

# Uloga i važnost lokalnih zajednica na turističkom tržištu

---

Vrbica, Ana

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

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:137:494227>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-22**



Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE JURJA DOBRILE U PULI  
FAKULTET EKONOMIJE I TURIZMA  
„DR. MIJO MIRKOVIĆ“

ANA VRBICA

**ULOGA I VAŽNOST LOKALNIH ZAJEDNICA NA TURISTIČKOM  
TRŽIŠTU**

Završni rad

Pula, 2020.

SVEUČILIŠTE JURJA DOBRILE U PULI  
FAKULTET EKONOMIJE I TURIZMA  
„DR. MIJO MIRKOVIĆ“

**ULOGA I VAŽNOST LOKALNIH ZAJEDNICA NA TURISTIČKOM  
TRŽIŠTU**

Završni rad

**Ana Vrbica**

JMBAG: 0303073375

Studijski smjer: Poslovna ekonomija, Turizam

Predmet: Turizam i kultura

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Sociologija

Znanstvena grana: Sociologija turizma

Mentor: izv. prof. dr. sc. Mauro Dujmović

Pula, rujan 2020.



## **IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI**

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

Student

Ana Vrbica

U Puli, rujan, 2020. godine



## **IZJAVA**

### **o korištenju autorskog djela**

Ja, Ana Vrbica dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom "Uloga i važnost lokalnih zajednica na turističkom tržištu" koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu sa Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, 04.09.2020.

Potpis

Ana Vrbica

## SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
1.1. Predmet i cilj rada.....	1
1.2. Metode i izvori podataka.....	1
1.3. Struktura i sadržaj rada .....	1
2. TURIZAM I NJEGOVE ZNAČAJKE .....	3
2.1. Definiranje turizma.....	3
2.2. Turističko tržište i turistička destinacija .....	3
2.3. Funkcije i učinci turizma .....	5
2.4. Održivi turizam.....	8
2.5. Stanje turizma RH .....	11
3. LOKALNE ZAJEDNICE NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU .....	17
3.1. Definiranje lokalne zajednice .....	17
3.2. Održivost razvojnih opcija lokalne zajednice .....	20
3.2.1. <i>Ključni ekonomski aspekti razvoja lokalne zajednice</i> .....	21
3.2.2. <i>Ključni društveni aspekti razvoja lokalne zajednice</i> .....	22
3.2.3. <i>Ključni kulturološki aspekti razvoja lokalne zajednice</i> .....	22
3.2.4. <i>Ključni ekološki aspekti razvoja lokalne zajednice</i> .....	23
3.3. Poteškoće u razvoju turizma u lokalnoj zajednici.....	24
3.4. Osposobljavanje lokalne zajednice za razvoj turizma.....	25
4. KRITIČKI OSVRT .....	28
5. ZAKLJUČAK .....	30
POPIS LITERATURE .....	31
POPIS ILUSTRACIJA.....	33
SAŽETAK .....	34
SUMMARY .....	35



# **1. UVOD**

## **1.1. Predmet i cilj rada**

Jedna od grana koja gospodarstvu mnogih zemalja donosi sve veći profit i sve je značajnija je turizam. Kako bi neka turistička destinacije bila prepoznatljiva na tržištu neophodna je kvalitetna turistička ponuda za koju mora postajati potražnja. Sve se više razvijaju selektivni oblici turizma koji su potisnuli masovni turizam. S obzirom na to da turizam donosi sve veći profit, sve se manje biraju sredstva za ispunjenje ciljeva. Da bi turizam bio dugoročno uspješan, odnosno održiv, u njegov je razvoj potrebno uključiti lokalne zajednice. Predmet istraživanja ovog rada odnosi se na analizu uloge i važnosti lokalnih zajednica na turističkom tržištu. Cilj je ovog rada definirati osnovne značajke turizma, analizirati stanje turizma u Republici Hrvatskoj te definirati lokalne zajednice. Svrha je ovog rada ustanoviti ulogu i važnost lokalnih zajednica na današnjem tržištu. Istraživačka pitanja ovog rada glase:

1. Koje su osnovne značajke turizma?
2. Kakvo je stanje turizma Republike Hrvatske?
3. Što su lokalne zajednice?
4. Koja je uloga lokalnih zajednica na turističkom tržištu?
5. Koje se poteškoće javljaju u razvoju turizma u lokalnoj zajednici?

