

# Zeleno poslovanje u turizmu

---

**Ritoša, Sandra**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2019**

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:031461>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-06**



*Repository / Repozitorij:*

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



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

**SANDRA RITOŠA**

**ZELENI TURIZAM**

Završni rad

Pula, 2019.

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

**SANDRA RITOŠA**

**ZELENI TURIZAM**

Završni rad

**JMBAG: 0303028867, izvanredna studentica**  
**Studijski smjer: Poslovna ekonomija, Turizam**

**Predmet: Ekonomika turizma**  
**Znanstveno područje: Društvene znanosti**  
**Znanstveno polje: Ekonomija**  
**Znanstvena grana: Turizam i trgovina**

**Mentor / Mentorica: prof.dr.sc. Sanja Blažević Burić**

Pula, rujan 2019.

## SADRŽAJ:

<b>1. UVOD</b> .....	<b>1</b>
<b>2. MEĐUOVISNOST TURIZMA I OKOLIŠA</b> .....	<b>3</b>
2.1. OBILJEŽJA SUVREMENOG TURIZMA .....	3
2.2. UTJECAJ TURIZMA NA OKOLIŠ.....	7
2.3. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA .....	9
2.4. AGENDA 21 ZA TURIZAM I INDUSTRIJU PUTOVANJA .....	12
<b>3. ZELENI TURIZAM</b> .....	<b>15</b>
3.1. POJAM ZELENOG TURIZMA .....	15
3.2. POTRAŽNJA ZA ZELENIM TURIZMOM .....	20
3.3. ZELENI TURIZAM U SVIJETU .....	23
3.3.1. <i>Zeleni turizam i zaštićena područja</i> .....	24
3.3.2. <i>Zeleni turizam i klimatske promjene</i> .....	29
3.3.3. <i>Zeleni smještaj</i> .....	30
3.3.4. <i>Certifikati u zelenom turizmu</i> .....	31
3.3.5. <i>UNWTO i zeleni turizam</i> .....	34
3.3.6. <i>Primjer dobre prakse</i> .....	36
<b>4. ZELENI TURIZAM U HRVATSKOJ</b> .....	<b>40</b>
4.1. OBILJEŽJA TURIZMA U HRVATSKOJ .....	40
4.2. RAZVOJNI PROBLEMI I CILJEVI .....	42
4.3. TRENDОВI RAZVOJA ZELENOG TURIZMA U HRVATSKOJ.....	44
4.4. PLAN RAZVOJA ZELENOG TURIZMA U HRVATSKOJ.....	46
<b>5. BUDUĆNOST ZELENOG TURIZMA</b> .....	<b>48</b>
<b>6. ZAKLJUČAK</b> .....	<b>49</b>
<b>LITERATURA</b> .....	<b>50</b>
<b>POPIS SLIKA I TABLICA</b> .....	<b>54</b>

# 1. UVOD

Održivi razvoj koncept je koji se danas spominje u svim društvenim sferama, pa tako i u turizmu. Turizam kao masovna globalna pojava današnjice bilježi kontinuirani rast na svjetskoj razini, a sukladno tome rastu i njegove pozitivne, ali i negativne posljedice u društvenom, kulturnom, ekološkom i ekonomskom smislu. Zeleni turizam predstavlja se kao novi koncept razvoja turizma, koji bi omogućio turistički razvoj u skladu s potrebama i mogućnostima područja na kojem se turizam razvija, dajući naglasak na očuvanje prirodnih resursa i njihovo održivo korištenje.

Tema ovog rada upravo je „Zeleni turizam“. U ovom radu, zeleni turizam predstavlja se kao skup standarda i uvjeta koji se primjenjuju u industriji turizma, s ciljem smanjenja pritiska turizma na okoliš. Cilj rada je objasniti pojam zelenog turizma i istaknuti njegove osnovne elemente, dok je svrha rada ukazati na potrebu implementacije koncepta zelenog turizma u svim segmentima i na svim razinama turističkog razvoja.

Rad se sastoji od ukupno šest poglavlja, od kojih je prvo poglavlje uvod. U drugom poglavlju rada govori se o međuovisnosti turizma i okoliša. Najprije se iznose obilježja suvremenog turizma, a zatim se prikazuje njegov utjecaj na okoliš. Održivi razvoj turizma obrađuje se u zasebnom dijelu drugog poglavlja, a na njega se nadovezuje sljedeće poglavlje, koje govori o Agendi 21 za turizam i industriju putovanja. Treće poglavlje rada govori o zelenom turizmu. Polazi se od samog definiranja pojma zelenog turizma, a zatim se analizira postojeća potražnja za zelenim turizmom. Nadalje, govori se o zelenom turizmu u svijetu te se ističe primjer dobre prakse u razvoju zelenog turizma u svijetu. U četvrtom poglavlju rada govori se o zelenom turizmu u Hrvatskoj. Prvo se prikazuju temeljna obilježja turizma u Hrvatskoj, a zatim se navode razvojni problemi i ograničenja hrvatskog turizma, kao i ciljevi razvoja hrvatskog turizma prema postojećoj strategiji. Identificirani su i trendovi razvoja zelenog turizma u Hrvatskoj te je prikazan plan razvoja zelenog turizma u Hrvatskoj i njegove

glavne značajke. Peto poglavlje rada donosi kratak kritički osvrt autorice rada vezano uz budućnost zelenog turizma u svijetu i u Hrvatskoj. U zaključku rada iznose se temeljne spoznaje do kojih se došlo istraživanjem literature potrebne za nastanak rada i njegovom izradom.

Završni rad nastao je metodom istraživanja dostupnih izvora literature, koji su navedeni na samom kraju rada. Uz desk research metodu, za izradu rada korištene su i druge metode, primjerice metoda analize i sinteze, metoda komparacije, metode indukcije i dedukcije te metoda kompilacije.

## 2. MEĐUOVISNOST TURIZMA I OKOLIŠA

Turizam, poput svake ekonomske, ali i ljudske aktivnosti općenito, ima pozitivne i negativne implikacije na okruženje u kojem se odvija. Pozitivne implikacije turizma odnose se prvenstveno na generiranje ekonomskih koristi turizma, koje proizlaze iz njegovih multiplikativnih učinaka. Negativne implikacije razvoja turizma povezuju se uvijek uz utjecaj turizma na okoliš, odnosno korištenje i postupno trošenje resursa. U nastavku rada govorit će se o temeljnim obilježjima suvremenog turizma i fazama njegovog razvoja, zatim će se objasniti utjecaj turizma na okoliš, kako bi se na kraju dao naglasak na važnost održivog razvoja turizma i istaknule odredbe Agende 21, kao temeljnog okvira za implementaciju koncepta održivog razvoja u turizmu i industriji putovanja.

### 2.1. OBILJEŽJA SUVREMENOG TURIZMA

U posljednjih pedesetak godina, bilježi se kontinuirani rast turizma, koji je tako postao jedna od najbrže rastućih svjetskih „industrija“. Broj međunarodnih dolazaka u 2018. godini iznosio je 1.401 milijuna na globalnoj razini, što je povećanje od 5,4% u odnosu na prethodnu godinu (Prema: UNWTO, 2018., <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>). Važno je napomenuti kako je rast turizma kontinuiran, unatoč promjenama u ekonomskim ciklusima.

Najposjećenija svjetska turistička regija u 2018. godini bila je već tradicionalno Europa, sa 710 milijuna turističkih dolazaka. Veliki porast turističkih dolazaka zabilježen je u Aziji i Pacifiku, oko 7%. Turistički dolasci u Africi zabilježili su također porast od oko 7%. Smanjenje turističkih dolazaka zabilježeno je na području Kariba te je iznosilo oko 1%. Sjeverna Amerika u 2018. godini imala je porast turističkih dolazaka od 4% u odnosu na 2017. godinu, Južna Amerika ostvarila je rast dolazaka od 1%, dok je Europa imala porast od 5% u istom razdoblju. Prema UNWTO-u, turistički dolasci u svijetu i dalje će rasti, i to za

3,5% do 4,5%, ovisno o regiji (Prema: UNWTO, 2018., <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>). Prema broju dolazaka, vodeće zemlje u 2018. godini bile su Francuska, Španjolska, SAD i Kina. No, najviše prihoda od turizma u istoj godini ostvarili su SAD, Španjolska, Francuska i Tajland. Kada se govori o emitivnim zemljama, u svjetska turistička kretanja najviše se uključuju stanovnici Kine, SAD-a, Njemačke i Velike Britanije, zahvaljujući jakim domaćim valutama i konkurentnim gospodarstvima (Prema: UNWTO, 2018., <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>).

Većina turista i dalje putuje zbog odmora, zabave i rekreacije te su to motivi uključivanja u turističke tijekove za čak 56% svjetskih turista. Oko 27% turista putuje zbog zdravlja, posjete obitelji i prijateljima i iz vjerskih razloga, dok je 13% onih koji putuju poslovno. Međunarodni prihodi od turizma porasli su u 2018. godini za 4,4% u usporedbi s prethodnom, 2017. godinom te su dosegli 1.401 milijardi dolara na svjetskoj razini (Prema: UNWTO, 2018., <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>).

Uz rastuće brojke koje prate turistička kretanja, turizam se značajno mijenjao pod utjecajem promjena turističke ponude i turističke potražnje. Trendovi turističke potražnje odnose se na promjene kod osoba koje sudjeluju ili bi željele sudjelovati u turističkim kretanjima da bi se koristile različitim turističkim uslugama u mjestima izvan svog uobičajenog okruženja (Prema: Čavlek et al, 2011. str. 54). S druge strane, trendovi turističke ponude su promjene kod subjekata na strani ponude, koji nude robu i usluge po određenim cijenama, a s ciljem zadovoljenja potreba turističke potražnje. Turistička potražnja diktira kretanje turističke ponude na način da se ponuda prilagođava potrebama potražnje. Promjene u obilježjima turističke potražnje i turističke ponude proizlaze iz suvremenih globalnih trendova, koji se mogu analizirati kroz STEEP model, a uključuju (Prema: Bartoluci, 2013., str. 88 - 119):

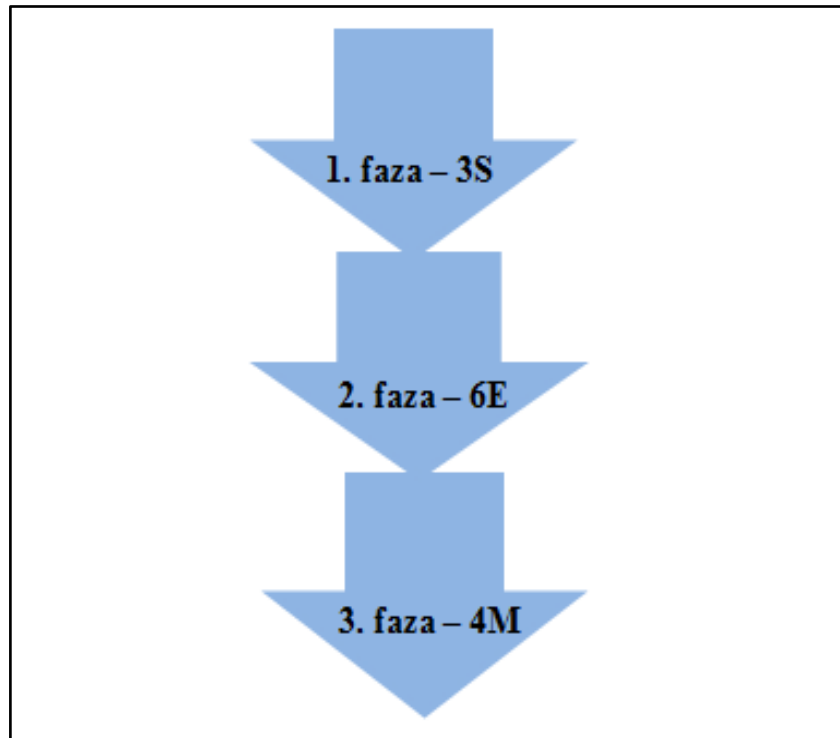
- društvene promjene (**s**ocial)
- tehnološke promjene (**t**echnological)
- ekonomske promjene (**e**conomic)
- ekološke promjene (**e**cological)



- političke promjene (political).

Pod utjecajem navedenih promjena, globalni se turizam mijenjao kroz godine te je od tzv. 3S turizma, preko 6E turizma, danas postao 4M turizam. Faze promjena turizma prikazane su slikom u nastavku.

**Slika 1.** Faze razvoja turizma



Izvor: Vlastita izrada (Prema: Bartoluci, 2013., str. 115)

Masovni ili 3S turizam započeo je pedesetih godina 20. stoljeća te se smatra kako je trajao do 90-ih godina. Naziv 3S nastao je kao skraćenica za tri glavna resursa na kojima se temeljila turistička ponuda, a to su sunce, more i pijesak - **s**un, **s**ea, **s**and (Prema: Bartoluci, 2013., str. 115). Njega obilježavaju dinamične stope rasta i masovna turistička kretanja iz tradicionalnih emitivnih u tradicionalne receptivne zemlje te se većina turističkih kretanja odvija između navedenih zemalja. Turistička kretanja bila su usmjerena uglavnom prema europskim zemljama na mediteranskom moru, a turizam je bio ljetni i kupališni.

Doba individualnog turizma započelo je devedesetih godina 20. stoljeća te je trajalo do 2001. godine. Ovo razdoblje naziva se razdobljem 6E turizma, a naziv

proizlazi iz zahtjeva turista tijekom putovanja i boravka u destinaciji i potražnje za zabavom (**e**ntertainment), uzbuđenjem (**e**xcitement), bijegom (**e**scape), obrazovanjem (**e**ducation), iskustvom (**e**xperience) i ekologijom (**e**cology) (Prema: Bartoluci, 2013., str. 115 - 116). Promjene u turističkoj potražnji proizlaze prije svega iz promjena u stilu i načinu života. Turizam u ovom periodu bilježi umjereniji rast, no sve više poprima obilježja globalne pojave, jer se u turistička kretanja uključuju nove emitivne i receptivne zemlje, što za posljedicu ima povećanje konkurentnosti na turističkom tržištu.

Od 2001. godine do danas, turizam se naziva mekim, odnosno 4M ili multidiversificiranim turizmom. Takav turizam sadrži obilježja druge faze razvoja turizma, no više je umjeren i segmentiran. Naziv 4M obilježava umjereni rast (**m**oderate growth), obavljanje više zadataka istovremeno (**m**ultitasking), višestruku diversifikaciju potražnje (**m**ultidiverzification) te mobilnu telefoniju (**m**obile) (Prema: Bartoluci, 2013., str. 115 - 116). 4M faza razvoja turizma nastala je iz druge faze razvoja, no u ovoj fazi izražen je jak utjecaj tehnološkog napretka i potrebe za očuvanjem okoliša. Danas turizam raste umjerenim stopama, no postao je globalnom pojavom te su u turistička kretanja uključene gotovo sve svjetske zemlje, kako u ulozi emitivnih, tako i u ulozi receptivnih turističkih tržišta.

