomskih čimbenika i donosi iznimnu korist i u gospodarskom i u društvenom razvoju, o čemu će biti riječ u narednim potpoglavljima.

### *1.1.1. Međuviznost turizma i gospodarskog razvoja*

Najstarija uloga turizma jest ona na ekonomskom planu. Jedna od glavnih funkcija turizma je poboljšati djelovanja ekonomskih i neekonomskih učinaka. Ekonomskim funkcijama turizma nazivaju se sva ona djelovanja koja su okrenuta ka gospodarskim ciljevima neke zemlje. Ti su ciljevi u pravilu povezani s dohotkom koji se ostvaruje na različitim razinama.<sup>8</sup>

Vrijednost turizma leži u brojnim kategorijama koje se odnose na mnoge čimbenike. Upravljanje razvojem turizma podrazumijeva i upravljanje vrijednostima. Oduvijek je bio cilj poticanje i stvaranje procesa rasta vrijednosti koji se ne može smatrati jednokratnom akcijom već bi trebao biti kontinuiranog karaktera. Dionici regionalnog turističkog gospodarstva koji su zainteresirani za kontinuirani rast vrijednosti turističkih poduzeća pokušavaju što kvalitetnije upravljati vrijednostima određene turističke regije. „*Proces rasta vrijednosti bi se nastavio u skladu s očekivanjima svih dionika. On bi trebao biti stalno podvrgnut pozitivnim stimulansima procesa promjene u regionalnom turističkom gospodarstvu.*“<sup>9</sup>

U tablici 1. prikazan je ukupan broj zaposlenih te broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane u zemljama EU 27 i u Republici

---

<sup>8</sup> Ibidem, str. 152., 153.

<sup>9</sup> M. Bednarczyk i V. Wszendybt-Skulska „Synergy as a Value Generator in Tourism“, *Scientific Journal, Economic Problems of Tourism*, vol. 28, no. 4, 2014., str. 9. Dostupno na: [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net) (pristupljeno 17. siječnja 2018.)

Hrvatskoj u razdoblju od 2011. – 2015. godine. Vidljivo da se ukupna zaposlenost u EU 27 sa 214.593,7 zaposlenih u 2011. godini, povećala na 219.255,9 zaposlenih u 2015. godini.

Ukupna zaposlenost u turizmu u Hrvatskoj je u 2011. godini iznosila 1.624,9 zaposlenih, dok se narednih godina konstantno zaposlenost smanjivala pa je u 2015. godini pala na ukupno 1.585,3 zaposlenih u turizmu, što je 39,6 tisuća manje u odnosu na 2011. godinu. Od ukupnog udjela zaposlenih u turizmu, udio zaposlenih u području smještaja i prehrane je 2011. godine iznosio 89,7 tisuća, dok se u 2015. godini ta brojka povećala na 102,3 tisuća zaposlenih.

Tablica 1. *Ukupan broj zaposlenih (u 000) te broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane u zemljama EU 27 i Republici Hrvatskoj u razdoblju 2011.- 2015. godine*

| Zaposlenost (u 000) |                           | 2011.     | 2012.     | 2013.     | 2014.     | 2015.     |
|---------------------|---------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| EU 27               | Ukupna zaposlenost        | 214.593,7 | 214.245,0 | 213.890,9 | 216.768,6 | 219.255,9 |
|                     | Indeks                    | 100       | 99,8      | 99,7      | 101       | 102,2     |
|                     | Smještaj i prehrana       | 9.525,6   | 9.587,6   | 9.542,1   | 9.843,0   | 10.236,3  |
|                     | Indeks                    | 100       | 100,7     | 100,2     | 103,3     | 107,5     |
|                     | Udio smještaja i prehrane | 4,4       | 4,5       | 4,5       | 4,5       | 4,7       |
| Hrvatska            | Ukupna zaposlenost        | 1.624,9   | 1.566,1   | 1.524,0   | 1.565,7   | 1.585,3   |
|                     | Indeks                    | 100       | 96,4      | 93,8      | 96,4      | 97,6      |
|                     | Smještaj i prehrana       | 89,7      | 89,3      | 94        | 95,5      | 102,3     |
|                     | Indeks                    | 100       | 99,6      | 104,8     | 106,5     | 114       |
|                     | Udio smještaja i prehrane | 5,5       | 5,7       | 6,2       | 6,1       | 6,5       |

Izvor: M. Bartoluci i D. Ferjanić – Hodak, „Aktualna obilježja zaposlenih u turizmu u RH“, *Turizmoteka*, 2017. Dostupno na: <https://www.turizmoteka.hr/ekstra/predstavljamo/aktualna-obiljezja-zaposlenih-u-turizmu-u-rh> (pristupljeno 18. siječnja 2018.)

U tablici 2. prikazan je ukupan broj zaposlenih te broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane prema promatranim obilježjima u zemljama EU 27 i Hrvatskoj u 2015.

Promatrana obilježja uključuju dob, spol i stupanj obrazovanja. U tablici 2. je vidljivo da u ukupnoj zaposlenosti ima najviše pripadnika u dobi između 35 – 54 godine,

u ukupnoj zaposlenosti najviše je zaposlenika koji posjeduju sekundarni stupanj obrazovanja, također je vidljivo da u ukupnoj zaposlenosti u turizmu ima više pripadnika muškog spola.

Tablica 2. Ukupan broj zaposlenih (u 000) te broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane prema promatranim obilježjima u zemljama EU 27 i Republici Hrvatskoj u 2015.

| Zaposlenost, u tisućama |                     | Dob    |        |       | Stupanj obrazovanja |        |       | Spol   |        |
|-------------------------|---------------------|--------|--------|-------|---------------------|--------|-------|--------|--------|
|                         |                     | 14-34  | 35-54  | >55   | 1                   | 2      | 3     | Muški  | Ženski |
| EU 27                   | Ukupna zaposlenost  | 66.173 | 115.64 | 39.44 | 39.94               | 105.42 | 73.11 | 118.57 | 100.68 |
|                         | Udio                | 30,2   | 51,8   | 18,0  | 18,3                | 48,3   | 33,4  | 54,1   | 45,9   |
|                         | Smještaj i prehrana | 4.679  | 4.308  | 1.250 | 3.095               | 5.533  | 1.557 | 4.744  | 5.492  |
|                         | Udio                | 45,7   | 42,1   | 12,2  | 30,4                | 54,3   | 15,3  | 46,3   | 53,6   |
| RH                      | Ukupna zaposlenost  | 479,6  | 843,8  | 261,8 | 170,6               | 976,5  | 43,6  | 854,8  | 730,5  |
|                         | Udio                | 30,3   | 53,2   | 16,5  | 10,8                | 61,6   | 27,6  | 53,9   | 46,1   |
|                         | Smještaj i prehrana | 39,7   | 49,2   | 13,1  | 8,0                 | 81,8   | 12,5  | 43,0   | 59,2   |
|                         | Udio                | 39,1   | 48,1   | 12,8  | 7,8                 | 80,0   | 12,2  | 42,1   | 57,9   |

Izvor: M. Bartoluci i D. Ferjanić – Hodak, „Aktualna obilježja zaposlenih u turizmu u RH“, *Turizmoteka*, 2017. Dostupno na: <https://www.turizmoteka.hr/ekstra/predstavljamo/aktualna-obiljezja-zaposlenih-u-turizmu-u-rh> (pristupljeno 18. siječnja 2018.)

Možemo zaključiti kako postoji velik broj ekonomskih čimbenika koji se ostvaruju razvojem turizma, a među osnovne ubrajamo<sup>10</sup>:

- aktiviranje turističkih potencijala,
- omogućavanje turističkog privređivanja,
- zapošljavanje prometnih kapaciteta,
- zapošljavanje turističkih i drugih komplementarnih kapaciteta,
- povećanje zaposlenosti,
- aktiviranje nerazvijenih područja,
- povećavanje međunarodne razmjene rada i usluga,
- poboljšavanje devizne bilance,

<sup>10</sup> B. Vukonić i K. Keča, op. cit., str. 153.

- stimuliranje gospodarskih tokova među područjima i sudionicima turističkog procesa.

Razvoj turizma, u konačnici, donosi pozitivne ekonomske posljedice. Kretanje turista izaziva promjene u turističkom prostoru: gradi se turistička infrastruktura, zapošljava se lokalno stanovništvo, razvijaju se nove djelatnosti ili postojeće, realizira se devizni priljev te drugo.

Multiplikativna funkcija turizma opisuje snagu turizma u multipliciranju dohotka nastalog inicijalnom potrošnjom turista u turističkoj destinaciji. Sredstva nakon svoje osnovne cirkulacije se ne zaustavljaju već nastavljaju cirkulirati i time utječu na gospodarska zbivanja.<sup>11</sup>

### *1.1.2. Međuovisnost turizma i društvenog razvoja*

Turizam se najviše proučavao s ekonomskog aspekta, ali ekonomski učinci su zasjenili brojne druge posljedice koje su se ukazale u gotovo svim sredinama. Javljaju se zahtjevi za razumijevanjem socioloških aspekta turizma, a naročito njegova sociokulturna dimenzija.<sup>12</sup> Utjecaj turizma na život pojedinaca i društava uključenih u taj proces postaje jedan od najvažnijih predmeta istraživanja sociologije turizma. Turistička destinacija postaje podređena različitim zahtjevima i pritiscima pa turizam ostavlja trajne pozitivne posljedice na lokalno stanovništvo.

Socijalna funkcija turizma pripada neekonomskim funkcijama, a pokazuje da turizam utječe na smanjenje socijalnih razlika između pojedinih ljudskih skupina, klasa naroda ili rasa.<sup>13</sup> Osim socijalne u turizmu prevladava i neekonomska kulturna funkcija koja utječe na cjelokupni društveni razvoj neke zemlje.

Turizam je proizvod interakcije stanovnika emitivne zemlje sa stanovnicima receptivne zemlje u vidu derivacije društveno-ekonomskog načina života. U toj se komunikaciji stimulira razmjena vrijednosti među pojedincima i narodima, mijenja se

---

<sup>11</sup> Ibidem, str. 154.

<sup>12</sup> Ibidem, str. 173.

<sup>13</sup> Ibidem, str. 170.

okolina i dolazi u kontakt s nepoznatim te se neke potrebe i obrasci ponašanja uvode u svakidašnji život u vlastitom mjestu prebivanja. Turizam je manifestacija kulture.<sup>14</sup>

U međusobnom kontaktu turizma sa kulturom isprepliću se četiri tipa kulture<sup>15</sup>:

- Lokalna kultura koja se razvija u svakoj zajednici. Osnovni je problem kako je prilagoditi turističkoj, u cilju da se ona sama ne ugrozi.
- Turistička kultura koja proizlazi iz načina života koji provode turisti za vrijeme putovanja. Manifestira se u specifičnosti oblačenja, jezika, mjesta boravka, načina provođenja slobodnog vremena, trošenja novca i slično.
- Uvezena kultura je kultura sredine iz koje dolazi turist. Njen utjecaj ponajviše ovisi o stupnju priljeva, a značajno je i iz kojih sve sredina dolaze turisti.
- Mješovita kultura je rezultat međusobnih utjecaja navedenih kultura.“

Turizam je pojava koja učvršćuje veze među ljudima različitih boja kože, religija, opredjeljenja, kulturne razine i društvenog statusa. Sve je to dovelo do masovnosti turizma. Masovna prisutnost turista je transformirala prostor, i to ne samo u strukturi djelatnosti lokalnog stanovništva, u ekološkim i općenito prostornim promjenama, već i u promjenama sociokulturnog obilježja. Također, realiziraju se nova shvaćanja kulture koja će se u budućnosti ugraditi i prihvatiti u vlastiti sustav vrijednosti, a to uvelike vodi ka određenom napretku.

Razvoj turizma neizbježno dovodi do raznih posljedica u turističkim odredištima što često utječe na nepovoljne promjene ekonomskih i socijalnih karakteristika. S tim u vezi naglašava se potreba poštivanja načela održivog razvoja te provedbe turističke politike u skladu s razvojem održivog turizma.

---

<sup>14</sup> M. Stanković, „Sociološko istraživanje turizma“, *Revija za sociologiju*, vol. 15, no. 1, 1985., str. 76. Dostupno na: [www.hrcak.srce.hr](http://www.hrcak.srce.hr) (pristupljeno 22. siječnja 2018.)

<sup>15</sup> Loc. cit.



Slika 1. Negativni učinci masovnog turizma u Hrvatskoj

| NEGATIVAN UTJECAJ NA BORAVAK      |            |            |
|-----------------------------------|------------|------------|
| TOMAS LJETO                       | 2017.      | 2014.      |
| <b>"Ništa me nije zasmatalo!"</b> | <b>64%</b> | <b>72%</b> |
| <b>"Smetnje":</b>                 |            |            |
| Prometne gužve                    | 16%        | 9%         |
| Neprijmjereno odloženo smeće      | 13%        | 7%         |
| Gužve na plažama                  | 13%        | 8%         |
| Neugodni mirisi                   | 13%        | 5%         |
| Gužve na javnim površinama        | 11%        | 4%         |
| Nemogućnost razdvajanja otpada    | 11%        | 5%         |
| Buka                              | 10%        | 6%         |

Izvor: S. Čorak, Z. Marušić i I. Sever, „Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj u 2017. godini, TOMAS ljeta“, 2018., str. 21. Dostupno na: [http://www.iztg.hr/UserFiles/file/novosti/2018/TOMAS-Ljeta-prezentacija-2017-06\\_02\\_2018-FIN.pdf](http://www.iztg.hr/UserFiles/file/novosti/2018/TOMAS-Ljeta-prezentacija-2017-06_02_2018-FIN.pdf), (pristupljeno 19. srpnja 2018.)

Iz podataka TOMAS istraživanja može se primijetiti da turistima u Hrvatskoj još uvijek smetaju prometne gužve, gužve na plažama, gužve na javnim površinama, neprijmjereno odloženo smeće i sl. Sve je to odraz masovnog turizma koji se nastoji smanjiti, ili barem ublažiti, te se sukladno tome pojavljuje potreba za održivim razvojem. Izazovi s kojima se hrvatski turizam suočava jesu pad zadovoljstva gostoljubivošću, gastronomskom ponudom i vrijednošću za novac u odnosu na konkurente.<sup>16</sup> Trebali bismo i dalje pratiti trendove te se potruditi biti što bolji u odnosu na konkurente razvijajući nove proizvode i plasirajući ih na tržište.

2017. TOMAS istraživanje je provedeno također na Malom Lošinju. Anketirane su 404 osobe. „Iznadprosječna je motiviranost wellness-om (9%) i zdravstvenim razlozima (13%); u hotelima su motivi wellnessa i zdravstvenih razloga još naglašeniji (po 17% svaki).“<sup>17</sup> Može se primijetiti porast zdravstvenih motiva kod putovanja upravo u ovu destinaciju koja slovi kao izuzetno uspješna na tom području.

<sup>16</sup> S. Čorak, Z. Marušić i I. Sever, „Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj u 2017. godini, TOMAS ljeta“, 2018., str. 21., 26. Dostupno na: [http://www.iztg.hr/UserFiles/file/novosti/2018/TOMAS-Ljeta-prezentacija-2017-06\\_02\\_2018-FIN.pdf](http://www.iztg.hr/UserFiles/file/novosti/2018/TOMAS-Ljeta-prezentacija-2017-06_02_2018-FIN.pdf), (pristupljeno 19. srpnja 2018.)

<sup>17</sup> S. Čorak, Z. Marušić i I. Sever, „Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj u 2017. godini, TOMAS ljeta: Obilježja turističke potražnje u gradu Malom Lošinju“, Zagreb, Institut za turizam, 2018., str. 7., 9.

Tablica 3. *Stupanj zadovoljstva elementima turističke ponude mjesta; rezultati za Mali Lošinj*

| PRIMORSKO-GORANSKA ŽUPANIJA                            |        | MALI LOŠINJ |         |        |                   |
|--|--------|-------------|---------|--------|-------------------|
| ELEMENTI PONUDE  | UKUPNO | UKUPNO      | KAMPOVI | HOTELI | PRIVATNI SMJEŠTAJ |
| Ukupni boravak   | 80,9   | 87,5        | 87,4    | 84,5   | 89,1              |
| Pogodnost za provođenje obiteljskog odmora             | 82,1   | 84,5        | 82,8    | 70,0   | 89,6              |
| Ekološka očuvanost                                     | 77,3   | 87,0        | 86,0    | 87,9   | 87,8              |
| Opremljenost i uređenost plaža                         | 77,6   | 81,6        | 81,0    | 76,6   | 85,0              |
| Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama | 74,1   | 79,1        | 79,2    | 73,9   | 81,9              |

Izvor: prema S. Čorak, Z. Marušić i I. Sever, „Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj u 2017. godini, TOMAS ljeta: Obilježja turističke potražnje u gradu Malom Lošinj“, Zagreb, Institut za turizam, 2018., str. 27.

U tablici 3. možemo iščitati podatke o stupnju zadovoljstva elementima ponude gostiju za otok Mali Lošinj. Obuhvaćena je takođe točka „Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama“. 79,1% ukupnih ispitanika je odgovorilo kako je zadovoljno s ponudom za osobe s posebnim potrebama na otoku Lošinj, što je još uvijek niska razina zadovoljstva. Njih 73,9% je zadovoljno ponudom za osobe s posebnim potrebama u hotelima, 79,2% u kampovima, a čak 81,9% u privatnim smještajnim jedinicama. Možemo zaključiti da je potreba za zdravstvenim oblikom turizma sve veća, a isto tako i potražnja za sadržajima prilagođenih osobama s invaliditetom. Stupanj zadovoljstva nije previsok te bi svakako u budućnosti trebalo povećati prilagodljivost otoka osobama s nekom vrstom oštećenja radi povećanja konkurentnosti.

## 1.2. Proces odlučivanja o razvoju turizma

Odlučivanje o razvoju turizma jest dugotrajan i detaljistički proces. Strategije i planovi o razvoju turizma su tek mogućnosti ili zamisli koji se trebaju realizirati i potaknuti promjene.

Kada je riječ o upravljanju sustavima, potrebno je donijeti poslovne odluke. Poslovne odluke se odnose na donošenje instrumenata politike djelovanja na ponašanje ekonomskih subjekata.<sup>18</sup>

Kod donošenja poslovnih odluka u procesu upravljanja razvojem bitno je definirati tko i kako odlučuje o razvoju, na temelju kojih kriterija se odlučuje, kakva je organizacijska infrastruktura koja se koristi za donošenje odluka. Osim toga, odlučivanje se događa u konkretnom političkom i gospodarskom okruženju.<sup>19</sup>

U narednim potpoglavljima će biti riječ o subjektima koji donose odluke o razvoju, o organizaciji i metodama odlučivanja te o kriterijima odlučivanja o razvoju turizma.

### 1.2.1. Organizacija i metode odlučivanja

Razvoj turizma pretpostavlja promjenu stanja proizvodnje i potrošnje, tj. promjenu kvalitete i kvantitete odnosa tih ekonomskih kategorija. Nameće se pitanje tko odlučuje o prometnom otvaranju turističkog lokaliteta, njegovoj komunalnoj opremljenosti, o izgradnji hotela ili marina? O svim tim i drugim razvojnim pitanjima odlučuje velik broj različitih subjekata. Svaki pojedinac i bilo kakva organizacija, subjekti su poslovnog odlučivanja koje se može odnositi na turistički razvoj.

*„Svi subjekti poslovnog odlučivanja se mogu grupirati u tri homogene skupine:*

- *subjekti potrošnje ili turisti,*
- *subjekti proizvodnje ili poduzetnici koji proizvode raznovrsna turistička dobra,*

---

<sup>18</sup> A. Dulčić i L. Petrić, *Upravljanje razvojem turizma*, Zagreb, Mate, 2001., str. 141.

<sup>19</sup> Loc. cit.

- *upravljački subjekti.*<sup>20</sup>

Turisti ili subjekti potrošnje svojim odlukama utječu na proizvodnju proizvodnih subjekata. Odluke subjekata potrošnje se ne mogu zaobići u procesu proizvodnje jer su ipak oni najviše odgovorni za odluke istih.

Subjekti potrošnje svojim odlukama o kupnji djeluju na daljnji razvojni proces. Poduzetnici će se ponašati i proizvoditi različita dobra i usluge na temelju potrošačevih želja. Upravljački subjekti donose odluke koje utječu na razvoj sustava. Pod takve subjekte spadaju državni organi i tijela na nacionalnoj i lokalnim razinama, razne organizacije, udruge građana, nevladine organizacije, međunarodne organizacije i slično.<sup>21</sup>

Poslovno odlučivanje se definira kao izbor između više alternativnih ponuđenih opcija.<sup>22</sup> U procesu turističkog razvoja, izbor jest između učinaka koji će se ostvariti pomoću određenih sredstava. Učinak je svaka korist materijalne ili nematerijalne prirode koja nastaje kao posljedica odabranog sredstva proizvodnje. Odlučivanje i izbor se provodi u različitim uvjetima, stoga je poznavanje tih uvjeta glavno polazište u donošenju i razumijevanju odluka. Nadalje, potrebno je definirati mjesto odlučivanja, vrijeme odlučivanja, metode ili načine odlučivanja te kojoj skupini subjekt odlučivanja pripada. Bitna je pretpostavka izbora sposobnost subjekta da donese najbolju odluku, a nakon toga preostaje samo volja subjekta. Na slici 2. prikazan je proces poslovnog odlučivanja.

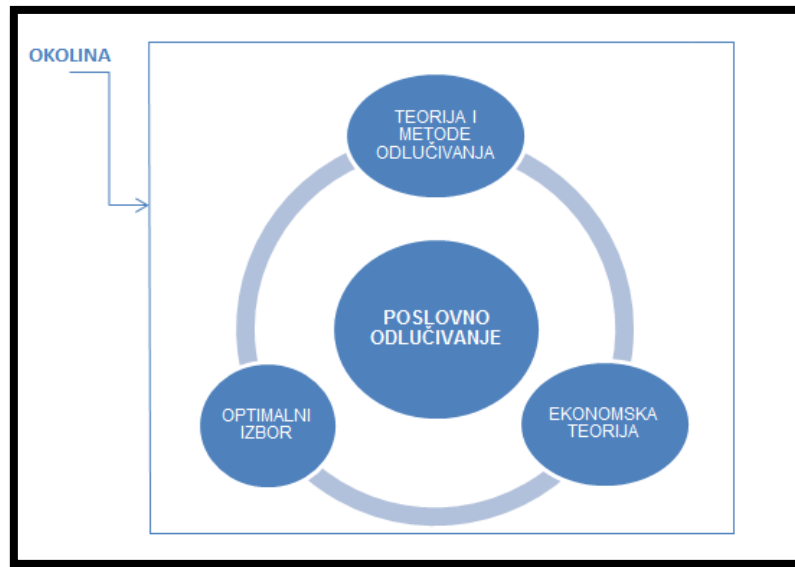
---

<sup>20</sup> Ibidem, str. 142.

<sup>21</sup> Loc. cit.

<sup>22</sup> Loc. cit.

Slika 2. Proces poslovnog odlučivanja



Izvor: prema A. Dulčić i L. Petrić, *Upravljanje razvojem turizma*, Zagreb, Mate, 2001., str. 146.

Kako je proces odlučivanja sve kompleksniji, pojavljuju se mnoge metode i teorije odlučivanja.

„Na razini menadžerskog odlučivanja ističu se tri pristupa:

- *iskustvena metoda,*
- *eksperiment,*
- *istraživanje i analiza.*<sup>23</sup>

Što se iskustva tiče, ono pripada prošlosti, a odluke se donose za budući razvoj. Stoga je iskustvo nerijetko neprikladna metoda odlučivanja, osim ako ne služi kao pouka. Eksperiment je česta metoda odlučivanja, naročito u znanstvenim istraživanjima, a isto tako može uvelike pomoći određenom poduzeću. Ekonomska analiza istražuje efekte različitih politika i organizacija usporedbom s drugim zemljama. Ovaj pristup zahtijeva razumijevanje razvojnih problema, zatim istraživanje međupovezanosti, ograničenja i pretpostavki razvoja.<sup>24</sup>

<sup>23</sup> Ibidem, str. 144.

<sup>24</sup> Ibidem, str. 145., 146.

### 1.2.2. Kriteriji odlučivanja o razvoju turizma

Osnovni resursi proizvodnog i razvojnog procesa su zemlja, rad i kapital. Potrebno je efikasno raspodijeliti navedene resurse i racionalno ih koristiti kako bi zemlja doživjela ekonomski rast i razvoj. *„Bitna je pretpostavka izbora i sposobnost subjekata da izabere najbolju varijantu. Sposobnost subjekta može se promatrati kao njegov intelektualni, fizički i ekonomski potencijal.“*<sup>25</sup>

Faktori koji su ključni za razvoj svake nacionalne ekonomije jesu<sup>26</sup>:

- sposobnost ljudi – naglasak je na obrazovanju, motivaciji, ustrajnosti, ponudi rada i razvoju tržišta rada,
- prirodna bogatstva – naglasak je na kvaliteti okoliša te zaštiti okoliša,
- sredstva za proizvodnju – odnosi se na ceste, zgrade, strojeve, ceste te infrastrukturu u najširem smislu,
- tehnologija – poduzetništvo, znanstveni potencijali zemlje, primjena suvremene tehnologije, suvremeni menadžment i sl.

Rad je najvažniji faktor razvoja koji obuhvaća rad u smislu prerade predmeta rada, poduzetništvo te znanstveni ili inovativni rad. Što se tiče kapitala, on je dio nacionalnog bogatstva, ali isto tako i onaj dio koji je stvoren u ekonomskom procesu.<sup>27</sup> Suvremene ekonomije svoju uspješnost temelje na ulaganju u ljudski kapital koji se temelji na umijeću i sposobnosti za inovativan i efikasan rad.

Prirodne resurse u razvoju turizma treba efikasno upotrebljavati jer oni svakako znatno doprinose u procesu proizvodnje i formiraju vrijednosti turističkih usluga. Neka dobra sudjeluju kao slobodna prirodna dobra jer im ponuda nije ograničena, a neka sudjeluju u ograničenim količinama pa porast takvih dobara povećava i njihovu cijenu. Prostor je također prirodno dobro i proizvodni faktor u turizmu. Na njemu djeluju potrošačka i proizvođačka strana. Uz prostor se vezuje i specifičan oblik ograničenja koje se temelji na odlukama organa vlasti, najčešće u formi zakona. Glavni instrument kojim se upravlja prostorima je prostorni plan.