## **1.2. Metode i izvori podataka**

Za potrebe pisanja završnog rada korištene su: metoda analize i sinteze, statistička metoda, metoda generalizacije te metoda usporedbe. Izvori za pisanje završnog rada su stručne knjige i znanstveni članci iz područja turizma. Uz to, korištene su internet stranice koje su usko vezane uz problematiku istraživanja.

## **1.3. Struktura i sadržaj rada**

Završni rad sastoji se od ukupno pet poglavlja. U uvodu je predstavljen predmet i cilj istraživanja, metode i izvori podataka te struktura i sadržaj rada. U drugom su poglavlju predstavljene osnovne značajke turizma. U tom je poglavlju definiran turizam, turističko tržište i turistička destinacija. Uz to, analizirani su učinci turizma te održivi turizam. Poglavlje završava analizom stanja turizma Republike Hrvatske. Treće poglavlje odnosi se na lokalne zajednice. Nakon definiranja lokalnih zajednica,



analizira se održivost razvojnih opcija lokalne zajednice te se navode poteškoće u razvoju turizma u lokalnoj zajednici. Poglavlje završava analizom osposobljavanja lokalne zajednice za razvoj turizma. U četvrtom poglavlju iznesen je kritički osvrt, a u petom zaključak. Na kraju rada nalazi se popis literature i popis ilustracija.

## 2. TURIZAM I NJEGOVE ZNAČAJKE

### 2.1. Definiranje turizma

Turizam je na današnjem tržištu sve popularniji i jedan je od najdinamičnijih svjetskih društvenih procesa<sup>1</sup>. "Osnovna jedinica za proučavanje turizma jest turist, odnosno svaka osoba koja na putovanju izvan svojega mjesta stalnoga boravka provede najmanje 24 sata, a putovanje poduzima radi odmora, razonode, rekreacije i relaksacije, obiteljskih, zdravstvenih, poslovnih, profesionalno-stručnih i sličnih razloga"<sup>2</sup>. Ključ uspješnog razvoja turizma leži u prepoznavanju sadašnjih trendova te predviđanje budućih promjena i izazova.

"Baznu turističku uslugu čine turistički posrednici, hotelijeri, restorateri i ostali objekti usluživanja, prijevozna poduzeća, tematski parkovi, sportski sadržaji, prodaja suvenira, globalni distribucijski i rezervacijski sustavi i sl. Pod komplementarnom turističkom uslugom u turizmu misli se na građevinarstvo, trgovinu, obrt, prometne i komunalne usluge i sl."<sup>3</sup> Prema navedenom, jasno se može zaključiti kako je za razvoj turizma potrebna suradnja više djelatnosti.

### 2.2. Turističko tržište i turistička destinacija

Turističko tržište predstavlja odnos turističke ponude i turističke potražnje. "Susretanje turističke ponude i potražnje razvija gospodarsku makroekonomsku aktivnost"<sup>4</sup>. "Putovanja se stvaraju pod utjecajem potreba koje se kasnije izražavaju kroz turističku potražnju. Turističko tržište ne funkcionira samo na materijalno osnovi već je posljedica udovoljavanja željama, preferencijama, osjećajima, aspiracijama"<sup>5</sup>. Na turističku ponudu i potražnju utječe niz čimbenika. Ono što je važno jest istraživati tržište, ostvariti suradnju svih dionika na turističkom tržištu i težiti ka tome da određena turistička destinacija postane popularna s kvalitetnom turističkom ponudom.

Destinacija je značajno mjesto kojeg turisti posjećuju tijekom putovanja. "Destinacija je bitan činitelj u turističkom razvoju, turističkim kretanjima i u ekonomiji

---

<sup>1</sup> Gržinić, J. (2014): Međunarodni turizam, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, str. 16

<sup>2</sup> Hrvatska enciklopedija.hr, Dostupno na: <http://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763>,  
Pristupljeno: 10. srpnja 2020.