Kao posljedica suvremenih trendova, današnji turizam je diferenciran i segmentiran, u potpunosti odgovara potrebama turista, koji su aktivni, dinamični i željni doživljaja, aktivnosti i učenja. Suvremeni turisti su obrazovaniji, imaju više iskustva i brojne informacije koje prikupljaju zahvaljujući upotrebi suvremenih tehnologija te znaju točno što žele od putovanja. Suvremeni turist, uz uravnotežen odnos „value for money“ sve više teži zadovoljenju odnosa „emotion for money“ te za novac potrošen na putovanja ne želi samo dobiti vrijednost u obliku određene razine kvalitete smještaja i ponude, već teži novim znanjima i nezaboravnim iskustvima. Putovanja koja potražuju suvremeni turisti su češća, ali kraća putovanja tijekom godine. Turisti više ne putuju samo u skupinama, već se javlja sve veći broj individualnih putnika, koji osim sa obitelji i partnerima, putuju sami. Novi segment turista danas postaju žene i stanovništvo starije životne dobi, a raste broj aktivnosti kojima se turisti bave tijekom

putovanja, kao i potražnja za turizmom izvan glavne turističke sezone te potražnja za selektivnim oblicima turizma, poput kulturnog turizma, zdravstvenog turizma, vjerskog turizma i slično (Prema: UNWTO, 2018., <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>).

Uz demografske promjene, na turističku potražnju, pa tako i sam turizam kao pojavu, utječe potreba za sigurnošću, uslijed događaja povezanih sa političkim i vjerskim nemirima u svijetu, zatim cjenovna osjetljivost kao posljedica svjetske gospodarske krize te potražnja za personalizacijom usluga i broj tailor made turističkih aranžmana, u potpunosti prilagođenim zahtjevima i željama turista.

Uz pojačane negativne utjecaje turizma, ali i općeg ekonomskog i društvenog razvoja na okoliš, suvremeni turist postaje ekološki osviještena osoba, koja od turističke ponude zahtijeva ekološki i održivi pristup razvoju turizma. Svjesni negativnog utjecaja turizma na okoliš, turisti sve veću pažnju posvećuju odabiru ekološki svjesnih turističkih destinacija te odabiru subjekte turističke ponude koji posluju u skladu s načelima ekološke, socijalne i ekonomske održivosti.

## **2.2. UTJECAJ TURIZMA NA OKOLIŠ**

Danas je turizam jedna od vodećih aktivnosti u svijetu, koja izravno i neizravno generira 10,4% svjetskog BDP-a (Prema: WTTC, 2018., <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf>).

Kao takva, globalna pojava, turizam ima veliki utjecaj na okoliš, a kontinuirano rastuća turistička potražnja traži sve veću angažiranost resursa u cilju zadovoljenja turističkih potreba. Utjecaji turizma na okoliš podrazumijevaju učinke turizma na prirodno, kulturno i društveno okruženje.

Razvoj turizma na nekom području ovisi prije svega o prirodnim resursima toga područja, koji čine turističku atrakcijsku osnovu. Prostor je zapravo temeljni uvjet razvoja turizma, a dijelovi tog prostora koji se smatraju turističkim atrakcijama motiv su dolaska turista u turističku destinaciju. „Prostornim potencijalnim i realnim turističkim atrakcijama mogu se smatrati svi atraktivni

dijelovi prostora, kao i ostale turističke atrakcije jer su uvijek obilježene svojim prostornim razmještajem“ (Kušen, 2001., str. 2). Atraktivni dijelovi prostora imaju određena, jedinstvena obilježja, koja omogućuju njihovo korištenje u turističke svrhe te tako oni postaju turističkim atrakcijama. Obzirom da su, kao što je ranije spomenuto, one temeljni motiv dolaska turista u destinaciju, one se smatraju osnovnom razvoja turizma te ih je kao takve potrebno zaštititi, kako bi turizam na tim prostorima i dalje bio održiv. Međutim, dolaskom turista u neku turističku destinaciju, javljaju se veliki pritisci na prostor i njegov ekološki, kulturni i društveni okoliš, a vrlo često se smatra kako suvremeni, masovni turizam utječe na degradaciju fizičke okoline. S jedne strane, prostor i njegove značajke temeljni su čimbenik razvoja turizma određenog geografskog područja. S druge strane, turizam ima negativne implikacije na područja na kojima se odvija, a bez čijih resursa i atrakcija njegov razvoj ne bi bio moguć (Prema: Kušen, 2001., str. 2 - 4).

Turizam je u potpunosti ovisan o okolišu, odnosno o prirodnim resursima, poput mora, planina, rijeka te ljudski stvorenim atrakcijama, kao što su zgrade, spomenici, kulturna i povijesna baština. Oni čine primarne turističke atrakcije te je bilo kakav način njihove degradacije ujedno i ugrožavanje turističkog razvoja. Zaključno, moguće je potvrditi tezu brojnih autora, poput Kušena (2001.), koji u svom radu tvrdi da su turizam i prostor u stalnoj korelaciji, odnosno da turizam nije moguće razvijati bez prostora, resursa i atrakcija, na koje kao globalna i masovna pojava danas ima negativne učinke (Prema: Kušen, 2001., str. 2 - 4).

Pojava masovnog turizma, koji se pojavio krajem 70-ih godina prošlog stoljeća, značajno je utjecala na potrošnju resursa i degradaciju fizičke okoline. Zbog toga, iako i dalje ima obilježja masovnosti, suvremeni turizam teži ka drugačijem pristupu razvoju. Međunarodne turističke organizacije, poput UNWTO-a i WTTC-a, kontinuirano prate utjecaje turizma na prirodni i društveni okoliš.

Prema izvještaju UNEP, pritisci turizma na okoliš ogledaju se kroz (Prema: UNEP, 2013., <http://web.unep.org/greeneconomy/sites/unep.org.greeneconomy/files/field/image/fullreport.pdf>):

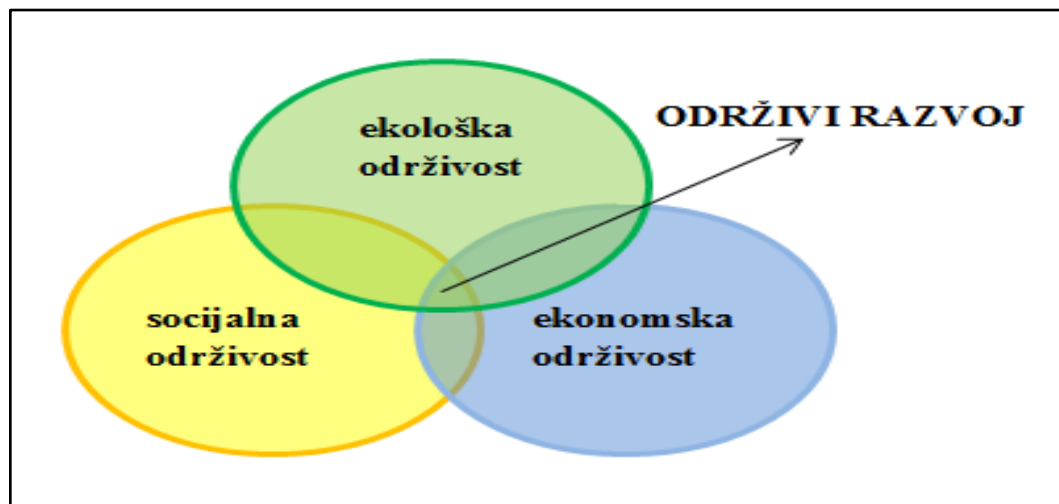
- povećanje emisije stakleničkih plinova, uzrokovane kontinuiranim razvojem prometa u svrhu turističkih putovanja te gradnjom i poslovanjem smještajnih objekata
- potrošnju vode, uz smanjenje vodnih resursa u određenim dijelovima svijeta i nestašicu vode za lokalno stanovništvo
- povećane količine otpada i otpadnih voda
- narušavanje bioraznolikosti
- sukobe i nerazumijevanje između turista i lokalne zajednice, uzrokovane slabim upravljanjem razvojem turističke destinacije i nemogućnošću sudjelovanja lokalnog stanovništva u odlučivanju o razvoju turizma
- narušavanje kulturnog integriteta i gubitak autohtonih obilježja turističkih destinacija.

Iz navedenih negativnih učinaka turizma na okoliš, javila se potreba za razvojem turizma koji bi bio dugoročno održiv te kojime bi se smanjili negativni utjecaji turizma na okoliš, uz istovremeno povećanje dobrobiti od njegovog razvoja. Prema tome, danas se teži razvoju održivog turizma, čiji je pojam objašnjen u nastavku rada.

### **2.3. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA**

Potreba za održivim razvojem turizma proizašla je iz analize negativnih utjecaja turizma na okolinu u kojoj se odvija, a s ciljem njihove minimalizacije i povećanja koristi od razvoja turizma i uravnoteženja interesa svih njegovih dionika. Održivi razvoj turizma definira se kao „turizam koji vodi računa o svojim trenutnim i budućim ekonomskim, socijalnim i ekološkim utjecajima, uvažavajući potrebe turista, turističke industrije, okoliša i lokalne zajednice“ (UNWTO, n.d., <https://sdt.unwto.org/content/about-us-5>). Načela održivog razvoja turizma odnose se na ekološku, ekonomsku i socijalnu dimenziju razvoja turizma, pri čemu je potrebno ostvariti ravnotežu između sve tri dimenzije razvoja te osigurati dugoročnu održivost (Prema: Črnjar, 2002., str. 187).

**Slika 2.** Značenje pojma održivog razvoja turizma



Izvor: Vlastita izrada (Prema: Črnjar, 2002., str. 187)

Ekonomska održivost postiže se kroz ostvarivanje napretka u razvoju društva te maksimalizaciju ekonomskih koristi svake gospodarske aktivnosti, uz maksimalno moguće smanjenje negativnih implikacija ekonomskog razvoja na društvo i okoliš. Ekonomska održivost moguća je samo ukoliko se načela održivog razvoja primjenjuju dugoročno u svakom pojedinom gospodarskom subjektu.

Socijalna održivost podrazumijeva poštivanje ljudskih prava i osiguravanje jednakih mogućnosti za sve pripadnike društva. Postizanje socijalne održivosti moguće je samo uz pravilnu raspodjelu koristi, sa naglaskom na smanjenje siromaštva. Socijalna održivost polazi od poštivanja potreba i zadovoljenja interesa lokalnih zajednica, prepoznavanja i uvažavanja kulturnih razlika te zabranom bilo kakve vrste diskriminacije i iskorištavanja ljudi.

Ekološka održivost je održivost čovjekovog okoliša. Ekološka održivost provodi se kroz zaštitu i racionalnu upotrebu dostupnih resursa, osobito onih koji se ne mogu obnovljati i resursa koji su ključni za čovjekov život. Ekološka održivost potiče se smanjenjem zagađenja zraka, zemlje i vode te zaštitom bioraznolikosti i prirodne baštine.

Održivi razvoj primjenjiv je u svim turističkim destinacijama i za sve oblike turizma, kako za masovni, tako za selektivni turizam. Održivi turizam trebao bi (Prema: UNEP, 2005., <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/dtix0592xpa-tourismpolicyen.pdf>):

- osigurati optimalno iskorištavanje prirodnih resursa, koji su ujedno temelj razvoja turizma, kako bi se održalo normalno funkcioniranje temeljnih ekoloških procesa i pridonijelo očuvanju prirodne baštine i biološke raznolikosti;
- poštivati socijalnu i kulturnu autentičnost turističke destinacije, kao i tradicionalne vrijednosti lokalnog stanovništva te osigurati međukulturno razumijevanje i toleranciju;
- unaprijediti lokalnu i globalnu ekonomiju, na način da omogući koristi od razvoja turizma za sve njegove dionike te izgraditi sustav odlučivanja u kojem bi se odluke o daljnjem razvoju temeljile na kontinuiranoj kontroli ekonomskih učinaka turizma, naglašavajući potrebu za jednakim ekonomskim koristima za svih te potrebu za smanjenjem siromaštva.

Primjena načela održivog razvoja od posebne je važnosti u turizmu, iz dvaju razloga, koja proizlaze iz međuovisnosti turizma i okoliša. Prvo, turizam ima velike učinke na okruženje u kojem se odvija, a oni mogu biti pozitivni ili negativni, ovisno o pristupu koji se primjenjuje u njegovom razvoju. Drugo, turizam ovisi o okruženju u kojem se razvija, stoga se nemarom prema okruženju ugrožava i sam razvoj turizma. Primjenom načela održivog razvoja u upravljanju razvojem turizma, moguće je kroz turizam osigurati (Prema: UNEP, 2005., <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/dtix0592xpa-tourismpolicyen.pdf>):

- rast gospodarstva, uz poticanje zapošljavanja, podržavanje lokalnih poduzetnika i investicija;
- poticati očuvanje prirodne i kulturno-povijesne baštine, uz generiranje sredstava za njihovo očuvanje i obnovu;
- međukulturalno razumijevanje i toleranciju i smanjenje diskriminacije po bilo kojoj osnovi.

Održivi razvoj turizma moguće je postići kroz implementaciju načela održivosti u planiranje i razvoj turizma. Održivi razvoj je kontinuirani proces razvoja turizma, koji zahtijeva integrirani pristup svim aktivnostima u planiranju, realizaciji i praćenju utjecaja turizma na turističku destinaciju, kao i jednaka primjena jednakih načela održivosti na svim razinama odlučivanja.

## **2.4. AGENDA 21 ZA TURIZAM I INDUSTRIJU PUTOVANJA**

Agenda 21 je dokument usvojen od strane 178 zemalja na konferenciji Ujedinjenih naroda u Rio de Janeiru 1992. godine. Agenda 21 služi kao okvir za implementaciju i provođenje održivog razvoja. Nastavno na početni dokument, 1996. godine međunarodne organizacije iz područja turizma, WTTC i UNWTO su, u suradnji sa Zemaljskim savjetom, pokrenule Agendu 21 za turizam i industriju putovanja, kao program koji sadrži niz smjernica za okolišno održivi pristup razvoju turizma (Prema: GDRC, 1999., <https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/wttc.pdf>).