---

<sup>25</sup> Ibidem, str. 144.

<sup>26</sup> Ibidem, str. 160.

<sup>27</sup> Ibidem, str. 160., 161.

U sljedećem potpoglavlju će biti riječ o upravljanju razvojem turizma. Poblize će se definirati ciljevi razvoja turizma, strategija, politika te kako upravljanje razvojem različitih specifičnih oblika turizma može utjecati na poboljšanje cjelokupne ekonomije zemlje.

### 1.3. Upravljanje razvojem turizma

S obzirom na današnje nestabilne uvjete gospodarskih kretanja u međunarodnom okruženju, upravljanje razvojem turizma predstavlja vrlo težak i kompleksan zadatak. Destinacije se najčešće susreću s određenim čimbenicima koji ih uvelike ograničavaju; promjenjivi trendovi, prirodne katastrofe, politički ili ekonomski nemiri, zdravstvene prilike itd.

Upravljanje razvojem turizma „*podrazumijeva racionalno upravljanje resursima koji udovoljavaju kriterijima dugoročno održivog poslovanja (prvenstveno se misli na socijalne, ekonomske i estetske kriterije)*“.<sup>28</sup>

Ukoliko se želi kvalitetno upravljati razvojem turizma, potrebno je analizirati i sagledati gospodarsku i društvenu situaciju određene destinacije, sadržaje, prostor kojim raspolaže, specifičnosti resursa i kapacitet nosivosti. S tim u vezi bitno je istraživati, pratiti, analizirati i uspoređivati trendove na turističkom tržištu te valorizirati unutarnje potencijale destinacije. U upravljanju razvojem turizma nužno je strateški upravljati razvojem, definirati odgovarajuće ciljeve sukladno raspoloživim mogućnostima i ciljnim vrijednostima, instrumente te nositelje provedbe. Razvoj turizma je neprekidni proces formiranja i ostvarivanja ciljeva koji su uvijek podređeni općem razvojnom cilju sredine, najčešće zemlje.<sup>29</sup> Upravljanje razvojem turizma je kompleksna radnja kojoj prethodi odlučivanje. Odlučivanje o turističkom razvoju se odvija na više razina, a mijenjaju se samo nositelji odlučivanja.<sup>30</sup>

Velik dio upravljanja razvojem turizma zauzima planiranje. „*Planiranje u ekonomiji temeljna je poslovna funkcija, a njime se postavljaju određeni ekonomski ciljevi koje je*

---

<sup>28</sup> L. Petrić, op. cit., str. 196.

<sup>29</sup> B. Vukonić i K. Keča, op. cit., str. 129.

<sup>30</sup> Ibidem, str. 133.

*potrebno ostvariti u određenoj poslovnoj organizaciji u predviđenu vremenu, uz racionalnu upotrebu ograničenih resursa.*<sup>31</sup> Planiranje predviđa i prognozira promjene u nesigurnim uvjetima, olakšava donošenje odluka u cilju upravljanja.

Razvojem destinacije moguće je upravljati putem organizacije koja bi trebala udružiti turistički zajednicu, hotele, agencije, restorane, iznajmljivače i ostale subjekte koji se bave turizmom. Isto tako, postoje i određeni modeli upravljanja turističkom destinacijom te načela kojih se pri planiranju treba držati. U destinacijama se mogu pojavljivati specifični oblici turizma kao što su ekoturizam, sportski turizam, ruralni turizam, socijalni turizam itd. Specifični oblici turizma se razlikuju od masovnog turizma jer je naglasak na tržišnoj segmentaciji i definiranju primarnih motiva koji potiče ljude da posjete određena mjesta.<sup>32</sup> Da bi specifični oblici turizma bili razvijeni kao u konkurentnim zemljama, njima je potrebno učinkovito upravljati sukladno definiranim prednostima i specifičnostima, odnosno resursima koji su pogodni za razvoj određenih oblika, prepoznatim prilikama te uklanjanjem ograničenja.

U nastavku su obrađeni ciljevi razvoja turizma, pojašnjena je uloga strategije, politika razvoja turizma, pobliže osnovna obilježja planiranja turističkog razvoja te je izdvojeno upravljanje razvojem specifičnog oblika turizma – turizma dostupnog svima kao jedan od najnovijih trendova na turističkom tržištu.

### *1.3.1. Ciljevi razvoja turizma*

Ciljevi predstavljaju krajnje točke prema kojima su usmjerene određene aktivnosti. Ciljevi tvore hijerarhiju tako da je ostvarenje jednog cilja preduvjet da se ostvare ostali ciljevi. Opći okvir za postavljanje i analizu gospodarskog razvoja ciljano se formira na relaciji: potrebe – objekt – akcija – cilj.<sup>33</sup>

U procesu razvoja potrebno je odgovarajuće izabrati te jasno definirati ciljeve. Oni nisu uvijek racionalni, a isto tako i društveni procesi nameću izbor. Izbor turizma kao cilja razvoja, primjer je kako razvojni procesi stvaraju određene ekonomske i društvene

---

<sup>31</sup> M. Bartoluci, *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva: turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu*, Zagreb, Školska knjiga, 2013., str. 83.

<sup>32</sup> Ibidem, str. 233.

<sup>33</sup> A. Dulčić i L. Petrić, op. cit., str. 86.



uvjete koji generiraju nove potrebe i nameću nove ciljeve. Velik broj ljudi je u turizmu pronašao zaposlenje, a u mnogim regijama proizvodnja i promet turističkih dobara postaje osnova privrede.

*„Faktori koji utječu na izbor ciljeva jesu:*

- *kulturne norme i vrijednosti, koje utječu na način zadovoljavanja potreba,*
- *biološka sposobnost, koja zapravo proizlazi iz stupnja ukupnog i pojedinačnog društvenog razvoja,*
- *osobna iskustva, a time i tzv. „kolektivna memorija“,*
- *pristupačnost ciljevima u individualnom i društvenom okruženju.*<sup>34</sup>

Izbor ciljeva u pravilu nailazi na brojne konflikte jer suprotstavlja prioritete i interese. Za rješavanje tih konflikata trebala bi se poštivati određena pravila: prioritet se daje ciljevima koji imaju sinergijski učinak, onima koji promiču trajne vrijednosti te onima koji će upotrijebiti resurse za zadovoljenje vitalnih ljudskih potreba.<sup>35</sup>

Razvoj turizma, promatran s aspekta nacionalne razvojne politike, je metoda kojom se ostvaruju određeni ciljevi gospodarskog ili društvenog sustava u cjelini. *„Za postavljanje i analizu ciljeva turističkog razvoja može se primijeniti sljedeća tipologija ciljeva: normativni, strategijski i operativni ciljevi.*<sup>36</sup>

Normativni ciljevi su dugoročni te izražavaju odluku o tome „što treba učiniti“, a odgovor na to pitanje proizlazi iz vrijednosnog sustava koji nositelji vlasti žele afirmirati.

Strategijski ciljevi odgovaraju na pitanje „što možemo učiniti“ u odgovarajućim uvjetima kako bismo postigli cilj. Strategijski ciljevi mogu biti orijentirani prema razvoju različitih djelatnosti te se istražuju rješenja koja mogu pomoći pri ostvarenju ciljeva u budućnosti. *„Ostvaruju se na dva ključna područja; na području proizvodnosti faktora i otklanjanja razvojnih ograničenja.*<sup>37</sup>

Operativni ciljevi odgovaraju na pitanje „što ćemo učiniti“, točnije definiraju konkretne namjere politike, akciju subjekata te mjesto i vrijeme akcije. Izražavaju se npr. vremenskim stopama rasta turističkog prometa, prihoda, dohotka, kapaciteta,

---

<sup>34</sup> Ibidem, str. 249.

<sup>35</sup> Ibidem, str. 250., 251.

<sup>36</sup> Ibidem, str. 252., 253.

<sup>37</sup> Ibidem, str. 253., 254.

kadrova, ulaganja i slično.<sup>38</sup> Pregled ovih ciljeva ima važan značaj za gospodarski i društveni razvoj neke zemlje. „Rijetke su djelatnosti čiji se razvojni ciljevi tako svestrano i neposredno upliću u cjelinu procesa razvoja.“<sup>39</sup>

### 1.3.2. Strategija razvoja turizma

„Za upravljanje razvojem pojedinih poduzeća, gospodarskim granama i sektorima ili nacionalnim gospodarstvom u cjelini, često se izrađuju posebni programi, razvojna rješenja, koja se nazivaju strategije.“<sup>40</sup> Strategije bi u pravilu trebale pomoći pri ostvarivanju određenih ciljeva destinacije, prilagođavanju mogućim prijetnjama te rješavanju određenih razvojnih problema.

Bez identifikacije i valorizacije turističkih atrakcija, a potom i cjelokupnih turističkih uvjeta ne može se očekivati racionalno planiranje razvoja turizma u skladu s potrebama okruženja. Strategija razvoja turističkih destinacija preduvjet je za operacionalizaciju ciljeva razvoja na nacionalnoj razini.<sup>41</sup> Iz navedenog slijedi definicija strategije turističkog razvoja: „Program, ili skup koherentnih akcija, koje su usmjerene prilagođavanju turističkog sustava uvjetima u okružju i kriterijima efikasnog korištenja razvojnih resursa, s ciljem da razvoj turizma daje optimalan doprinos ostvarivanju nacionalnih razvojnih ciljeva.“<sup>42</sup>

Hrvatski sabor, na 8. sjednici od 26. travnja 2013. godine, usvojio je Strategiju razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine kao krovni razvojni dokument hrvatskog turizma nastaje u uvjetima kada je Hrvatska bila kandidat za ulazak u Europsku uniju. Ista treba dati putokaz i otvoriti novi prostor za razvoj turizma u nadolazećem razdoblju. „Izražene ekonomske i političke nestabilnosti na globalnoj razini i u Europskoj uniji, novi uvjeti hrvatskog makrookruženja kao i dinamične promjene zahtjeva potrošača na globalnom turističkom tržištu upućuju na nužnost preispitivanja dosadašnjeg modela razvoja

---

<sup>38</sup> Ibidem, str. 255.

<sup>39</sup> Ibidem, str. 257.

<sup>40</sup> Ibidem, str. 265.

<sup>41</sup> D. Magaš, „Strategija razvoja turističke destinacije“, *Tourism and hospitality management*, vol. 1, no. 1, 1995., str. 143. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr> (pristupljeno 17. siječnja 2018.)

<sup>42</sup> A. Dulčić i L. Petrić, op. cit., str. 266.

*turizma u Hrvatskoj sa svrhom postavljanja razvojnih smjernica i operativnih strategija za nastupajuće razdoblje.*<sup>43</sup>

Strategija za razvoj turizma predstavlja krovni dokument koji nalaže mjere i smjernice za otvaranje većeg prostora razvoju novog, boljeg i učinkovitijeg turizma. Strategija nosi veliku odgovornost jer postavlja uvjete za razvoj održivog turizma koji, uz onu gospodarsku, predstavlja važnost i za cjelokupnu društvenu zajednicu.

*„Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. polazi od analize ključnih pokazatelja dostignutog razvoja, sagledava razvojna ograničenja i razvojne mogućnosti koje se očitavaju iz relevantnih razvojnih trendova u globalnom okruženju te prepoznaje ključne činitelje uspjeha na koje se hrvatska turistička politika mora usredotočiti u razdoblju do 2020. godine.*<sup>44</sup> Zbog izražene društvene i ekonomske nestabilnosti uspostavljanjem Strategije preispitao se dosadašnji model razvoja turizma u Hrvatskoj te je ustanovljeno da je potrebno napraviti brojne izmjene koje će utjecati na unaprjeđenje razvoja hrvatskog turizma.

Do 2020. godine trebaju biti ispunjeni ciljevi strategije koji se odnose na ispunjavanje potražnje u svjetskim razmjerima, ali i na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini, što bi značilo da turizam treba osigurati nova radna mjesta i osigurati bolji životni standard domicilnom stanovništvu. Navedeno je moguće ostvariti povećanjem kvalitete smještajnih objekata koji se nalaze u ponudi te kreiranjem inovativnih sadržaja.

Strategijom su određene mjere provođenja turističke politike u cilju formiranja turističkih proizvoda koje uz sunce i more čine i selektivni oblici turizma, kao što su golf turizam, kulturni, ruralni, eno i gastroturizam, cikloturizam, poslovni turizam te specifične grupe proizvoda za razvoj hrvatskog turizma poput omladinskog i socijalnog turizma te ekoturizma, što je posebno bitno u području stvaranja uvjeta za poslovanje tijekom cijele godine. Između ostalih oblika, prepoznaje se sve veća potreba za razvojem socijalnog turizma.

---

<sup>43</sup> Vlada Republike Hrvatske, *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*, 2013., str. 3. Dostupno na: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf> (pristupljeno 8. rujna 2018.)

<sup>44</sup> Loc. cit.

Na slici 3. prikazane su planirane mjere koje se odnose na razvoj socijalnog turizma.

Slika 3. Mjere za razvoj socijalnog turizma

|   |  |
|---|--|
| <b>Željena pozicija 2020.</b>                   | Osigurati turističku infrastrukturu i suprastrukturu koja će ranjivim socijalnim skupinama osigurati kvalitetu i raznovrsnost odmora primjerenu njihovim potrebama i uobičajenim standardima Europske unije.   |
| <b>Nova izgradnja</b>                           | Nova izgradnja objekata socijalnog turizma vezana je ponajviše uz prenamjenu različitih trenutačno nekorisćenih objekata u vlasništvu države (vojarnje, dječja i omladinska odmarališta i sl.).  |
| <b>Prioritetne aktivnosti razvoja proizvoda</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Razvoj/izgradnja 2 do 3 odmorišna centra dizajnirana za potražnju osoba sa specijalnim potrebama (osobe koje nisu sposobne ili nisu u mogućnosti koristiti postojeće smještajne kapacitete).</li> </ul>   |
| <b>Ostale aktivnosti razvoja proizvoda</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pokretanje Internet stranice za socijalni turizam;</li> <li>▪ Razvoj baze podataka o socijalnom turizmu;</li> <li>▪ Izrada detaljnih smjernica za potrebne nužne prilagodbe postojećih objekata za ugošćavanje raznih ciljanih skupina u socijalnom turizmu;</li> <li>▪ Pokretanje kampanje osvješćivanja pružatelja usluga u turizmu o važnosti i relevantnosti socijalnog turizma.</li> </ul> |

Izvor: prema Vlada Republike Hrvatske, *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*, 2013., str. 46. Dostupno na: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//Strategija-turizam-2020-editifinal.pdf> (pristupljeno 8. rujna 2018.)

Na slici 3. je vidljivo da aktivnosti uključuju novu izgradnju objekata socijalnog turizma, prvenstveno rekonstrukcijom trenutnih neiskorištenih objekata (vojarnje, dječja i omladinska odmarališta) koji su u vlasništvu države. Smještajni objekti trebaju biti kvalitetno dizajnirani, na način da mogu ispuniti potražnju osoba sa specijalnim potrebama. Sukladno navedenom, može se prepoznati potencijalni primjer sličnog ulaganja koji je opisan u nastavku.

*„Češka vila”, vojarna na Visu, bit će oglašena na međunarodnom natječaju za upravljanje i građenje na koji se mogu javiti zainteresirani investitori.“*<sup>45</sup> To je objekt koji bi ranjivim socijalnim skupinama mogao osigurati kvalitetu odmora. Objekt može

<sup>45</sup> Jutarnji hr., „Svi žele ulagati u bivšu vojarnu na Visu“, *Jutarnji list*, 2017. Dostupno na: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/svi-zele-ulagati-u-bivsu-vojarnu-na-visu-ceska-vila-na-meti-sefova-ultra-a-interes-su-pokazali-i-nas-poznati-pjevac-princeza-od-monaka/6247161/> (pristupljeno 19. srpnja 2018.)

biti prilagođen osobama s invaliditetom, djeci, osobama starije životne dobi te stradalnicima i sudionicima domovinskog rata koje svakako privlači ovaj vojni otok.

„Češka vila“ će postati hotel s minimalno četiri zvjezdice, zajamčenog kapaciteta 100 kreveta te još potencijalnih 60 postelja, a rekonstrukcija se očekuje i za postojeće tradicijske građevine u blizini. Isto tako, objekt se nalazi odmah uz more, a obuhvaća površinu od 3,7 hektara zemljišta te još 4 000 metara četvornih morskog prostora u sklopu kojeg bi se mogle urediti plaže koje bi bile prilagođene za osobe s invaliditetom, igrališta za djecu te šetnica za ljude starije životne dobi. Velika prednost je što otok Vis izbjegava masovni turizam, ne želi „party“ turizam kao što ga ima otok Hvar, stoga bi osobe s nekom vrstom invalidnosti, ali i starije osobe mogle nesmetano uživati u odmoru.<sup>46</sup>

Aktivnosti koje bi se mogle poduzeti prema vlastitom mišljenju su:

- izgradnja soba u postojećem objektu koje će biti potpuno prilagođene osobama s invaliditetom,
- izgradnja rampe ili dizalice na ulazu u more,
- izgradnja tuša i WC-a koji će biti prilagođeni osobama s invaliditetom,
- objekti u blizini koji bi postali centri za djecu,
- izgradnja parka,
- rekonstrukcija šetnice,
- oglašavanje putem medija i društvenih mreža o važnosti ovog objekta.

Također, u cilju razvoja socijalnog turizma, prema slici 3., bitno je provoditi ostale aktivnosti razvoja proizvoda koje će potpomoći uspješnijem razvoju planiranog te pratiti smjernice Europske unije, kako bi upravljanje razvojem socijalnog turizma bilo još učinkovitije. Povećan broj ugroženih skupina, osoba s tjelesnim ili mentalnim invaliditetom, ostalih skupina koji zahtijevaju poseban pristup kao što su skupine mlađih i starijih dobnih skupina, potvrđuju potrebu za strateškim pristupom razvoju

---

<sup>46</sup> Loc. cit.

specifičnih turističkih proizvoda socijalnog turizma, dostupnih i prepoznatih također u produljivanju turističke sezone.

### 1.3.3. *Politika razvoja turizma*

Turizam je složena društveno - ekonomska pojava koja nepunih 200 godina prati sve povijesne tokove razvoja društva. Razvijanjem društvenih i ekonomskih odnosa raste i problematika vezana uz turizam i uz sve vezane oblike. Turizam je fenomen modernog društva zbog toga što države prije stotinjak godina nisu uočavale važnost te pojave i nisu bile zainteresirane za turizam i sve prednosti koje proizlaze iz turističkih aktivnosti. Tek početkom ovog stoljeća uočavaju se ekonomski, ponajprije, a zatim i društveni utjecaji. Time su se počeli stvarati uvjeti i potreba za uključivanjem turizma u politiku zemlje. Danas je turizam postao jedan od značajnijih faktora gospodarskog razvoja određenih ekonomija i element koji utječe na životni standard stanovništva te je nužno zasebno razmatrati turističku politiku.

*„U ekonomskoj literaturi koriste se pojmovi gospodarska politika i razvojna politika. Obzirom da je krajnji cilj tih politika poticanje rasta, odnosno razvoja kao procesa strukturnih promjena usmjerenih na povećanje blagostanja, ti se pojmovi mogu poistovjetiti. Turistička razvojna politika dio je opće gospodarske politike i politike društvenog razvoja u cjelini, a podrazumijeva ukupnost mjera ili instrumenata utjecaja države u područje razvoja turističkog sektora.“<sup>47</sup> „Kompleksnost turizma uvjetuje da se turistička politika javlja kao ukupnost svih aktivnosti kojima se pokreću i koordiniraju brojni faktori koji utječu na njihovo sukladno djelovanje, usmjereno na zadovoljavanje ciljeva.“<sup>48</sup>*

Turistička politika prema djelovanju može se podijeliti na opću i posebnu turističku politiku. Opća turistička politika usmjerena je interesima i aktivnostima svih čimbenika koji spadaju pod turizam i turističku ponudu i potražnju radi zadovoljavanja poslovnih, gospodarskih i zajedničkih interesa.

---

<sup>47</sup> A. Dulčić i L. Petrić, op. cit., str. 285.

<sup>48</sup> B. Pirjevec, *Ekonomska obilježja turizma*, Zagreb, Golden marketing, 1998., str. 179.

*„Posebna turistička politika bavi se unapređenjem i usklađivanjem pojedinačnih čimbenika, na bilo kojoj razini, ali uvijek uz obavezu da takve aktivnosti trebaju biti usmjeravane s općom turističkom politikom.“<sup>49</sup>*

U okviru turističke politike potrebno je jasno definirati ciljeve, nositelje, smjernice razvoja, mjere i korake u provedbi. Pri tome turizam treba omogućavati državi stabilnost i uravnotežen društveno - ekonomski razvitak zemlje. Bez jasne namjere i određenog pravca kako dostići zacrtani cilj i bez koordinacije djelovanja među različitim dionicima te pratećih aktivnosti i mjera ciljevi neće moći biti ostvareni.

Švicarska je dobar primjer uređene zemlje koja je uspješno sagledala socijalne, ekonomske i ekološke ciljeve kao temeljne postavke turističke politike. U tom smislu, ciljevi turističke politike Švicarske postavljeni su kao<sup>50</sup>:

- globalni cilj: osigurati optimalno zadovoljavanje potreba turista i pojedinaca iz svih slojeva društva uz održavanje zdravog okoliša,
- socijalni cilj: stvoriti najbolje moguće socijalne uvjete za turiste i lokalno stanovništvo,
- ekonomski cilj: stimulirati turističku industriju da bude konkurentna i efikasna,
- zaštita okoliša: osigurati relaksirajuću kvalitetu prirodnih resursa.

Zaostajanje komplementarnih djelatnosti koje su u turizmu važne kao npr. trgovina, poljoprivreda, prijevoz itd. može također ograničiti razvoj turizma. U ovim uvjetima politika, bila opća ili posebna, trebala bi pridonositi bržem i efikasnijem usmjeravanju svih pratećih djelatnosti.

U pojedinim zemljama turistički razvitak ovisi o prepoznavanju važnosti kreiranja turističke politike kojom se doprinosi cjelokupnom razvoju zemlje. Kreiranje turističke politike zahtjeva suočavanje s brojnim čimbenicima kojima treba dati odgovarajuće mjesto u procesu implementacije zacrtane politike. Turizam uvelike ovisi o stupnju razvijenosti društveno - ekonomskih djelatnosti i zato je potrebno razvoj turizma povezati s razvojem drugih područja gospodarskog i društvenog života zemlje.

---

<sup>49</sup> Ibidem, str. 179.

<sup>50</sup> D. Pearce, *Tourist Development*, London, Longman, 1981., str. 40.

#### 1.3.4. Planiranje turističkog razvoja

Da bi turizam mogao ispuniti zadaću pokretača gospodarskog razvoja, vrlo je važno pomno planirati na svim razinama, stoga se planiranje turističkog razvoja provodi na međuregionalnoj, nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini.<sup>51</sup> Isto tako, političke nestabilnosti i moguće katastrofe koje mogu zadesiti svijet velika su prijetnja razvoju turizma pa navedeno u planiranju treba uzeti u obzir. U posljednje vrijeme može se pronaći više objašnjenja koji se trude dokazati da je turizam negativna pojava te da sam po sebi donosi razorne posljedice u određeni prostor.

Dolaskom turista iz razvijenih sredina u druge nerazvijene zemlje došlo je do društvenog i ekonomskog šoka, bio on negativan ili pozitivan. Velike razlike, ekonomske, socijalne i kulturne, između lokalnog stanovništva i turista dovele su do poremećaja u općoj društveno - ekonomskoj konstelaciji receptivnih zemalja. Pokazala se potreba za planiranjem turizma kao nepredvidivog fenomena.

Planiranje je usmjereno na definiranje ciljeva i načina na koje se ciljevi ostvaruju. Značenje planiranja je višestruko jer se provodi u funkciji upravljanja razvojem te definira ključne korake procesa. Plan kao završetak planiranja predstavlja podlogu za cjelokupno upravljanje razvojem.<sup>52</sup>

Vrste planiranja su različite. U planiranju turističkog razvoja razlikuje se planiranje u vezi s turizmom i planiranje turizma. Aktivnosti u turističkom poduzeću se mogu spoznati kroz tri vrste osnovnih planiranja: strateško, taktičko i marketinško. Strateško planiranje predstavlja analize usmjerene na ekonomske, poslovne i tehnološke varijable, a marketinško ima za cilj povezati ciljeve razvoja i resurse s tržišnim mogućnostima, odnosno kroz marketinški plan definirati što će se ponuditi na tržištu, na koji način te po kojoj cijeni. Planiranje turizma vezuje se uz turizam kao samostalan i cjelovit sustav, rezultat djelovanja različitih faktora koji utječu na turistički razvoj.<sup>53</sup>

Svako planiranje turističkog razvoja nosi u sebi ishodište ekonomskog pristupa na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini. Znanost i tehnologija sigurno će postati dominantna proizvodna snaga u svjetskim razmjerima, te intelektualne institucije

---

<sup>51</sup> A. Dulčić i L. Petrić, op. cit., str. 350.

<sup>52</sup> Ibidem, str. 343., 344.

<sup>53</sup> Ibidem, str. 347.-349.



postati središnje u socijalnoj strukturi, a obilno zadovoljavanje programiranih potreba zahvaća sva područja života što će zahtijevati prilagodbu u planiranju. „Kada je riječ o planiranju razvoja destinacijskog turističkog sustava idealno bi bilo da se turizam uvijek planira integralno na konkretnom destinacijskom području.“<sup>54</sup> Nažalost to često nije moguće, ali se zato zahtijeva da se planski postupak provodi na takav način da se razvoj sektora relativno lako integrira u opći razvojni plan, politiku i programske aktivnosti.