<sup>3</sup> Gržinić (2014), op. cit., str. 16

<sup>4</sup>Ibid

<sup>5</sup>Ibid, str. 20

turizma općenito. Značaj destinacije proizlazi iz činjenice da se u njoj stvaraju uvjeti za razvoj prijemnog turizma”<sup>6</sup>. Turistička destinacija sastoji se od određenih elemenata (Slika 1).

**Slika 1. Elementi turističke destinacije**



Izvor: Križman Pavlović, D. (2008): Marketing turističke destinacije, Zagreb: Mikrorad

Prema Križman Pavlović (2008), “turistička destinacija je naziv novijeg datuma kojim se obilježava funkcionalno turističko područje. Turisti putujući svijetom otkrivaju mnoštvo turističkih destinacija. One pritom predstavljaju turistički organiziranu i tržišno prepoznatljivu prostornu jedinicu, koja skupom svojih turističkih proizvoda potrošačima nudi cjelovito zadovoljenje turističke potrebe”<sup>7</sup>. Uspjeh turističke destinacije ovisi o njejoj ponudi. “Prateći potrebe i želje turista, destinacije su u mogućnosti mijenjati svoju ponudu i upotpunjavati je različitim sadržajima. Destinacija, dakle, može mijenjati svoju ponudu, ali može mijenjati i svoje

<sup>6</sup>AlkierRadnić, R. (2003): Marketinški aspekti razvoja turističke destinacije, Tourism and hospitality management, 9 (2), str. 234, Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/181485>, Pristupljeno: 15. srpnja 2020.

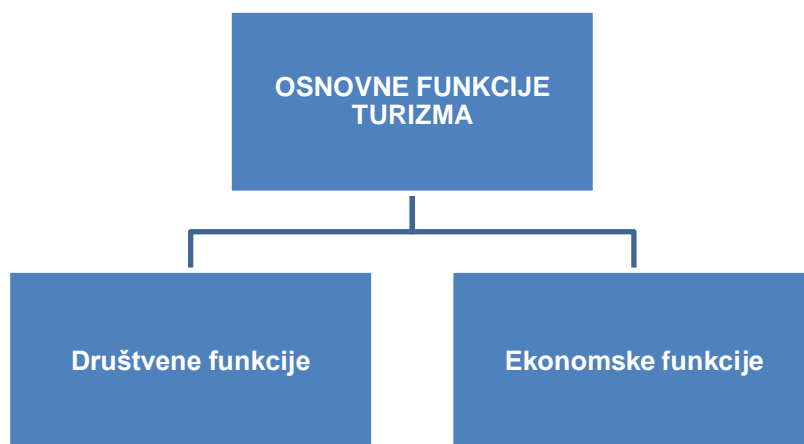
<sup>7</sup>Križman Pavlović, D. (2008): Marketing turističke destinacije, Zagreb: Mikrorad , str. 58

posjetitelje“<sup>8</sup>. “Uspjeh turističke destinacije ovisi o redovitom dolasku većeg broja posjetitelja te učinku njihovih aktivnosti tijekom boravka u destinaciji”<sup>9</sup>. Zaključno, ključan je sadržaj i kvaliteta dostupne ponude određene turističke destinacije te praćenje trendova na tržištu.

### 2.3. Funkcije i učinci turizma

Kreatori turističke politike moraju razumjeti motivaciju za putovanjima te multiplikativne efekte istog za destinaciju. “Turisti danas putuju iz dubljih, promišljenijih motiva nego ranije”<sup>10</sup>. Pojavljuju se novi proizvodi radi preuzimanja potrošača iz konkurencije za sebe. Time tradicionalna koncepcija odmora temeljena na suncu, plaži i pijesku gubi na važnosti te se pojačava trend putovanja izvan glavne sezone, rezervacija u posljednji trenutak, korištenje suvremenih tehnologija u pripremi putovanja i ostalo. Turizam iz scenarija masovnosti prelazi u kategorije bijega, doživljaja, edukacije, zabave, uzbuđenja, ekologije. Sintagma „*vrijednost za novac*“ prelazi u „*vrijednost za vrijeme*“<sup>11</sup>. Osnovne funkcije suvremenoga turizma prikazane su na slici u nastavku (Slika 2).