Program Agende 21 za turizam i industriju putovanja od iznimnog je značaja za poduzeća u industriji turizma, vlade i lokalnu upravu, nacionalne turističke zajednice, ali i za same turiste. Nakon što je program donijet, tri nadležne organizacije počele su ga provoditi kroz organizaciju petogodišnjih ciklusa regionalnih seminara, osmišljenih s ciljem povećanja svjesnosti o važnosti implementacije programa Agenda 21 na lokalnim razinama. Agendu 21 za turizam i industriju putovanja donosi sljedeće odrednice (Prema: GDRC, 1999., <https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/wttc.pdf>):

- turizam bi trebao poticati zdrav i produktivan život ljudi, u skladu sa prirodom;
- turizam i industrija putovanja trebali bi doprinijeti očuvanju, zaštiti i obnovi ekosustava;
- razvoj turizma morao bi biti temeljen na načelima održive proizvodnje i potrošnje;
- turizam kao pojava ovisi o očuvanju okoliša;



- protekcionizam u trgovini proizvodima i uslugama u industriji turizma trebao bi biti ukinut;
- zaštita okoliša mora biti integrirana u proces razvoja turizma;
- lokalno stanovništvo trebalo bi biti uključeno u planiranje i odlučivanje o turističkom razvoju, a razvoj turizma trebao bi identificirati i podržavati identitet, kulturu i interese lokalnog stanovništva;
- turizam bi se trebao razvijati na način da potiče zapošljavanje, posebice žena i osjetljivih društvenih skupina;
- turizam bi se trebao razvijati sukladno zakonima o zaštiti okoliša.

Agenda 21 naglašava važnost suradnje između vlade, turističke industrije i nevladinih organizacija u razvoju turizma te analizira pozitivne ekonomske efekte razvoja turizma, uz isticanje koristi koje turizam donosi destinaciji u kojoj se razvija. Postoji devet prioriteta područja djelovanja (Prema: GDRC, 1999., <https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/wttc.pdf>):

- procjena mogućnosti postojećih okvira za razvoj održivog turizma;
- procjena ekonomskih, društvenih, kulturnih i ekoloških utjecaja turističkog razvoja;
- treninzi, edukacije i podizanje razine svijesti o negativnim utjecajima turizma i potrebi za održivim razvojem;
- planiranje u cilju održivog razvoja;
- olakšavanje razmjene informacija, znanja i prijenos tehnologije, koji su povezani uz razvoj održivog turizma, između razvijenih zemalja i zemalja u razvoju;
- poticanje svih djelatnosti na uključivanje u razvoj turizma;
- kreiranje novih turističkih proizvoda, temeljenih na održivosti;
- mjerenje uspješnosti implementacije održivog razvoja u turizmu;
- partnerstvo između svih dionika turističkog razvoja, u svrhu održivosti.

Za subjekte na strani turističke ponude, cilj bi trebao biti uspostava sustava i procedura kojima bi se načela održivog razvoja implementirala u strateške ciljeve poduzeća te temeljne menadžerske funkcije te identifikacija mjera potrebnih za primjenu održivog turizma u praksi. U tom kontekstu, deset je

glavnih područja djelovanja (Prema: GDRC, 1999., <https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/wttc.pdf>):

- minimalizacija otpada, ponovna upotreba i recikliranje;
- energetska efikasnost, štednja i upravljanje potrošnjom energije;
- upravljanje vodnim resursima;
- upravljanje otpadnim vodama;
- rukovanje opasnim tvarima;
- promet;
- prostorno planiranje;
- uključivanje zaposlenih, potrošača, turista i lokalne zajednice u problematiku zaštite okoliša;
- dizajn u svrhu održivosti;
- partnerstvo u svrhu održivosti.

Prema Agendi 21, ključnu ulogu za implementaciju i dostizanje održivog razvoja imaju lokalne vlasti. Agenda se obraća njima kroz program Lokalna Agenda 21, s motom „Mislite globalno, djelujte lokalno“ (GDRC, 1999., <https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/wttc.pdf>). Na taj način, od lokalnih vlasti traži se usklađivanje ciljeva i zadovoljenje interesa svih dionika turističkog razvoja te sinkronizacija napora ka ostvarenju ideje da održivi razvoj mora započeti na najnižoj razini odlučivanja.

### **3. ZELENI TURIZAM**

Potreba za održivim razvojem proizašla je iz prepoznatih činjenica o negativnim utjecajima ekonomskog razvoja na potrošnju prirodnih resursa i degradaciju prirodne baštine. Kao posljedica toga, sve gospodarske djelatnosti danas u svoje poslovanje nastoje, barem dijelom, implementirati brigu o svom ekonomskom, socijalnom i ekološkom okruženju, kroz poštivanje različitih zakonodavnih okvira iz toga područja i implementaciju novih poslovnih politika i strategija. Gospodarski subjekti prepoznali su da implementacija koncepta održivog razvoja donosi višestruke koristi za uže i šire područje njihovog djelovanja, čuva okoliš i štedi resurse, istovremeno ostvarujući financijske koristi i doprinoseći ugledu i konkurentnosti poduzeća na tržištu.

Turizam, kao što je već više puta istaknuto kroz rad, svojim razvojem može negativno utjecati na okoliš. Zbog veličine turizma kao globalne industrije i širine područja kojeg on zahvaća, u današnje vrijeme javila se potreba za promjenama u razvoju turizma, koji bi se trebao razvijati sukladno načelima održivosti. Iz tog razloga, dogodile su se značajne promjene na suvremenom turističkom tržištu. Kako na strani turističke potražnje, tako i na strani turističke ponude, javlja se potreba za razvojem drugačijih oblika turizma, kojima će se doprinijeti očuvanju prirodnih resursa, smanjiti njihovo onečišćenje i potrošnja te osigurati jedinstveni doživljaj turistima i dugoročne koristi za sve dionike. Jedan od takvih oblika turizma je zeleni turizam, koji će biti detaljno obrađen u nastavku rada.

#### **3.1. POJAM ZELENOG TURIZMA**

Masovni turizam je, kao jedini oblik turizma koji se razvijao tijekom gotovo pet desetljeća, donio velike ekonomske koristi određenim zemljama u svijetu. Zahvaljujući njemu, brojne su se destinacije razvile u ekonomskom pogledu, no pri njegovom razvoju dugo su godina zanemarivani njegovi negativni učinci, koji

se u prvom redu odnose na onečišćenje okoliša, prekomjerno iskorištavanje resursa i produbljenje razlika između različitih društvenih skupina. Zbog negativnih implikacija razvoja masovnog turizma, danas postoji potreba za razvojem alternativnih oblika turizma, koji minimaliziraju negativne posljedice od razvoja turizma i maksimaliziraju njegove koristi za okoliš, društvo i gospodarstvo. Takvi oblici turizma svrstavaju se pod zajednički naziv održivog turizma. No postoji više alternativnih oblika turizma, koji unatoč različitom konceptu, dijele zajedničke karakteristike i razvijaju se sa zajedničkim ciljem doprinosa dugoročnoj održivosti.

Za definiranje pojma zelenog turizma, potrebno je prije svega definirati pojmove održivog turizma i eko turizma, kako bi se utvrdila razlika među navedenim pojmovima i preciznije definirao obuhvat svakoga od njih.

Održivi turizam javio se kao odgovor na implikacije razvoja masovnog turizma. Pojam održivog turizma danas je sve više u upotrebi, a samim time i njegov se koncept primjenjuje u industriji turizma i odlučivanju o turističkom razvoju. Održivi turizam proizašao je kao dio potrebe za održivim razvojem, a za njegovu primjenu potrebno je uskladiti interese i ciljeve ekonomskog, socijalnog i ekološkog okruženja te postići održivost u sva tri navedena aspekta. Jedinstvena definicija održivog turizma još uvijek ne postoji, no najviše se primjenjuje definicija UNWTO-a, iznijeta u prethodnom poglavlju rada. Prema definiciji Ministarstva turizma Republike Hrvatske, održivi turizam je „turizam koji u potpunosti uzima u obzir trenutne i buduće gospodarske, društvene i okolišne učinke, brine se o potrebama posjetitelja, sektora, okoliša i destinacije“ (Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, n.d., <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=97>). Održivi turizam osobito se popularizirao nakon donošenja programa Agenda 21 za turizam i industriju putovanja te se on danas nastoji implementirati u praksi upravo na temelju okvira smjernica koji ovaj dokument donosi za primjenu načela održivosti turizma na lokalnoj razini. Održivi turizam trebao bi zadovoljiti potrebe lokalne zajednice i poštivati njenu autentičnost i kulturu te očuvati tradiciju, prirodnu i kulturno-povijesnu baštinu te osigurati ekonomske koristi svim dionicima (Prema: Maastricht Graduate School of Governance, 2008.,

<http://digitalarchive.maastrichtuniversity.nl/fedora/get/guid:7bfee2a0-2c0b-4939-b6a8-f3a3c5f48bbd/ASSET1>). Moguće je zaključiti da je koncept održivog razvoja primjenjiv na sve aspekte razvoja turizma. Stoga, održivi turizam nije specifičan oblik turizma, već je skup načela, politika i praksi u skladu s kojima bi se turizam trebao razvijati.

Eko turizam je specifičan oblik turizma, koji djeluje s ciljem očuvanja prirodnog okoliša kroz razvoj turističke djelatnosti. Kao selektivni oblik turizma, eko turizam se osamdesetih godina 20. stoljeća najprije razvio u nerazvijenim zemljama i zemljama u razvoju, koje nisu imale dovoljno sredstava kako bi provodile mjere očuvanja i obnove okoliša, ciljem valorizacije prirodnih resursa i prikupljanja sredstava radi zaštite prirodnog okruženja. Eko turizam se tek kasnije počeo razvijati u razvijenim zemljama te je postao oblik turizma koji se razvija u prirodnom okruženju i nastoji minimalizirati negativne učinke turističkog razvoja na okruženje. Kroz razvoj eko turizma, nastoji se podizati razina svijesti turista i industrije turizma o djelovanju u skladu sa društvenom odgovornošću i održivim razvojem te generiranju financijskih sredstava za zaštitu ugroženih i zaštićenih područja, uz mogućnost ostvarivanja dodatnih prihoda za lokalnu zajednicu (Prema: Maastricht Graduate School of Governance, 2008., <http://digitalarchive.maastrichtuniversity.nl/fedora/get/guid:7bfee2a0-2c0b-4939-b6a8-f3a3c5f48bbd/ASSET1>).

Prema definiciji Međunarodnog društva za eko turizam, eko turizam je „odgovorno putovanje u prirodna područja, koje čuva okoliš i unaprjeđuje koristi lokalnog stanovništva“ (Rainforest Alliance, 2016., <http://www.rainforest-alliance.org/faqs/difference-between-eco-tourism-green-sustainable-travel>).

Temeljna načela prema kojima se razvija eko turizam su (Prema: Rainforest Alliance, 2016., <http://www.rainforest-alliance.org/faqs/difference-between-eco-tourism-green-sustainable-travel>):

- minimalizacija negativnih utjecaja turizma na okoliš;
- zaštita bioraznolikosti;
- podizanje razine svijesti o okolišu;
- poštivanje lokalne kulture.

U eko turizmu, aktivnosti turista na odmoru svode se na sve one aktivnosti koje omogućuju uživanju u autentičnom prirodnom okruženju, bez njegovog onečišćavanja i ugrožavanja prirodnih resursa. Glavne turističke atrakcije su flora, fauna i kulturno-povijesna baština.

Zeleni turizam nije novi oblik turizma, a u suštini je vrlo sličan eko turizmu, jer se također temelji na prirodi i zaštiti okoliša. Zeleni turizam je nastao iz održivog turizma te vodi računa o zaštiti prirode i kulture na području u kojem se razvija, a čiji je negativan utjecaj sveden na minimum. Za objašnjenje pojma zelenog turizma još uvijek ne postoji jedinstvena definicija, no može se reći kako on objedinjuje skup standarda i uvjeta koji se odnose na smanjenje pritisaka turizma na okoliš. Kroz razvoj zelenog turizma, uzimaju se u obzir sadašnje i buduće potrebe okoliša, lokalnog stanovništva, poduzeća iz industrije turizma i turista. Zeleni turizam je princip razvoja, jednako važan u svim vrstama turizma, čiji je temelj smanjenje negativnih implikacija razvoja turizma na okoliš (Prema: Furquan, Mat Som i Hussin, 2010, str. 64 - 66).

U kontekstu zelenog turizma, turisti su odgovorni prema okolišu te je turistička potražnja zahtjevnija s tog aspekta, a kao odgovor na to, turistička ponuda osigurava ekološku odgovornost u kreiranju i pružanju turističkih proizvoda i usluga. Obzirom na rasprostranjenost turizma kao ne samo suvremene pojave, već i fenomena globalnih razmjera, razvoj zelenog turizma nametnuo se kao potreba, a ne više samo kao izbor.

Zeleni turizam se vrlo često pogrešno poistovjećuje s putovanjima isključivo u područja gdje postoje samo prirodne turističke atrakcije te ne postoji visok stupanj razvijenosti turističke infrastrukture. Međutim, pojam zelenog turizma nije vezan uz područje putovanja, već zeleni turizam znači putovanje u bilo koju turističku destinaciju koja se razvija u skladu s njegovim načelima te u kojoj subjekti na strani turističke ponude nastoje svoj negativni utjecaj na okruženje svesti na namjtanju moguću mjeru (Prema: Meler, Ham, 2012., 134 - 135).

Kada se govori o zelenom turizmu, važno je istaknuti ulogu turista u njegovom razvoju. Naime, suvremeni turisti kaoiskusni i obrazovani putnici svjesni su

utjecaja turizma na okoliš, stoga nastoje biti okolišno odgovorni putnici, što utječe na porast potražnje za zelenim turizmom u svijetu. Oni imaju ključnu ulogu u razvoju zelenog turizma, zbog kritičkog stava kod odabira turističke destinacije i sve složenijih zahtjeva u pogledu turističkog proizvoda kojeg kupuju. Turistički proizvod u zelenom turizmu mora reducirati trošenje i onečišćenje resursa na minimum, istovremeno maksimalizirajući koristi za dionike razvoja turizma (Prema: Maastricht Graduate School of Governance, 2008., <http://digitalarchive.maastrichtuniversity.nl/fedora/get/guid:7bfee2a0-2c0b-4939-b6a8-f3a3c5f48bbd/ASSET1>).

Za razvoj zelenog turizma, nužno je da nositelji turističke ponude i kreatori politike turističkog razvoja (Prema: UNWTO, 2012., [https://web.unep.org/greeneconomy/sites/unep.org.greeneconomy/files/field/image/tourism in the green economy unwto unep.pdf](https://web.unep.org/greeneconomy/sites/unep.org.greeneconomy/files/field/image/tourism%20in%20the%20green%20economy%20unwto%20unep.pdf)).

- provode politike razvoja i strategije u potpunosti usklađene sa zakonima i propisima o zaštiti okoliša te da teže njihovom daljnjem unaprjeđenju;
- provode politiku upravljanja okolišem, u koju su uključeni i zaposlenici poduzeća, lokalno stanovništvo i turisti, s ciljem podizanja razine svijesti o važnosti održivog razvoja;
- u turistički razvoj uključe lokalno stanovništvo;
- posluju u skladu sa energetsom učinkovitošću te koriste obnovljive izvore energije;
- održivo upravljaju potrošnjom vode;
- kupuju zelene proizvode, za čiju su proizvodnju korišteni reciklirani materijali te promoviraju lokalne proizvode ;
- minimaliziraju količinu otpada, prema principu: smanji, ponovo koristi, recikliraj;
- osiguraju kvalitetan javni prijevoz te promoviraju pješaćenje i bicikliranje u destinaciji, kroz uređenje biciklističkih i pješačkih staza;
- valoriziraju prirodnu i kulturno-povijesnu baštinu te osmisle program njenog očuvanja i zaštite.