Planiranje razvoja turizma na lokalnoj razini podrazumijeva urbano planiranje, planiranje razvoja u turističkoj destinaciji te planiranje raznih oblika selektivnog turizma. Tu se također podrazumijeva ostvarivanje kompatibilnosti s ostalim, neturističkim aktivnostima, a nužno je radi ostvarivanja održivog razvoja na lokalnoj razini i u širem okruženju.<sup>55</sup>

### *1.3.5. Upravljanje razvojem novih pojavnih oblika turizma – turizam dostupan svima*

„U znanstvenoj i stručnoj literaturi pojam „turizam za sve“ se definira kao turističko iskustvo i doživljaj koji mogu nesmetano i u potpunosti uživati osobe s poteškoćama u kretanju ili s određenim oštećenjima (fizička ili mentalna).“<sup>56</sup> Turizam za sve je turizam koji je pristupačan svima i oslobođen svih prepreka.

Upravljanje turizmom koji bi trebao biti dostupan svima odnosi se na „omogućavanje dostupnosti – mobilne, vizualne, slušne i mentalne – tako da svi korisnici univerzalno dizajniranih proizvoda, usluga i okruženja, mogu djelovati nezavisno, ravnopravno i dostojanstveno.“<sup>57</sup> Turizam za sve je relativno mlad pojam kojemu se veća pažnja pridaje posljednjih godina zbog spoznaje o važnosti o

---

<sup>54</sup> L. Petrić, op. cit., str. 187.

<sup>55</sup> A. Dulčić i L. Petrić, op. cit., str. 358., 359.

<sup>56</sup> T. Golja i I. Slivar, *Europsko turističko tržište i trendovi razvoja*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2016., str. 181.

<sup>57</sup> M. Čanak, „Turizam dostupan osobama sa invaliditetom“, *Portal o invalidnosti*, 2016. Dostupno na: <http://portaloinvalidnosti.net/2016/09/turizam-dostupan-osobama-sa-invaliditetom-2/> (pristupljeno 22. ožujka 2018.)

ispunjavanju potreba svih ljudi, s posebnim naglaskom na osobe koje imaju poteškoće u kretanju te razna fizička i mentalna oštećenja.

*„Europa ima cilj učiniti turizam što dostupniji svima kako bi time osnažila svoju konkurentnost na turističkom tržištu. Sve je više europskih inicijativa sa svrhom unaprjeđenja prava osoba s posebnim potrebama.“*<sup>58</sup> Na području Europe turizmom dostupnim svima se bavi *European Network for Accessible Tourism* (ENAT). To je neprofitna udruga kojoj je cilj provoditi aktivnosti na području turizma dostupnog svima, istraživati ga i promovirati.<sup>59</sup>

Ova vrsta upravljanja treba biti zasebno sagledana jer je broj osoba s posebnim potrebama velik te kontinuirano raste. *„U razdoblju od 1960. do 2011. godine starije je stanovništvo u Europskoj uniji raslo po stopi od 1,6% godišnje, a projekcije kažu da se do 2020. očekuje otprilike 104 milijuna starijih stanovnika u Europskoj uniji.“*<sup>60</sup> U istom razdoblju očekuje se porast potražnje sa 744,3 na 861,9 milijun putovanja osoba s posebnim potrebama unutar zemalja Europske unije. Očekuje se da će potražnja za putovanjima osoba s nekom vrstom invaliditeta porasti za 0,12% godišnje.<sup>61</sup>

Slika 4. pobliže prikazuje potražnju za pristupačnim turizmom osoba s invaliditetom i osoba starije životne dobi u Europskoj uniji koje dolaze iz ključnih svjetskih ulaznih tržišta.

---

<sup>58</sup> T. Golja i I. Slivar, op. cit., str. 181.

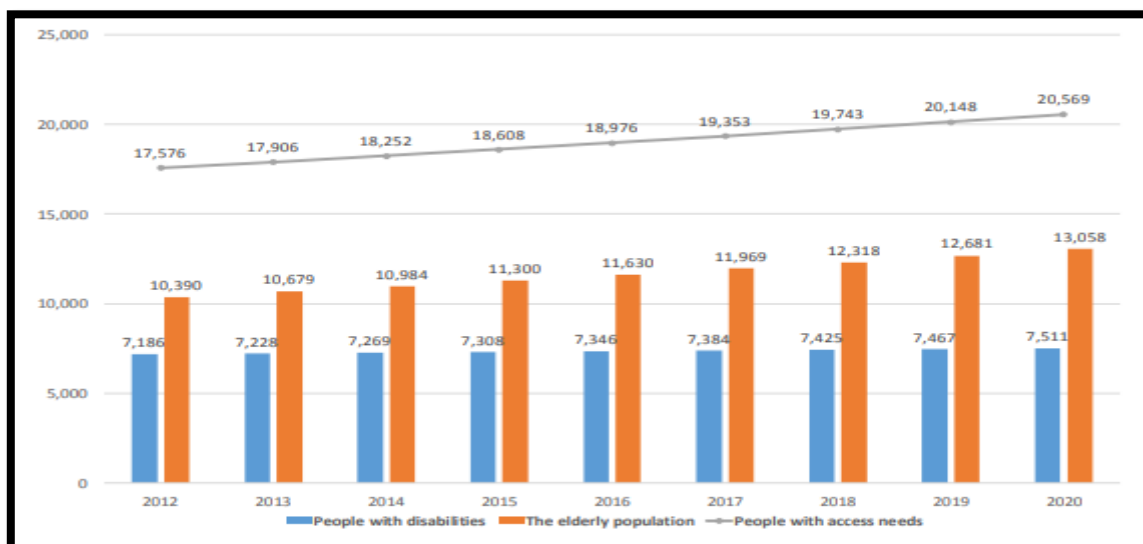
<sup>59</sup> ENAT, „Welcome to the Website of ENAT - the European Network for Accessible Tourism“, 2017. Dostupno na: <http://www.accessibletourism.org/> (pristupljeno 8. rujna 2018.)

<sup>60</sup> T. Golja i I. Slivar, op. cit., str. 182.

<sup>61</sup> Loc. cit.

Slika 4. Trenutna i buduća potražnja za pristupačnim turizmom u Europskoj uniji od strane osoba s posebnim potrebama od 2012. do 2020.

(‘000 putovanja)



Izvor: V. Eichhorn, „Economic Impact and Travel Patterns of Accessible Tourism in Europe – Final Report. Service Contract SI2. ACPROCE052481700“, European Commission – DG Enterprise and Industry, 2014., str. 110. Dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/264522053\\_Economic\\_Impact\\_and\\_Travel\\_Patterns\\_of\\_Accessible\\_Tourism\\_in\\_Europe\\_Full\\_Report](https://www.researchgate.net/publication/264522053_Economic_Impact_and_Travel_Patterns_of_Accessible_Tourism_in_Europe_Full_Report) (pristupljeno 8. rujna 2018.)

Na slici se može vidjeti porast potražnje za pristupačnim turizmom kroz godine te povećanja populacije starijih osoba i onih s posebnim potrebama. Potvrđuje se važnost promatranja međunarodnog okruženja iz kojeg dolaze posjetitelji koji traže navedeni oblik turizma. Pravo na odmor i razonodu ne smije biti uskraćeno nikome, posebno ne onima koji imaju fizičke i mentalne poteškoće u razvoju. Zadovoljavanje njihovih potreba zahtijeva formiranje posebne ponude u turizmu koja je dovela do razvoja nove vrste turizma nazvanog socijalni turizam, o kojemu će biti više riječi u drugom poglavlju rada.

## 2. SOCIJALNI TURIZAM – POJMOVNO ODREĐENJE

Socijalni turizam je u nekim specifičnim oblicima stariji od turističke djelatnosti kakvu poznajemo. Mnogi elementi suvremenog turističkog razvoja značili su napredak upravo zbog snažno izražene socijalne komponente, a neki su se krajevi počeli turistički razvijati nakon što se u njima razvio “socijalni turizam”.

Socijalni turizam je, kao pojam, poznat još od 1950-ih godina, a tek se nedavno počelo intenzivno razgovarati o njemu.<sup>62</sup> Naime, postojalo je mišljenje da je turizam luksuz i da je nedostupan pojedinim skupinama no takvo uvriježeno mišljenje se počelo mijenjati.

U sljedećim poglavljima i potpoglavljima će biti riječ o karakteristikama socijalnog turizma, povijesti socijalnog turizma, prednostima i doprinosu socijalnog turizma globalnom razvoju, ciljnim skupinama koje obuhvaća te će se pobliže opisati Međunarodna organizacija socijalnog turizma.

### 2.1. Temeljne odrednice socijalnog turizma

Kao što je već prije spomenuto, „*socijalni turizam odnosno „turizam za sve“ predstavlja relativno novi i nepoznat koncept u turističkoj teoriji i praksi te se može ustvrditi da trenutno ne postoji jednoznačna i općeprihvaćena definicija socijalnog turizma.*“<sup>63</sup>

Temeljne odrednice socijalnog turizma su sljedeće<sup>64</sup>:

- predstavlja nov koncept,
- osiguranje temeljnog ljudskog prava na „odmor i razonodu“,
- „turizam za sve“,

---

<sup>62</sup> D. Krešić, K. Miličević i I. Marković, „Nacionalni program razvoja socijalnog turizma – turizam za sve“, Zagreb, Ministarstvo turizma, Institut za turizam, 2014., str. 4. Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//151014\\_akcijski\\_socijalni.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//151014_akcijski_socijalni.pdf) (pristupljeno 20. ožujka 2018.)

<sup>63</sup> Loc. cit.

<sup>64</sup> Ibidem, str. 4., 7.

- uključenje društveno ugroženih skupina u turistička kretanja,
- sufinanciranje izgradnje turističke supra i infrastrukture,
- sufinanciranje turističkih putovanja.

Tema socijalnog turizma je dosta dugo bila zanemarivana i zapostavljena u znanstvenim i stručnim literaturama no zadnjih dvadesetak godina biva sve aktualnija. „Glavni razlog tome bio je društveni stav da turistički proizvod predstavlja luksuzno dobro te da, sukladno tome, taj proizvod ne bi trebao biti dostupan osobama s niskom razinom diskrecijskog dijela dohotka kao ni ostalim društveno ugroženim skupinama (osobe s tjelesnim ili mentalnim invaliditetom, mlađe osobe, starije osobe i slično).“<sup>65</sup> Međutim, dolazi do promjene društvene paradigme i afirmiranja novih vrijednosti koje promoviraju dostojanstvo i emancipaciju navedenih ugroženih skupina i socijalnu uključenost u društvu. Unutar procesa promjene društvenih vrijednosti, socijalna isključenost je prepoznata kao jedan od ključnih problema suvremenog društva, a socijalni potencijal turizma kao jedan od mogućih načina za povećanje socijalne kohezije te ublažavanje problema društvene isključenosti. Danas socijalni turizam najčešće podrazumijeva ukupnost turističkih aktivnosti kojima je cilj obespravljenim i marginaliziranim društvenim skupinama osigurati temeljno ljudsko pravo na odmor i razonodu.<sup>66</sup> Razvijanje turizma za socijalno isključene, a osobito za djecu, mlade, višebrojne obitelji, umirovljenike i invalide, svakoj će se osobi osigurati navedeno ljudsko pravo.

*„Kada je riječ o ciljnim skupinama na koje su usmjerene mjere razvoja socijalnog turizma, njih je moguće podijeliti u pet osnovnih skupina:*

- *djeca do 17 godina starosti,*
- *mladi, od 18 do 25 godina starosti,*
- *osobe starije životne dobi (55 godina i više) s niskom razinom diskrecijskog dijela dohotka,*
- *osobe s različitim vrstama dugotrajnih tjelesnih, mentalnih intelektualnih ili osjetilnih oštećenja,*
- *sudionici i stradalnici domovinskog rata.“*<sup>67</sup>

---

<sup>65</sup> Ibidem, str. 4.

<sup>66</sup> Loc. cit.

<sup>67</sup> Ibidem, str. 6.

„S obzirom na recentnu hrvatsku povijest i kontekst nastanka hrvatske države koji je obilježen ratnim stradanjima, ranije definiranim interesnim skupinama pridodani su i sudionike i stradalnike Domovinskog rata, koji vrlo često u suvremenom hrvatskom društvu spadaju u skupinu marginaliziranih te društveno i ekonomski obespravljenih osoba.“<sup>68</sup> Navedene ciljne skupine je potrebno uključiti u turistička kretanja te razviti valjanu turističku ponudu kako bi im osigurali pravo na odmor i razonodu, uz istovremeno smanjenje sezonalnosti i poticanje gospodarskog rasta područja na kojima se razvijaju sadržaji socijalnog turizma. Socijalni turizam ima sve veći značaj u suvremenim turističkim kretanjima pa je potrebno izgraditi supra i infrastrukturu koja će uvelike pomoći ugroženim skupinama. Postoje mnogobrojne inicijative koje su usmjerene na stvaranje preduvjeta za razvijanje turističke suprastrukture i infrastrukture kojima je cilj izgradnja novih ili adaptacija postojećih turističkih sadržaja kako bi mogli udovoljiti zahtjevima turista s posebnim potrebama. Vladine i nevladine organizacije planiraju i organiziraju razvoj infrastrukture i suprastrukture, a da pritom očuvaju turističke atrakcije.<sup>69</sup> Navedene inicijative, isto tako, stvaraju preduvjete za razvoj i realizaciju aktivnosti namijenjenih ciljnim skupinama kako bi ih se aktivno uključilo u društvo, bilo kao korisnika usluga, bilo kao pružatelja usluga s područja socijalnog turizma. Isto tako, postoje inicijative koje sufinanciraju turistička putovanja za socijalno ugrožene skupine o čemu će biti riječ u kasnijim potpoglavljima. Izuzetno je važno da i ovakve osobe budu uključene u društvo zbog odmora i razonode, bijega od stresa, poboljšanja sveukupne kvalitete života, razvoja osobnosti, upoznavanja novih kultura i običaja, mogućnosti za učenje te zbog duhovnog rasta i razvoja i povećanja društvene interakcije.

### 2.1.1. Definiranje socijalnog turizma

Međunarodna organizacija za socijalni turizam (*International Social Tourism Organisation*, ISTO) socijalni turizam definira kao svaku turističku aktivnost namijenjenu obespravljenim članovima društva kojima je iz bilo kojega razloga uskraćeno temeljno ljudsko pravo na odmor i razonodu, a koja se odvija zahvaljujući

---

<sup>68</sup> Ibidem, str. 7.

<sup>69</sup> A. Dulčić i L. Petrić, op. cit., str. 347., 348.

suradnji tijela javne vlasti, jasno definiranoj socijalnoj politici te posvećenosti svih dionika razvoju socijalnog turizma.<sup>70</sup>

Isto tako, prema mišljenju Europskog gospodarskog i socijalnog odbora, „*turistička aktivnost predstavlja socijalni turizam kada su zadovoljeni kriteriji:*

- *Stvarne životne okolnosti su takve da u potpunosti ili djelomično onemogućuju određenim društvenim skupinama da konzumiraju turistički proizvod, bilo da se radi o ekonomskoj obespravljenosti koja je posljedica loše gospodarske situacije, dugotrajnom fizičkom ili mentalnom oštećenju, osobnoj ili obiteljskoj društvenoj marginaliziranosti, smanjenoj mobilnosti, geografskoj udaljenosti ili bilo kojem drugom razlogu koji u konačnici predstavlja prepreku za sudjelovanje u turističkim aktivnostima.*
- *Kada netko, bilo da se radi o tijelima javne vlasti, privatnim poduzećima ili bilo kojoj organiziranoj skupini osoba, odluči poduzeti mjere kojima je cilj smanjivanje prepreka zbog kojih određene društvene skupine ne mogu pod ravnopravnim uvjetima konzumirati turistički proizvod.*
- *Kada poduzete mjere na efikasan način pomažu društveno ugroženim skupinama uz istovremeno uvažavanje univerzalnih vrijednosti kao što su održivost, dostupnost i solidarnost.*<sup>71</sup>

„Teoretičar Jafari definira socijalni turizam ovako: „*To je turizam za radnike, obitelji i udruženja, usmjeren ka osobnom razvoju, povezan s odmorom i u cilju unapređenja društvene povezanosti, na neprofitnoj osnovi, a u javnom interesu.*“ Definicija se ne odnosi na „socijalu“ u pejorativnom značenju te riječi, nego obilježava tu vrstu turizma kao djelatnost usmjerenu ka unapređivanju društvene povezanosti.<sup>72</sup>

---

<sup>70</sup> International Social Tourism Organisation, „Social Tourism Inquiry. The Social and Economic Benefits of Social Tourism“, 2011., str. 1. Dostupno na: [http://nationbuilder.s3.amazonaws.com/appgonsocialtourism/pages/23/attachments/original/ISTO\\_-\\_Inquiry\\_Social\\_Tourism.ISTO.pdf?1314889615](http://nationbuilder.s3.amazonaws.com/appgonsocialtourism/pages/23/attachments/original/ISTO_-_Inquiry_Social_Tourism.ISTO.pdf?1314889615) (pristupljeno 22. siječnja 2018.)

<sup>71</sup> Official Journal of European Union, „Opinion of European Economic and Social Committee on Social Tourism in Europe“, C 318/12, 2006., str. 68. Dostupno na: [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.C\\_.2006.318.FULL.ENG](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2006.318.FULL.ENG) (pristupljeno: 22. siječnja 2018.)

<sup>72</sup> M. Knežević, „Socijalni turizam kao socijalna i ekonomska kategorija – nekoliko elemenata razvoja“, *Acta Economica Et Turistica*, vol. 1, no 1, 2015., str. 60. Dostupno na: [www.hrca.hr](http://www.hrca.hr) (pristupljeno 15. siječnja 2018.)

## 2.1.2. Povijest razvoja socijalnog turizma

Socijalni i masovni turizam pojavili su se u drugoj polovici 19. stoljeća kao novi oblici društvenog života. „Prve znakove “pravog” socijalnog turizma nalazimo u Engleskoj 1894. godine, kada je organiziran prvi ljetni kamp za mlade radnike industrijskih središta pokrajine Lancashire. Osnovni motiv bio je pružiti mogućnost djeci, rudarima i tvorničkim radnicima da provedu tjedan ili dva u zdravoj okolini.”<sup>73</sup>

„Neki izvori kažu da se socijalni turizam počeo razvijati godine 1936. godine, kada je Međunarodna organizacija rada (engl., International Labour Organisation, ILO) donijela svoju konvenciju broj 52, u kojoj se zahtijeva plaćeni odmor za svaku zaposlenu osobu, nakon jedne godine rada.”<sup>74</sup> Socijalistička ideologija se razvila i u bivšoj Jugoslaviji, a prvi elementi se pojavljuju odmah na početku nastanka države. 1947. Vlada je donijela Naredbu o pogodnostima članova Jedinistvenih sindikata Jugoslavije za vrijeme korištenja godišnjeg odmora. Pogodnosti koje su članovi imali su: putovanja na odmor uz popust od 50% na vozne karte za državna prijevozna sredstva, popust od 25% na cijenu pansiona ako su kod istog ugostiteljskog poduzeća ostali najmanje 5 dana te nisu morali plaćati boravišnu pristojbu.<sup>75</sup>

Međutim, komercijalni turizam nije bio zaustavljen. Istaknuto je da se na turizam ne smije više gledati kao na sporednu djelatnost, “već da valja sve učiniti kako bi se strani gosti vraćali nakon što prvi puta vide Jadransko more”.<sup>76</sup> Socijalni turizam je već tad prepoznat kao razvojna šansa za turizam.

„Socijalni turizam i komercijalni turizam bili su u međusobno skladnom odnosu sve do raspada Jugoslavije i do radikalne promjene društveno-političkog sustava, kada je socijalna smještajno-turistička mreža radikalno devastirana. Godine 1995. ukupan broj smještajnih jedinica komercijalnog turizma, što zbog ratnih razaranja, što zbog smještaja prognanika i izbjeglica, što zbog privatizacijskih modela, pao je na 508.428,

---

<sup>73</sup> Ibidem, str. 61.

<sup>74</sup> Ibidem, str. 60.

<sup>75</sup> Loc. cit.

<sup>76</sup> Ibidem, str. 62.



*ali je socijalni turizam doživio upravo katastrofalan pad. Te je godine broj smještajnih jedinica pao na 10.317 ležajeva, što je deset puta manje nego 1985. godine.*<sup>77</sup>

1963. organizirana je Međunarodna organizacija socijalnog turizma koja je kao cilj svojeg djelovanja postavila: *“promicati pristup turizmu za sve, a osobito za siromašne skupine stanovništva”*.<sup>78</sup> Vlada Ujedinjenog Kraljevstva organizirala je poseban Odjel za međunarodni razvoj, koji je 1999. godine počeo upotrebljavati termin *pro-poor tourism*, čime se naglašavala potreba istraživanja mogućnosti turizma za ublažavanje problema siromaštva.

Mnogi autori spominju sve češće socijalni turizam od 2002. godine. Tada je pokrenut projekt *„Sustainable Tourism for Eliminating Poverty“* (Održivi turizam za eliminaciju siromaštva), na Svjetskom summitu o održivom razvoju u organizaciju Ujedinjenih naroda.<sup>79</sup> Sudionici susreta su u turizmu prepoznali mogućnost za otklanjanje siromaštva u nekim državama koje su potencijalno značajne za turizam, a imaju problema sa siromaštvom među stanovništvom. U širem kontekstu socijalni turizam spominje Europski ekonomski i socijalni odbor, koji je 2006. iznio mišljenje o ekonomskoj koristi socijalnog turizma, koja se sastoji u povećanim mogućnostima zapošljavanja, produljenju sezone i većoj održivosti zapošljavanja.<sup>80</sup>

## **2.2. Doprinos socijalnog turizma društvenoj integraciji i globalnom razvoju**

Turizam je snažan pokretač društvene integracije, potiče kontakte s drugim kulturama, mjestima, običajima i osobito s ljudima: bez putovanja, odmora i turizma, bilo bi nemoguće da se ljudi sastaju, razgovaraju i priznaju jedni druge kao jednake, ali ipak kulturno različite. Ova kulturna razmjena i uživanje u slobodnom vremenu važan su način za osobni razvoj, kako za turiste, tako i za one koji ih primaju u vlastitoj lokalnoj zajednici. Kulturna razmjena koju generira turizam posebno je važna za mlade ljude, povećavajući njihov intelektualni razvoj i obogaćujući njihovo viđenje svijeta.

---

<sup>77</sup> Ibidem, str. 62., 63.

<sup>78</sup> Ibidem, str. 63.

<sup>79</sup> Ibidem, str. 64.

<sup>80</sup> Ibidem, str. 65.

Europska unija tvrdi da bi socijalni turizam mogao biti učinkovit pri izgradnji europskih građana. Važno je istaknuti da se odmori namijenjeni socijalno ugroženim skupinama ne bi trebali razlikovati od uobičajenih turističkih odmora, ali bi ipak trebali pripomoći socijalnoj integraciji. Turistički odmori bi trebali pružiti socijalnim turističkim grupama prikladne uvjete za uživanje u odmoru, a ne obrnuto. Jasno je da ovo podrazumijeva puno napora i ulaganja u, ne samo objekte, već i vrste usluge. Stoga bi radnici koji su zaposleni u sektoru turizma, trebali biti posebno educirani za daljnje djelovanje. Uvjeti potrebni za razvoj socijalnog turizma bi se trebali razvijati u zajednicama koje vide ovakvu vrstu turističkih aktivnosti kao poticatelja razvoja. Ukoliko zajednice mogu zaraditi za život od turističke aktivnosti, lokalno gospodarstvo i socijalna stabilnost bit će ojačani. Isto tako, mnoge međunarodne udruge i vladajuća tijela, vide turističku aktivnost kao dobar „protuotrov“ za ratove i svih tipova katastrofe.<sup>81</sup> Turizam označava razmjenu, unaprjeđenje lokalne imovine, prijateljstvo i komunikaciju između ljudi, za razliku od rata, koji predstavlja agresiju, invaziju i uništavanje prirode. Turizam može potaknuti ljude da se približe i potiču mir, sklad i razvoj. Socijalni turizam može i trebao bi pomoći promicanju uvjeta jednakosti, pravde, demokracije i blagostanja koji omogućuju međusobni razvitak svih naroda širom svijeta.

Turizam je vjerojatno već, i zasigurno će jednoga dana postati, najmoćnija globalna industrija i donijet će najviše doprinosa kod zapošljavanja, razvoja, bogatstva i kvalitete života svim svojim korisnicima. Dok socijalni turizam pridonosi ekonomskom blagostanju, još nije dovoljno svjestan vlastite moći, vlastite ekonomske važnosti i, u stvari, njegove sposobnosti da uvjetuje održivost u odredištu. Ipak, društva i tijela socijalnog turizma moraju gledati izvan ekonomskih kriterija pri razvoju socijalnih aktivnosti.

Jedan kriterij koji treba koristiti jest stvaranje stabilne, visoke kvalitete zapošljavanja, što je ključno za održivi razvoj turističke destinacije. Doprinos socijalnog turizma (bez obzira je li velik ili malen) u borbi protiv sezonalnosti je osnovni kriterij kada se cilja na kvalitetu i stabilnost zaposlenosti te bi svakako trebao biti sastavni dio europskog turističkog modela. Javno-privatna partnerstva u upravljanju socijalnim turizmom mogu poslužiti kao koristan instrument i pokazatelj za ispunjavanje ovog

---

<sup>81</sup> N.-R. Dumitru, C.-I. Negricea i A. Slapac, „Social Tourism – a Factor in Cultural, Social and Economic Change“, *Romanian Economic and Business Review*, vol. 4, no. 2, 2009., str. 91., 92.

kriterija. Iako je socijalni turizam ekonomska aktivnost, ona je također i društvena aktivnost, donoseći velike koristi. Posjetitelji imaju koristi na odmoru, u daljnjem radu te društvo u cjelini može samo dobivati.

U slučaju Europske unije, socijalni turizam ima sve veći utjecaj na izgradnju građana Europe te će se i dalje zasigurno pozitivno odražavati na građane. Putovanje u Europu od strane što većeg broja građana, može samo dovesti do većeg znanja, razumijevanja i tolerancije.