**Slika 2. Osnovne funkcije turizma**



Izvor: Hrvatska enciklopedija.hr, Dostupno na: <http://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763>, Pristupljeno: 18. srpnja 2020.

<sup>8</sup> Weber, S. i Mikačić, V. (1994): Osnove turizma, Zagreb: Školska knjiga, str. 32

<sup>9</sup> AlkierRadnić (2003), op. cit., str. 237

<sup>10</sup> Čavlek, N. i sur. (2011): Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb: Školska knjiga, str. 210

<sup>11</sup> Gržinić, J. i Bevanda, V., urednice (2014): Suvremeni trendovi u turizmu, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile: Fakultet ekonomije i turizma “Dr. Mijo Mirković”, str. 1

### 2.3.1. Društvene funkcije turizma

“Društvene funkcije turizma pridonose humanističkim vrijednostima turizma i povezuju se s izvornim motivima turističkih kretanja, koji nisu u vezi s postizanjem gospodarskih ciljeva, a dijele se na one s neposrednim djelovanjem (zdravstvene, rekreacijske i kulturne funkcije) i s posrednim djelovanjem (socijalne, obrazovne i političke funkcije)”<sup>12</sup>. Društvene funkcije turizma vrlo su važne jer se na taj način svaki posjetitelj obogaćuje novim spoznajama i doživljajima. Na tom putu, posjetitelj se upoznaje s različitim kulturama, stječe nova iskustva i isprobava razne aktivnosti. Sve su izraženije promjene u potrebama potencijalnih turista u skladu s rastom životnog standarda pri čemu turisti raspolažu sa sve više novca uz racionalno korištenje slobodnog vremena, a novac i vrijeme dva osnovna preduvjeta za uključivanje u turističke tokove.

### 2.3.2. Ekonomske funkcije turizma

“Ekonomske funkcije turizma su aktivnosti usmjerene na postizanje konkretnih gospodarskih učinaka (turistička potrošnja, izvoz roba i usluga, izravne investicije, poboljšanje devizne bilance, aktiviranje turističkih potencijala, povećanje zaposlenosti, razvoj nedovoljno razvijenih područja i sl.) na razini poduzeća i organizacija izravno ili neizravno uključenih u kreiranje turističke ponude, ali i na području turističke destinacije (mjesto, regije ili države) gdje se odvijaju pojedine faze turističke potrošnje”<sup>13</sup>. Ekonomske funkcije turizma jednako su važne kao i društvene. Ako se postave realni i jasni ciljevi uz dobro razrađenu strategiju, svaka turistička destinacija zasigurno će postići dobre ekonomske rezultate. “Strategija razvoja mora odgovoriti na ključna pitanja u budućem poslovanju poduzeća:

- Kako može poduzeće valorizirati promjene koje se očekuju u budućnosti?
- Kako može poduzeće optimizirati odnos s ciljnim potrošačima s ciljem poboljšavanja položaja poduzeća na tržištu?
- Kako se može ostvariti partnerstvo s interesnim skupinama na tržištu?
- Kako može poduzeće najuspješnije nadvladati konkurente na dinamičkom tržištu?
- Kako može poduzeće razviti na postojećoj resursnoj osnovi kapitalne konkurentske prednosti?

---

<sup>12</sup>Ibid

<sup>13</sup>Ibid

- Kako premostiti jaz između vlastitih mogućnost, stvarnih performansi i aktivnosti konkurencije?
- Kako najuspješnije anulirati slabosti poduzeća i prijete okoline?
- Kako afirmirati intelektualni kapital kao ključni potencijal poduzeća razvojnoj strategiji?<sup>14</sup>.