Koristi od razvoja zelenog turizma su višestruke, a odnose se na (Prema: UNWTO, 2012., [https://web.unep.org/greeneconomy/sites/unep.org/greeneconomy/files/field/image/tourism in the green economy unwto unep.pdf](https://web.unep.org/greeneconomy/sites/unep.org/greeneconomy/files/field/image/tourism%20in%20the%20green%20economy_unwto_unep.pdf)):

- očuvanje prirodnih resursa;
- smanjenje količine otpada;
- povećanje svjesnosti zaposlenih u turizmu o važnosti zaštite okoliša;
- bolje razumijevanje, a time i uspješnije zadovoljenje želja i potreba turista;
- poboljšanje imidža turističke destinacije i poduzeća u turističkoj industriji;
- podizanje razine kvalitete turističkog proizvoda;
- generiranje višestrukih koristi lokalnoj zajednici;
- podršku lokalnih proizvođača;
- smanjenje degradacije fizičke okoline i onečišćenja;
- poboljšanje ukupnog stanja okoliša.

Zeleni turizam novi je trend u industriji turizma i putovanja, za kojim potražnja kontinuirano raste. O potražnji za zelenim turizmom u svijetu i njenim obilježjima, govorit će se u sljedećem poglavlju.

### **3.2. POTRAŽNJA ZA ZELENI TURIZMOM**

Turistička potražnja u današnje vrijeme pred nositelje turističke ponude postavlja sve veće zahtjeve u pogledu kvalitete i sadržaja turističkog proizvoda, a sve veći je interes za putovanjima u turističke destinacije koje razvijaju zeleni turizam. Odluke turista o putovanjima u zelene destinacije proizlaze iz informiranosti i svjesnosti turista o suvremenim ekološkim, socijalnim i ekonomskim problemima, stoga putovanjem u odredište zelenog turizma, turisti potiču generiranje socijalnih i ekonomskih koristi u lokalnoj zajednici, podržavaju lokalne ugostitelje i pružatelje smještaja te minimaliziraju svoje negativne učinke na okoliš.



Pojam zelenog turizma danas se ne veže samo uz utjecaje na prirodno okruženje, već uključuje sve aspekte održivog razvoja, koji se temelje na (Prema: Mair, 2009., str. 109 - 110):

- zaštiti prirode
- razvoju društva i socijalnoj jednakosti
- ekonomskom rastu i razvoju
- smanjenju utjecaja na klimu
- društvenoj odgovornosti u poslovanju.

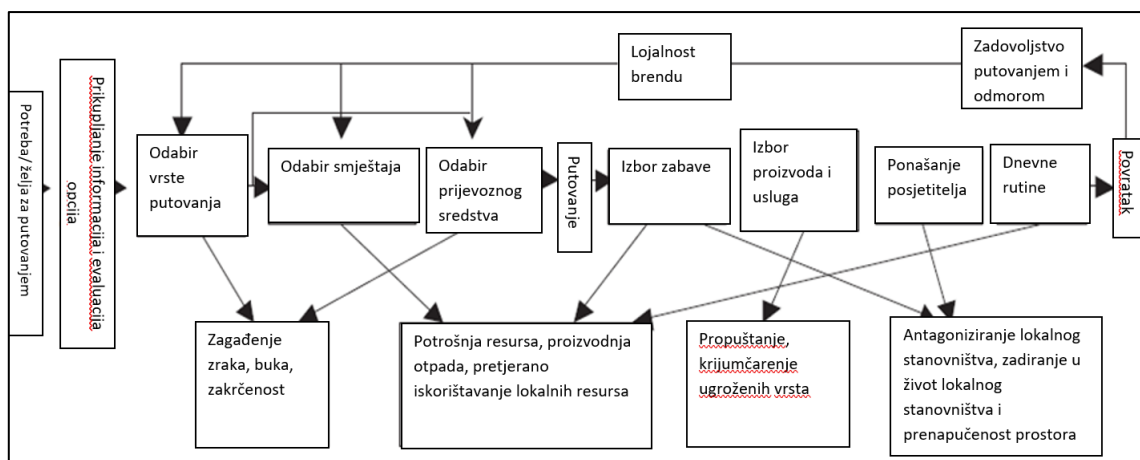
Istraživanja turističke potražnje ukazuju na porast potražnje za zelenim turizmom. Istraživanjima koja su proveli vodeći portali za rezervaciju turističkih putovanja i smještaja u 2015. godini, došlo se do sljedećih podataka (Prema: Sustainable Tourism, 2016., <http://www.sustainabletourism.net/sustainable-tourism/>):

- 52% ispitanika izabralo je turističku destinaciju koja provodi načela održivog razvoja
- u 2015. godini, tri puta više ispitanih turista tražilo je boravak u tzv. zelenim hotelima, u odnosu na prethodnu godinu
- trećina ispitanih turista radije će odabrati kompaniju koja posluje sukladno načelima održivosti u odnosu na konkurente, čak i ako zaračunava nešto višu cijenu
- zabilježen je porast osjetljivosti turista na utjecaje turizma na okoliš
- 40% ispitanika turista slaže se s tezom da bi razvoj turizma trebao doprinijeti održivom ekološkom i društvenom razvoju
- 61% ispitanika turista pokazuje visok stupanj interesa za putovanjima u destinacije koje razvijaju zeleni turizam
- 73% turista koji su ispitani nastoji se ponašati sukladno načelima zaštite okoliša i održivog razvoja tijekom svog putovanja
- oko 50% ispitanih turista spremno je platiti višu cijenu za zelene proizvode i proizvode poduzeća koji posluju u skladu sa društvenom odgovornošću
- 58% ispitanika potvrdilo je kako pri odabiru hotela na njih značajno utječe odnos hotela prema okolišu i lokalnoj zajednici

- 44% ispitanika smatra konkurentnijima kompanije koje su aktivno uključene u ulaganja u zaštitu okoliša i lokalne zajednice
- 48% turista ispitanih u istraživanju tijekom putovanja bi htjelo kupovati samo autohtone, lokalne suvenire
- 50% turista radije bi odabralo prijevozničku kompaniju koja pazi na svoje utjecaje na okoliš.

Prikazani podaci potvrđuju osviještenost suvremenih turista o utjecajima turizma na okoliš, ali i o mogućnostima i koristima od razvoja zelenog turizma. Kod uključivanja u turističke tijekove i donošenja odluka o turističkoj potrošnji, turisti danas sve više uzimaju u obzir održivost kao važnu sastavnicu turističkog proizvoda. Današnji turisti postaju sve više odgovorni prema okolišu, stoga to traže i od nositelja turističke ponude i kreatora turističke politike u destinaciji.

**Slika 3.** Donošenje odluke o putovanju i izbor turističkog proizvoda kod suvremenih turista



Izvor: Vlastita izrada (Prema: Budeanu, 2007., str. 501)

Nakon prepoznavanja potrebe za putovanjem i odmorom, suvremeni turist prije donošenja odluke o putovanju i izboru turističke destinacije prikuplja informacije putem interneta, preporuka prijatelja i poznanika i ostalih medija te vrednuje alternative. Nakon vrednovanja alternativa i usporedbe različitih mogućnosti, turist će odabrati vrstu turističkog proizvoda odnosno tip odmora, što započinje izborom vrste smještaja i prijevoza. Kod izbora smještaja i prijevoza, suvremeni turist razmatrati će njihov utjecaj na potrošnju resursa i proizvodnju otpada te

odnos prema lokalnim resursima, kao i onečišćenje zraka i buku. Nakon dolaska u turističku destinaciju, za potpuno oblikovanje turističkog proizvoda, turist odabire proizvode i usluge koje će konzumirati. a na taj odabir utjecati će odnos ponuđača proizvoda i usluga prema resursima i lokalnoj zajednici (Prema: Budeanu, 2007., str. 501).

### **3.3. ZELENI TURIZAM U SVIJETU**

U svijetu se zeleni turizam ubrzano razvija pod utjecajem velikih pritisaka rastuće turističke industrije na okoliš, ali i sve veće potražnje za zelenim turističkim destinacijama. Razvoj zelenog turizma ovisi o donositeljima strateških planova razvoja turističkih regija, a značajno se potiče od Svjetske turističke organizacije, kroz UN-ov program zaštite okoliša.

Sve turističke destinacije u svijetu do danas su već prepoznale negativne implikacije turizma na okoliš i povezanost elemenata okoliša i razvoja turizma. Unatoč tomu, ne ulažu sve turističke destinacije dovoljno napora u očuvanje resursa i zaštitu okoliša. Destinacije koje nedovoljno ulažu u očuvanje prirodnih resursa dugoročno ih narušavaju, a osim ugrožavanja okoliša, time ugrožavaju ljudsko zdravlje, pa i vlastiti ekonomski razvoj. Suvremeni turistički trendovi svim destinacijama nameću potrebu za okretanjem ka zelenom turizmu, a turisti svojim ponašanjem i sami sudjeluju u stvaranju takvog oblika turizma u nekoj destinaciji (Prema: UNEP, 2005., <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf>).

Industrija turizma ima obilježje fragmentiranosti, što znači da je vrlo teško utjecati na svaki pojedini subjekt unutar industrije i potaknuti ga na djelovanje prema principima zelenog turizma. Obzirom da razvoj turizma utječe na elemente okoliša čija je zaštita od javnog interesa, od ključne je važnosti uloga vlada, državnih organa i institucija te lokalne uprave i samouprave u poticanju razvoja zelenog turizma. Vlada ima značajnu ulogu u razvoju zelenog turizma kreiranjem zakonodavnog okvira unutar kojeg će djelovati subjekti u industriji turizma, a koji bi se trebao odnositi na zaštitu zraka, vode, prirodnih resursa,

kulturno-povijesne baštine te na kvalitetu života stanovništva (Prema: UNEP, 2005., <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DT1x0592xPA-TourismPolicyEN.pdf>). Za dugoročan razvoj zelenog turizma, potrebno je uključiti sve dionike i uvažiti njihove potrebe radi oblikovanja strategije razvoja zelenog turizma te osigurati efikasnu koordinaciju i komunikaciju između dionika turističkog razvoja. Veliki izazov razvoju zelenog turizma je podizanje razine osviještenosti o utjecajima turizma na okoliš te poticanje dionika na kontinuirano i dosljedno djelovanje u skladu s principima zelenog turizma. Od ključnog značaja su i obrazovne institucije i znanstvenici s područja turizma, koji bi morali usko surađivati sa nositeljima turističkog razvoja i gospodarskim subjektima, radi promicanja pozitivnih ekonomskih, socijalnih i okolišnih utjecaja turizma.

Razvoj zelenog turizma u svijetu razvija se kroz certificiranje turističkih objekata, ali i čitavih turističkih destinacija „zelenim certifikatima“, koji ukazuju na to da se certificirana destinacija ili subjekt turističke ponude ponašaju odgovorno prema ekološkom, ekonomskom i socijalnom okolišu te ulažu financijska i nefinancijska sredstva u smanjenje vlastitih negativnih utjecaja na okoliš, kao i na zadovoljenje potreba turista koji traže zeleni turizam.

### *3.3.1. Zeleni turizam i zaštićena područja*

Zaštićena područja su područja koja imaju dugu povijest i veliki kulturni i prirodni značaj. Brojne vlasti kroz povijest su zakonima i posebnim propisima proglašavale određena područja zaštićenima, kako bi se ista zaštitila od negativnih utjecaja ljudskog djelovanja i očuvala za buduće generacije (Prema: World Commission on Protected Areas, 2002., <https://www.ecotourism.org.au/assets/Resources-Hub-Protected-Area-Management/Sustainable-Tourism-in-protected-areas-Guidelines-for-Planning-and-Management-2002.pdf>). U zaštićenim područjima često se nalaze autohtone i endemske biljne i životinjske vrste, značajni kulturni i prirodni spomenici te manjinsko stanovništvo koje je predstavnik određenog naroda ili plemena, stoga su takva područja turistički vrlo atraktivna. Usporedno rastu turističkog prometa u svijetu, raste i broj zaštićenih područja, odnosno potreba

za proglašavanjem određenih područja zaštićenima, radi očuvanja samog prostora, spomenika te biljnih i životinjskih vrsta toga dijela prirode. Prema Međunarodnom savezu za očuvanje prirode (IUCN – International Union for Conservation of Nature), zaštićeno područje je „dio kopna ili mora koji je zaštićen radi zaštite i održavanja bioraznolikosti, prirodnih i srodnih kulturnih resursa te kojime se upravlja putem zakonskih i drugih sličnih sredstava“ (International Union for Conservation of Nature, n.d.). Međunarodni savez za zaštitu prirode razlikuje osam stupnjeva zaštite prirodnih područja, što je prikazano tablicom u nastavku rada.

**Tablica 1.** Stupnjevi zaštite prirode i prirodnih područja

<b>Stupanj zaštite</b>	<b>Naziv i opis</b>
I	Strogi prirodni rezervat/ Područje divljine: Zaštićeno područje koje se koristi isključivo za znanstvena istraživanja i promatranja te zaštitu divljine
Ia	Strogi prirodni rezervat: Isključivo za promatranje prirode i istraživanja.
Ib	Područje divljine: Zaštićeno područje, isključivo radi zaštite divljeg biljnog i životinjskog svijeta
II	Nacionalni park: Zaštićeno područje, za zaštitu ekosustava i rekreaciju
III	Spomenik prirode: Zaštita specifičnih prirodnih obilježja
IV	Područje upravljanja staništima: Zaštićeno područje u svrhu očuvanja prirode sustavnim upravljanjem i intervencijama
V	Zaštićeni krajolik: Zaštićeno područje radi zaštite krajolika i obalnog područja, uz korištenje radi rekreacije
VI	Područje zaštićenih resursa: Zaštićeno područje čijim se razvojem i korištenjem upravlja radi održivog korištenja i zaštite ekosustava

Izvor: Vlastita izrada (Prema: World Commission on Protected Areas, 2002.,

[https://www.ecotourism.org.au/assets/Resources-Hub-Protected-Area-](https://www.ecotourism.org.au/assets/Resources-Hub-Protected-Area-Management/Sustainable-Tourism-in-protected-areas-Guidelines-for-Planning-and-Management-2002.pdf)

[Management/Sustainable-Tourism-in-protected-areas-Guidelines-for-Planning-and-Management-2002.pdf](https://www.ecotourism.org.au/assets/Resources-Hub-Protected-Area-Management/Sustainable-Tourism-in-protected-areas-Guidelines-for-Planning-and-Management-2002.pdf))

Zaštićena područja su, zbog svojih osobitosti, veoma zanimljiva turistima. Međutim, neka zaštićena područja u potpunosti su zatvorena za turizam, dok su druga djelomično ili potpuno otvorena, što ovisi o stupnju zaštite. Primjerice, u

strogim prirodnim rezervatima nije dozvoljen nikakav oblik turizma, dok je u području zaštićene divljine dozvoljen isključivo zeleni turizam. Nacionalni parkovi, zbog visokog stupnja zaštite, također dozvoljavaju samo turističko promatranje i oblike turističke rekreacije putem kojih se nastoji doživjeti prirodno okruženje, bez klasične turističke infrastrukture i drugih izgrađenih udobnosti. Ostali oblici zaštićenih područja dozvoljavaju razvoj pojedinih oblika turizma koji su orijentirani na vanjske rekreacijske aktivnosti, ističući potrebu za zelenim i održivim ponašanjem turista u tim područjima te nastojeći podignuti razinu svijesti turista o učincima njihovih aktivnosti na okruženje (Prema: World Comission on Protected Aereas, 2002., <https://www.ecotourism.org.au/assets/Resources-Hub-Protected-Area-Management/Sustainable-Tourism-in-protected-areas-Guidelines-for-Planning-and-Management-2002.pdf>).