Prednosti razvoja socijalnog turizma, treba promatrati kroz širi kontekst, u skladu sa socijalnim načelima Europske unije, a podrazumijevaju<sup>82</sup>:

- pristup većem broju ljudi na blagdane,
- naglašavanje "ljudskog" aspekta razvoja turističke djelatnosti,
- produljenje turističke sezone,
- bolju pretvorbu prirodnog, kulturnog i antropološkog potencijala,
- preusmjerenje tokova turizma na manje zastupljena područja,
- mogućnost posjete receptivnih zemalja tijekom cijele godine,
- instrument socijalizacije / poboljšava ljudske odnose (socijalna kohezija),
- povećavanje razine zaposlenosti,
- gospodarski razvoj lokalnih zajednica,
- rješenje za nepovoljne zone (rudarstvo, industrijske zone),
- rast kvalitete života na razini društva.

Dakle, na ekonomskoj razini može se utvrditi činjenica da socijalni turizam može biti rješenje najtežeg problema, a to je sezonalnost. Na taj način, kroz dulje vremensko razdoblje osiguran je povrat ljudi koji pripadaju navedenim skupinama.

Socijalni turizam, kroz kontinuirani razvoj, doprinosi smanjenju neravnoteže između različitih zona te se iste revitaliziraju (one s vrlo niskom gospodarskom aktivnosti, smanjenim prihodima i sl.).

Socijalni turizam, produljenjem turističke sezone, može kreirati sigurno tržište rada i redistribuirati radnu snagu koja je dostupna u drugim restrukturiranim gospodarskim sektorima (kao što su industrija, poljoprivreda itd.). Istodobno, socijalni turizam

---

<sup>82</sup> Ibidem, str. 92., 93.

predstavlja način razvoja ruralnih zona, širenjem područja specifične ponude i stvaranjem radnih mjesta u ruralnim područjima poboljšavajući kvalitetu života i rast dohotka lokalnog stanovništva.<sup>83</sup>

Na ekološkoj razini, u uvjetima poštivanja i promicanja načela održivog razvoja, socijalni turizam predstavlja sredstvo zaštite, očuvanja i okretanja kulturnom i povijesnom svijetu.

U društvenom kontekstu, socijalni turizam ima velik utjecaj. Pruža podršku najranjivijim skupinama, potiče aktivno obrazovanje ljudi te povećava razinu svijesti i humanosti. „*Tako su gospodarski učinci socijalnog turizma mjerljivi ne samo u financijskim pokazateljima nego i u pokazateljima koji osvjetljuju ulogu opće populacije u ekonomskim aktivnostima.*“<sup>84</sup>

Ukratko, socijalni turizam povećava kvalitetu života, i onima koji imaju koristi od vlastitih ponuda, i dionicima turističkog sektora, i lokalnoj zajednici u cjelini.

### **2.3. Međunarodna organizacija za socijalni turizam**

Međunarodna organizacija za socijalni turizam osnovana je 1963. godine pod imenom Međunarodni ured za socijalni turizam (*International Bureau for Social Tourism*, B.I.T.S.). To je međunarodna neprofitna organizacija čija je misija promovirati pristup odmoru i turizmu za sve, odnosno za mlade ljude, obitelji, starije osobe i osobe s invaliditetom. Također, želi promovirati održivi turizam i solidarnost u korist lokalnog stanovništva poštujući prirodno i kulturno naslijeđe.<sup>85</sup>

---

<sup>83</sup> Ibidem, str. 93.

<sup>84</sup> M. Knežević, op. cit., str. 73.

<sup>85</sup> International Social Tourism Organisation, „ISTO“, 2018a. Dostupno na: <http://www.oits-isto.org/oits/public/section.jsf?id=29> (pristupljeno 28. siječnja 2018.)

Slika 5. Logo Međunarodne organizacije za socijalni turizam



Izvor: International Social Tourism Organisation, „ISTO“, 2018a. Dostupno na: <http://www.oits-isto.org/oits/public/section.jsf?id=29> (pristupljeno 28. siječnja 2018.)

Prema deklaraciji iz Montreala, koja predstavlja temelje socijalnog turizma, socijalni turizam se definira kao<sup>86</sup>:

- stvoritelj društva,
- promotor gospodarskog rasta,
- činitelj sudjelovanja u regionalnom planiranju i lokalnom razvoju,
- partner u globalnim razvojnim programima.

Kriteriji koji se moraju poštivati za daljnji razvoj socijalnog turizma su<sup>87</sup>:

- predložene aktivnosti okupljaju društvene, obrazovne i kulturne ciljeve koji će pridonijeti poštovanju i razvoju pojedinca,
- ciljana javnost je jasno identificirana bez diskriminacije na rasnoj, kulturnoj, vjerskoj, političkoj, filozofskoj ili društvenoj osnovi,
- neekonomska dodana vrijednost sastavni je dio predloženog proizvoda,
- održivost na razini lokalne zajednice,
- vrsta djelatnosti i cijena su jasno naznačeni u ugovornim dokumentima,
- cijene su kompatibilne s navedenim društvenim ciljevima; godišnji višak, u cijelosti ili djelomično, bit će ponovno uloženi za poboljšanje usluga koje se nude javnosti,
- upravljanje osobljem je u skladu s društvenim zakonodavstvom i obvezuje se na promicanje zadovoljstva poslom i pružanje odgovarajućeg treninga za razvoj kadrova.

<sup>86</sup> International Social Tourism Organisation, „The Montreal Declaration“, 2018b. Dostupno na: <http://www.oits-isto.org/oits/public/section.jsf?id=44> (pristupljeno 28. siječnja 2018.)

<sup>87</sup> Loc. cit.

Međunarodna organizacija za socijalni turizam nastoji prevladati nejednakosti u pristupu turizmu te potaknuti razvoj domicilnog stanovništva, osigurati prava radnika, usklađujući pritom različite oblike turizma, poput turizma solidarnosti, zajedničkog turizma i pristupačnog turizma. Ima dva glavna cilja: podizanje svijesti među vladama, međunarodnim institucijama i lokalnim i regionalnim vlastima nadležnim za socijalne politike u turizmu i najbolje prakse koje olakšavaju odmor za sve te postati platforma za razmjenu i usluge za članove, poticanjem razmjene iskustava, znanja i razvoja projekta.<sup>88</sup>

Članovi Međunarodne organizacije za socijalni turizam su privatne i javne organizacije koje su ili profitne ili neprofitne. To uključuje turističke organizacije, kao što su vlasnici turističkih centara ili naselja, hosteli za mlade, agencije i operatori, sindikati, zadruge, nevladine udruge, obrazovne ustanove i službene turističke organizacije, a obavljaju djelatnost korisnu za društveni turizam. Trenutno ima 160 članova u 35 zemalja Europe, Amerike i Afrike, uključujući veliki broj država i preko 30 lokalnih i regionalnih vlasti.<sup>89</sup>

Svjetski kongres Međunarodne organizacije za socijalni turizam se održao u Zagrebu od 18. do 21. listopada 2016. godine, pod nazivom „*ISTO 2016 WORLD CONGRESS, Driving tourism through inclusion*“.<sup>90</sup> Ovaj kongres je bio izravni nastavak prethodnog izdanja, koje je održano u Sao Paolu, a predstavljao je nastavak inicijative koja je pokrenuta s ciljem jačanja Svjetske organizacije koja služi svojim članovima s ciljem promicanja socijalnog turizma. Glavni predmet i teme kongresa su bili fokusirani na pojam uključenosti. Raspravljalo se o tri glavna područja: turizmu dostupnom za sve, socijalnoj politici te turizmu za razvoj regije i održivosti. Turizam dostupan za sve je imao najveći značaj, s obzirom na to da je tema Svjetskog dana turizma 2016. bila "Turizam za sve - promicanje univerzalne pristupačnosti". Što se tiče socijalne politike i pokretača rasta domaćeg turizma, Međunarodna organizacija za socijalni turizam je predložila partnerstvo s UNWTO kako bi ojačali razvoj i promociju domaćeg turizma.<sup>91</sup>

---

<sup>88</sup> International Social Tourism Organisation, 2018a., op. cit.

<sup>89</sup> Loc. cit.

<sup>90</sup> Zajednica saveza osoba s invaliditetom Hrvatske, „26. svjetski kongres socijalnog turizma“, 2016. Dostupno na: <http://www.soih.hr/soih-podrucje-rada-detaljno/26-svjetski-kongres-socijalnog-turizma> (pristupljeno 8. rujna 2018.)

<sup>91</sup> International Social Tourism Organisation, „World Congress on Social Tourism (Zagreb, Croatia)“, 2016. Dostupno na: <http://www.oits-isto.org/oits/public/event.jsf?evento=91> (pristupljeno 28. siječnja 2018.)

### 3. SOCIJALNI TURIZAM U EUROPSKOJ UNIJI

Europska unija je pokrenula brojne inicijative za razvoj socijalnog turizma. Europska komisija je u svojoj razvojnoj strategiji pod nazivom Europa 2020 – Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast naglasila potrebu za povećanjem društvene i teritorijalne kohezije Europske unije kao i za jačanjem solidarnosti između građana zemalja članica EU-a, što su sve ciljevi koji su u potpunosti usklađeni s glavnim ciljevima razvoja socijalnog turizma. Europska unija je također pokrenula brojne konkretne inicijative koje za cilj imaju uključenje društveno ugroženih skupina u turističke tokove i njihovu bolju integraciju u društvo.<sup>92</sup>

Inicijative koje provodi Europska unija su usmjerene na dostupnost turističkih proizvoda i usluga ciljnim skupinama ove vrste turizma no ponuda još uvijek nije u potpunosti razvijena.

Kao primjeri dobre prakse mogu se navesti Norveška, Francuska, Mađarska ili Danska. U Danskoj je uveden sustav označavanja ili certificiranja objekata koji jamče dostupnost ljudima različitih kategorija i stupnjeva invaliditeta.<sup>93</sup>

Mađarska ima sustav odmorišnih bonova, a bazira se na izuzimanju odmorišnih bonova od plaćanja poreza.<sup>94</sup>

Francuska je država koja ima dugu tradiciju ponude socijalnog turizma, a isto tako na tom području djeluju organizacije koje su odgovorne za odmorišne bonove te upravljanje istima.<sup>95</sup>

U sljedećim potpoglavljima je obrađeno stanje ponude i potražnje za socijalnim turizmom u Europskoj uniji, najpopularniji projekti koji su financirani od strane Europske unije kao što su Calypso, Forever Young!, Garden Route te Francuska te Slovenija i Španjolska kao primjeri dobre prakse socijalnog turizma među državama članicama.

---

<sup>92</sup> D. Krešić, K. Miličević i I. Marković, op. cit., str. 5.

<sup>93</sup> Ibidem, str. 8., 9.

<sup>94</sup> Ibidem, str. 9.

<sup>95</sup> Loc. cit.

### 3.1. Stanje ponude i potražnje socijalnog turizma u Europskoj uniji

Ponuda socijalnog turizma u Europskoj uniji se bazira na dva modela; ponuda smještaja prilagođenog potrebama osoba s invaliditetom te ponuda smještaja za boravak socijalno ugroženih skupina stanovnika.

*„Na području Europske unije posluje 65 velikih hotelskih lanaca, a indikativno je da su tek 3 lanca orijentirana na goste niže platežne moći („budget“ hoteli) s ukupno 1.363 hotela, te još 14 hotelskih lanaca za goste niže do srednje platežne moći („economic“ hoteli) s 4.872 hotela.“<sup>96</sup> Ovakvi hoteli predstavljaju bazu socijalnog turizma za osobe nižeg diskrecijskog dijela dohotka. Također, drugi važan segment predstavljaju hosteli; primarna ponuda u socijalnom turizmu mladih.*

Europska unija znatno ulaže u kulturne projekte te promicanje kulturnog turizma. Pokrenula je mnoge projekte koji osiguravaju ovakvu vrstu turizma osobama diskrecijskog dijela dohotka osiguravajući besplatne karte. *„Među brojnim gradovima sa sličnim programima ističe se Pariz koji nudi besplatan posjet i velike popuste u preko 100 muzeja i spomenika, ali kroz posebno osmišljene ture, poput „Inexpensive Paris“ i „Paris for free.“<sup>97</sup>*

Svaka država ima svoje propise za prilagodbu različitim vrstama objekata i javnih sadržaja osobama s invaliditetom ili nekom drugom vrstom oštećenja. Pojedine države imaju baze privatnih i javnih površina dostupnih za turističko korištenje osoba s invaliditetom, gdje prednjače Velika Britanija, Norveška, Španjolska, Danska i Švedska. *„Kao zemlja s iznimno razvijenom ponudom smještaja prilagođenog osobama s invaliditetom ističe se Norveška koja je svoju ponudu socijalnog turizma usmjerila na približavanje komercijalnih turističkih usluga pojedincima s određenim vrstama fizičkih oštećenja, te s oštećenjima vida i sluha, kroz program „Nacionalni sustav označavanja“. Doneseni su jasni standardi koji se sastoje od 14 područja s ukupno 105 kriterija i donose određene certifikate, a sličan sustav je uspostavljen i u Danskoj. Ovakav način prilagodbe smještaja omogućava i olakšano promoviranje i raspoznavanje objekata s prilagođenom infrastrukturom.“<sup>98</sup>*

---

<sup>96</sup> Ibidem, str. 10.

<sup>97</sup> Ibidem, str. 11.

<sup>98</sup> Loc. cit.



„Nacionalna shema dostupnosti“ u Velikoj Britaniji usmjerava se prema prilagodbi objekata te poticanju korisnika socijalnog turizma na korištenje tih objekata. U Francuskoj je razvijen niz specijaliziranih projekata posebnih oblika turizma s ciljem uključivanja socijalno ugroženih skupina stanovnika. U Španjolskoj se ističe više organizacija specijaliziranih za pružanje usluga socijalnog turizma u prilagođenim objektima kao što su IMSERSO (*Instituto de Mayores y Servicios Sociales*), koji je posvećen socijalnom turizmu starijih, ONCE (*Organización Nacional de Ciegos Españoles*), koja pruža usluge slijepim i slabovidnim osobama te PREDIF (*Plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Física*) usmjeren poboljšavanju mogućnosti osoba s fizičkim poteškoćama, pri čemu postoje jasno definirane baze javnih površina, kao što su spomenici, muzeji, prirodna zaštićena područja i ostale turističke atrakcije s obzirom na dostupnost za pojedine skupine osoba s invaliditetom.<sup>99</sup>

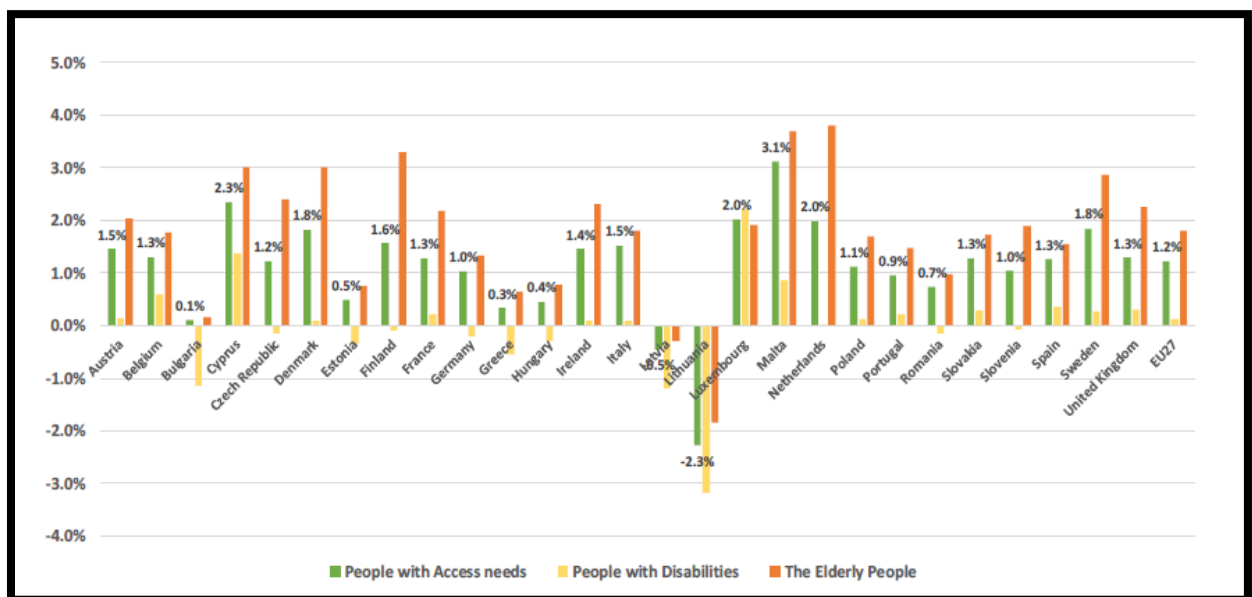
2012.-2013. provedeno je istraživanje od strane Europske komisije kako bi se izgradila sveobuhvatna slika dostupnog turizma u Europskoj uniji. Glavni cilj studije je bolje razumijevanje potražnje za pristupačnim turizmom kako bi se što uspješnije vodila politika na ovom području.<sup>100</sup> Potražnja za socijalnim turizmom polazi od turista koji nisu u stanju putovati zbog fizičkih barijera ili materijalnog stanja. Najugroženije skupine su osobe starije životne dobi te osobe s određenom vrstom invalidnosti.

---

<sup>99</sup> Loc. cit.

<sup>100</sup> V. Eichhorn, op. cit., str. 21.

Slika 6. Godišnja stopa rasta broja osoba s posebnim potrebama te starijih osoba na području EU 27 za razdoblje od 2011. do 2020. godine (u %)



Izvor: V. Eichhorn, „Economic Impact and Travel Patterns of Accessible Tourism in Europe – Final Report. Service Contract SI2. ACPROCE052481700“, European Commission – DG Enterprise and Industry, 2014., str. 61. Dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/264522053\\_Economic\\_Impact\\_and\\_Travel\\_Patterns\\_of\\_Accessible\\_Tourism\\_in\\_Europe\\_Full\\_Report](https://www.researchgate.net/publication/264522053_Economic_Impact_and_Travel_Patterns_of_Accessible_Tourism_in_Europe_Full_Report) (pristupljeno 8. rujna 2018.)

Slika 6 upućuje na blagi porast broja osoba u posebnim kategorijama te starijih osoba u svim zemljama osim u Bugarskoj, Latviji, Litvi te Luksemburgu. Općenito, u Europskoj uniji broj socijalno ugroženih skupina će narasti 1,2% kroz promatrano razdoblje.

Najveći udio onih koji nisu putovali na razini Europske unije se odnosi na osobe starije životne dobi, osobe s niskom stručnom spremom, stanovnike ruralnih područja te nezaposlene. Navedene skupine kao takve možemo prepoznati kao socijalno najugroženije skupine. Kao razlozi za ne odlazak na turističko putovanje, na prvom mjestu su istaknuti financijski razlozi. Loša materijalna situacija i recesija su najvažniji razlozi zbog kojih se godišnji odmori niti ne mogu planirati, ali i mijenjati; neki čak potpuno odustanu od putovanja radi loše financijske situacije. Također, još jedan od bitnih problema jest taj da ispitanici nisu putovali zbog lošeg pristupa transportu ili smještaju. Nezaposleni čine iznimno važnu skupinu korisnika usluga s područja socijalnog turizma, a mogu se prepoznati u tri socijalno ugrožene grupe, mlađe odrasle

osobe starosti između 18-25 godina, obitelji pod financijskim ili drugim pritiskom te radno sposobne osobe s invaliditetom. Stopa nezaposlenosti je još uvijek visoka, a značajan problem je visoka razina nezaposlenosti mladih kao jedne od skupina socijalnog turizma. Najnižu stopu nezaposlenosti mladih bilježe Njemačka i Austrija, a najvišu Španjolska i Grčka. Gotovo jedna četvrtina stanovnika Europske unije živi u riziku od siromaštva. Upravo visoka stopa nezaposlenosti među mladima te loša financijska situacija, onemogućavaju prakticiranje turističkih putovanja. Djeca su ugrožena prvenstveno zbog niskih primanja unutar svojih obitelji, a mladi zbog viske stope nezaposlenosti koja im onemogućuje da idu na turistička putovanja. Trend produljenog životnog vijeka se nastavlja u Europskoj uniji, stoga su sve veća financijska opterećenja koja proizlaze iz velikog broja umirovljenika koje mirovinski sustav ne može financirati. To su izrazito važne skupine socijalnog turizma, a sve se češće kao turistički proizvodi nude ekskurzije i terenske nastave, popusti za umirovljenike, dok se među mladima prakticira omladinski turizam i boravak u hostelima.<sup>101</sup>

### **3.2. Projekti financirani od strane Europske unije u području socijalnog turizma**

Europska unija je pokrenula mnogobrojne inicijative i projekte usmjerene na razvoj socijalnog turizma. 2006. godine su započeli s promoviranjima i razvojem dobre prakse socijalnog turizma kroz radionice, seminare i konferencije. U travnju 2008. u Bruxellesu se odvijala značajnija konferencija na temu "Lakše omogućavanje turističkih putovanja mlađim i starijim građanima". Uz razne aktivnosti koje podupire Komisija, također su razmotrene i dobre prakse u turizmu od strane lokalnih vlasti i privatnog sektora iz nekoliko dijelova Europe.<sup>102</sup>

Svake godine Europska unija organizira radionice i predlaže projekte u zemljama diljem Europe. Smatraju da socijalni turizam može pomoći visokoj sezonalnosti u nekim zemljama, promovirati turizam i tijekom niske sezonalnosti, potaknuti

---

<sup>101</sup> D. Krešić, K. Miličević i I. Marković, op. cit., str. 14., 15.

<sup>102</sup> Europska komisija, „Supporting social tourism“, *Enterprise & Industry online magazine*, 2008. Dostupno na: [https://ec.europa.eu/growth/content/supporting-social-tourism-0\\_ga](https://ec.europa.eu/growth/content/supporting-social-tourism-0_ga) (pristupljeno 10. veljače 2018.)

gospodarski rast te otvoriti nova radna mjesta u Europi. Europska komisija je identificirala starije i mlade ljude kao skupine koje mogu lako putovati tijekom niske sezone. Jačanje njihovog doprinosa u turizmu može pomoći u prevladavanju izazova sezonalnosti i doprinijeti konkurentnosti. Nastoji se potaknuti suradnja svih zainteresiranih strana kako bi se iskoristile potencijalne mogućnosti proširenja turističke sezone izvan tradicionalnih razdoblja. 2015. godine održana je radionica u Bruxellesu s ciljem promicanja razmjene mišljenja i najbolje prakse među odabranim javnim i privatnim dionicima. Razmatran je profil turističkog tržišta starijih i mladih skupina turista na razini Europske unije, kao i mogućnosti koje ta tržišta nude. Radionica je također istraživala načine olakšavanja suradnje između dionika i razvoj inovativnih rješenja izvan sezone. Kako bi se povećala turistička kretanja za starije i mlađe putnike sufinanciraju se projekti usmjereni prema navedenim ciljnim skupinama.<sup>103</sup>

Europska komisija 2006. je pokrenula inicijativu EDEN (*European Destinations of Excellence*) koja promiče održive modele razvoja turizma diljem Europske unije. Inicijativa se temelji na nacionalnim natjecanjima koja se održavaju svake druge godine i rezultiraju izborom turističke destinacije izvrsnosti za svaku zemlju sudionicu. Kroz izbor destinacija, EDEN učinkovito postiže cilj privlačenja pažnje na vrijednosti, raznolikost i zajedničke značajke europskih turističkih odredišta. Ključna značajka odabranih odredišta je njihova predanost društvenoj, kulturnoj i ekološkoj održivosti turizma. Primatelji nagrade su nova, manje poznata odredišta koja se nalaze unutar Europske unije i zemalja kandidatkinja. Inicijativa EDEN pomaže u širenju održive prakse korištene u nagrađenim destinacijama diljem Europske unije.<sup>104</sup>

*„2013. godine tema izbora nacionalnog pobjednika Europske destinacije izvrsnosti bio je „Pristupačni turizam“. Pod pojmom pristupačni turizam podrazumijevaju se destinacije koje razvijaju turističku ponudu pristupačnu, odnosno dostupnu svim osobama, prilagođenu djeci, starijima, bolesnima i osobama s posebnim potrebama bez obzira na fizička ograničenja, invaliditet ili godine.“<sup>105</sup>*

---

<sup>103</sup> Europska komisija, „Low season tourism“, 2018b. Dostupno na: [http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/seniors-youth\\_en](http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/seniors-youth_en) (pristupljeno 11. veljače 2018.)

<sup>104</sup> Europska komisija, „About EDEN“, 2018a. Dostupno na: [https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/eden/about\\_en](https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/eden/about_en) (pristupljeno 10. rujna 2018.)

<sup>105</sup> L. Komes, M. Tanković i V. Kletečki, Europske destinacije izvrsnosti (European Destinations of Excellence: EDEN) – projekt Europske komisije, *Zbornik Sveučilišta Libertas*, vol. 3, no. 3, str. 258.

Kriteriji za ocjenjivanje „EDEN“ destinacije na temu „Pristupačni turizam“ su sljedeći:

- prometna povezanost/dostupnost destinacije
- prometna infrastruktura u destinaciji
- pristupačne javne ustanove u destinaciji
- smještajna ponuda (hoteli ili dr. smještajni objekti) u destinaciji
- sadržaji pristupačnih hotela ili dr. smještajnih objekata
- ugostiteljska i rekreacijska ponuda u destinaciji
- kulturna, zabavna i druga ponuda u destinaciji
- marketing, booking sistem, web stranice i informacije u destinaciji.<sup>106</sup>

*„2013. godine priznanje je dodijeljeno ruralnom turističkom objektu Stancija 1904. u središtu Istre (u mjestu Smoljanci kraj srednjovjekovnog Svetvinčenta). „Stancija 1904. je prelijepa obiteljska vila okružena mediteranskim zelenilom, širokim položenim stazama pristupačna je teže pokretnim osobama i slabovidnim osobama za koje su jelovnici pisani na Brailleovu pismu, a u kuhinji i istarskoj konobi stolovi su niži i širi kako bi istarske delicije bile svima na dohvat ruke.“<sup>107</sup> Ovo je jedan od najboljih primjera kako Hrvatska prati trendove te shvaća važnost pristupačnog turizma za dodatnu prepoznatljivost i konkurentnost na turističkom tržištu.*

U sljedećim potpoglavljima će biti riječ o odabranim pozitivnim primjerima projekata na području socijalnog turizma u Europskoj uniji.