Formirati razvojnu politiku nije jednostavno, no svakako je važno provesti svaku fazu. "Formiranje razvojne politike poduzeća uključuje:

- polazišta definiranja razvojne politike,
- izbor i određivanje razvojnih ciljeva u poduzeću,
- poslovno odlučivanje,
- organizaciju poduzeća,
- povezanost rasta i razvoj poduzeća,
- faktore razvoja poduzeća,
- faze razvoja poduzeća.
- formiranje proizvodno-uslužnog programa,
- definiranje optimalne tehnologije i kapaciteta.
- životni ciklus proizvoda<sup>15</sup>.

Vrlo je važno misliti i na lokalno stanovništvo, njihove potrebe, kao i uključivanje u turizam. Kako navodi Gržinić (2014) "razlozi zbog kojeg ekonomije teže razvoju turističkog gospodarstva su sljedeći:

- kreiranje novih industrija i aktivnosti,
- utjecaj na zaposlenost,
- porast urbanizacije,
- povećane zarade država u bilanci plaćanja te ubrzanje razvoja nacionalnih ekonomija,
- redistribucija moći pomoću redistribucije kapitala razvijenih i nerazvijenih zemalja,
- multiplikativni efekti turizma<sup>16</sup>.

---

<sup>14</sup> Stipanović, C. (2006): Konceptija i strategija razvoja u turizmu – Sustav i poslovna politika, Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, str. 25

<sup>15</sup>Ibid, str. 53

<sup>16</sup> Gržinić (2014), op. cit., str. 25

Cilj je osigurati generiranje putovanja čimbenicima ekonomije te razviti turizam s ciljem maksimiziranja zadovoljstva posjetitelja. Pored toga, cilj je maksimizirati profite poduzeća koji nude dobra i usluge posjetiteljima, kao i direktne i indirektne koristi za zajednicu i/ili regiju. Uz to, cilj je razviti standarde usluživanja i prepoznatljivost. U konačnici, potrebno je izmjeriti učinke koji se postižu turističkim razvojem i samo je na toj razini moguće govoriti o stvarnoj uspješnosti, odnosno neuspješnosti razvoja turizma<sup>17</sup>.

#### **2.4. Održivi turizam**

Razvoj tehnologije i globalizacije utjecao je na turistička kretanja. Suvremeni turist zahtijeva maksimalnu pažnju i kvalitetu pružene turističke usluge, a s obzirom na sve veću informiranost, i njegovi zahtjevi danas rastu. Turistička su putovanja cjenovno konkurentna, a za suvremenog turista doživljaji s putovanja moraju biti intenzivniji. Uz to, turizam se razvija u smjeru skraćivanja putovanja, češćim putovanjima, prema vlastitim interesima turista te njihovim iskustvima. Analizirajući članke o trendovima u turizmu, može se primijetiti kako se ističe važnost održivog turizma. Turizam i održivi razvoj međusobno su povezani i zavisni, jer za turizam održivost resursa predstavlja temelj razvoja. Jedan od najvažnijih preduvjeta za dugoročan i održiv razvoj turizma je kvalitetno i odgovorno planiranje prostora afirmirajući lokalne kulturne vrijednosti. Nužno je poticati održivost u turizmu jer upravo o tome ovisi kako će se turizam razvijati i hoće li biti moguć u budućnosti. Turizam treba razvijati, međutim treba poštivati lokalne zajednice i pozvati ih na suradnju.

“Turizam, koji želi biti održiv i uspješan na dugi rok mora u svom planiranju i razvoju uvažavati osnovne postulate održivog razvoja i odgovornog turizma, pri čemu vrlo često može doći do konflikta između ekonomske i društvene perspektive razvoja turizma (npr. povećanje broja turista, noćenja, prihoda, kapaciteta, zaposlenosti, uključenosti lokalnog stanovništva) i razvoja turizma iz perspektive okoliša (npr. zaštita prirodnih, kulturnih, povijesnih i dr. resursa)”<sup>18</sup>.

---

<sup>17</sup>Ibid, str. 24-25

<sup>18</sup> Bučar, K., Škorić, S. i Prebežac, D. (2010): Pravila ponašanja u turizmu i njihov utjecaj na održivi turizam, Acta turistica, 22 (2), str. 222, Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/70627>, Pristupljeno: 20. srpnja 2020.