Razvoj turizma u zaštićenim područjima mora biti isključivo temeljen na zelenom turizmu. Globalni turističkih trendovi pokazuju kako se javlja sve veći segment turista koji iskazuju nezadovoljstvo radi socijalnih nejednakosti i ekoloških problema. Taj segment turista svjestan je potrebe za turizmom koji će imati nizak utjecaj na okoliš. Istovremeno, povećava se i broj turista koji su u potrazi za aktivnim odmorom i sportsko-rekreacijskim aktivnostima u prirodi. Zaštićena prirodna područja veoma su atraktivna za razvoj aktivnih oblika turizma, no uvijek postoji rizik od odvijanja turizma u zaštićenim područjima, jer unatoč povećanju svjesnosti turista, svaka ljudska aktivnosti u prirodi ostavlja određene posljedice.

Izazovi razvoja zelenog turizma u zaštićenim područjima sastoje se u osiguranju uvjeta kako bi turisti mogli sudjelovati u željenim aktivnostima, istovremeno imajući na umu i održavajući vrijednost prirodnih područja u kojima se turizam odvija. S tim ciljem, potrebno je u razvoj zelenog turizma u zaštićenim područjima uključiti lokalno stanovništvo, privatni sektor, turiste i druge dionike, kako bi se postigla visoka razina suradnje, povećala atraktivnost područja i doprinijelo njegovoj daljnjoj zaštiti. Kada bi se to postiglo, zaštićena područja mogla bi ostvariti određene koristi od razvoja zelenog turizma. Te koristi očitovale bi se kroz (Prema: World Comission on Protected Aereas,

2002., <https://www.ecotourism.org.au/assets/Resources-Hub-Protected-Area-Management/Sustainable-Tourism-in-protected-areas-Guidelines-for-Planning-and-Management-2002.pdf>):

- povećanje mogućnosti za zapošljavanje lokalnog stanovništva
- povećanje prihoda
- poticanje raznolikosti domaće ekonomije
- poticanje lokalne poljoprivredne proizvodnje
- povećanje životnog standarda
- povećanje financijskih sredstava za daljnju zaštitu područja i za lokalno stanovništvo
- zaštitu prirodnih procesa
- očuvanje bioraznolikosti
- očuvanje kulturnih vrijednosti i kulturno-povijesne baštine
- povećanje svjesnosti turista i lokalnog stanovništva o potrebi zelenog djelovanja
- poticanje daljnjih istraživanja zaštićenih područja
- unaprjeđenje lokalne infrastrukture, prijevoza i komunikacija
- razvoj održivog financiranja zaštićenih područja i sustava koji njima upravljaju
- promociju estetskih i prirodnih vrijednosti
- podršku edukaciji o zelenom djelovanju za turiste i lokalno stanovništvo
- razvoj novih, zelenih aktivnosti u zaštićenim područjima
- poticanje međukulturalnog razumijevanja i tolerancije
- promocija kulturnih raznolikosti.

Radi postizanja navedenih i drugih koristi od razvoja zelenog turizma u zaštićenim područjima, potrebno je osigurati proizvode i usluge temeljem kojih će se ostvarivati prihodi te minimizirati odljev financijskih sredstava iz lokalne zajednice. Prema tome, zeleni turizam u zaštićenim područjima trebao bi biti samoodrživ, kako bi se smanjila ovisnost zaštićenih područja o vanjskim sredstvima financiranja i vanjskim proizvodima i uslugama. Takav, zeleni turizam u zaštićenim područjima može biti ključni nositelj daljnjoj zaštiti i očuvanju tih područja, kao i očuvanju prirodne i kulturno-povijesne baštine. S

druge strane, ukoliko se turizam u zaštićenim područjima ne odvija prema načelima zelenog turizma te na temelju sustavnog planiranja i integriranog upravljanja, moguće je da će doći do neželjenih, negativnih implikacija, kao što su (Prema: World Commission on Protected Areas, 2002., <https://www.ecotourism.org.au/assets/Resources-Hub-Protected-Area-Management/Sustainable-Tourism-in-protected-areas-Guidelines-for-Planning-and-Management-2002.pdf>):

- gradnja turističke infrastrukture i suprastrukture te drugih sadržaja i usluga koji utječu na degradaciju okoliša, ugrožavaju biljne i životinjske vrste i druge elemente prirode
- erozija tla
- rizici od požara
- zagađenje vode i vodnog svijeta
- razvoj selektivnih oblika turizma, osobito lova i ribolova, koji unose neravnotežu u ekosustav
- zagađenje bukom.

Kako ne bi došlo do navedenih i drugih negativnih posljedica, potrebno je turizam u zaštićenim područjima temeljiti isključivo na zelenom turizmu. Pri tome se ne misli na turizam niskih standarda i niskog komfora, već na visokokvalitetnu turističku uslugu, namijenjenu zelenim turistima, koji su kaoiskusni putnici, svjesni svog utjecaja na okoliš te traže upravo zeleni pristup turističkom razvoju. U svrhu toga, pri planiranju turističkog razvoja zaštićenih područja potrebno je odrediti prihvatni turistički kapacitet, mjere zaštite i očuvanja zaštićenih područja, visinu naknade za posjet zaštićenih područja, zakonske uvjete i propise za posjet, kazne u slučaju nepoštivanja propisa i slično. Nositelji planiranja turističkog razvoja moraju razumjeti društvene, političke i ekonomske trendove, pratiti turističku potražnju i njene promjene, ali i pratiti i mjeriti posljedice koje razvoje zelenog turizma ima u zaštićenim područjima te pravovremeno poduzimati eventualne korektivne mjere i intervencije.



### 3.3.2. Zeleni turizam i klimatske promjene

Klimatske promjene su neizbježna posljedica globalnog razvoja. Turizam je ovisan o klimi i vremenskim prilikama, stoga možemo utvrditi kako su promjene turističkih tijekova i povećanje turističkih kretanja te klimatske promjene u vrlo uskoj međuovisnosti. Zbog toga, u destinacijama je potrebno razvijati zeleni turizam i privući turiste koji djeluju u skladu s njime, kako bi se minimizirale klimatske promjene, nastale kao posljedica turističkog razvoja.

Klimatske promjene mogu u potpunosti djelomično promijeniti kretanje turističke potražnje i utjecati na smanjenje potražnje za određenim svjetskim destinacijama. Neke od vidljivih posljedica klimatskih promjena na turizam su (Prema: International Centre for Integrated Mountain Development, 2017., [www.icimod.org/resource/18724.pdf](http://www.icimod.org/resource/18724.pdf)):

- promjena potražnje za destinacijama, primjerice smanjenje potražnje za destinacijama u kojima su česta jaka nevremena ili poplave
- otežano planiranje putovanja i odmora radi nemogućnosti predviđanja vremena, u određenim destinacijama
- promjene u migracijama životinjskog svijeta utječu na smanjenje potražnje za određenim destinacijama, u koje turisti putuju radi doživljaja divljine
- promjene u količini vode, zbog kojih su neki dijelovi destinacija u određeno vrijeme u godini nepristupačni ili se pojedine njihove prirodne turističke atrakcije ne mogu vidjeti
- promjene u razini mora, koje utječu na nestajanje pojedinih dijelova obale
- česti požari, koji smanjuju potražnju turista za određenim destinacijama, koje zbog požara nisu dostupne, percipiraju se kao opasnima i gube svoju atraktivnost.

Zeleni turizam, zbog samog koncepta kojeg obuhvaća, kao i zbog osobina i ponašanja turista koji u njemu sudjeluju, može značajno utjecati na smanjenje negativnih utjecaja turističkog razvoja na klimatske promjene. U kontekstu

klimatskim promjenama, razvojem zelenog turizma doprinijelo bi se podizanju svijesti o globalnom zatopljenju te bi potaknuo turiste na promjenu njihovog životnog stila i putovanja, prema zelenom djelovanju. Zeleni turizam smanjuje potrošnju fosilnih goriva te promovira korištenje vozila koja nisu na motorni pogon ili javnog prijevoza, kao i smanjenje količine otpada i recikliranje. Zeleni turizam potiče turističke ponuđače i turiste na povećanje energetske efikasnosti i obnovljivih izvora energije. Marketinške strategije u zelenom turizmu odnose se na promociju skupa različitih usluga koje minimalno troše prirodne resurse te se poziva turiste na uživanje u prirodi i otkrivanje novih destinacija uz smanjenje ljudskog utjecaja na prirodu.

### *3.3.3. Zeleni smještaj*

Zeleni smještaj je pojam koji se odnosi na turističke smještajne kapacitete koji svoju politiku poslovanja temelje na zelenom i održivom djelovanju te na isto potiču turiste. U zelenim smještajnim kapacitetima, koncept zelenog turizma implementiran je u svim dijelovima poslovanja, čime se nastoji minimizirati negativne utjecaje poslovanja na prirodu, smanjiti potrošnju energije i vode, smanjiti količine otpada, koristiti reciklirane materijale te kupovati od lokalnih proizvođača. Zeleni smještaj jedan je od dijelova zelenog turizma. Iako danas još uvijek ne postoji veliki interes turista za zelenim smještajem, primjećuje se blagi porast potražnje za ovom vrstom smještaja. Razlog tomu vjerojatno leži u činjenici kako je, u pravilu, usluga zelenog smještaja skuplja u odnosu na tradicionalni oblik smještaja te još uvijek ne postoji dovoljno velik tržišni segment turista koji je svjestan potrebe za zelenim turizmom i spreman za isti izdvojiti više novaca. Za zeleni smještaj još uvijek je zainteresiran tek manji dio turista, odnosno segment turista koji provode aktivan odmor u prirodi (Prema: Picha, 2006., 161 - 162).

Razvoj zelenog smještaja u svijetu još je uvijek u začetku, no postoje inicijative, koje se uglavnom odnose na hotelski smještaj, za njegov razvoj i promociju. Zeleni smještaj danas se odnosi većinom na velike hotele i hotelske lance. To su proaktivni hoteli, pretežito više kategorije, koji imaju razvijene strategije zaštite okoliša i ekološku implementaciju implementiranu u marketinškoj

strategiji. U malim hotelima i privatnom smještaju, inicijativa za zelenim turizmom još uvijek nije jaka, no vidljivi su pomaci u smislu smanjenja korištenja resursa i podizanja razine svijesti gostiju o potrebi za zelenim djelovanjem.

Na međunarodnoj razini, postoje udruge i organizacije koje vlasnicima smještajnih objekata nude pomoć i savjete oko prelaska na zeleni smještaj. Jedna od njih je i organizacija Green Hotels Association, koja djeluje s ciljem razvoja zelenog smještaja i okupljanja ponuđača smještaja koji su zainteresirani za „zeleno“ djelovanje, radi promocije, podrške, suradnje, razmjene primjera dobre prakse i dugoročnog unaprjeđenja zelenog smještaja. Organizacija svojim članovima pruža smjernice za smanjenje potrošnje energije, uštedu energije i smanjenje količine otpada. Također, daju se savjeti kako da se gosti potaknu na dulje korištenje posteljine i ručnika, smanjenje rada klima uređaja, uporabu bicikala i javnog prijevoza i tome slično (Prema: Green Hotels Association, n.d., <http://www.greenhotels.com>).

Za daljnji razvoj zelenog smještaja u svijetu, važno je podizati razinu svijesti turista o zelenom, održivom i ekološkom djelovanju, ali i razbiti mit o tome da zeleni turizam podrazumijeva samo turistički smještaj niže kategorije, s nedostatkom udobnosti i komfora. Isto tako, potrebno je razviti marketinške strategije koje će turiste upoznati sa zelenim smještajem, kao i omogućiti da zeleni smještaj bude financijski dostupniji svim skupinama turista.

#### *3.3.4. Certifikati u zelenom turizmu*

Istraživanja stavova turista pokazuju kako je turistima, prilikom izbora smještaja ili drugih objekata u turizmu, važno posjedovanje certifikata, koji jamči djelovanje u skladu sa zelenim turizmom (Prema: Green Traveler Guides, n.d., <http://greentravelerguides.com/tips/green-certifiers/>). U posljednjih se nekoliko godina javio velik broj „zelenih“ certifikata, no neki od njih nisu pouzdani, već se koriste samo radi marketinških svrha i mogućnosti zaračunavanja više cijene usluga. Ipak, u svijetu postoji nekoliko renomiranih certifikata iz područja zelenog turizma, koji govore o zelenom djelovanju njihovih nositelja. Važno je napomenuti kako certifikati obuhvaćaju zeleni turizam, eko turizam i održivi

turizam te se odnose na sve vrste ponuđača u industriji turizma. Renomirani certifikati na globalnoj razini su (Prema: Green Traveler Guides, n.d., <http://greentravelerguides.com/tips/green-certifiers/>):

- Earth Check
- Green Globe
- STEP.

Earth Check je vodeći certifikat, kojeg posjeduju multinacionalne kompanije iz područja turizma i veliki hotelski lanci, poput Langhama i Radissona. Za dobivanje Earth Check certifikata, prolazi se kroz šest faza. Proces započinje benchmarkingom, kako bi se postavili temelji za održivu praksu, a završava certificiranjem (Prema: Earth Check Organisation, n.d., <https://earthcheck.org>).

Green Globe certifikat pruža certificiranje, obuku, obrazovanje i marketinške usluge u području turizma u 83 zemlje u svijetu. Standardi ovog certifikata temelje se na Agendi 21 i načelima održivog razvoja (Prema: Green Globe, n.d., <https://greenglobe.com>).