### *3.2.1. Projekt Calypso*

Projekt Calypso je proveden u razdoblju od 2009. do 2013. godine od strane Europske komisije koja je objavila natječaj pod nazivom „Olakšavanje transnacionalne razmjene u vrijeme niske sezone kroz razvoj socijalnog turizma“. *„Projekt ima za cilj omogućiti svim skupinama društva odlazak na odmor, a prije svega je usmjeren na osobe starije od 65 godina i umirovljenike koji si ne mogu priuštiti putovanja, osobe s*

---

<sup>106</sup> Europska komisija, „Kriteriji za ocjenjivanje EDEN destinacije na temu „Pristupačan turizam“, 2013. Dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2014-10/KRITERIJI-EDEN-MINT-NOVO-2751.pdf> (pristupljeno 8. rujna 2018.)

<sup>107</sup> L. Komes, M. Tanković i V. Kletečki, op. cit., str. 258.

*invaliditetom, mlađe odrasle osobe između 18 i 30 godina i socijalno ugroženije obitelji s djecom. Osim navedenog, projekt može doprinijeti smanjenu sezonalnosti, jačanju osjećaja pripadnosti europskom državljanstvu i promociji regionalnog razvoja temeljenog na specifičnim gospodarskim djelatnostima na lokalnim/regionalnim razinama. „Calypso“ pruža europskom stanovništvu slabijeg imovinskog stanja priliku za putovanje u druge dijelove Europe koji su im nepoznati.“<sup>108</sup>*

U okviru Calypsa, Europska komisija je financirala niz inovativnih projekata koji će pomoći pri realizaciji glavnih ciljeva. Projekti su stvorili bilateralne i multilateralne modele razmjene, podržavajući putovanja ciljnih skupina postavljanjem takozvane B2B eCalypso platforme. Kreirana 2013. godine, ova platforma je postala tržište koje okuplja razne organizacije uključene u organiziranje odmora ciljnih skupina te olakšava njihov odlazak na turistička putovanja u postsezoni.<sup>109</sup>

Početak realizacije projekta postavljeni su ciljevi:

- objaviti katalog glavnih (najreprezentativnijih) dobrih praksi kao sredstava za poticanje turističke djelatnosti osobito tijekom postsezona, stvarajući tako mogućnosti za zapošljavanje,
- identificirati postojeće mjere na europskoj i nacionalnoj razini, omogućujući razmjenu osoba iz sljedećih ciljnih skupina: starije osobe, mladi, osobe s invaliditetom i obitelji s niskom razinom dohotka,
- ispitati moguće poteškoće uz rješenja: predložiti jedan ili više mehanizama u postsezoni omogućujući određenim ciljnim skupinama (starijim osobama, mladima, osobama s invaliditetom i obiteljima koje se suočavaju s teškim društvenim okolnostima) odlazak na odmor u druge države članice/zemlje kandidatkinje na temelju tematskih programa i ponuda te inicijativa dionika koji uključuju općine, dobrotvorne organizacije, župe, sindikate, socijalne partnere, zadruge ili bilo koje neprofitne udruge.<sup>110</sup>

---

<sup>108</sup> Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, „Projekt "Calypso" - natječaj za razvoj socijalnog turizma“, 2011. Dostupno na: <http://www.mint.hr/vijesti/projekt-calypso-natjecaj-za-razvoj-socijalnog-turizma/3460> (pristupljeno 20. veljače 2018.)

<sup>109</sup> Europska komisija, 2013., op. cit.

<sup>110</sup> European Commission, „eCalypso. Tourism for all“, 2018b. Dostupno na: <http://ecalypso.eu/steep/public/section.jsf?id=27> (pristupljeno 20. veljače 2018.)

eCalypso je platforma koja djeluje na turističkom tržištu na društveni, odgovoran i etički način. Nudi različite usluge i proizvode, uglavnom u postsezoni i predsezoni s vrlo konkurentnim cijenama. To je otvorena platforma na koju se samo treba registrirati kao kupac ili prodavatelj usluga. Platforma također nudi nekoliko referenci o socijalnom turizmu u Europi, uključujući publikacije, najbolje prakse, vijesti i pozadinske informacije o eCalypso inicijativi. Članovi eCalypso osnivača su: ISTO, Floreal Group, Vacances Ouvertes, Savez nacionalnih turističkih zajednica i Institut za turizam regije Múrcia.<sup>111</sup>

Prva radionica Calypso održana je u Finskoj, u suradnji s Regijom Kainuu. To je bio prvi Calypso sastanak u 2011. godini. Na sastanku su bile prvenstveno finske i europske udruge, zainteresirane strane i zemlje Europske unije uključene u pitanja socijalnog turizma te skupina Calypso stručnjaka. Raspravljalo se o četiri projekta koji su pokrenuti te iste godine, financiranju budućih projekata te usklađivanju istih. Nakon toga je radionica održana u Portugalu, a sudjelovali su dionici iz područja turizma, uključujući udruge koje su uključene u pitanja socijalnog turizma. Raspravljalo se o gospodarskom utjecaju socijalnog turizma, uspješnim turističkim pričama iz Portugala, projektima koji su pokrenuti 2010. godine te o budućnosti Calypsa.<sup>112</sup>

### 3.2.2. Ostali projekti

Kao što je ranije istaknuto, različiti projekti na razini Europske unije olakšavaju i omogućavaju putovanja mlađe i starije populacije te osoba s posebnim potrebama, posebno u predsezoni i postsezoni. Pomoću projekata može se također osnažiti suradnja između dionika te se potiče razvoj inovativnih rješenja za povećanje putovanja izvan sezone.

---

<sup>111</sup> European Commission, „About eCalypso“, 2018a. Dostupno na: <http://ecalypso.eu/steep/public/about.jsf?id=22> (pristupljeno 20. veljače 2018.)

<sup>112</sup> Europska komisija, „Calypso workshop: Calypso widens Europe’s travel horizons“, 2014a. Dostupno na: [http://ec.europa.eu/growth/content/calypso-workshop-calypso-widens-europe%E2%80%99s-travel-horizons\\_en](http://ec.europa.eu/growth/content/calypso-workshop-calypso-widens-europe%E2%80%99s-travel-horizons_en) (pristupljeno 25. veljače 2018.)

Europska komisija, „Calypso workshop: Implementing Calypso - Four Projects, Four Target Groups“, 2014b. Dostupno na: [http://ec.europa.eu/growth/content/calypso-workshop-implementing-calypso-four-projects-four-target-groups\\_en](http://ec.europa.eu/growth/content/calypso-workshop-implementing-calypso-four-projects-four-target-groups_en) (pristupljeno 25. veljače 2018.)

Jedan od projekata koji olakšavaju mobilnost starijih skupina jest projekt „*Forever Young!*“ Projekt je nastojao unaprijediti transnacionalnu mobilnost projektiranjem ruta i proizvoda temeljenih na kulturnoj baštini UNESCO-a (nematerijalnoj i materijalnoj, kao što su usmene tradicije, spomenici, mediteranska prehrana itd.), uz promociju lokalnih jela i pića za pružanje jedinstvenog iskustva. Projekt je započeo 1.4.2016., a trajao je do 1.09.2017. godine. Cjelokupni cilj bio je povećati održivost i konkurentnost tijekom niske/srednje sezone u „sivom turizmu“.<sup>113</sup> Sudjelovali su partneri iz Francuske, Italije, Slovačke, Slovenije, Grčke, Estonije i Španjolske.<sup>114</sup>

Projekt za starije građane pod nazivom „*Garden Route*“ imao je za cilj razviti novi transnacionalni turistički proizvod za starije osobe (iznad 55 godina) koje traže mirno mjesto za opuštanje u prirodi. Time se nastojalo obogatiti turističku ponudu, osobito tijekom srednje sezone u Europskoj uniji, poticati konkurentnost lokalnih malih i srednjih poduzeća, poboljšati javne i privatne transnacionalne oblike suradnje među sudionicima turističkog lanca vrijednosti i pomoći poboljšati životne uvjete lokalnog stanovništva. Ruta je prolazila kroz četiri srednje europske države; Sloveniju, Austriju, Mađarsku i Hrvatsku te objedinila njihove parkove, vrtove i perivoje. Trajanje projekta je od 1.4.2016. do 30.9.2017. godine.<sup>115</sup>

Sljedeći projekt koji se može istaknuti je *European Sweets Itineraries* (ESI). Projekt je imao za cilj razviti 3 edukativna putovanja temeljena na slatkim proizvodima koja će biti usmjerena na mlade osobe od 17 do 19 godina koje dolaze iz strukovnog obrazovanja i osposobljavanja te iz škola za turizam i ugostiteljstvo. Obrazovne ture su se održavale u Portugalu, Španjolskoj i Italiji, a test je bio proveden na 36 učenika iz Latvije. Ciljevi projekta su olakšavanje mobilnosti mladih unutar Europske unije uz proizvode koji su zanimljivi mladima, proširenje tržišta, upoznavanje mladih s turističkim tržištem i kreiranje kvalitetnije, koordinirane ponude koja je prilagođena očekivanjima i potrebama mladih ljudi itd.. Učenici su se educirali u 3 navedene zemlje te testirali proizvode, stvorili su se ugovori među turoperatorima i drugim akterima kako

---

<sup>113</sup> Sivi turizam je pojam koji se odnosi na putnike starije životne dobi. To je kompleksni fenomen koji uključuje nekoliko aspekata; profesionalni ili ekonomski (umirovljenici), socijalni (osobe koje imaju unučad), medicinski (gubitak zdravlja ili fizičkih sposobnosti). Općenito, ljudi koji su stariji od 55 godina su klasificirani kao „sivi turisti“.

<sup>114</sup> Mine Vaganti NGO, „*Forever Young*“, 2018. Dostupno na: <http://foreveryoungtourism.eu/> (pristupljeno 20. veljače 2018.)

<sup>115</sup> Europska komisija, „*Low Season Tourism – Call for proposals 2015 - project GARDEN ROUTE awarded*“, 2016. Dostupno na: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/18987> (pristupljeno 25. veljače 2018.)



bi se jamčila održivost projekta nakon njegova završetka te se postigao stvarni turistički proizvod. Projekt je trajao 12 mjeseci od 1.3.2016. do 28.2.2017.<sup>116</sup>

„*Happy Tourist*“ projekt također je primjer dobre prakse razvoja socijalnog turizma kroz koji se omogućuje cjeloživotno učenje te strukovno obrazovanje i osposobljavanje na tom području. Projektnim aktivnostima hotelsko osoblje će biti osposobljeno za rad s djecom, starijima ili osobama s invaliditetom. Isto tako, projekt omogućava obučavanje osoba s invaliditetom kako bi i one mogle raditi na području turizma.<sup>117</sup> 2013. pokrenut je još jedan značajan projekt pod nazivom „*Friendly Beach*“. Orijentiran je na osobe s autizmom te na njihove obitelji. Projekt se najprije provodi u mediteranskim zemljama (Hrvatska, Italija i Španjolska), a omogućuje uključivanje obitelji u organizirani odmor. Kroz subvencije, ovaj projekt potiče osobe s autizmom da se odmaraju u svim dijelovima Mediterana izvan visoke sezone te se također nastoji ostvariti proširivanje projekta.<sup>118</sup> To pomaže u smanjivanju cikličke prirode poslovanja, čime hotelijeri i drugi turistički operatori mogu imati više posla izvan sezone, poboljšati profit i podupirati više zaposlenja s punim radnim vremenom.

### **3.3. Primjeri dobre prakse upravljanja razvojem socijalnog turizma u državama članicama**

Neke države članice već odavno provode aktivnosti kako bi uspostavile kvalitetan sustav upravljanja razvojem socijalnog turizma. Međutim, u većini država se pokušava poboljšati ponuda na području socijalnog turizma i cjelokupno upravljanje razvojem socijalnog turizma te i dalje postoji znatan prostor za napredak. U nastavku se prikazuju pojedini primjeri dobre prakse koji mogu biti motiv za druge države.

Norveška je dobar primjer jer je uvela jasne standarde koji pomažu osobama s intelektualnim ili osjetilnim oštećenjima kroz program „Nacionalni sustav označavanja“.

---

<sup>116</sup> Associazione Centro Studi Città di Foligno, „European Sweets Itineraries“, 2016. Dostupno na: <http://www.sweetsitineraries.eu/en/> (pristupljeno 18. rujna 2018.)

<sup>117</sup> European Network for Accessible Tourism, „Happy Tourist“, 2018. Dostupno na: [http://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.enat\\_projects\\_and\\_good\\_practices.235](http://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.enat_projects_and_good_practices.235) (pristupljeno 7. rujna 2018.)

<sup>118</sup> Friendly Beach, „The project“, 2015. Dostupno na: <http://friendlybeach.eu/the-project/> (pristupljeno 7. rujna 2018.)

Na isti način je postupila i Danska koja je uvela sustav certificiranja objekata, a koji jamče dostupnost ljudima različitih kategorija i stupnjeva invaliditeta.<sup>119</sup>

Isto tako, u Danskoj su uvedeni mnogobrojni programi koji će pomoći pri smanjivanju socijalne nejednakosti djece (uključivanju djece s posebnim potrebama u aktivnosti), a najrazvijeniji je „Putovnica za slobodno vrijeme“. Program omogućava djeci sudjelovanje u raznim aktivnostima, a s druge strane educira roditelje prema financijskoj neovisnosti djece.

Mađarska je na temelju nasljeđa socijalnog turizma pokrenula sustav odmorišnih bonova koji se temelji na izuzimanju odmorišnih bonova od plaćanja poreza. Dio vrijednosti bona plaćaju socijalno ugroženi pojedinci (manje od 50%), dok ostatak subvencionira Vlada. Odmorišni bonovi ili vaučeri također postoje kao dio sustava socijalnog turizma u Švicarskoj, Italiji, Rumunjskoj i Finskoj radi produljenja turističke sezone te omogućavanje svima odlazak na odmor. Među pozitivnim primjerima ističu se također turistička naselja za obitelji u Francuskoj, odmorišni centri „*Floreal clubs*“ u Belgiji, turistička naselja u organizaciji INATEL fondacije u Portugalu, smještaj za mlade u Italiji kojim upravlja „*Centro Turistico Giovanile*“, niz hotelskih i ferijalnih udruga koji nude usluge širom Europe, ali i svijeta, s ciljem turističke mobilnosti mladih.<sup>120</sup>

Francuska ima dugu tradiciju socijalnog turizma što je obrađeno u sljedećem potpoglavlju, a nakon toga slijede primjeri Slovenije i Španjolske.

### 3.3.1. Socijalni turizam u Francuskoj

U Francuskoj, pojam koji se najčešće vezuje za socijalni turizam jest „*économie sociale et solidaire*“, što u prijevodu znači socijalna i društvena ekonomija. Ova kategorija uključuje zadruge, društva i udruge, a temelji se na 5 načela: slobodno članstvo, ograničenu profitabilnost, demokratsko i participativno upravljanje, kolektivnu ili društvenu svrhu i financiranje javnim i privatnim sredstvima. Izvorno, socijalni

---

<sup>119</sup> D. Krešić, K. Miličević i I. Marković, op. cit., str. 11.

<sup>120</sup> Ibidem, str. 9.

turizam u Francuskoj se temelji na ciljevima usmjerenima na djecu, mladež te radničke obitelji.<sup>121</sup>

Već u 19. stoljeću su se razvili ljetni kampovi za djecu i adolescente od strane župnog pokroviteljstva. 1881. pastor Loriaux i njegova supruga su otvorili takve ljetne kampove kako bi poboljšali zdravlje radničke djece te ih naučili lijepom ponašanju. Djeca bi tri tjedna boravila na selu ili na moru te bila smještena u zgradama obnovljenim za tu svrhu. Kampovi za odmor bili su dio paternalističke socijalne politike koja je započela krajem 19. stoljeća i slijedila higijenske, patriotske i moralne ciljeve. Također, prvi hostel u Francuskoj je otvoren 1930. godine u Biervilleu pod nazivom „Dom mira“, a već je 1956. utemeljena Zajednica hostela (*Fédération Unie des Auberges de Jeunesse*, FUAJ). 1936. iniciran je i ured za organizaciju slobodnog vremena i sporta koji bi omogućio radničkim obiteljima slobodne aktivnosti.<sup>122</sup> Postavljena su temeljna načela demokratske solidarnosti socijalnog turizma: smještaj za sve, bez obzira na njihovu društvenu klasu, sportske i kulturne kolektivne aktivnosti s humanističkom vizijom, aktivno sudjelovanje korisnika u nekim zadaćama i definiranju programa aktivnosti te neprofitno udruženo upravljanje s logističkom podrškom države.<sup>123</sup>

Francuska turistička udruženja djeluju u pet oblika<sup>124</sup>:

1. turistička naselja za obitelji - *Villages Vacances Familles* (VVF), *Ternelia*, *Cap France* te *Vacances Tourisme Familles* (VTF),

2. centri pogodni za mlade ljude te sportaše - *Fédération Unie des Auberges de Jeunesse* (FUAJ) i *Ligue Française pour les Auberges de la Jeunesse* (LFAJ); dvije hostelske organizacije te *French Alpine Club*,

3. kampovi za djecu i tinejdžere, školske izlete i lingvističke boravke - *Ligue de l'Enseignement*, *Union Française des Centers de Vacances et Loisirs* (UFCV) i *Pupille de l'Enseignement Public* (PEP),

---

<sup>121</sup> S. McCabe, L. Minnaert i A. Diekmann (ur.), *Social Tourism in Europe: Theory and Practice*, Bristol, Buffalo, Toronto, Channel View Publications, 2012., str. 73.

<sup>122</sup> Ibidem, str. 76., 77.

<sup>123</sup> Ibidem, str. 78.

<sup>124</sup> Ibidem, str. 74., 75.

4. međunarodni odmori za odrasle - udruge *de Rencontres, Voyages, d'Etudes et de Loisirs* (ARVEL) i *Vacances Bleues* - i turističke udruge solidarnosti - kao što su *Tourisme et Développement Solidaires* (TDS), *Croq 'Nature* i *Route des Sens*,

5. udruženja s posredničkom ulogom koja ne pružaju smještaj niti putovanja, već podupiru obrazovanje, socijalnu pomoć ili grupe putnika i pružaju ljudsku, materijalnu i informativnu potporu kako bi se omogućilo putovanje - npr. JPA, *Vacances Ouvertes*, *APF évasion*.

Veliki je broj inicijativa u Francuskoj zabilježio uspjeh. U pružanje usluga na području socijalnog turizma uključene su država te nevladine i neprofitne organizacije. Krovna organizacija je *Tourisme Action Concentration* koja okuplja različite organizacije. Organizacija *The National Open-Air Tourism Union* okupila je 58 neprofitnih organizacija koje se bave socijalnim turizmom, a na raspolaganju imaju 242.000 turističkih ležajeva. Potvrđena je korist za ljude kojima se na taj način pruža godišnji odmor, ali i korist za razvoj lokalnih zajednica u kojima se pružaju usluge. Korporativni sektor također razvija oblike socijalnog turizma za zaposlenike. Ranije istaknuta primjena „turističkih bonova“ primjer je najšire primjene osnovnih principa socijalnog turizma. Bonove dijelom subvencionira država, u drugom dijelu poslodavci, a taj dio priznaje se u poreznu olakšicu. Također, neposredna novčana pomoć pruža se za godišnji odmor starijih osoba te se razvijaju programi za mlade.<sup>125</sup> Agencija ANCV (*Agence Nationale pour les Chèques-Vacances*) razvila je više projekata kojima je, između ostalih aktivnosti, prilagodila ponudu nautičkog turizma, kampinga, sporta, turizma mladih kao dio ponude socijalnog turizma.<sup>126</sup>

Francuske organizacije socijalnog turizma dijele isti cilj kao i ostale europske organizacije; promicati "humanističku i socijalnu viziju turizma" koja doprinosi "razvoju i solidarnosti". Djeluju s ciljem integracije različitih društvenih skupina. Turističke udruge nastoje osigurati da većina ljudi dobije pristup odmorima, posebice radnici s niskim prihodima, nezaposleni, velike ili jednoroditeljske obitelji te osobe s invaliditetom. Upravo takvo stajalište i povijesni preduvjeti doprinijeli su uspjehu razvoju socijalnog turizma u Francuskoj.<sup>127</sup>

---

<sup>125</sup> M. Knežević, op. cit., str. 71.-73.

<sup>126</sup> D. Krešić, K. Miličević i I. Marković, op. cit., str. 11.

<sup>127</sup> S. McCabe, L. Minnaert i A. Diekmann (ur.), op. cit., str. 86.

### 3.3.2. Socijalni turizam u Sloveniji

Slovenija je turistička destinacija s vrlo važnim i prepoznatljivim prirodnim i društvenim resursima te je socijalni turizam ostvariv no još uvijek nije dovoljno prepoznat. Nadalje, svi važni turistički dionici na nacionalnoj i lokalnoj razini su zainteresirani za daljnji razvitak socijalnog turizma u njihovoj zemlji. Prvi korak ka uspješnijem razvoju socijalnog turizma podrazumijeva razvoj strategije socijalnog turizma. Zatim je potrebno razviti nove proizvode za ciljne skupine, uspostaviti, održavati i podržavati mreže pružatelja usluga i opskrbe u zemlji te na međunarodnoj razini. Primjeri pojedinačnih projekata potvrđuju potrebu i važnost provođenja aktivnosti na području socijalnog turizma. Početna istraživanja socijalnog turizma u Sloveniji zabilježena su u novijem razdoblju.<sup>128</sup>

Slovenija je usmjerena ka mladima, njihovom obrazovanju i njihovoj mobilnosti. Na tom području djeluju razne udruge koje se bave navedenom ciljnom skupinom, a posebno značajna je SAFY (*The Slovenian Association of Friends of Youth*), što u prijevodu znači slovenska udruga „Prijatelji mladih“. Ciljevi ove udruge su uglavnom neprofitne prirode kao što su: promicanje i provođenje konvencije o pravima djeteta, podizanje kvalitete života djece, mladih i obitelji općenito, smanjivanje socijalne isključenosti, pružanje prilike za provođenje aktivnog slobodnog vremena, promicanje dobrovoljnog rada, razvijanje suradnje s nevladinim udrugama u Sloveniji i inozemstvu, stvaranje pozitivnih stavova o vrijednosti života te veća socijalna kohezija.<sup>129</sup> SAFY je nevladina, volonterska te humanitarna udruga, a zbog svojih aktivnosti postala je organizacija od javnog interesa. Ovaj status joj omogućuje financiranje iz različitih izvora. SAFY se također usmjerava na pružanje odmora za djecu te na iste odmore za svu djecu. Za vrijeme boravka u turističkim naseljima, djeca dobivaju istu uslugu, isti program, bez obzira na njihovo imovinsko stanje.<sup>130</sup>

SAFY posjeduje i upravlja sa 16 odmarališta s ukupno 2.275 kreveta, a većina odmarališta ima status hostela. Hosteli se nalaze većinom u Hrvatskoj. Također se

---

<sup>128</sup> J. Gabruč, „Multi-Channel Funding of Social Tourism Programs: The Case of the Association of Friends of Youth“, *Academica Turistica*, vol. 9, no. 2, 2016., str. 97., 98. Dostupno na: <http://academica.turistica.si> (pristupljeno 27. veljače 2018.)

<sup>129</sup> Zveza prijateljev mladine Slovenije, „Slovenian Association of Friends of Youth - Home“, 2018. Dostupno na: <http://en.zpms.si/home/> (pristupljeno 27. veljače 2018.)

<sup>130</sup> J. Gabruč, op. cit., str. 100.

pokušava produžiti sezona stoga osmišljavaju brojne programe u predsezoni te postsezoni; kao što su npr. učenje stranih jezika, škole jedrenja, dani znanosti te projektni dani, škole prirode, radionice mladih, pripreme za mlade sportaše, škole plivanja itd.<sup>131</sup>

U Sloveniji, isto kao i u Hrvatskoj, socijalni turizam je prepoznat kao izrazito važan u produljenju turističke sezone, ali još uvijek nije dovoljno razvijen. Djeca te mladi identificirani su kao najvažnija ciljna skupina, posebice djeca sa zdravstvenim problemima, djeca s posebnim potrebama te djeca koja dolaze iz siromašnijih obitelji. Inicijative bi trebale biti podržane od strane društvene zajednice, socijalne ili zdravstvene politike te financirane iz javnih sredstava. Potrebno je, zbog slabog poznavanja sustava financiranja socijalnog turizma i socijalnog turizma općenito, organizirati obrazovne programe i promovirati važnost socijalnog turizma, ne samo među dobrotvornim i neprofitnim organizacijama, već i među poslovnim turističkim dionicima jer je suradnja među sektorima bitna za budući razvoj i financiranje socijalnog turizma.<sup>132</sup>

### 3.3.3. *Socijalni turizam u Španjolskoj*

U Španjolskoj je osnovano više organizacija koje su specijalizirane za pružanje usluga socijalnog turizma, kao što su ranije spomenute IMSERSO, ONCE i PREDIF.

Španjolska ima dugu tradiciju poznatu u Europi i šire na području turizma za starije osobe. Država se ističe po broju turističkih itinerera te paket aranžmana za osobe starije od 55 godina koje mogu uživati u odmorima po niskim cijenama. Pojedini programi subvencionirani su od strane Europske unije, npr. na Balearima i na području Andaluzije u razdoblju niske sezonalnosti; od listopada do travnja. U okviru spomenutih primjera programa mnogobrojne agencije nude odmore u trajanju od 8 dana u

---

<sup>131</sup> Ibidem, str. 101.