“Odgovornost turizma prema održivosti, temelji se na određenim načelima:

- osjetljivost na socijalne, kulturne, moralne i druge koristi za lokalno društvo,
- postojanost turističkih resursa da osiguraju normalni razvoj turizma u dugoročnom razdoblju respektiranje svih vrsta i oblika potreba turista kao i lokalnog stanovništva,
- optimalizacija gospodarskih učinaka za receptivnu zemlju, uz minimalnu kulturnu ili ekološku štetu,
- zadovoljavajući odnos između lokalnog stanovništva i njegove ukupne okoline,
- posebna pozornost prema opterećenju područja ili lokacije,
- osiguranje što većeg sudjelovanja dobrovoljnosti i neprofitnog sektora u turizmu, ali ne zanemarujući odgovarajući gospodarski interes,
- briga o obrazovanju, stručnoj izobrazbi, informaciji, stručnoj izobrazbi, informaciji svih subjekata koji djeluju u turizmu<sup>19</sup>.

Istraživanje pravila ponašanja u turizmu postaje vrlo aktualan istraživački problem. U nastavku slijedi tablični prikaz o odgovornom ponašanju sudionika u turizmu (Tablica 1).

**Tablica 1. Ključni elementi pravila ponašanja u turizmu**

VRSTA PRAVILA	AUTORI INICIJATIVE	NAMJENA INICIJATIVE	PORUKA INICIJATIVE
Pravila ponašanja za turiste	Najčešće nevladine organizacije i pojedinci, ali i vladina tijela, kao Ministarstvo okoliša	Domaćim i međunarodnim turistima, naročito onim koji posjećuju zemlje u razvoju	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minimiziranje negativnih ekoloških i socio-kulturnih učinaka pri posjetu destinaciji</li> <li>• Maksimiziranje ekonomskih koristi lokalnoj zajednici</li> <li>• Omogućivanje više jednakosti u odnosu između posjetitelja i domaćina</li> <li>• Promoviranje odgovornih i održivih</li> </ul>

<sup>19</sup>Vukonić, B. i Keča, K. (2001): Turizam i razvoj: pojam, načela, postupci, Zagreb: Mikrorad, str. 194



			oblika turizma
Pravila ponašanja za industriju	Najčešće međunarodna tijela kao što su UNWTO i IATA; vladine organizacije, rjeđe nevladina tijela i pojedinci; iznimno i turistička poduzeća (primjerice hotelske grupacije)	Turizmu općenito, ali i pojedinim sektorima, primjerice hotelijerstvu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primjereno stručno usavršavanje/ edukacija za zaposlenike u industriji</li> <li>• Odgovoran marketing</li> <li>• Razvoj svijesti o učincima turizma na okoliš i sociokulturno okruženje</li> <li>• Promoviranje odgovornih i održivih oblika turizma</li> <li>• Promoviranje recikliranja</li> </ul>
Pravila ponašanja za stanovništvo	Najčešće nevladine organizacije i pojedinci; neke lokalne zajednice te razvijene i zemlje u razvoju; manji broj vlada	Uglavnom lokalnim zajednicama naročito u zemljama u razvoju	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informacije i savjeti o turistima koji posjećuju destinaciju</li> <li>• Minimiziranje ekoloških i socio-kulturnih posljedica turizma</li> <li>• Maksimiziranje ekonomskih koristi lokalnoj zajednici</li> <li>• Omogućavanje više jednakosti u odnosu između posjetitelja i domaćina</li> <li>• Zastupati ponudu oblika turizma koji omogućavaju više demokracije i sudjelovanja u razvoju</li> </ul>

Izvori: Bučar, K., Škorić, S. i Prebežac, D. (2010): Pravila ponašanja u turizmu i njihov utjecaj na održivi turizam, Acta turistica, 22 (2), str. 234, Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/70627>, Pristupljeno: 20. srpnja 2020.