STEP (Sustainable Tourism Eco-Certification Program) je sveobuhvatan certifikacijski program održivog turizma. Namijenjen je svim sektorima unutar turističke industrije, a certificiranjem se jamči da nositelji certifikata posluju u skladu sa načelima održivog razvoja (Prema: Global Sustainable Tourism Council, n.d., <https://www.gstcouncil.org/sustainable-tourism-eco-certification-program-step/>).

Od ostalih certifikata, koji se mogu primijeniti u segmentu zelenog turizma, potrebno je spomenuti (Prema: Green Traveler Guides, n.d., <http://greentravelerguides.com/tips/green-certifiers/>):

- Energy Star
- Green Key
- Green Seal
- Green Tourism Business Scheme
- GREAT Green Deal

- Rainforest Alliance Verification.

Energy Star je certifikat kojeg primjenjuju subjekti s područja Sjeverne Amerike. Ovaj certifikat odnosi se na energetske učinkovitost, a posjeduje ga čak 241 hotela u Sjedinjenim Američkim Državama (Prema: Green Traveler Guides, n.d., <http://greentravelerguides.com/tips/green-certifiers/>).

Green Key certifikat koristi se u Sjedinjenim Američkim Državama i u Kanadi. To je program samovrednovanja, osmišljen kako bi hotelima i drugim objektima iz područja turizma pomogao u određivanju trenutnog ekološkog otiska te poboljšanju u budućem poslovanju (Prema: Green Traveler Guides, n.d., <http://greentravelerguides.com/tips/green-certifiers/>).

Green Seal je neprofitna organizacija, utemeljena 1989. godine. Njihov program certificira širok spektar proizvoda i usluga u Sjedinjenim Američkim Državama, uključujući hotele i restorane (Prema: Green Traveler Guides, n.d., <http://greentravelerguides.com/tips/green-certifiers/>).

Green Tourism Business Scheme (GBTS) je nacionalni certifikat zelenog turizma za Veliku Britaniju. To je ujedno i jedini certifikat koji se odnosi upravo na zeleni turizam i nosi takav naziv. Putem ovog certifikata, gospodarski subjekti u turizmu ocjenjuju se prema kriterijima iz područja energetske učinkovitosti, upravljanja vodnim resursima, gospodarenja otpadom, očuvanja biološke raznolikosti i slično. Ovisno o ocjeni koju postignu, tvrtke se rangiraju i dobivaju brončani, srebrni ili zlatni certifikat. Na službenim internetskim stranicama organizacije, moguće je dobiti uvid u sve certificirane objekte u Engleskoj i Škotskoj (Prema: Green Tourism Business Scheme, n.d., <https://www.green-tourism.com/about/green-tourism-certificate/>).

GREAT<sup>1</sup> Green Deal je certifikat za hotele, restorane, turooperatore, prijevoznike i turističke proizvode i usluge, a sjedište organizacije koja ga dodjeljuje je u Gvatemali. Certifikat ocjenjuje ponuđače u turizmu te im pruža savjete i

---

<sup>1</sup> GREAT je akronim engl. riječi Green (zeleni), Responsible (odgovorni), Exclusive (ekskluzivni) i Amazing Tourism (Zapanjujući turizam).

podršku, s ciljem orijentacije poslovanja prema održivom, ekološkom i zelenom turizmu, koji će turistima jamčiti ekskluzivnu uslugu i iznenađujuće doživljaje.

Rainforest Alliance Verification je organizacija koja nudi evaluaciju i poboljšanje poslovanja subjekata u turizmu ka zelenom i održivom djelovanju. U sklopu navedenog, organizacija daje certifikat, putem kojeg pomaže turističkim ponuđačima u mjerenju i napretku u smjeru razvoja zelenog turizma (Prema: Rainforest Alliance, n.d., <http://www.rainforest-alliance.org/faqs/difference-between-eco-tourism-green-sustainable-travel>).

### 3.3.5. UNWTO i zeleni turizam

Svjetska turistička organizacija razvoj zelenog turizma promatra i postavlja unutar okvire razvoja zelene ekonomije te ga naziva turizmom unutar zelene ekonomije. UNWTO smatra kako je zelena ekonomija ona koja donosi pozitivne učinke na ljude te dugoročno smanjuje nejednakosti, istovremeno ne izlažući buduće generacije okolišnim rizicima i narušavanjem ekološke ravnoteže. Prema UNWTO-u, turizam u zelenoj ekonomiji odnosi se na turističke aktivnosti koje se mogu održavati na neodređeno vrijeme u društvenom, gospodarskom, kulturnom i ekološkom kontekstu. Prema tome, zeleni turizam nije poseban oblik turizma, već se ističe kako svaki oblik turizma može na određeni način biti zeleni turizam (Prema: UNWTO, 2012., <http://www2.unwto.org/publication/tourism-green-economy-background-report>).

Razvoj zelenog turizma postavlja velike izazove pred nositelje turističke razvojne politike i dionike razvoja turizma, a otežavajuća okolnost u njegovom razvoju su dinamični globalni gospodarski uvjeti, izražene klimatske i demografske promjene te problemi održivosti s kojima se turizam konstantno suočava. Kroz razvoj industrije zelenog turizma, UNWTO želi (Prema: UNWTO, 2012., <http://www2.unwto.org/publication/tourism-green-economy-background-report>):

- smanjiti emisiju stakleničkih plinova
- smanjiti potrošnju vode
- povećati efikasnost upravljanja otpadom

- očuvati biološku raznolikost
- učinkovitije upravljati postojećom kulturnom baštinom
- povećati efikasnost upravljanja svim resursima u turizmu i turističkog planiranja.

Zeleni turizam bio je tema godišnje konferencije UNWTO-a 2011. godine, s ciljem isticanja suvremene problematike glede negativnih utjecaja masovnog turizma na globalnoj i regionalnoj razini. UNWTO je, praćenjem turističkih dolazaka i noćenja i multiplikativnih učinaka razvoja industrije turizma, utvrdio kako se povećavaju energetske troškovi u industriji turizma, povećava se potrošnja vode, smanjuje se efikasnost upravljanja otpadom te se javlja gubitak bioraznolikosti i smanjenje učinkovitosti upravljanja područjima kulturnog i prirodnog nasljeđa. Temeljem toga, utvrđeno je kako postoji potreba za razvojem turizma u drugačijem smjeru, koji bi bio održiv i imao manji negativni utjecaj na okoliš, odnosno kojim bi se podupirali ciljevi zaštite okoliša i svih njegovih komponenti. Prema UNWTO-u, turizam može imati pozitivne i negativne utjecaje na okoliš, ovisno o tome kako se njegov razvoj planira, kako se razvija i kako se njime upravlja. Cilj UNWTO-a je promicati razvoj zelenog turizma, koji će pridonijeti pozitivnom razvoju u društvenom, ekonomskom i ekološkom aspektu (Prema: UNWTO, 2012., <http://www2.unwto.org/publication/tourism-green-economy-background-report>).

UNWTO daje nositeljima razvoja turizma i kreatorima turističke politike preporuke za stvaranje okruženja, koje će omogućiti da turizam postane zeleniji. Prema UNWTO-u, ključnu ulogu u razvoju zelenog turizma imaju privatni sektor, destinacijski menadžment te nacionalna i regionalna tijela koja svojim politikama razvijaju i utječu na razvoj turizma u određenoj destinaciji. UNWTO smatra kako je u suvremenim turističkim destinacijama temeljna prepreka razvoju zelenog turizma manjak svijesti o negativnim utjecajima turizma na okruženje te nedovoljna prepoznatost prilika koje nudi razvoj zelenog turizma, kako za tvrtke, tako i za lokalnu zajednicu i okoliš. Zbog toga, ključni korak ka razvoju zelenog turizma mora biti razmjena znanja, informacija i iskustva iz prakse, kojima će se promicati važnost i ciljevi razvoja zelenog

turizma (Prema: UNWTO, 2012., <http://www2.unwto.org/publication/tourism-green-economy-background-report>).

Razvojne strategije turističkih destinacija biti će ključan čimbenik razvoja zelenog turizma. Svaka je destinacija jedinstvena, stoga svaka strategija mora uvažiti specifičnosti destinacija i izazove razvoja zelenog turizma u destinacijama, kako bi se kreiralo okruženje za razvoj zelenog turizma. Pri tome, potrebno je uvažiti raznolikost prirodnih, ljudskih i kulturnih čimbenika razvoja destinacija te u skladu s njima postaviti okvire razvoja zelenog turizma, kao i strukture za njegovo praćenje. Za razvoj zelenog turizma, prema UNWTO-u, potrebno je u destinacije privući kapital za investicije koje bi omogućile inovativan pristup razvoju turizma te primjenu inovativnih tehnologija s ciljem zaštite okoliša i stvaranja dodanih vrijednosti za turiste, uz praćenje suvremenih globalnih trendova na turističkom tržištu i povećanje konkurentnosti turističkih destinacija. U skladu s izvješćima UNWTO-a, zeleni turizam može se smatrati i sredstvom za stvaranje novih radnih mjesta i smanjenje siromaštva uz poboljšanje ishoda vezanih uz okoliš. Utvrđeno je kako se suvremena turistička potražnja sve više orijentira prema zelenom turizmu, stoga ga javni, ali i privatni sektor moraju podržavati i razvijati u skladu sa svojim poslovnim ciljevima (Prema: UNWTO, 2012., <http://www2.unwto.org/publication/tourism-green-economy-background-report>).

### *3.3.6. Primjer dobre prakse*

U svijetu postoji niz destinacija i subjekata koji su prepoznali potencijal zelenog turizma i značaj njegovog razvoja. To su nositelji razvoja turističke politike koji imaju inovativan pristup razvoju turizma, što znači da su inovativni u kreiranju turističkih proizvoda i pružanju usluga, imaju inovativan pristup ciljnim tržištima te efikasno koriste dostupne resurse. Po razvoju zelenog turizma u posljednjih nekoliko godina posebno se ističu azijske zemlje. Pojedine azijske zemlje, poput Tajlanda, Vietnama, Kambodže, Balijske, Maldiva i Malezije suočavaju se s ubrazanim rastom turizma, koji ostavlja brojne pozitivne i negativne posljedice na destinacije. U većini azijskih zemalja razvoj turizma temeljen je na prirodnim



resursima, u koje se ubrajaju očuvane plaže jedinstvene ljepote, klima, čist zrak i prirodni krajolik.

Malezija je jedna od prvih zemalja u Aziji u kojoj se turizam počeo masovnije razvijati već sedamdesetih godina, upravo zahvaljujući prirodnim resursima. Međutim, postupnim obogaćivanjem turističke ponude Malezije, broj turističkih dolazaka kontinuirano je rastao, vršeći pritisak na prirodnu i kulturnu baštinu, stanovništvo i gospodarstvo zemlje. Vlada Malezije vrlo je rano spoznala doprinos turizma nacionalnom gospodarstvu, ali i njegove negativne implikacije, stoga je relativno rano započela s implementacijom zelenog turizma u turistički razvoj. Turizam se u Maleziji počeo razvijati strateški već krajem sedamdesetih godina te su već tad uvedeni pojmovi ekoturizma i održivosti u strateške planove razvoja. To dokazuje i činjenica što je oko 10% otočja Malezije zaštićeno, dok je prvi nacionalni park u zemlji proglašen već pedesetih godina. Jedan od najvažnijih razvojnih dokumenata Malezije je Plan ekoturizma, kojeg je vlada Malezije pokrenula u suradnji sa Svjetskim fondom za prirodu (WWF) već 1995. godine. U okviru plana, navode se čak 52 destinacije za promociju i razvoj ekoturizma i zelenog turizma u Maleziji. Na temelju plana, navode se četiri osnovne strategije u pogledu budućeg razvoja turizma (Prema: Nezakati, 2014., str. 27 – 28):

- razvoj područja ekoturizma;
- upravljanje razvojem ekoturizma;
- razvoj turističkih proizvoda temeljenih na zelenom i ekoturizmu;
- edukacija i certificiranje zaposlenih na području ekoturizma.

Malezija uspješan razvoj zelenog turizma temelji na suradnji vlade s nevladinim organizacijama i industrijskim sektorom. Primjerice, malezijsko Društvo za prirodu volonterska je organizacija koja promovira koncept zaštite okoliša, s naglaskom na zaštitu okoliša u planiranju razvoja turizma i ponašanju turista tijekom boravka u destinaciji. U suradnji s ovim društvom, malezijska vlada podržava razvoj ekoturizma i zelenog turizma, s naglaskom na zaštitu mora i šuma, na kojoj se temelji rad organizacije. Sljedeći primjer projekta razvoja zelenog turizma je projekt educiranja žena za rad u turizmu u poznatoj turističkoj destinaciji u gradu Penarik. Ovaj grad zapravo je zaštićeno močvarno

područje, a zaposlenici se educiraju o svojstvima i načinima očuvanja tih područja, kako bi svoje znanje prenijeli na turiste koji dolaze u destinaciju. ovaj projekt je započet od strane vlade Malezije u suradnji s kompanijom Nestle i WWF-om u 2006. godini, radi osviješćivanja lokalne zajednice o potrebama razvoja zelenog turizma. Malezijska vlada ulaže mnogo napora u suradnju sa Svjetskim fondom za prirodu. Zajednički projekt „Razvoj okoliša i napredak u turističkoj industriji Sabaha“ promovira načela održivog razvoja te je usmjeren na razvoj zelenog turizma ovog dijela Malezije. Ciljevi projekta odnose se na (Prema: Nezakati, 2014., str. 30):

- održivo korištenje resursa;
- smanjivanje prekomjerne potrošnje;
- smanjenje proizvodnje otpada;
- održavanje bioraznolikosti;
- podršku lokalnom gospodarstvu;
- uključivanje lokalnih zajednica u razvoj turizma.

Uz to, brojne kompanije koje posluju na području Malezije, poput Shell Malaysia, surađuju s malezijskom vladom i WWF-om radi promoviranja zelenog turizma, u projektu pod nazivom „Eko-kamp Tungog prašume“. Ovaj projekt usmjeren je prema turistima i potiče ih da tijekom boravka u turističkim destinacijama koje su na području malezijskih prašuma ostanu fokusirani na „zeleno“ djelovanje te ih se obrazuje o specifičnostima takvog okoliša. Nadalje, pozitivan primjer zelenog pristupa razvoju turizma je malezijski Frangipani Langkawi Resort, koji je smješten na otoku Langkawi. Ovo odmaralište nastoji poslovati u skladu s konceptom zelenog turizma kroz recikliranje otpadnih voda odmarališta, izgradnju objekata na održiv način te recikliranjem i ponovom upotrebom materijala. Uz to, resort nastoji koristiti samo zelene materijale i proizvode, a svoje goste također educira o značaju zelenog turizma za očuvanje prirodne baštine Malezije (Prema: Frangipani Langkawi Resort, n.d., <http://www.frangipanilangkawi.com/>).