<sup>132</sup> Ibidem, str. 104.

odabranim hotelima s 4 zvjezdice, s punim pansionom, ulaznicama, izletima te još mnogo toga po cijeni od 400 eura.<sup>133</sup>

IMSERSO program jedan je od najpoznatijih na području socijalnog turizma za starije osobe. Istraživanja potvrđuju da program ima pozitivan utjecaj na kvalitetu života starijih sudionika budući da im pruža mogućnost druženja s novim ljudima, upoznavanje gradova, smanjuje stresna razdoblja, pozitivno utječe na smanjenje zdravstvenih poteškoća.<sup>134</sup> Koristi se ogledaju također u smanjenju sezonalnosti, dodatnom zapošljavanju, razvoju novih formi socijalnog turizma, doprinosima cjelokupnoj ekonomiji Španjolske.

---

<sup>133</sup> UKEssays, „The Tourism Industry In Spain“, 2018. Dostupno na: <https://www.ukessays.com/essays/tourism/the-international-tourism-industry-in-spain-tourism-essay.php?vref=1> (pristupljeno 1. ožujka 2018.)

<sup>134</sup> D. Sedgley, C. Haven-Tag i P. Espeso-Molinero, „Social tourism & older people: the IMSERSO initiative“, *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, vol. 10, no. 3, 2018., str. 286.

## 4. SOCIJALNI TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ

Hrvatska prati turističke trendove i prepoznala je važnost socijalnog turizma kao jednog od turističkih proizvoda koje je potrebno dodatno razvijati. Kao što je ranije istaknuto socijalni turizam ima sve veći značaj u suvremenim turističkim kretanjima. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske u suradnji s Institutom za turizam izradilo je Nacionalni program razvoja socijalnog turizma koji pruža strateški razvojni okvir djelovanja i provedbe aktivnosti različitih relevantnih dionika u sferi socijalnog turizma. Dokument predstavlja operacionalizaciju jednog dijela mjera turističke politike koje su planirane *Strategijom razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.*

U sljedećim potpoglavljima će biti obrađeno stanje ponude i potražnje za socijalnim turizmom u Republici Hrvatskoj, glavni dionici razvoja, daljnje smjernice za razvoj ovakve vrste turizma do 2020. te primjer dobre prakse u Istarskoj županiji.

### 4.1. Stanje ponude socijalnog turizma u Republici Hrvatskoj

Tržišni potencijal socijalnog turizma je veoma teško odrediti jer broj potencijalnih korisnika ovoga tipa turističke ponude se može često preklapati pa se događa da iste osobe spadaju u više kategorija društveno ugroženih osoba. Trenutna ponuda turističkih proizvoda i usluga s područja socijalnog turizma se u Hrvatskoj može označiti kao veoma skromna. Turistička ponuda se ne može i ne smije ograničiti samo na smještaj, već i na ponudu usluga. To će se postići ukoliko država bude poticala daljnji razvoj, a isto tako i različite organizacije, koje u cilju imaju jačanje socijalnog turizma. Jačanjem socijalnog turizma mogu se djelomično riješiti pojedini problemi pružatelja turističkih usluga kao što je visoka sezonalnost turističke potražnje.<sup>135</sup> U Republici Hrvatskoj, većina objekata još uvijek sadrži niz prepreka, kako u samoj blizini, tako i u unutrašnjosti istih. Nacionalni propisi nalažu rekonstrukciju i ponovnu izgradnju objekata za osobe manje pokretljivosti, ali to još uvijek nije u potpunosti zaživjelo. „*Hrvatska udruga paraplegičara i tetraplegičara ističe da tek 48 hotela u*

---

<sup>135</sup> D. Krešić, K. Miličević, K. i I. Marković, op. cit., str. 10.



*Hrvatskoj ima ponudu prilagođenu osobama s invaliditetom, a kod javnih površina koje su u funkciji turizma i predstavljaju sastavni dio turističke ponude, također prepoznaju brojne zapreke.*<sup>136</sup> U funkciji socijalnog turizma je i rehabilitacijski kamp slijepih u Premanturi, a kapacitet mu je 70 osoba. Koristi se za edukaciju, rehabilitaciju te odmor slijepih osoba. Ima ukupno 29 soba sa sadržajima prilagođenim slijepim osobama.<sup>137</sup>

*„Dodatno, od javne infrastrukture tek 11 plaža i kupališta ima u potpunosti prilagođenu dostupnost osobama s posebnim potrebama, dok 60 plaža i kupališta s plavom zastavom ima djelomičnu dostupnost osobama s posebnim potrebama. Tiskane vodiče za osobe s invaliditetom imaju gradovi Zagreb, Split, Rijeka, Karlovac i Slavonski Brod. Što se tiče prilagođenosti muzejskih prostora, 95 od 280 muzeja ima djelomično ili u potpunosti prilagođenu infrastrukturu za osobe s fizičkim invaliditetom, dok tek četiri muzeja imaju izložke prilagođene slijepim i slabovidnim osobama.*<sup>138</sup> Ponuda u Republici Hrvatskoj je relativno skromna, a isto tako ne postoje sustavi poticanja socijalnog turizma.

Ponuda socijalnog turizma za djecu i mlade temelji se na hostelima, dječjim odmaralištima u vlasništvu jedinica lokalne samouprave te na programima i sadržajima organiziranim od strane obrazovnih ustanova. Razna odmarališta Crvenog križa namijenjena su također skupinama s niskom razinom diskrecijskog dijela dohotka.<sup>139</sup> Udruge umirovljenika organiziraju jednodnevne izlete za starije osobe te višednevne ekskurzije. Dobar primjer je „Treća dob“; udruga umirovljenika iz Vodica koja ima vlastitu web stranicu na kojoj objavljuju događaje te vijesti vezane uz njihovu udrugu. Organiziraju izlete na obližnje otoke, višednevne izlete te inozemne ekskurzije.<sup>140</sup>

Ponuda socijalnog turizma s obzirom na zdravstveni aspekt uključuje 13 specijalnih bolnica za medicinsku rehabilitaciju (toplice i klimatska lječilišta). U Hrvatskoj se najviše ističe Kvarner koji je s razvojem zdravstvenog turizma započeo još u 19. stoljeću, s klimatska lječilištima u Opatiji, Crikvenici, Velom i Malom Lošinj,

---

<sup>136</sup> Ibidem, str. 12.

<sup>137</sup> Hrvatski savez slijepih, „Edukacijsko rehabilitacijski kamp slijepih Premantura“, 2018. Dostupno na: <https://www.savez-slijepih.hr/hr/kategorija/edukacijsko-rehabilitacijski-kamp-slijepih-premantura-113/> (pristupljeno 9. rujna 2018.)

<sup>138</sup> D. Krešić, K. Miličević, K. i I. Marković, op. cit., str. 12.

<sup>139</sup> Loc. cit.

<sup>140</sup> Treća dob, „Treća dob - Matica umirovljenika Vodice; integracija i participacija starijih osoba kroz društveno, ekonomski i socijalni razvoj“, 2017. Dostupno na: <http://muvodice.trecadob.com/> (pristupljeno 8. kolovoza 2018.)

na Rabu, ali i u gorskokotarskim središtima Skradu i Delnicama. Kvarner zbog izrazito pogodnog zraka nazivaju aromaterapijom na otvorenom.<sup>141</sup>

„U Republici Hrvatskoj kao vid ponude ne postoje financijske potpore kroz odmorišne bonove koje bi bile od iznimne važnosti za odmor obitelji s djecom s niskom razinom diskrecijskog dijela dohotka.“<sup>142</sup>

#### **4.2. Stanje potražnje za socijalnim turizmom u Republici Hrvatskoj**

Četiri skupine socijalno ugroženih stanovnika moguće je definirati s aspekta potražnje, odnosno kao glavne ciljne skupine turističkih proizvoda i usluga s područja socijalnog turizma: mlađe odrasle osobe starosti između 18-30 godina, obitelji s niskom razinom diskrecijskog dijela dohotka, osobe s invaliditetom te osobe starije od 65 godina i umirovljenici.<sup>143</sup> *„Uzimajući u obzir aktualnu gospodarsku situaciju u Republici Hrvatskoj te uvažavajući specifičan kontekst nastanka hrvatske države, navedenim skupinama još možemo dodati i djecu (osobe mlađe od 18 godina) te sudionike i stradalnike Domovinskog rata.“*<sup>144</sup>

U tablici 4. prikazano je preklapanje ciljnih skupina s područja socijalnog turizma. Često će socijalno ugroženi pojedinac biti u nekoj od skupina socijalno ugroženih osoba prema više kriterija te se zbog toga ukupna potražnja može temeljiti samo na procjenama temeljenima na nekoliko kriterija.

---

<sup>141</sup> Moj smještaj, „Zdravstveni turizam u Hrvatskoj“, 2016. Dostupno na: <http://www.mojsmjestaj.hr/upoznaj-hrvatsku/zdravstveni-turizam-u-hrvatskoj> (pristupljeno 10. rujna 2018.)

<sup>142</sup> D. Krešić, K. Miličević, K. i I. Marković, op. cit., str. 12.

<sup>143</sup> Ibidem, str. 13.

<sup>144</sup> Loc. cit.

Tablica 4. *Preklapanje ciljnih skupina s područja socijalnog turizma*

|  | Djeca (<18) | Mladi (18-25) | Seniori (55+) | Osobe s invaliditetom | Sudionici i stradalnici domovinskog rata | Ekonomski obespravljene osobe |
|--|-------------|---------------|---------------|-----------------------|--|-------------------------------|
| Djeca (<18)                              |             |               |               | ✓                     |  | ✓                             |
| Mladi (18-25)                            |             |               |               | ✓                     | ✓  | ✓                             |
| Seniori (55+)                            |             |               |               | ✓                     | ✓  | ✓                             |
| Osobe s invaliditetom                    | ✓           | ✓             | ✓             |                       | ✓  | ✓                             |
| Sudionici i stradalnici domovinskog rata |             |               | ✓             | ✓                     |  | ✓                             |
| Ekonomski obespravljene osobe            | ✓           | ✓             | ✓             | ✓                     | ✓  |                               |

Izvor: D. Krešić, K. Miličević i I. Marković, „Nacionalni program razvoja socijalnog turizma – turizam za sve“, Zagreb, Ministarstvo turizma, Institut za turizam, 2014., str. 13. Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//151014\\_akcijski\\_socijalni.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//151014_akcijski_socijalni.pdf) (pristupljeno 20. ožujka 2018.)

„Prema istraživanju Eurobarometra, 2012. godine 70% ispitanika iz Hrvatske putovalo je izvan mjesta svog boravišta na barem jedno noćenje, dok čak 28% ispitanika nije putovalo na jedno il više noćenja izvan mjesta svog boravišta. Kao razlozi za ne odlazak na turističko putovanje izdvojeni su na prvom mjestu financijski razlozi koje je u Hrvatskoj kao prepreku izdvojilo 56% svih ispitanika koji nisu imali niti jedno noćenje izvan mjesta boravišta.“<sup>145</sup> Podaci za Hrvatsku pokazuju da je u Hrvatskoj rizik od siromaštva velik, a pri tome je najviši rizik za stanovnike starije od 65 godina. Zabrinjava podatak da je visoka stopa nezaposlenosti mladih, a isto tako se povećava udio obitelji s niti jednim zaposlenim, što je jedan od pokazatelja koji upućuje na nemogućnost ostvarenja osnovnih životnih potreba, kao i odlaska na turističko putovanje. „U Hrvatskoj svaka osma osoba ima neku vrstu invaliditeta te je u siječnju 2013. godine bilo registrirano oko 520,4 tisuća osoba s invaliditetom. Od toga broja, 60 tisuća ili oko 12% predstavljaju sudionici i stradalnici Domovinskog rata.“<sup>146</sup> Svaka pojedina skupina invaliditeta zahtijeva posebne prilagodbe smještajnih objekata kao i u ostalim segmentima prilikom pružanja turističke ponude.

<sup>145</sup> Ibidem, str. 15.

<sup>146</sup> Ibidem, str. 15., 16.

U tablici 5. prikazane su vrste oštećenja kod osoba s invaliditetom, koje su bitne u procesu prilagodbe turističkih proizvoda i usluga.

Tablica 5. *Vrsta oštećenja kod osoba s invaliditetom*

| Vrste oštećenja                         | Ukupan broj | Udio od ukupnog broja osoba s invaliditetom |
|---|-------------|---|
| Oštećenje lokomotornog sustava          | 152.005     | 29,2  |
| Duševni poremećaji                      | 126.277     | 24,3  |
| Oštećenje drugih organa                 | 120.934     | 23,2  |
| Oštećenje središnjeg živčanog sustava   | 95.295      | 18,3  |
| Mentalna retardacija                    | 22.535      | 4,3   |
| Oštećenje vida                          | 17.979      | 3,5   |
| Oštećenje glasovno-govorne komunikacije | 16.389      | 3,1   |
| Oštećenje sluha                         | 13.206      | 2,5   |
| Oštećenje perifernog živčanog sustava   | 12.262      | 2,4   |
| Prirođene anomalije i kromosomopatije   | 8.791       | 1,7   |

Izvor: D. Krešić, K. Miličević i I. Marković, „Nacionalni program razvoja socijalnog turizma – turizam za sve“, Zagreb, Ministarstvo turizma, Institut za turizam, 2014., str. 16. Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//151014\\_akcijski\\_socijalni.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//151014_akcijski_socijalni.pdf) (pristupljeno 20. ožujka 2018.)

U tablici 5. vidljivo je da najveći broj osoba s invaliditetom ima oštećenja lokomotornog sustava, duševne poremećaje, oštećenja drugih organa, središnjeg živčanog sustava, mentalnu retardaciju, oštećenja vida i sluha te druga oštećenja koja su prikazana u tablici. Osobe starije životne dobi, a od kojih pojedine nažalost spadaju i u skupinu osoba s invaliditetom, ne ograničavaju samo financijske barijere u ostvarenju turističkog putovanja, već i brojne fizičke barijere koje zbog visoke starosne dobi sve teže mogu savladati. Boravak u povoljnim klimatskim područjima te aktivni odmor i uživanje u „jeseni života“ predstavljaju iznimno važne faktore za smanjenje bolesti kod starije populacije.<sup>147</sup> Mogućnosti koje socijalni turizam nudi stoga znatno mogu unaprijediti kvalitetu života promatranih skupina.

<sup>147</sup> Ibidem, str. 16., 17.

### 4.3. Glavni dionici razvoja socijalnog turizma u Republici Hrvatskoj

Za kvalitetan razvoj socijalnog turizma, iznimno je važno da svi relevantni dionici sudjeluju i međusobno surađuju. Potrebno je provoditi aktivnosti u cilju boljeg razumijevanja socijalnog turizma, a zatim i prepoznavanja ključnih dionika provedbe.

*„Mogući nositelj programskih aktivnosti za djecu (7-17 godina) i mlade (18-25 godina) bio bi Hrvatski ferijalni i hostelski savez (HFHS) kao i ostale udruge koje se bave organiziranim odmorom djece i mladih; nositelj programa za umirovljenike bile bi udruge za promicanje prava umirovljenika (npr. Matica umirovljenika Hrvatske – MUH) u suradnji s ostalim umirovljeničkim udrugama; nositelj programa za osobe s invaliditetom - udruge koje promiču prava osoba s invaliditetom (Hrvatski savez udruga osoba s tjelesnim invaliditetom, HSUTI, Udruga za promicanje istih mogućnosti, UPIM i sl.), a nositelj programa za ciljnu skupinu sudionika i stradalnika Domovinskog rata bi bilo Ministarstvo branitelja, u suradnji s braniteljskim udrugama. Jedan od važnih dionika razvoja socijalnog turizma u Republici Hrvatskoj, trebale bi biti i putničke agencije koje su organizirane kroz različite strukovne udruge (npr. Udruga hrvatskih putničkih agencija, UHPA, Udruga nezavisnih putničkih agencija, UNPAH).<sup>148</sup>*

Dobar primjer je agencija osnovana 2003. godine koja je članica UHPE – Epoca turizam d.o.o. 2014. su započeli s projektom „Iskorak iz tišine- Deaf Friendly“ kojim se nastoji proširiti i prilagoditi ponuda za gluhe.<sup>149</sup> Uloga putničkih agencija u razvoju socijalnog turizma može se sagledati u povezivanju turističke ponude i potražnje, kroz specijalizaciju i kreiranje turističkih proizvoda koji su prilagođeni ciljnim skupinama.<sup>150</sup>

Isto tako, značajnu ulogu svakako ima Ministarstvo turizma kao nositelj i provoditelj različitih ključnih aktivnosti usmjerenih na razvoj socijalnog turizma. Osim Ministarstva turizma, bitnu ulogu imaju i Ministarstvo socijalne politike i mladih, Ministarstvo branitelja i Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta.<sup>151</sup>

---

<sup>148</sup> Ibidem, str. 17.

<sup>149</sup> Udruga hrvatskih putničkih agencija, „Epoca turizam d.o.o.“, 2017. Dostupno na: <http://www.uhpa.hr/agencija/1211> (pristupljeno: 8. rujna 2018.)

<sup>150</sup> D. Krešić, K. Miličević, K. i I. Marković, op. cit., str. 17.

<sup>151</sup> Loc. cit.

U nastavku su obrađene aktivnosti i moguće uloge odabranih dionika u razvoju socijalnog turizma u Hrvatskoj te potencijalni projekti u kojima mogu sudjelovati. Odnosi se na turističke agencije te turooperatore, Hrvatski ferijalni i hostelski savez, udruge koje se bave zaštitom i promicanjem prava umirovljenika i udruge koje promiču prava osoba s invaliditetom.

#### 4.3.1. Turističke agencije i turooperatori

Turističke agencije i turooperatori su, isto tako, prepoznali socijalni turizam kao iznimno bitan za produljenje sezone te su u skladu s tim u svoje poslovanje uveli neke aktivnosti koje će biti od velikog značaja za razvoj istoga.

*„Uloga strukovnih udruga putničkih agencija na području razvoja socijalnog turizma trebala bi biti usmjerena na aktivno uključivanje putničkih agencija u ovaj oblik turističke ponude. To se prvenstveno odnosi na razvoj specijaliziranih putničkih agencija koje bi razvijale proizvode s područja socijalnog turizma te educirale svoje djelatnike kako bi svoje programe prilagodili ciljnim skupinama s područja socijalnog turizma.“<sup>152</sup>*

Potencijalni projekti koji se mogu istaknuti odnose se na<sup>153</sup>:

- specijalizaciju turističkih agencija za pružanje usluga ciljnim skupinama s područja socijalnog turizma,
- kreiranje prilagođenih turističkih proizvoda koji su namijenjeni ciljnim skupinama s područja socijalnog turizma,
- kreiranje edukacijskih programa za djelatnike turističkih agencija o posebnim potrebama različitih ciljnih skupina s područja socijalnog turizma,
- edukaciju zaposlenih u turističkim agencijama o posebnim potrebama različitih ciljnih skupina s područja socijalnog turizma.

Kako bi se upotpunila analiza za potrebe ovog diplomskog rada istražene su aktivnosti vezane za razvoj ponude socijalnog turizma na primjeru turooperatora Uniline.

---

<sup>152</sup> Ibidem, str. 21.

<sup>153</sup> Loc. cit.

Uniline uspješno posluje nudeći usluge smještaja, izleta, rent a car-a i brojne posebne programe u Istri, na području Kvarnera i Dalmacije. Turoperator Uniline, kao vodeći turoperator u Republici Hrvatskoj, u svoje poslovanje uveo je dodatnu ponudu na području socijalnog turizma. Na njihovim stranicama postoji zasebna kategorija „Hoteli i turistička naselja za smještaj osoba s invaliditetom u Hrvatskoj“. Cilj im je i želja ponuditi mogućnosti za hotelski smještaj osoba s invaliditetom, za one goste kojima arhitektonske barijere u hotelima i turističkim naseljima onemogućuju pristup i korištenje svih hotelskih sadržaja. Na stranicama se može pronaći popis i dostupnost hotela i turističkih naselja u kojima će se osobe s invaliditetom osjećati ugodno i bez prepreka moći raspolagati pokretnom rampom, liftom, adekvatnom rasvjetom te pristupnim parking mjestom. Navedeni smještaj je osiguran u prizemnim sobama, a sobe su uređene tako da osobama s invaliditetom pruže potreban komfor. U takvim sobama posebna se pažnja posvetila kupaonici prilagođenoj osobama s posebnim potrebama. Isto tako, nude kategoriju „Jeftini hoteli“ po vrlo povoljnim cijenama.<sup>154</sup>

U cilju potpunijeg istraživanja ponude i potražnje na području socijalnog turizma iz perspektive odabranog dionika, proveden je intervju sa zaposlenicom turističke agencije Uniline koja radi u sektoru Internet prodaje. Pitanja su bila usmjerena prema ponudi i potražnji turističkih proizvoda te usluga na području socijalnog turizma, mogućnosti proširenja aktualne ponude te koliki je zapravo interes za ovu vrstu turizma. U nastavku su prikazani odgovori na postavljena pitanja.

1. Molimo Vas da ukratko opišete ponudu turističkih proizvoda/usluga koja je usmjerena prema ciljnim skupinama s područja socijalnog turizma.

Ponuda u Republici Hrvatskoj je slaba, loša i nedovoljno razvijena. Postoji nekoliko hotela, turističkih naselja i kampova koji su prilagođeni osobama s posebnim potrebama, ali to još uvijek smatram nedovoljnim.

2. Možete li navesti motive uvođenja ponude „Hoteli i turistička naselja za smještaj osoba s invaliditetom u Hrvatskoj“ te „Jeftini hoteli“?

---

<sup>154</sup> Uniline, „Hoteli i turistička naselja za smještaj osoba s invaliditetom u Hrvatskoj“, 2018a. Dostupno na: <http://www.uniline.hr/hrvatska/smjestaj-invalidi.php> (pristupljeno 3. veljače 2018.) Uniline, „Povoljni hoteli na Jadranu“, 2018b. Dostupno na: <https://www.uniline.hr/hrvatska/povoljni-hoteli.php> (pristupljeno 3. veljače 2018.)

Sve je više upita bilo za sobe prilagođene osobama s invaliditetom, a isto tako pojedini traže jeftiniju ponudu te ne žele ili nisu u mogućnosti znatan dio novca izdvojiti za smještaj. Stoga smo odlučili uvesti navedeno u ponudu.

3. Molimo Vas da komentirate potražnju za proizvodima/uslugama na području socijalnog turizma s obzirom na dostupne podatke (npr. približan broj zainteresiranih korisnika, trend kretanja potražnje i sl.).

Sve je više zainteresiranih koji su spremni izdvojiti novce samo da im se pruži odgovarajući smještaj. To se posebno odnosi na osobe s nekom vrstom invalidnosti. Potražnja je dosta izražena, iako ne toliko kao kod kategorije jeftini hoteli.

4. Možete li istaknuti ograničenja koja se najčešće javljaju pri pružanju proizvoda/usluga na području socijalnog turizma (npr. nedovoljan broj soba u hotelima, neadekvatne prateće aktivnosti i ostali sadržaji, suradnja s ostalim dionicima koji su uključeni u kreiranje i pružanje proizvoda/usluga itd. ako je bilo sličnih iskustava)?

Svakako je značajno ograničenje nedovoljan broj soba u hotelima.

Isto tako, plaže nisu dovoljno prilagođene za osobe s invaliditetom, posebno prilazi u more i slično. Sobe su unaprijed rezervirane i nema ih dovoljno te često poziv upućen od pojedine osobe s invaliditetom završi razočaravajuće. Najčešće ne uspijemo naći adekvatan smještaj.

5. Smatrate li da je dostupnost objekata u kojima su sadržaji prilagođeni ciljnim skupinama na području socijalnog turizma odgovarajuća na području Istarske županije?

Istraturist ima velik broj hotela koji su prilagođeni osobama s invaliditetom (kao što su Polynesia bungalovi, Sol Garden Istra, Melia Coral, Sol Umag, Sol Aurora), isto tako i Valamar (Diamant, Pinia, Casa Sanfior), hoteli Laguna Molindrio, Laguna Parentium i Laguna Albatros su u potpunosti prilagođeni osobama s invaliditetom. Međutim, kao što sam navela, nema dovoljno soba, potražnja premašuje ponudu, a i postojeća ponuda ima visoku cijenu.



6. Možete li istaknuti primjere dobre prakse (kvalitetnih objekata u Istri/Hrvatskoj) koji se ističu prema pružanju proizvoda/usluga na području socijalnog turizma?

Istaknula bih svakako Casu Sanfior jer imaju sobe prilagođene invalidima te ulaz u more prilagođen invalidima. Resort Amarin je izuzetno dobar te hotel Magnum u Opatiji koji ima nekoliko potpuno prilagođenih soba za invalide. Zapravo, Opatija je idealno mjesto za osobe s nekom vrstom invalidnosti. Najveći broj hotela ima sobe prilagođene invalidima te plaže isto tako. U Vodicama bih izdvojila hotel Punta koji ima u potpunosti prilagođene sadržaje za osobe s invaliditetom.

7. Smatrate li da će potražnja za pružanjem usluga ciljnim skupinama na području socijalnog turizma biti veća u budućnosti?

Smatram da će ostati na istoj razini.

8. Planirate li upotpuniti ponudu proizvoda/usluga socijalnog turizma u budućnosti?

Za sada nemam takvu informaciju. Moguće je da će se ponuda upotpuniti jer stalno razvijamo nešto novo i trudimo se obogatiti ponudu.

9. Provodite li edukacije, usavršavanja zaposlenih o potrebama različitih ciljnih skupina na području socijalnog turizma?

Nažalost još uvijek ne provodimo, ali u budućnosti tko zna.

Na temelju intervjua može se zaključiti da, prema istraživanju, ponuda još uvijek nije dovoljno razvijena; nema dovoljno smještajnih kapaciteta za osobe s nekom vrstom invaliditeta, a moguće je da osobe često ne odlaze na ljetovanje jer nemaju adekvatan smještaj u hotelima ili u apartmanima. Ovo je još jedan pokazatelj da bi se u budućnosti trebalo razvijati znatno više sadržaja prilagođenih socijalnom turizmu koji će ispuniti potrebe različitih ciljnih skupina, može obogatiti turističku ponudu te produljiti sezonu.