U razvoju zelenog turizma Malezije, veliku ulogu imaju nevladine organizacije, kao i turistički operatori i agencije koje podržavaju zeleni turizam. Agencije i

turoperatori u svom poslovanju povezuju se s lokalnom zajednicom i lokalnim ponuditeljima turističkih usluga i proizvoda, a surađuju i s vladom Malezije, pokušavajući kroz poslovanje slijediti strateške ciljeve zelenog turizma (Prema: Nazakati, 2014., str. 32).

Iz navedenih primjera, jasno je kako Malezija uspješno usmjerava razvoj turizma prema zelenom turizmu, ekoturizmu i održivom razvoju. Zeleni turizam u Maleziji odnosi se prvenstveno na promociju zelenih turističkih proizvoda, obrazovne programe upravljanja okolišem i uvođenje aktivnosti poput gospodarenja otpadom i učinkovitog korištenja resursa. Sudionici u razvoju zelenog turizma Malezije su kako vlada, tako i nevladine organizacije, hotelijeri i ugostitelji, lokalno stanovništvo, industrijska poduzeća, turoperatori i turističke agencije. Svi oni svojim sinergijskim djelovanjem i specifičnim aktivnostima sudjeluju u razvoju koncepta zelenog turizma Malezije. Turizam je u Maleziji prepoznat kao jedan od temeljnih pokretača razvoja zemlje, stoga se njegov razvoj usmjerava na aktivnosti koje podržavaju zeleni i održivi turizam, kako bi koristi od turizma bile raspodijeljene na sve dionike, a negativni učinci njegova razvoja što manji. Malezija je izvrstan primjer razvoja zelenog turizma upravo radi suradnje dionika razvoja turizma i implementacije zelenog turizma u sve strateške razvojne dokumente i planove.

## **4. ZELENI TURIZAM U HRVATSKOJ**

Hrvatska je turistička destinacija koja svoju ponudu temelji na primarno na prirodnim resursima, a prirodne ljepote su među glavnim motivima dolaska turista u Hrvatsku. Zbog toga, Hrvatska je prepoznala važnost razvoja zelenog turizma koji bi doprinio okolišnoj održivosti i na taj način sačuvao glavne komparativne prednosti zemlje. Međutim, važno je napomenuti kako se pod pojmom razvoja zelenog turizma ne misli na posebnu vrstu turizma, već na koncept zelenog razvoja, koji bi se trebao uključiti u sve razine planiranja turizma i turističkog razvoja.

U svrhu razvoja zelenog turizma, Hrvatska kao članica Europske unije slijedi europske inicijative, direktive i propise koji se odnose na održivi razvoj, a samim time i na zeleni turizam. Međutim, unatoč usvajanju određenih strateških dokumenata, planova i odredbi, razvoj zelenog turizma u Hrvatskoj u praksi zaostaje. U ovom poglavlju prikazati će se temeljna obilježja hrvatskog turizma i istaknuti njegovi temeljni razvojni problemi i ciljevi. Nadalje, detaljnije će se opisati trendovi razvoja zelenog turizma u Hrvatskoj, s osvrtom na Akcijski plan razvoja zelenog turizma.

### **4.1. OBILJEŽJA TURIZMA U HRVATSKOJ**

Hrvatska je destinacija u koju turiste privlače prirodni resursi i bogatstvo kulturno-povijesne baštine. Među glavne turističke resurse u Hrvatskoj ubrajaju se čisto more, razvedena obala, očuvane plaže, bogatstvo flore i faune, velik broj nacionalnih parkova u kopnenom dijelu zemlje, kontinentalne šume i vodni resursi. Kulturno-povijesna baština također predstavlja veliku atrakcijsku osnovu razvoja turizma, a osim materijalne baštine, Hrvatska obiluje i nematerijalnom kulturnom baštinom koja je pod zaštitom UNESCO-a (Prema: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2013., <https://mint.gov.hr/strategija-razvoja-turizma-11411/11411>). Velik dio resursa u Hrvatskoj nije dovoljno valoriziran,

što dokazuje i činjenica kako je u Hrvatskoj turizam razvijen uglavnom u priobalnom dijelu, dok se u unutrašnjosti zemlje on počeo razvijati tek nedavno. Uz bogatstvo prirodnih resursa i kulturno-povijesne baštine, jedno od najistaknutijih obilježja hrvatskog turizma je nedostatak turističke infrastrukture. Hrvatska je, kao zemlja tradicionalno okrenuta turizmu, relativno siromašna turističkom infrastrukturom i stvorenim turističkim atrakcijama. Glavni proizvodi hrvatskog turizma su sunce i more, čiji udio u ukupnom turističkom proizvodu već dugi niz godina iznosi 85% fizičkog volumena i donosi od 75 do 80% ukupnih prihoda od turizma (Prema: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2013., <https://mint.gov.hr/strategija-razvoja-turizma-11411/11411>).

Kao nedostatak turističke ponude Hrvatske ističe se i nedovoljna kvaliteta smještajnih kapaciteta. Prema strukturi smještajnog kapaciteta, u Hrvatskoj u ponudi smještaja po broju postelja dominira privatni smještaj (sobe i apartmani) koji čini 63,2% ukupnog smještajnog kapaciteta u zemlji. Slijede kampovi i kampirališta s 18,6% udjela u ukupnom broju postelja, dok hoteli i aparthoteli čine tek 10,3% ukupnog broja raspoloživih postelja u zemlji (Prema: Hrvatska turistička zajednica, 2019., [https://htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR\\_%202018\\_0.pdf](https://htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR_%202018_0.pdf)). U ukupnom broju hotela, još uvijek dominiraju hoteli kategorizirani s tri zvjezdice te je njih 2018. godine bilo 320, što je udio od oko 44%. Slijede hoteli s četiri zvjezdice, kojih je iste godine bilo 314, odnosno 41%. Hotela s pet zvjezdica u Hrvatskoj je 2018. godine bilo tek 41 te su imali udio od 6% u ukupnom broju smještajnih objekata. Važno je istaknuti kako su poneki smještajni objekti u Hrvatskoj i dalje na razini kategorizacije od dvije zvjezdice, a njihov je udio 2018. godine iznosio 10% (Prema: Hrvatska turistička zajednica, 2019., [https://htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR\\_%202018\\_0.pdf](https://htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR_%202018_0.pdf)). U posljednjih nekoliko godina, vidljiv je blagi porast investicija u hrvatski turizam u smislu izgradnje i adaptacije smještajnih objekata i novostvorenih turističkih atrakcija, no to je još uvijek nedovoljno u usporedbi s realnim turističkim potencijalom zemlje.

Unatoč svim prepoznatim nedostacima hrvatske turističke ponude, Hrvatska kao zrela turistička destinacija kontinuirano bilježi porast turističkog prometa. U

2018. godini, u Hrvatskoj je ostvareno 18.666.000 dolazaka turista te 89.652.000 noćenja (Hrvatska turistička zajednica, 2019., (Prema: Hrvatska turistička zajednica, 2019., [https://htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR\\_%202018\\_0.pdf](https://htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR_%202018_0.pdf)).

## **4.2. RAZVOJNI PROBLEMI I CILJEVI**

Hrvatska se kao destinacija na turističkom tržištu počela afirmirati tek početkom 2000-tih godina, kada se turizam počeo planski razvijati, pa se tad započelo i sa obnovom i modernizacijom smještajnih kapaciteta i turističkih destinacija. Rast prihoda od turizma u Hrvatskoj od tad se temeljio najviše na rastu cijena, a unatoč iskoraku u pogledu kvalitete kapaciteta, njihova je prosječna godišnja iskorištenost relativno niska. Hrvatski turizam ima izraženu sezonalnost, a razlog tome je nedostatak sadržaja i selektivnih oblika turizma koji bi omogućili smanjenje sezonalnosti i dolazak turista izvan glavne turističke sezone. U Hrvatskoj je poslovno okruženje nedovoljno privlačno i konkurentno, a zbog neusklađenosti na državnoj, lokalnoj i regionalnoj razini, turizam se ne razvija u skladu s potencijalom te je samim time i doprinos turizma gospodarstvu zemlje ograničen.

Prema Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, hrvatski turizam obilježava (Prema: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2013., <https://mint.gov.hr/strategija-razvoja-turizma-11411/11411>):

- nedovoljna diferenciranost proizvoda i usluga;
- pomanjkanje inovativnih i kvalitetnijih sadržaja boravka gostiju;
- rast temeljen ponajviše na ekspanziji obiteljskog smještaja u kućanstvima;
- nedostatak kvalitetne hotelske ponude praćen nedovoljnom investicijskom aktivnošću;
- nedovoljno dobra povezanost zračnim i morskim putem;
- statičan sustav nacionalnog marketinga;
- premalen broj globalno brendiranih destinacija;

- neadekvatna destinacijska turistička infrastruktura;
- naslijeđena orijentacija lokalnog stanovništva prema sezonskom poslovanju.

U Strategiji se ističe kako su ovo najveći problemi razvoja hrvatskog turizma, koji se mogu svesti na (Prema: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2013., <https://mint.gov.hr/strategija-razvoja-turizma-11411/11411>):

- kvalitetu i strukturu ponude;
- investicijsku klimu;
- marketing i prodaju;
- ljudske potencijale i upravljanje kvalitetom;
- zakonski okvir i u pravlanje.

U Hrvatskoj je nužno turističku razvojnu politiku usmjeriti na rješavanja i smanjenje razvojnih problema i ograničenja. Posebno se ističe potreba za stvaranjem kvalitetnog institucionalnog i zakonskog okvira, koji bi omogućio privlačenje novih investicija u hrvatski turizam. Također, ističe se uloga lokalnog stanovništva, kao važnog nositelja turističkog razvoja, kojeg je potrebno osvijestiti o važnosti unapređenja kvalitete privatnog smještaja i razvoju turizma na načelima održivosti. Turistička razvojna politika trebala bi biti usmjerena na smanjenje razlika u razvijenosti turizma u priobalnom području i kontinentalnom dijelu zemlje, što bi se moglo postići ulaganjem napora u razvoj selektivnih oblika turizma koji bi omogućili stvaranje novih turističkih sadržaja u turistički nerazvijenim područjima.

Uzimajući u obzir postojeća ograničenja turističkog razvoja te uvažavajući suvremene globalne turističke trendove, strateški cilj razvoja hrvatskog turizma je povećanje njegove konkurentnosti i atraktivnosti, putem (Prema: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2013., <https://mint.gov.hr/strategija-razvoja-turizma-11411/11411>):

- poboljšanja infrastrukture i kvalitete smještaja;
- novog zapošljavanja;
- investicija;

- povećanja turističke potrošnje.

U skladu s ciljevima, definirana je i vizija hrvatskog turizma 2020. godine, kako slijedi: „Hrvatska je u 2020. godini globalno prepoznatljiva turistička destinacija, konkurentna i atraktivna za investicije, koja stvara radna mjesta i na održiv način upravlja razvojem na svom cjelokupnom prostoru, njeguje kulturu kvalitete, a svojim gostima tijekom cijele godine pruža gostoljubljivost, sigurnost i jedinstvenu raznovrsnost autentičnih sadržaja i doživljaja“ (Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2013., <https://mint.gov.hr/strategija-razvoja-turizma-11411/11411>). Iz ovako definirane vizije, jasno se ističe potreba za održivim razvojem, kao konceptom budućeg turističkog razvoja. Može se reći kako je, u skladu s time, okolišna održivost odnosno zeleni turizam također dio strateških ciljeva hrvatskog turizma.

#### **4.3. TRENDOVI RAZVOJA ZELENOG TURIZMA U HRVATSKOJ**

U Hrvatskoj je važnost održivog razvoja turizma prepoznata i istaknuta kroz strateške razvojne dokumente. Počele su se pokretati prve inicijative razvoja zelenog turizma, prije svega putem praćenja svjetskih i europskih trendova u razvoju zelenog turizma. U Hrvatskoj je okolišna održivost turizma prepoznata u teoriji, no u praksi se zeleni turizam nedovoljno implementira i ima veoma malu stopu primjene. Razlog tome leži u neodgovarajućem institucionalnom okruženju, ali i u nedovoljnoj informiranosti, edukaciji, osviještenosti i promociji zelenog turizma među dionicima turističkog razvoja na svim razinama.

Zeleni turizam postupno postaje globalni trend, a turistička potražnja sve više je usmjerena prema održivom turizmu. Ukoliko želi povećati konkurentnost na turističkom tržištu, Hrvatska mora pratiti globalne mega trendove zelenog turizma, koji se ogledaju u (Prema: Institut za turizam u Zagrebu, 2016., [https://mint.gov.hr/UserDocImages/arhiva/160715\\_AP\\_Zelenog\\_t.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocImages/arhiva/160715_AP_Zelenog_t.pdf)):

- tranziciji društva prema postmaterijalnim društvenim vrijednostima ekonomije doživljaja;



- pojavi „novog turista“, koji je kupac doživljaja i iskustava, fizički i intelektualno aktivan i želi biti sudionikom tražeći putovanja koja će doprinijeti njegovom osobnom razvoju;
- sve većoj regulaciji turističkog razvoja od strane zakonodavstva, posebice u smislu uvođenja standarda i certifikata kvalitete i zaštite okoliša;
- problematici okoliša i okolišnoj odgovornosti, koje postaju najvažnije suvremene teme razvoja;
- primjeni zelenih koncepata u razvoju turizma, kako od strane pojedinih subjekata na strani turističke ponude, tako i na strani turističkih destinacija.

U Hrvatskoj, sve strategije razvoja turizma naglašavaju važnost održivosti turizma. U svrhu zaštite okoliša, Hrvatska ima Nacionalni plan djelovanja za okoliš te Strategiju održivog razvoja, prema kojima se formiraju sve druge razvojne strategije i planovi. Okolišna odgovornost, a samim time i zeleni turizam kao njen dio, prepoznati su kao imperativ u daljnjem razvoju i oblikovanje turističke ponude. Nacionalni plan djelovanja za okoliš iznosi tri cilja vezana uz okolišnu održivost turizma, a to su (Prema: Institut za turizam u Zagrebu, 2016., [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160715\\_AP\\_Zelenog\\_t.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160715_AP_Zelenog_t.pdf)):

- zaštita svih resursnih potencijala i njihovo što potpunije vrednovanje;
- uravnotežen razvoj osmišljen na načelu održivosti;
- turizam preuzima veću ulogu u podizanju kakvoće neposrednog okoliša.

Unatoč brojnim dokumentima koji ističu važnost zelenog turizma, u Hrvatskoj je on još uvijek u povojima. Turizam je multidisciplinarna pojava, stoga njegov zeleni razvoj također zahtijeva multidisciplinarni i multisektorski pristup. Svi dionici turističkog razvoja moraju svoje aktivnosti, djelovanja, ciljeve i planove usmjeriti na zeleni turizam, kako bi njegova primjena bila implementirana u praksi, a ne samo u razvojnim dokumentima.