Na području Hrvatske vrijedi istaknuti turističku agenciju TravAble, koja je prva turistička agencija specijalizirana za turizam osoba s invaliditetom. TravAble je osnovan 2014. godine od strane Stipe Splivala i Siniše Kekića, osoba sa stopostotnim invaliditetom u invalidskim kolicima. Njihova turistička agencija u radu nailazi na brojne probleme u nastojanjima proširenja ponude pristupačnih turističkih sadržaja, prilagođenih vozila i smještajnih kapaciteta. Trenutno u ponudi imaju tek nekoliko potpuno pristupačnih turističkih programa jer svaki lokalitet provjeravaju osobno kako bi omogućili što pristupačniju i sadržajnije sveobuhvatnu ponudu. Međutim, vjeruju da će se ubrzo znatno unaprijediti i taj segment poslovanja te su započeli nuditi vlastita rješenja prilagodbe kako bi što uspješnije potaknuli i promovirali pristupačan turizam.<sup>155</sup>

#### 4.3.2. Hrvatski ferijalni i hostelski savez

Hrvatski ferijalni i hostelski savez (HFHS, *Croatian Youth Hostel Association*) predstavlja neprofitnu, nevladinu organizaciju te nezavisnu asocijaciju omladinskih hostela koja se usmjerava prema razvoju omladinskog turizma. Razvija sve oblike i sadržaje organiziranog i individualnog odmora te rekreacije mladeži na području Republike Hrvatske. HFHS je član Hostelling International, *European Union Federation of Youth Hostel Associations*, *European Youth Card Association* te Mreže mladih Hrvatske, Udruge hrvatskih putničkih agencija i Udruge poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske.<sup>156</sup>

„Osnovni ciljevi HFHS-a su promicanje i razvitak omladinskog turizma i širenje turističke kulture mladih u Hrvatskoj. Glavno polazište su im potrebe mladeži za što boljim i raznovrsnijim odgojem i obrazovanjem te pravo na korištenje slobodnog vremena, odmora ili rekreacije. HFHS ostvaruje svoje ciljeve i kroz sljedeće djelatnosti: poticanje odgoja i obrazovanja mladeži kroz razvijanje spoznaja, poštivanja i skrbi za kulturne, civilizacijske i prirodne vrednote Hrvatske i drugih zemalja; promicanje svih

---

<sup>155</sup> Croatian Hot Spots, „Upoznajte TravAble – prvu turističku agenciju specijaliziranu za turizam osoba s invaliditetom, 2015. Dostupno na: <http://hotspots.net.hr/2015/06/upoznajte-travable-prvu-turisticku-agenciju-specijaliziranu-za-turizam-osoba-s-invaliditetom/> (pristupljeno 10. rujna 2018.)

<sup>156</sup> Hrvatski ferijalni i hostelski savez, „Hrvatski ferijalni i hostelski savez - o nama“, 2018. Dostupno na: [www.hfhs.hr/hr/o-nama/](http://www.hfhs.hr/hr/o-nama/) (pristupljeno 3. veljače 2018.)

oblika upoznavanja, druženja i suradnje mladih bez bilo kakvih podjela; stvaranje trajnih navika mladeži na korištenje turističkih programa; nakladnička i informativno-propagandna djelatnost, organiziranje kulturno-zabavnih programa, distribucija međunarodnih omladinskih, studentskih turističkih i hostelskih adresara i priručnika, animacija turističkih vodiča i pratitelja za potrebe mladih, izdavanje međunarodnih omladinskih i studentskih iskaznica. Zadaće HFHS su promicanje i razvoj omladinskog turizma, odnosno svi oblici kulturne, obrazovne i turističke mobilnosti mladih, pružanje usluga i provođenje aktivnosti kojima se zadovoljavaju opće potrebe mladih za putovanjem i upoznavanjem domovine i svijeta. Oni nude sadržaje kojima se kvalitetno ispunjava slobodno vrijeme mladih, razvijaju turističku kulturu mladih s naglaskom na unapređenje njihovog općeg standarda i kvalitete života obogaćujući njihova iskustva upoznavanjem i interakcijom s drugim ljudima, kulturama i običajima.<sup>157</sup> Moguća uloga u razvoju socijalnog turizma jest revitalizacija starih i zapuštenih objekata sa svrhom prenamjene u hostele kako bi se stvorila nacionalna mreža hostela. Paralelno bi se ti objekti mogli koristiti za različite svrhe, od smještaja za mlade na putovanju ili odmoru u Hrvatskoj pa sve do škola u prirodi, raznih aktivnosti namijenjenih različitim dobnim skupinama, organizacijama, udrugama i sl. Također, mogli bi unaprijediti razvoj turističke ponude namijenjene mladim osobama koje su ugrožene po bilo kojem osnovu.

#### *4.3.3. Udruge koje se bave zaštitom i promicanjem prava umirovljenika*

*„Najveća umirovljenička udruga u Republici Hrvatskoj je Matica umirovljenika Hrvatske (MUH) u koju je uključeno 272.000 članova. Ukupno u njoj djeluje 349 udruga i preko 811 podružnica i klubova umirovljenika u svim općinama, gradovima. Utemeljena je kao dragovoljna, samostalna, interesna, socijalna, humanitarna i neprofitabilna zajednica udruga umirovljenika.“<sup>158</sup>*

MUH poduzima konkretne aktivnosti kako bi pomogla ljudima starije dobi. U tom smislu organiziraju se aktivnosti nabavke proizvoda po povoljnijim cijenama, volonterske aktivnosti i različita događanja. Isto tako, sklapa ugovore s trgovačkim i

---

<sup>157</sup> Loc. cit.

<sup>158</sup> D. Krešić, K. Miličević, K. i I. Marković, op. cit., str. 18.

osiguravajućim kućama, lječilištima, prijevoznim, turističkim, hotelsko-ugostiteljskim, kulturnim, sportskim i drugim organizacijama i institucijama, kako bi ostvarila popuste za umirovljenike na temelju jedinstvene članske iskaznice.<sup>159</sup>

Osim MUH-a u Republici Hrvatskoj djeluju i druge, manje umirovljeničke udruge, koje bi prema mogućnostima trebale biti uključene u proces razvoja socijalnog turizma. Udruge naime mogu imati veliku ulogu u razvoju socijalnog turizma. Budući da imaju brojne članove, dobru organizaciju i iskustvo one mogu osmisлити različite korisne programe i aktivnosti prilagođene umirovljenicima te pridonijeti razvoju turizma. S obzirom na to da u Hrvatskoj nailaze na razne administrativne te cjenovne barijere, umirovljenici se često odlučuju za putovanja u inozemstvo, putuju u izvansezonskom periodu u toplice, specijalne bolnice i slično, borave u hotelima od 2 do 4 zvjezdice.<sup>160</sup>

*„Potencijalni projekti:*

- *smanjenje administrativnih prepreka za organiziranje putovanja i pružanje ugostiteljskih usluga,*
- *kreiranje turističkih proizvoda za umirovljenike,*
- *stvaranje programa subvencija za posjete nacionalnim parkovima muzejima i drugim turističkim sadržajima.*<sup>161</sup>

#### *4.3.4. Udruge koje promiču prava osoba s invaliditetom*

Udruge su također nositelji programa koji promiču prava osobe s invaliditetom. One se bave provođenjem programa, projekata i akcija radi boljitka osoba s invaliditetom na području cijele Hrvatske. U tom smislu prate potrebe osoba s invaliditetom, promiču njihova prava i potiču donošenje mjera za unapređivanje socijalne i zdravstvene zaštite, odgoja, obrazovanja, rehabilitacije, osposobljavanja, zapošljavanja i društvenog života osoba s invaliditetom.<sup>162</sup> Neke od takvih udruga u Republici Hrvatskoj su: Centar za autizam, Centar za rehabilitaciju Samaritanac, Društvo

---

<sup>159</sup> Ministarstvo umirovljenika Hrvatske, „O nama“, 2018. Dostupno na: [www.muh.hr/o-nama](http://www.muh.hr/o-nama) (pristupljeno 3. veljače 2018.)

<sup>160</sup> D. Krešić, K. Miličević, K. i I. Marković, op. cit., str. 19.

<sup>161</sup> Loc. cit.

<sup>162</sup> Loc. cit.

Crvenog križa, udruga za promicanje prava pacijenata, „Anđeli“, „Drave sindrom“, „Lastavice“, za djecu s poteškoćama u razvoju „Senzori“, katolička udruga „Lovre“ itd. Hrvatski savez udruga osoba s tjelesnim invaliditetom osnovan je 1970. godine, a obuhvaća 52 lokalne udruge osoba s tjelesnim invaliditetom iz 49 gradova Hrvatske.<sup>163</sup>

Udruge osoba s invaliditetom organiziraju različite izlete i kraća turistička putovanja, pri čemu u Hrvatskoj prepreku stvaraju neprilagođena turistička infrastruktura i suprastruktura, vrlo mali broj objekata i turističkih sadržaja prilagođenih osobama s invaliditetom.<sup>164</sup> Kao primjer dobre prakse može se istaknuti vrlo aktivna udruga koja djeluje na području Bjelovara „Udruga tjelesnih invalida Bjelovar“ koja svake godine svoje članove vodi na otok Rab gdje se održava plivački maraton za osobe s invaliditetom.<sup>165</sup>

*„Potencijalni projekti:*

- *prilagodba turističke infra i suprastrukture za pristup osobama s invaliditetom,*
- *razvoj turističke ponude za osobe s invaliditetom,*
- *edukacija turističkih kadrova za pomoć i pružanje specifičnih usluga osobama s invaliditetom,*
- *poticanje interesa za volontiranje,*
- *izrada smjernica o nužnim prilagodbama smještajnih objekata za smještaj osoba s posebnim potrebama.“<sup>166</sup>*

Moguća uloga ovih udruga u razvoju socijalnog turizma u Hrvatskoj bi bila uloga koordinatora programa za osobe s invaliditetom, što proizlazi iz znanja i iskustva kojim udruge raspolažu.

---

<sup>163</sup> Hrvatski savez udruga osoba s tjelesnim invaliditetom, „O nama“, 2018. Dostupno na: <http://www.hsuti.hr/> (pristupljeno 9. rujna 2018.)

<sup>164</sup> D. Krešić, K. Miličević, K. i I. Marković, op. cit., str. 19.

<sup>165</sup> Udruga tjelesnih invalida Bjelovar, „Događaji“, 2018. Dostupno na: <http://utib.hr/invalidi-dogadjaji/> (pristupljeno 9. rujna 2018.)

<sup>166</sup> D. Krešić, K. Miličević, K. i I. Marković, op. cit., str. 20.

#### 4.4. Smjernice razvoja socijalnog turizma u Republici Hrvatskoj do 2020.

Nacionalni program razvoja socijalnog turizma ima za cilj definirati strateške smjernice za daljnji razvoj socijalnog turizma te koordinirati sva tijela i dionike relevantne za razvoj socijalnog turizma u planskom razdoblju Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. Također, potrebno je definirati prijedloge koji bi bili u funkciji razvoja ovakve vrste turizma te ih kontinuirano provoditi.

Polazeći od činjenice da se socijalni turizam nalazi u početnoj fazi razvoja, nužno je stvoriti osnovne preduvjete za razvoj socijalnog turizma i afirmirati ulogu, važnost socijalnog turizma u široj društvenoj zajednici.

*„Glavne smjernice razvoja socijalnog turizma definiraju sljedeće:*

- *određivanje zajedničke razvojne vizije socijalnog turizma do 2020. godine,*
- *osiguranje preduvjeta za institucionalno organiziranje dionika,*
- *utvrđivanje najprimjerenijih modela razvoja socijalnog turizma,*
- *analiza i prilagodba zakonodavnog okvira kojim se regulira područje socijalnog turizma,*
- *kontinuirano podizanje razine javne svijesti o značaju socijalnog turizma.*<sup>167</sup>

Jedan od najvažnijih ciljeva Nacionalnog programa razvoja socijalnog turizma je definiranje smjernica za određivanje zajedničke razvojne vizije koja bi bila prihvatljiva svim dionicima s područja socijalnog turizma i kako bi se definirao strateški razvojni okvir za djelovanje svih interesnih skupina.

Vizija razvoja socijalnog turizma u Republici Hrvatskoj do 2020. godine definirana je na sljedeći način:

*„U 2020. godini socijalni turizam u Republici Hrvatskoj bit će razvijen i prepoznatljiv turistički proizvod podjednako usmjeren na sve društveno zapostavljene skupine, a osobito na djecu i mlade, umirovljenike i osobe s invaliditetom. Kroz razvoj turističke ponude s područja socijalnog turizma svakoj osobi će se osigurati temeljno ljudsko*

---

<sup>167</sup> Ibidem, str. 26.

*pravo na odmor i razonodu, uz istovremeno smanjenje sezonalnosti i poticanje gospodarskog rasta područja na kojima se razvijaju sadržaji socijalnog turizma.*<sup>168</sup>

Pokretanjem Nacionalne mreže za razvoj dionika postigla bi se organizacija i koordiniranje socijalnog turizma te međuresorna suradnja svih aktivnosti. Mreža bi se sastojala od dionika zainteresiranih za socijalni turizam, a mogla bi donositi najvažnije odluke za razvoj ovog tipa turističke ponude u Hrvatskoj.

U zemljama Europske unije prevladavaju dvije vrste inicijativa koje su usmjerene na razvoj socijalnog turizma; prva inicijativa podrazumijeva izgradnju i rekonstrukciju smještajnih objekata i ostale turističke suprastrukture dok je druga usmjerena na subvencioniranje troškova turističkog putovanja osobama koje su ekonomski obespravljeni.<sup>169</sup> Jedan od glavnih ciljeva Nacionalnog programa razvoja socijalnog turizma je analizirati postojeće modele razvoja socijalnog turizma u zemljama Europske unije i prilagoditi neke od najuspješnijih i najpogodnijih na području Republike Hrvatske. Sustav bi se trebao odnositi na prilagodbu smještajnih objekata te turističke infrastrukture pri čemu bi se objektima dodjeljivali certifikati dostupnosti za pojedine skupine osoba s invaliditetom. *„Drugi dio sustava bi se trebao odnositi na uspostavu specijaliziranih turističkih sadržaja i turističkih proizvoda (itinerera, manifestacija i drugo) za pojedine socijalno ugrožene skupine.*“<sup>170</sup>

Sukladno navedenom trebalo bi ujedno regulirati zakonsku regulativu koja je kompleksna te obuhvaća niz zakonskih i podzakonskih akata. *„Stoga bi, s ciljem deregulacije zakonodavnog okvira i stvaranja kvalitetnih pretpostavki za razvoj socijalnog turizma, trebalo predložiti mjere usmjerene na analizu i doradu važeće zakonske regulative s ciljem identifikacije onih zakonskih i podzakonskih akata koji su važni u kontekstu razvoja socijalnog turizma, nakon čega bi trebalo donijeti određene preporuke vezane za izmjenu postojeće zakonske regulative s ciljem njezine prilagodbe potrebama razvoja socijalnog turizma.*“<sup>171</sup>

Podizanje razine javne svijesti o socijalnom turizmu bitno je za uspješnost daljnjeg razvoja socijalnog turizma. Svi zainteresirani dionici na strane ponude i potražnje trebaju biti jasno upoznati s koristima navedene vrste turizma, ali također šira javnost

---

<sup>168</sup> Loc. cit.

<sup>169</sup> Ibidem, str. 28.

<sup>170</sup> Loc. cit.

<sup>171</sup> Ibidem, str. 29.

treba biti upoznata s navedenim. Pokretanje Internet stranice za socijalni turizam, razvoj baze podataka o socijalnom turizmu te izrada smjernica za potrebne nužne prilagodbe postojećih objekata prema potrebama različitih ciljnih skupina u socijalnom turizmu i slične aktivnosti predstavljaju moguća rješenja. Dodatna mogućnost koja se nudi u financiranju opisanih aktivnosti i projekata odnosi se na financiranje iz programa i fondova Europske unije.<sup>172</sup>

#### **4.5. Primjer dobre prakse: Vodič za osobe s invaliditetom kroz Istarsku županiju**

*„Istarska županija je u suradnji sa Zajednicom saveza osoba s invaliditetom Hrvatske - SOIH i Društvom distrofičara Istre, objavila Vodič za osobe s invaliditetom kroz Istarsku županiju. Sadržaj Vodiča je dostupan javnosti te je podijeljen po gradovima i općinama Istarske županije.“<sup>173</sup>*

Vodič je pokrenut 2012. godine, a cilj je stvaranje okruženja u kojem će se svi kretati slobodno i osjećati ugodno. Velika pozornost je posvećena okolišu, a nizom raznih zahvata nastoji se ostvariti gradnja pristupačnih objekata bez barijera. U vodiču su jasno naznačeni simboli te njihovo značenje na čak četiri jezika. Vodič će poslužiti i podizanju svijesti šire javnosti o potrebi prilagođavanja okoliša, a isto tako namijenjen je turističkim agencijama koje imaju sve više zahtjeva od osoba s invaliditetom kao turističkih posjetitelja. „Pristupačna Istarska županija“ će pokazati turistima, a i svojim građanima, da kao jedna uspješna turistička destinacija prepoznata u svijetu, mora pratiti potrebe tržišta te se tako i dalje razvijati u skladu s navedenim potrebama.<sup>174</sup> U vodiču su analizirani različiti objekti i institucije, pod pretpostavkom da će zatrebati jednom posjetitelju te je provedena detaljna analiza objekata i institucija kao što su: domovi zdravlja i ambulante, ljekarne, obrazovne ustanove, objekti na području kulture

---

<sup>172</sup> Ibidem, str. 30.

<sup>173</sup> M. Mirić i R. Džanić, „Vodič za osobe s invaliditetom kroz Istarsku županiju“, Pula, Istarska županija, Zajednica saveza osoba s invaliditetom, 2012. Dostupno na: <http://www.istra-istria.hr/index.php?id=3547> (pristupljeno 9. rujna 2018.)

<sup>174</sup> Ibidem, str. 5., 7.



(crkve, muzeji i sl.), uredi i javne službe, trgovine, na području ugostiteljstva (hoteli, restorani). U nastavku se prikazuje obrada jednog od primjera iz vodiča.

*Primjer: Medulin*

Slika 7. Vodič za osobe s invaliditetom kroz Istarsku županiju – Medulin - ugostiteljstvo



Izvor: M. Mirić i R. Džanić, „Vodič za osobe s invaliditetom kroz Istarsku županiju“, Pula, Istarska županija, Zajednica saveza osoba s invaliditetom, 2012., str. 293. Dostupno na: <http://www.istra-istria.hr/index.php?id=3547> (pristupljeno 9. rujna 2018.)

Hotel „Belvedere“ u Medulinu, u Puli (Istarska županija), ima rezervirano parkirališno mjesto za osobe s invaliditetom, uz stepenice se nalazi prolaz pod nagibom za invalidska kolica, ulazna vrata i vrata dizala su veličinom prilagođena za invalidska kolica, postavljen je i telefon kojeg mogu dohvatiti osobe u invalidnom stanju pa se navedeni hotel smatra pristupačnim smještajnim objektom za osobe s posebnim potrebama.<sup>175</sup>

Hotel „Hilde“ nema rezervirano parkirališno mjesto za osobe s invaliditetom, no ima parking, ne postoji kosina nego stepenice, širina vrata je 90 cm, postoji WC kojeg mogu koristiti invalidi, ali hotel nije pristupačan za osobe s invaliditetom.<sup>176</sup>

<sup>175</sup> Ibidem, str. 293.

<sup>176</sup> Loc. cit.

Hotel „Holiday“ nema rezervirano parkirališno mjesto za osobe s invaliditetom, no ima parking, do hotela se može doći pomoću kosine nagiba veće od 5%, širina vrata je 90 cm, vrata u dizalu su širine 90 cm, a dubine 140 cm, postoji WC kojeg mogu koristiti invalidi, a hotel je svrstan u djelomično pristupačan objekt osobama s invaliditetom.<sup>177</sup>

---

<sup>177</sup> Loc. cit.

## 5. MOGUĆNOSTI RAZVOJA PRISTUPAČNOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ – KRITIČKI OSVRT

Pristupačni turizam (turizam dostupan svima) u Republici Hrvatskoj nije dovoljno razvijen, ali je potreban. Pojedini autori zaključuju da su ovo tek počeci njegova rasta, o njemu se počelo više promišljati s obzirom na potrebe te spada u blago rastuću kategoriju turističkog sektora. Procijenjeno je da će od 2011. do 2020. broj ugroženih skupina u Europi porasti za otprilike 1,2%.<sup>178</sup>

*„Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, socijalni turizam definira kao turizam budućnosti koji treba dalje razvijati. Ustroj će mu obuhvatiti institucionalno organiziranje dionika stvaranjem Nacionalne udruge za socijalni turizam, širenjem svijesti javnosti o tom turističkom gospodarskom segmentu, kojeg je Globalnim etičkim kodeksom usvojila i Svjetska turistička organizacija.“<sup>179</sup>*

Turizam treba biti dostupan svima, bez obzira na dob, spol ili bilo kakva druga ograničenja, a u ovom slučaju se prvenstveno misli na ograničenja pojedinih društvenih skupina kao što su invalidi, starije osobe i sl. Pravo na razonodu i odmor ne smije im biti uskraćeno. Na unaprjeđenje razvoja socijalnog turizma u Hrvatskoj uvelike mogu utjecati Ministarstvo turizma i druga povezana ministarstva, Institut za turizam, Turistička zajednica grada Zagreba i druge turističke zajednice, turističke, ali i socijalne inicijative (po uzoru na program Calypso), različite udruge koje su usmjerene prema prilagođenim potrebama turista.

Poznato je da se od turizma u Hrvatskoj ostvaruje značajan izvor prihoda, ali je isto tako potrebno raditi na razvoju različitih selektivnih oblika i produljenju sezone. Naime, Hrvatska je turistička destinacija koja ima izraženu sezonalnost, dakle turizam je posebno pojačan u vrijeme ljetne sezone. Da bi se produljila sezona (pred i post sezona), moguće je u navedenim mjesecima (ožujak, travanj, rujana, listopad) sniziti cijene smještajnih kapaciteta te stvoriti adekvatnu turističku ponudu pripadnicima socijalnih skupina. Na takav način bi se osigurala i potreba za novim radnim mjestima

---

<sup>178</sup> T. Golja i I. Slivar, op. cit., str. 182.

<sup>179</sup> S. Kratz, „Socijalni turizam – rastuća kategorija turističkog sektora“, *ZG – magazin*, 2015. Dostupno na: <http://zg-magazin.com.hr/socijalni-turizam-rastuca-kategorija-turistickog-sektora/> (pristupljeno 21. ožujka 2018.)

te bi uslijedilo produžavanje turističke poslovne godine, uslijed čega bi se povećali prihodi poslovnim turističkim subjektima i državi. Jedan od načina je i organiziranje tematskih praznika poput međunarodnog dana invalida, dana mladih ili starijih osoba.

Europska unija još uvijek se nije potpuno prilagodila potrebama razvoja socijalnog turizma. Ima velik broj razvojnih mogućnosti – od smještajnih kapaciteta do atrakcija, trgovina, restorana, zabavnih parkova, turističkog vođenja i slično, ali i prostora za unaprjeđenje te razvijanje novih inovativnih sadržaja. Međutim, pozitivni primjeri su potvrđeni kao i svijest o potrebi jačanja socijalnog turizma.

S obzirom na primjere dobre prakse razvoja socijalnog turizma drugih zemalja može se vidjeti da Španjolska bilježi povrat novca na uloženi kapital što ne čudi, jer Španjolci broje čak 300 Centara specijaliziranih za obiteljski turizam poznat kao „*Family Holiday Association*“.<sup>180</sup> U Francuskoj postoje kompleksi turističkih naselja kojima kapacitete pune gosti niže platežne moći i to bonovima. Njih Agencija prosljeđuje sindikatima, komercijalnom sektoru i lokalnoj samoupravi te pojedincima koji ih zamjenjuju za turističke usluge u naseljima ili odmorištima, ali i na inozemnom teritoriju. „*U Mađarskoj su turisti s bonovima izuzeti od plaćanja poreza, a dio njegove vrijednosti socijalno ugroženi podmiruju s manje od 50% dok ostatak nadomješta država. Takav oblik turizma pokazalo se prosječno koristi oko 500.000 Mađara.*“<sup>181</sup>

Hrvatska bi za bolji razvoj socijalnog turizma trebala slijediti opisane i slične primjere iz dobre prakse, uz inoviranje prilagođene turističke ponude, ali prije svega jasno procijeniti ponudu i potražnju, što je za sada teško jer je često riječ o istim skupinama koje ulaze u više kategorija. Nadalje, smještajna ponuda za takve osobe je u Hrvatskoj još uvijek skromna pa bi veliku ulogu u razvoju socijalnog turizma trebala imati država u obliku raznih poticaja izgradnje smještajnih objekata na neiskorištenim i zapuštenim područjima ili već postojećim objektima u koje je potrebno investirati (npr. lječilišta, hoteli, kampovi, hosteli, odmarališta). Trenutno u ponudi ne postoji veći broj smještajnih objekata koji su orijentirani na turiste niže platežne moći ili na ostale kategorije na području socijalnog turizma kao što su osobe s invaliditetom. Hoteli, apartmani s prilagođenim kapacitetima koji su u ponudi su malobrojni, od ostalih smještajnih kapaciteta na raspolaganju su dijelom hosteli, odmarališta Crvenog križa,

---

<sup>180</sup> Loc. cit.

<sup>181</sup> Loc. cit.

dječja odmarališta u vlasništvu gradova te sindikalna odmarališta. Ustanove koje nude medicinsku rehabilitaciju trenutno rade na razvoju svoje ponude, ali se navedeno treba poboljšati, kao i kod ostalih pružatelja ponude socijalnog turizma.

Hrvatska bi također trebala osigurati veći broj plaža te ih urediti za pristup i kretanje osoba koje imaju smanjenu pokretljivost. Kako je prethodno navedeno, socijalni turizam u Hrvatskoj je prepoznat Strategijom razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020, koja definira načine poticanja i modele financiranja razvoja socijalnog turizma. Kao posebna mogućnost financiranja izdvajaju se projekti iz europskih fondova npr. mogućnosti financiranja iz Europskog socijalnog fonda, kojemu je jedan od ciljeva financiranje aktivnosti za promicanje socijalne uključenosti i borba protiv siromaštva.

Zaključno, primjera dobre prakse u posljednje vrijeme ima nešto više, ali i dalje je potrebno raditi na upotpunjavanju ponude. Poslovni subjekti, nacionalna, lokalna razina, destinacijski menadžment, udruge te ostali dionici trebali bi redizajnirati postojeće kapacitete, komunicirati i surađivati međusobno (bilo na internacionalnoj ili domaćoj razini) kako bi se turistička destinacija prilagodila potrebama na području socijalnog turizma. Kvalitetno upravljanje razvojem socijalnog turizma moglo bi uvelike doprinijeti ekonomiji u duljem roku. S druge strane, moglo bi pomoći društvenom i osobnom razvitku različitih ljudi, podići cjelokupnu svijest te omogućiti najranjivijim skupinama bolju kvalitetu života.

## ZAKLJUČAK

Nagli porast turizma odrazio se na gotovo sve aspekte čovjekovog života, kako ekonomske, tako i društvene. Nekoć je u društvu prevladavao stav da turistički proizvod predstavlja luksuzno dobro, odnosno da bi trebao biti dostupan samo financijski dobrostojećim pojedincima, dok se za osobe s niskom razinom dohotka smatralo da ne mogu biti sudionici u turizmu. Ovakav stav je također obuhvaćao i društveno ugrožene skupine ljudi poput onih sa invaliditetom. No, sve većim i vidljivijim utjecajima turizma na društvo u zadnjih dvadesetak godina dolazi do promjene dominantnog društvenog stava i do stvaranja društvenih vrijednosti koje promoviraju socijalnu uključenost svih pojedinaca u društvu. Unutar promjena, socijalna isključenost je prepoznata kao jedan od ključnih problema suvremenog društva, dok socijalni turizam postaje potencijal za povećanje socijalnih međuodnosa i zadovoljavanje specifičnih potreba različitih turističkih potrošača.

Zbog snažno izražene socijalne komponentne u suvremenim okvirima pojedina turistička područja počela su se upotpunjavati turističku ponudu. Socijalni turizam postaje bitan oblik turizma koji želi omogućiti dostupnost turističkih usluga svim korisnicima, a u pojedinim zemljama skladno se nadovezuje na ostale oblike turizma na taj način pridonoseći širim ekonomijama i jačajući njihovu konkurentnost.

Hrvatska također prati turističke trendove određene od strane razvijenih europskih zemalja pa je na taj način prepoznala važnost socijalnog turizma kao jednog od oblika koje je potrebno dodatno razvijati. No, usprkos tomu, ponuda socijalnog turizma u Republici Hrvatskoj je još uvijek relativno oskudna i skromna, stoga ne preostaje drugo nego kroz narednih nekoliko godina očekivati poboljšanje implementacije strategije razvoja socijalnog turizma u državi, po uzoru na neke od najrazvijenijih europskih država, ali i upotpunjavanje ponude prema specifičnostima promjena okruženja i socio-ekonomskim, demografskim trendovima. Strateško planiranje pridonosi učinkovitijem upravljanju razvojem socijalnog turizma, pri čemu je potrebno jasno procijeniti ponudu i potražnju, definirati ciljeve, nositelje provedbe, mjere koje se mogu implementirati, ali i evaluirati rezultate.

Na samom početku rada postavljene su dvije hipoteze koje su potvrđene iscrpnom analizom. Tržište se suočava sa velikim promjenama; porast broja nezaposlenih,

starenje populacije, povećanje potrebe za mobilnošću osoba s posebnim potrebama i sl. Socijalni turizam je ovdje prepoznat kao sudionik navedenih promjena te kao mogućnost zadovoljavanja promjenjivih i specifičnih potreba različitih skupina, što ujedno može pozitivno utjecati na razvoj određene destinacije. Isto tako, uvelike pridonosi socijalnoj sinergiji. Kroz razvijanje i kvalitetno upravljanje razvojem socijalnog turizma dolazi do širenja svijesti o potrebama najranjivijih skupina, poboljšanja njihove kvalitete života, a s druge strane obogaćuje se turistička ponuda i razvoj.

Ukratko, socijalni turizam može biti od koristi za one koji pružaju usluge na području socijalnog turizma i za one koji ga konzumiraju. Društvo u cjelini dobiva. Iako relativno nov pojam, zauzima veliki značaj na globalnoj sceni. Svijet je prepoznao da kvalitetno upravljanje ovom vrstom turizma osim što obogaćuje turističku ponudu, produljuje turističku sezonu te potiče razvoj sve inovativnijih proizvoda. Svi korisnici bi trebali uživati u univerzalno dizajniranim proizvodima te ravnopravno koristiti turističke usluge.

## POPIS LITERATURE

### Knjige:

1. Bartoluci, M., *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva: turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu*, Zagreb, Školska knjiga, 2013.
2. Duda, I., *U potrazi za blagostanjem*, Zagreb, Srednja Europa, 2005.
3. Dulčić, A. i L. Petrić, *Upravljanje razvojem turizma*, Zagreb, Mate, 2001.
4. Golja, T. i I. Slivar, *Europsko turističko tržište i trendovi razvoja*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2016.
5. McCabe, S., L. Minnaert i A. Diekmann (ur.), *Social Tourism in Europe: Theory and Practice*, Bristol, Buffalo, Toronto, Channel View Publications, 2012.
6. Pearce, D., *Tourist Development*, London, Longman, 1981.
7. Petrić, L., *Osnove turizma*, Split, Ekonomski fakultet u Splitu, 2007.
8. Pirjevec, B., *Ekonomska obilježja turizma*, Zagreb, Golden marketing, 1998.
9. Senečić, J. i B. Vukonić, *Istraživanje turističkog tržišta*, Zagreb, Mikrorad, 1998.
10. Vukonić, B. i K. Keča, *Turizam i razvoj: pojam, načela, postupci*, Zagreb, Mikrorad d.o.o., Ekonomski fakultet, 2001.
11. Vukonić, B., *Turizam u susret budućnosti*, Zagreb, Mikrorad, 1994.

### Članci:

1. Andrić, B., „Čimbenici marketinškog okruženja u turizmu“, *Praktični menadžment*, vol. 2, no. 1, 2011., str. 41-50. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr> (pristupljeno 17. siječnja 2018.)
2. Bednarczyk, M. i V. Wszendybl-Skulska, „Synergy as a Value Generator in Tourism“, *Scientific Journal Economic Problems of Tourism*, vol. 28, no. 4, 2014., str. 9-21. Dostupno na: [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net) (pristupljeno 17. siječnja 2018.)
3. Dumitru, N.-R., C.-I. Negricea i A. Slapac, „Social Tourism – a Factor in Cultural, Social and Economic Change“, *Romanian Economic and Business Review*, vol. 4, no. 2, 2009., str. 89-94.
4. Gabruč, J., „Multi-Channel Funding of Social Tourism Programs: The Case of the Association of Friends of Youth“, *Academica Turistica*, vol. 9, no. 2, 2016.,



str. 97-105. Dostupno na: <http://academica.turistica.si> (pristupljeno 27. veljače 2018.)

5. Jadrešić, V., „Turizam kao čimbenik novih oblika alijenacije“, *Društvena istraživanja*, vol. 7, no. 3, 1998., str. 447-459. Dostupno na: [www.hrcak.srce.hr](http://www.hrcak.srce.hr) (pristupljeno 15. siječnja 2018.)
6. Knežević, M., „Socijalni turizam kao socijalna i ekonomska kategorija – nekoliko elemenata razvoja“, *Acta Economica Et Turistica*, vol. 1, no 1, 2015., str. 59-77. Dostupno na: [www.hrcak.srce.hr](http://www.hrcak.srce.hr) (pristupljeno 15. siječnja 2018.)
7. Komes, L., M. Tanković i V. Kletečki, Europske destinacije izvrsnosti (European Destinations of Excellence: EDEN) – projekt Europske komisije, *Zbornik Sveučilišta Libertas*, vol. 3, no. 3, str. 251.-263.
8. Magaš, D., „Strategija razvoja turističke destinacije“, *Tourism and hospitality management*, vol. 1, no. 1, 1995., str. 139-143. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr> (pristupljeno 17. siječnja 2018.)
9. Sedgley, D., C. Haven-Tag i P. Espeso-Molinero, „Social tourism & older people: the IMSERSO initiative“, *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, vol. 10, no. 3, 2018., str. 286-304.
10. Stanković, M., „Sociološko istraživanje turizma“, *Revija za sociologiju*, vol. 15, no. 1-2, 1985., str. 75-82. Dostupno na: [www.hrcak.srce.hr](http://www.hrcak.srce.hr) (pristupljeno 22. siječnja 2018.)

#### **Internet izvori i ostale publikacije:**

1. Associazione Centro Studi Città di Foligno, „European Sweets Itineraries“, 2016. Dostupno na: <http://www.sweetsitineraries.eu/en/> (pristupljeno 18. rujna 2018.)
2. Bartoluci, M. i D. Ferjanić – Hodak, D., „Aktualna obilježja zaposlenih u turizmu u RH“, *Turizmoteka*, 2017. Dostupno na: <https://www.turizmoteka.hr/ekstra/predstavljamo/aktualna-obiljezja-zaposlenih-u-turizmu-u-rh> (pristupljeno 18. siječnja 2018.)
3. Croatian Hot Spots, „Upoznajte TravAbled – prvu turistički agenciju specijaliziranu za turizam osoba s invaliditetom, 2015. Dostupno na: <http://hotspots.net.hr/2015/06/upoznajte-travabled-prvu-turisticku-agenciju-specijaliziranu-za-turizam-osoba-s-invaliditetom/> (pristupljeno 10. rujna 2018.)

4. Čanak, M., „Turizam dostupan osobama sa invaliditetom“ , *Portal o invalidnosti*, 2016. Dostupno na: <http://portaloinvalidnosti.net/2016/09/turizam-dostupan-osobama-sa-invaliditetom-2/> (pristupljeno 22. ožujka 2018.)
5. Čorak, S., Z. Marušić i I. Sever, „Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj u 2017. godini, TOMAS ljeta“, 2018. Dostupno na: [http://www.iztsg.hr/UserFiles/file/novosti/2018/TOMAS-Ljeta-prezentacija-2017-06\\_02\\_2018-FIN.pdf](http://www.iztsg.hr/UserFiles/file/novosti/2018/TOMAS-Ljeta-prezentacija-2017-06_02_2018-FIN.pdf), (pristupljeno 19. srpnja 2018.)
6. Čorak, S., Z. Marušić i I. Sever, „Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj u 2017. godini, TOMAS ljeta: Obilježja turističke potražnje u gradu Malom Lošinj“, Zagreb, Institut za turizam, 2018.
7. Eichhorn, V., „Economic Impact and Travel Patterns of Accessible Tourism in Europe – Final Report. Service Contract SI2. ACPROCE052481700“, European Commission – DG Enterprise and Industry, 2014. Dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/264522053\\_Economic\\_Impact\\_and\\_Travel\\_Patterns\\_of\\_Accessible\\_Tourism\\_in\\_Europe\\_Full\\_Report](https://www.researchgate.net/publication/264522053_Economic_Impact_and_Travel_Patterns_of_Accessible_Tourism_in_Europe_Full_Report) (pristupljeno 8. rujna 2018.)
8. ENAT, „Welcome to the Website of ENAT - the European Network for Accessible Tourism“, 2017. Dostupno na: <http://www.accessibletourism.org/> (pristupljeno 8. rujna 2018.)
9. European Commission, „About eCalypso“, 2018a. Dostupno na: <http://ecalypso.eu/steep/public/about.jsf?id=22> (pristupljeno 20. veljače 2018.)
10. European Commission, „eCalypso. Tourism for all“, 2018b. Dostupno na: <http://ecalypso.eu/steep/public/section.jsf?id=27> (pristupljeno 20. veljače 2018.)
11. European Network for Accessible Tourism, „Happy Tourist“, 2018. Dostupno na: [http://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.enat\\_projects\\_and\\_good\\_practices.235](http://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.enat_projects_and_good_practices.235) (pristupljeno 7. rujna 2018.)
12. Europska komisija, „Supporting social tourism“, *Enterprise & Industry online magazine*, 2008. Dostupno na: [https://ec.europa.eu/growth/content/supporting-social-tourism-0\\_ga](https://ec.europa.eu/growth/content/supporting-social-tourism-0_ga) (pristupljeno 10. veljače 2018.)
13. Europska komisija, „Kriteriji za ocjenjivanje EDEN destinacije na temu „Pristupačan turizam“, 2013. Dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2014-10/KRITERIJI-EDEN-MINT-NOVO-2751.pdf> (pristupljeno 8. rujna 2018.)

14. Europska komisija, „Calypso workshop: Calypso widens Europe’s travel horizons“, 2014a. Dostupno na: [http://ec.europa.eu/growth/content/calypso-workshop-calypso-widens-europe%E2%80%99s-travel-horizons\\_en](http://ec.europa.eu/growth/content/calypso-workshop-calypso-widens-europe%E2%80%99s-travel-horizons_en) (pristupljeno 25. veljače 2018.)
15. Europska komisija, „Calypso workshop: Implementing Calypso - Four Projects, Four Target Groups“, 2014b. Dostupno na: [http://ec.europa.eu/growth/content/calypso-workshop-implementing-calypso-four-projects-four-target-groups\\_en](http://ec.europa.eu/growth/content/calypso-workshop-implementing-calypso-four-projects-four-target-groups_en) (pristupljeno 25. veljače 2018.)
16. Europska komisija, „Low Season Tourism – Call for proposals 2015 - project GARDEN ROUTE awarded“, 2016. Dostupno na: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/18987> (pristupljeno 25. veljače 2018.)
17. Europska komisija, „About EDEN“, 2018a., [https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/eden/about\\_en](https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/eden/about_en) (pristupljeno 10. rujna 2018.)
18. Europska komisija, „Low season tourism“, 2018b. Dostupno na: [http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/seniors-youth\\_en](http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/seniors-youth_en) (pristupljeno 11. veljače 2018.)
19. Friendly Beach, „The project“, 2015. Dostupno na: <http://friendlybeach.eu/the-project/> (pristupljeno 7. rujna 2018.)
20. Hrvatski ferijalni i hostelski savez, „Hrvatski ferijalni i hostelski savez - o nama“, 2018. Dostupno na: [www.hfhs.hr/hr/o-nama/](http://www.hfhs.hr/hr/o-nama/) (pristupljeno 3. veljače 2018.)
21. Hrvatski savez slijepih, „Edukacijsko rehabilitacijski kamp slijepih Premantura“, 2018. Dostupno na: <https://www.savez-slijepih.hr/hr/kategorija/edukacijsko-rehabilitacijski-kamp-slijepih-premantura-113/> (pristupljeno 9. rujna 2018.)
22. Hrvatski savez udruga osoba s tjelesnim invaliditetom, „O nama“, 2018. Dostupno na: <http://www.hsuti.hr/> (pristupljeno 9. rujna 2018.)
23. International Social Tourism Organisation, „Social Tourism Inquiry. The Social and Economic Benefits of Social Tourism“, 2011. Dostupno na: <http://nationbuilder.s3.amazonaws.com/appgonsocialtourism/pages/23/attachments/original/ISTO - Inquiry Social Tourism.ISTO.pdf?1314889615> (pristupljeno 22. siječnja 2018.)

24. International Social Tourism Organisation, „World Congress on Social Tourism (Zagreb, Croatia)“, 2016. Dostupno na: <http://www.oits-isto.org/oits/public/event.jsf?evento=91> (pristupljeno 28. siječnja 2018.)
25. International Social Tourism Organisation, „ISTO“, 2018a. Dostupno na: <http://www.oits-isto.org/oits/public/section.jsf?id=29> (pristupljeno 28. siječnja 2018.)
26. International Social Tourism Organisation, „The Montreal Declaration“, 2018b. Dostupno na: <http://www.oits-isto.org/oits/public/section.jsf?id=44> (pristupljeno 28. siječnja 2018.)
27. Jutarnji hr., „Svi žele ulagati u bivšu vojarnu na Visu“, *Jutarnji list*, 2017. Dostupno na: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/svi-zele-ulagati-u-bivsu-vojaranu-na-visu-ceska-vila-na-meti-sefova-ultre-a-interes-su-pokazali-i-nas-poznati-pjevac-princeza-od-monaka/6247161/> (pristupljeno 19. srpnja 2018.)
28. Kratz, S., „Socijalni turizam – rastuća kategorija turističkog sektora“, *ZG – magazin*, 2015. Dostupno na: <http://zg-magazin.com.hr/socijalni-turizam-rastuca-kategorija-turistickog-sektora/> (pristupljeno 21. ožujka 2018.)
29. Krešić, D., K. Miličević i I. Marković, „Nacionalni program razvoja socijalnog turizma – turizam za sve“, Zagreb, Ministarstvo turizma, Institut za turizam, 2014. Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//151014\\_akcijski\\_socijalni.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//151014_akcijski_socijalni.pdf) (pristupljeno 20. ožujka 2018.)
30. Mine Vaganti NGO, „Forever young“, 2018. Dostupno na: <http://foreveryoungtourism.eu/> (pristupljeno 20. veljače 2018.)
31. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, „Projekt "Calypso" - natječaj za razvoj socijalnog turizma“, 2011. Dostupno na: <http://www.mint.hr/vijesti/projekt-calypso-natjecaj-za-razvoj-socijalnog-turizma/3460> (pristupljeno 20. veljače 2018.)
32. Ministarstvo umirovljenika Hrvatske, „O nama“, 2018. Dostupno na: [www.muh.hr/o-nama](http://www.muh.hr/o-nama) (pristupljeno 3. veljače 2018.)
33. Mirić, M. i R. Džanić, „Vodič za osobe s invaliditetom kroz Istarsku županiju“, Pula, Istarska županija, Zajedica saveza osoba s invaliditetom, 2012. Dostupno na: <http://www.istra-istria.hr/index.php?id=3547> (pristupljeno 9. rujna 2018.)
34. Official Journal of European Union, „Opinion of European Economic and Social Committee on Social Tourism in Europe“, C 318/12, 2006. Dostupno na:

- [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.C\\_.2006.318.FULL.ENG](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2006.318.FULL.ENG) (pristupljeno: 22. siječnja 2018.)
35. Moj smještaj, „Zdravstveni turizam u Hrvatskoj“, 2016. Dostupno na: <http://www.mojsmjestaj.hr/upoznaj-hrvatsku/zdravstveni-turizam-u-hrvatskoj> (pristupljeno 10. rujna 2018.)
36. Treća dob, „Treća dob - Matica umirovljenika Vodice; integracija i participacija starijih osoba kroz društveno, ekonomski i socijalni razvoj“, 2017. Dostupno na: <http://muvodice.trecadob.com/> (pristupljeno 8. kolovoza 2018.)
37. Udruga hrvatskih putničkih agencija, „Epoca turizam d.o.o.“, 2017. Dostupno na: <http://www.uhpa.hr/agencija/1211> (pristupljeno: 8. rujna 2018.)
38. Udruga tjelesnih invalida Bjelovar, „Događaji“, 2018. Dostupno na: <http://utib.hr/invalidi-dogadjaji/> (pristupljeno 9. rujna 2018.)
39. UKEssays, „The Tourism Industry In Spain“, 2018. Dostupno na: <https://www.ukessays.com/essays/tourism/the-international-tourism-industry-in-spain-tourism-essay.php?vref=1> (pristupljeno 1. ožujka 2018.)
40. Uniline, „Hoteli i turistička naselja za smještaj osoba s invaliditetom u Hrvatskoj“, 2018a. Dostupno na: <http://www.uniline.hr/hrvatska/smjestaj-invalidi.php> (pristupljeno 3. veljače 2018.)
41. Uniline, „Povoljni hoteli na Jadranu“, 2018b. Dostupno na: <https://www.uniline.hr/hrvatska/povoljni-hoteli.php> (pristupljeno 3. veljače 2018.)
42. Vlada Republike Hrvatske, *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*, 2013. Dostupno na: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf> (pristupljeno 8. rujna 2018.)
43. Zajednica saveza osoba s invaliditetom Hrvatske, „26. svjetski kongres socijalnog turizma“, 2016. Dostupno na: <http://www.soih.hr/soih-podrucje-rada-detajlno/26-svjetski-kongres-socijalnog-turizma> (pristupljeno 8. rujna 2018.)
44. Zveza prijateljev mladine Slovenije, „Slovenian Association of Friends of Youth - Home“, 2018. Dostupno na: <http://en.zpms.si/home/> (pristupljeno 27. veljače 2018.)

## POPIS SLIKA

|   |    |
|---|----|
| Slika 1. Negativni učinci masovnog turizma u Hrvatskoj .....  | 10 |
| Slika 2. Proces poslovnog odlučivanja .....   | 14 |
| Slika 3. Mjere za razvoj socijalnog turizma .....   | 21 |
| Slika 4. Trenutna i buduća potražnja za pristupačnim turizmom u Europskoj uniji od strane osoba s posebnim potrebama od 2012. do 2020. ('000 putovanja) ..... | 28 |
| Slika 5. Logo Međunarodne organizacije za socijalni turizam .....   | 38 |
| Slika 6. Godišnja stopa rasta osoba s posebnim potrebama te starijih osoba na području EU 27 za razdoblje od 2011. do 2020. godine (u %). .....               | 43 |
| Slika 7. Vodič za osobe s invaliditetom kroz Istarsku županiju – Medulin – ugostiteljstvo.....  | 74 |

## POPIS TABLICA

|   |    |
|---|----|
| Tablica 1. Ukupan broj zaposlenih (u 000) te broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane u zemljama EU 27 i Republici Hrvatskoj u razdoblju 2011.- 2015. godine .....      | 6  |
| Tablica 2. Ukupan broj zaposlenih (u 000) te broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane prema promatranim obilježjima u zemljama EU 27 i Republici Hrvatskoj u 2015 ..... | 7  |
| Tablica 3. Stupanj zadovoljstva elementima turističke ponude mjesta; rezultati za Mali Lošinj.....  | 11 |
| Tablica 4. Preklapanje ciljnih skupina s područja socijalnog turizma.....   | 60 |
| Tablica 5. Vrsta oštećenja kod osoba s invaliditetom .....  | 61 |

## SAŽETAK

Turizam je složena društveno-ekonomska pojava koja ima dominantno značenje u globalnim okvirima te je obilježen dinamičnim promjenama turističkih potreba i utjecajima šireg okruženja. Turizam dostupan svima postaje bitna odrednica suvremenog razvoja.

Cilj rada je prikazati proces upravljanja razvojem socijalnog turizma. Nakon objašnjenja teorijskih osnova u upravljanju razvojem turizma, u radu se definiraju pojmovno određenje i karakteristike socijalnog turizma. Nakon toga detaljnije se obrađuje socijalni turizam u Europskoj uniji s primjerima dobre prakse, zatim slijedi analiza socijalnog turizma u Republici Hrvatskoj, pri čemu se komparira stanje ponude i potražnje na području socijalnog turizma i prikazuju se glavni dionici. U cilju upotpunjavanja analize prezentirani su rezultati intervjua s odabranim dionikom koji pruža usluge na području socijalnog turizma. Slijede smjernice razvoja socijalnog turizma, uključujući primjer dobre prakse na području Hrvatske (Istarske županije). Prije zaključnih razmatranja prikazan je kritički osvrt na mogućnosti razvoja pristupačnog turizma u Republici Hrvatskoj.

U radu je dokazano da u pružanju turističkih proizvoda i usluga treba uključiti one kojima je turistička ponuda teže dostupna, kao što su osobe s invaliditetom, mlađe i starije osobe, osobe s niskim dohotkom i ostale ciljne skupine korisnika proizvoda i usluga socijalnog turizma. Socijalni turizam pomaže ostvarivanju socijalne sinergije i boljih turističkih rezultata. Stvaranjem diverzificiranih inovativnih turističkih proizvoda koji će biti prilagođeni svim skupinama poboljšava se kvaliteta života, obogaćuje se turistička ponuda te se dugoročno može pozitivno utjecati na smanjenje sezonalnosti i na razvoj turizma. Hrvatska također prepoznaje važnost socijalnog turizma. Međutim, ponuda je u Republici Hrvatskoj još uvijek nedovoljna. Stoga je nužno odgovarajuće upravljati razvojem socijalnog turizma, uključujući koordinirano djelovanje različitih dionika, po uzoru na pojedine europske države, ali i upotpunjavanjem ponude prema specifičnostima promjene okruženja, socio-ekonomskim te posebno demografskim trendovima, sukladno smjernicama koje se također opisuju u radu.

Ključne riječi: socijalni turizam, pristupačan turizam, upravljanje razvojem

## **SUMMARY**

Tourism is a complex socio-economic phenomenon which has the dominant position in global framework. It is also exposed to dynamic changes of tourist needs and to the impacts of the broader environment. Tourism for all has been brought as an important part of modern development trends and demands.

The aim of this thesis is to present the process of managing social tourism development. After presenting theoretical background on managing tourism development, the concept and characteristics of the social tourism are defined. Social tourism in the European Union, with the examples of good practice are presented in more detail, as well as the analysis of social tourism in the Republic of Croatia, where demand and supply side of social tourism are compared and the role of the main stakeholders is explained in the separate chapters. In order to complement the analysis, the main results of the interview with the chosen actor which provides services in the area of social tourism are presented. Guidelines for developing social tourism follow, including the example of good practice in Croatia (Istria County). Before concluding remarks, critical overview on possibilities to develop accessible tourism in Croatia is shown.

It is confirmed that in providing tourism products and services it is necessary to include those who have access needs, e.g. people with disabilities, younger and older persons, persons with low incomes and other target groups which have obstacles in satisfying their tourism needs. Social tourism can help to achieve social synergy and better tourism results. By creating diversified, innovative tourist products which enable all people to have access to tourism experiences will contribute to their higher quality of life and in the long term this can have a positive influence on lowering seasonality and enhancing tourism supply as well as on tourism development. Croatia also recognizes the importance of social tourism. However, supply is still insufficient. It is necessary to have an appropriate approach to managing social tourism development, including coordinated cooperation among different stakeholders, which can be based on the examples of good practice some of the European countries, but also in adapting the supply, according to specific changes of the environment, socio-economic and especially demographic trends, in line with the guidelines which are also described in this work.



Keywords: social tourism, accessible tourism, managing development