#### 4.4. PLAN RAZVOJA ZELENOG TURIZMA U HRVATSKOJ

Godine 2016., Institut za turizam u Zagrebu predstavio je, na zahtjev Ministarstva turizma Republike Hrvatske, Akcijski plan razvoja zelenog turizma. Plan se nastavlja na Strategiju razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine i druge strateške dokumente koji se odnose na zeleni turizam. Ovim Planom nastojalo se ostvariti suradnju svih dionika turističkog razvoja i osigurati brendiranje, tržišno pozicioniranje i kompetitivnost Hrvatske kao destinacije zelenog turizma. U svrhu izrade plana, izvršena je analiza stanja, problema, potreba i mogućnosti razvoja zelenog turizma u Hrvatskoj, kako bi se stvorilo poticajno okruženje koje će dionicima pružiti potporu u ozelenjavanju turizma. „Jedan od osnovnih izazova Akcijskog plana je poslužiti kao okvir za uvođenje više sustavnosti i koordinacije koja će omogućiti sinergiju, učinkovitije djelovanje i trajnije efekte pokretanih inicijativa“ (Institut za turizam u Zagrebu, 2016., [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160715\\_AP\\_Zelenog\\_t.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160715_AP_Zelenog_t.pdf)). Akcijski plan se nastavlja na Nacionalni plan djelovanja za okoliš te Strategiju održivog razvoja te razrađuje njihove smjernice za potrebe razvoja turizma.

Akcijskim planom, definirana je vizija zelenog turizma za Hrvatsku: „Hrvatski turizam primjenjuje najbolju svjetsku praksu zaštite okoliša i održivog upravljanja turizmom. Hrvatska je predvodnica održivog turizma u EU. Do 2020. je ostvaren vidljivi pomak ozelenjivanja turizma te se pozicionirala na međunarodnim tržištima kao održiva turistička destinacija očuvane i atraktivne prirodne i kulturne baštine, gdje je vrhunski doživljaj dostupan svakome“ (Institut za turizam u Zagrebu, 2016., [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160715\\_AP\\_Zelenog\\_t.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160715_AP_Zelenog_t.pdf)).

Svrha Akcijskog plana je „osigurati da se načelo održivosti konkretno, dugoročno i kontinuirano integrira u sektor, odnosno da se na održivosti turizma RH radi sustavno, meritorno i mjerljivo na svim razinama (od nacionalne, preko razine destinacija do pojedinačnih pružatelja ugostiteljsko-turističkih usluga), te da održivost postane jasno vidljiva i krajnjem korisniku“ (Institut za turizam u Zagrebu, 2016., [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160715\\_AP\\_Zelenog\\_t.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160715_AP_Zelenog_t.pdf)).

Ciljevi Plana su (Prema: Institut za turizam u Zagrebu, 2016., [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160715 AP Zelenog t.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160715_AP_Zelenog_t.pdf)):

- kontinuirano i sustavno unapređenje okolišne održivosti turizma u RH;
- unaprijediti okolišnu održivost turizma na razini turističkih destinacija;
- unaprijediti okolišnu održivost turizma na razini ugostiteljsko turističkog pružatelja usluga;
- Hrvatska svom turističkom brendu uspješno valja dodati atribut destinacije predvodnice održivog turizma.

Za realizaciju ciljeva Plana definirani su programi, kojima se osigurava realizaciju jednog od specifičnih ciljeva, a njihovim sinergijskim postizanjem ispunjava se glavni cilj, koji se svodi na unapređenje održivosti turizma i razvoj zelenog turizma na svim razinama, od destinacija do pojedinih subjekata, pružatelja turističkih usluga.

## 5. BUDUĆNOST ZELENOG TURIZMA

Ljudsko društvo susreće se s problemima održivosti u svim sferama razvoja. Danas sve društvene aktivnosti poprimaju obilježja masovnosti te kao takve negativno utječu na ograničene prirodne resurse. Turizam kao jedan od glavnih pokretača svjetskog razvoja, u kojeg se kontinuirano uključuje sve veći broj svjetskog stanovništva, fenomen je koji zahtijeva drugačiji pristup razvoju, kako bi njegovi pozitivni učinci bili što veći, dugotrajniji i pravedno raspodijeljeni.

Zeleni turizam postupno postaje imperativ, a ne izbor. Turističke destinacije suočene su se negativnim utjecajima turizma, koji su vidljivi kroz socio-kulturne utjecaje, ekonomske utjecaje i okolišne utjecaje. Suvremeni turisti svjesni su problematike očuvanja okoliša, stoga i obilježja turističke potražnje nameću potrebu za drugačijim pristupom razvoju turizma. Zeleni turizam ne znači razvoj nekog novog oblika turizma, već razvoj turizma koji se odvija u skladu s potrebama okoliša, poštujući njegova prirodna obilježja, ali i ograničenja. U budućnosti će zeleni turizam početi zauzimati važno mjesto u turističkom razvoju te će postati horizontalna poveznica svih dionika u turizmu. Jedino će se na taj način moći osigurati održivost okoliša, efikasno upravljanje ograničenim resursima, smanjenje količine otpada, racionalno korištenje vode i uvažavanje prihvatnog kapaciteta turističke destinacije.

U budućnosti će svjetske turističke destinacije putem zelenog turizma moći diferencirati svoju turističku ponudu i na taj način postajati konkurentnije na tržištu. Isto tako, primjena zelenog turizma omogućit će da njegov razvoj bude dugoročno održiv te da od njega koristi imaju svi dionici, na svim razinama.

## 6. ZAKLJUČAK

Zeleni turizam je princip razvoja, jednako važan u svim vrstama turizma, čiji je temelj smanjenje negativnih implikacija razvoja turizma na okoliš. Zeleni turizam nije novi oblik turizma, već je pojam koji se odnosi na razvoj turizma koji u obzir uzima ekološku odgovornost, kako nositelja turističkog razvoja, tako i turista. Krajnji cilj zelenog turizma je smanjenje negativnih utjecaja turizma na okoliš, stoga se zeleni turizam može smatrati dijelom koncepta održivog razvoja. Zeleni turizam temelji se na zaštiti, očuvanju i poboljšanju prirodnog i fizičkog okruženja, radi dugoročnog očuvanja zdravog i održivog okoliša. Međutim, pojam zelenog turizma ne može se usmjeriti samo na okoliš, već i na podršku i održivost lokalnih zajednica, kulturne baštine i nacionalnog gospodarstva. U razvoj zelenog turizma kao takvog moraju biti uključeni svi dionici turističkog razvoja, od nacionalne do lokalne zajednice, kako bi se omogućilo pružanje iskustvenog bogatstva turistima i smanjenje otisaka turističkog djelovanja u okolišu.

Hrvatska kao članica Europske unije, slijedi europske dokumente i odredbe u kontekstu razvoja zelenog turizma, istovremeno uvažavajući suvremene globalne turističke trendove i nastojeći im se prilagoditi. Važnost zelenog turizma prepoznata je i u Hrvatskoj, a istaknuta je u Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020., na temelju koje je izrađen i Akcijski plan zelenog turizma. Akcijskim planom definirani su ciljevi razvoja zelenog turizma u Hrvatskoj te je za svaki cilj dan program, koji iznosi smjernice za razvoj zelenog turizma dionicima turističkog razvoja. Unatoč isticanju njegove važnosti u relevantnim razvojnim dokumentima, može se reći kako je zeleni turizam u Hrvatskoj još uvijek u povojima te se on nedovoljno implementira u hrvatsku turističku praksu, zbog brojnih razvojnih problema i ograničenja u razvoju hrvatskog turizma.

## LITERATURA

### KNJIGE:

1. BARTOLUCI, M. (2013.). *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*. Zagreb: Školska knjiga.
2. ČAVLEK, N. et al. (2011.). *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Zagreb: Školska knjiga.
3. ČRNJAR, M. (2002.). *Ekonomika i politika zaštite okoliša*. Rijeka: Glosa.

### ČLANCI:

1. BUDEANU, A. (2007.). Sustainable tourist behaviour. *International Journal of Customer Studies*. 31 (5). str. 499-508. Dostupno na: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1470-6431.2007.00606.x>. [Pristupljeno: 10.09.2019.]
2. FURQUAN, A., MAT SOM, A., HUSSIN, R. (2010.). Promoting Green tourism for future sustainability. *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*. 5 (17). str. 64-74. Dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/227490449\\_Promoting\\_Green\\_tourism\\_for\\_future\\_sustainability](https://www.researchgate.net/publication/227490449_Promoting_Green_tourism_for_future_sustainability). [Pristupljeno: 15.09.2019.]
3. KUŠEN, E. (2001.). Turizam i prostor – Klasifikacija turističkih atrakcija. *Prostor: znanstveni časopis za arhitekturu i urbanizam*. 9 (1). str. 1-12. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/10801>. [Pristupljeno: 15.09.2019.]
4. MAIR, J. (2009.). Emerging Green Tourists: Their Behaviours and Attitudes. *Tourism and Hospitality Research*. 9 (2). str. 109-119. Dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/237082144\\_Emerging\\_Green\\_Tourists\\_Their\\_Behaviours\\_and\\_Attitudes](https://www.researchgate.net/publication/237082144_Emerging_Green_Tourists_Their_Behaviours_and_Attitudes). [Pristupljeno: 10.09.2019.]
5. MELER, M., HAM, M. (2012.). Green marketing for green tourism. Na *Tourism & Hospitality Management Conference*. Opatija, 03.-

- 05.05.2012. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu. str. 130-139.
6. NEZAKATI, H. (2014.). Green Tourism Practices in Malaysia. *Selected Issues in Hospitality and Tourism Sustainability*. str. 24-37. Dostupno na: [https://www.academia.edu/22041053/Green Tourism Practices in Malaysia](https://www.academia.edu/22041053/Green_Tourism_Practices_in_Malaysia). [Pristupljeno: 15.09.2019.]
7. PICHA, K. (2006.). The interest of visitors to protected natural areas in 'green' accommodation. *Tourism – International Scientific Journal*. 64 (2). str. 159-174. Dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/306315713\\_The\\_interest\\_of\\_visitors\\_to\\_protected\\_natural\\_areas\\_in\\_'green'\\_accommodation](https://www.researchgate.net/publication/306315713_The_interest_of_visitors_to_protected_natural_areas_in_'green'_accommodation). [Pristupljeno: 15.09.2019.]

#### INTERNET IZVORI:

- Earth Check Organisation. Dostupno na: <https://earthcheck.org>. [Pristupljeno: 30.08.2019.]
- Global Development Research Center. Dostupno na: <https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/wttc.pdf>. [Pristupljeno: 08.07.2019.]
- Global Sustainable Tourism Council. Dostupno na: <https://www.gstcouncil.org/sustainable-tourism-eco-certification-program-step/>. [Pristupljeno: 30.08.2019.]
- Green Globe. Dostupno na: <https://greenglobe.com>. [Pristupljeno: 30.08.2019.]
- Green Hotels Association. Dostupno na: <http://www.greenhotels.com>. [Pristupljeno: 30.08.2019.]
- Green Tourism Business Scheme. Dostupno na: <https://www.green-tourism.com/about/green-tourism-certificate/>. [Pristupljeno: 31.08.2019.]
- Green Traveler Guides. Dostupno na: <http://greentravelerguides.com/tips/green-certifiers/>. [Pristupljeno: 31.08.2019.]

- Hrvatska turistička zajednica. Dostupno na: [https://htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR\\_%202018\\_0.pdf](https://htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR_%202018_0.pdf). [Pristupljeno: 05.06.2019.]
- Institut za turizam. Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160715\\_AP\\_Zelenog\\_t.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160715_AP_Zelenog_t.pdf). [Pristupljeno: 30.06.2019.]
- International Centre for Integrated Mountain Development. Dostupno na: [www.icimod.org](http://www.icimod.org). [Pristupljeno: 30.06.2019.]
- International Union for Conservation of Nature. Dostupno na: [www.icimod.org/resource/18724.pdf](http://www.icimod.org/resource/18724.pdf). [Pristupljeno: 26.08.2019.]
- It's a Green World. Dostupno na: <http://www.itsagreengreenworld.com/>. [Pristupljeno: 30.08.2019.]
- Maastricht Graduate School of Governance. Dostupno na: <http://digitalarchive.maastrichtuniversity.nl/fedora/get/guid:7bfee2a0-2c0b-4939-b6a8-f3a3c5f48bbd/ASSET1>. [Pristupljeno: 30.08.2019.]
- Ministarstvo turizma Republike Hrvatske. Dostupno na: <https://mint.gov.hr/strategija-razvoja-turizma-11411/11411>. [Pristupljeno: 01.06.2019.]
- Rainforest Alliance. Dostupno na: <http://www.rainforest-alliance.org/faqs/difference-between-eco-tourism-green-sustainable-travel>. [Pristupljeno: 01.09.2019.]
- Sustainable Tourism. Dostupno na: <http://www.sustainabletourism.net/sustainable-tourism/>. [Pristupljeno: 25.08.2019.]
- United Nations Environment Programme. Dostupno na: <http://web.unep.org/greeneconomy/sites/unep.org/greeneconomy/files/field/image/fullreport.pdf>. [Pristupljeno: 08.07.2019.]
- United Nations Environment Programme. Dostupno na: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf>. [Pristupljeno: 08.07.2019.]
- United Nations World Tourism Organization. Dostupno na: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152t>. [Pristupljeno: 08.09.2019.]



- United Nations World Tourism Organization. Dostupno na: : <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>. [Pristupljeno: 08.09.2019.]
- United Nations World Tourism Organization. Dostupno na: : <http://www2.unwto.org/publication/tourism-green-economy-background-report>. [Pristupljeno: 08.09.2019.]
- United Nations World Tourism Organization. Dostupno na: : [https://web.unep.org/greeneconomy/sites/unep.org/greeneconomy/files/field/image/tourism in the green economy unwto unep.pdf](https://web.unep.org/greeneconomy/sites/unep.org/greeneconomy/files/field/image/tourism%20in%20the%20green%20economy%20unwto%20unep.pdf). [Pristupljeno: 08.09.2019.]
- World Commission on Protected Areas. Dostupno na: <https://www.ecotourism.org.au/assets/Resources-Hub-Protected-Area-Management/Sustainable-Tourism-in-protected-areas-Guidelines-for-Planning-and-Management-2002.pdf>. [Pristupljeno: 10.09.2019.]
- World Travel and Tourism Council. Dostupno na: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2017/world2017.pdf>. [Pristupljeno: 29.08.2019.]

## POPIS SLIKA I TABLICA

### SLIKE

Slika 1. Faze razvoja turizma.....	5
Slika 2. Značenje pojma održivog razvoja turizma.....	10
Slika 3. Donošenje odluke o putovanju i izbor turističkog proizvoda kod suvremenih turista.....	22

### TABLICE

Tablica 1. Stupnjevi zaštite prirode i prirodnih područja.....	25
----------------------------------------------------------------	----