Iz dana u dan povećava se broj turista koji prije putovanja žele biti upoznati s utjecajima turizma na destinaciju i sve je veći broj onih koji su svjesni negativnih posljedica vlastitih turističkih aktivnosti u destinaciji. U budućnosti, potrebno je dodatno raditi na promoviranju odgovornog ponašanja u turizmu. Ne smije se zaboraviti na lokalne zajednice i njihovu ulogu u turizmu. Ako se turisti ponašaju odgovorno, lokalnim zajednicama život na određenom području bit će puno ugodniji i lakši, a turizam svakako održiviji.

## 2.5. Stanje turizma RH

Republika Hrvatska svake godine broji sve veću posjećenost. U nastavku slijedi tablični prikaz dolazaka i noćenja turista u Republiku Hrvatsku u 2018. i 2019. godini (Tablica 2).

**Tablica 2. Dolasci i noćenja turista u RH, 2018. i 2019.**

	DOLASCI			NOĆENJA				
	2018.	2019.	Indeks 2019./ 2018.	2018.	2019.	Indeks 2019./ 2018.	Struktura noćenja (%)	Prosječan broj noćenja po dolasku
<b>Domaći turisti</b>	2.021.709	2.212.658	109,4	6.476.646	7.095.300	109,6	7,8	3,2
<b>Strani turisti</b>	16.644.871	17.353.488	104,3	83.175.143	84.147.631	101,2	92,2	4,8
<b>Ukupno</b>	18.666.580	19.566.146	104,8	89.651.789	91.242.931	101,8	100,0	4,7

Izvor: Državni zavod za statistiku.hr, Dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2019/04-03-02\\_01\\_2019.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-02_01_2019.htm), Pristupljeno: 25. srpnja 2020.

“U 2019. godini u komercijalnim smještajnim objektima ostvareno je 19,6 milijuna dolazaka i 91,2 milijuna noćenja turista. U odnosu na 2018., ostvaren je porast dolazaka turista za 4,8% te porast noćenja za 1,8%. Domaći turisti ostvarili su 2,2 milijuna dolazaka i 7,1 milijun noćenja, što je porast dolazaka za 9,4% i porast noćenja za 9,6 u odnosu na 2018. Strani turisti ostvarili su 17,4 milijuna dolazaka i 84,1 milijun noćenja, što je 4,3% više dolazaka i 1,2% više noćenja u odnosu na

2018.”<sup>20</sup>. U nastavku slijedi tablični prikaz dolazaka u Republiku Hrvatsku prema načinu dolaska turista u 2018. i 2019. godini (Tablica 3).

**Tablica 3. Dolasci u RH prema načinu dolaska turista, 2019. i usporedba s 2018.**

	INDIVIDUALNO			ORGANIZIRANO		
	Dolasci			Dolasci		
	2018.	2019.	Indeks 2019./18.	2018.	2019.	Indeks 2019./18.
<b>Domaći turisti</b>	1.360.166	1.488.776	109,5	661.543	723.882	109,4
<b>Strani turisti</b>	10.383.801	10.912.099	105,1	6.261.070	6.441.389	102,9
<b>Ukupno</b>	11.743.967	12.400.875	105,6	6.922.613	7.165.271	103,5

Izvor: Državni zavod za statistiku.hr, Dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2019/04-03-02\\_01\\_2019.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-02_01_2019.htm), Pristupljeno: 25. srpnja 2020.

“Najviše dolazaka i noćenja stranih turista u 2019. ostvarili su turisti iz Njemačke, i to 2,9 milijuna dolazaka i 19,9 milijuna noćenja. Slijede noćenja turista iz Slovenije (8,9%), Austrije (8,4%), Poljske (7,0%), Italije (6,1%), Češke (5,9%) te Ujedinjene Kraljevine (5,1%). Najviše noćenja njemački turisti ostvarili su u Istarskoj županiji, i to 8,6 milijuna, što je 43,0% od ukupno ostvarenih noćenja njemačkih turista u Hrvatskoj u 2019. te u Primorsko-goranskoj županiji, u kojoj su ostvarili 4,5 milijuna noćenja, što je 22,5% od ukupno ostvarenih noćenja njemačkih turista u Hrvatskoj u 2019.”<sup>21</sup>.

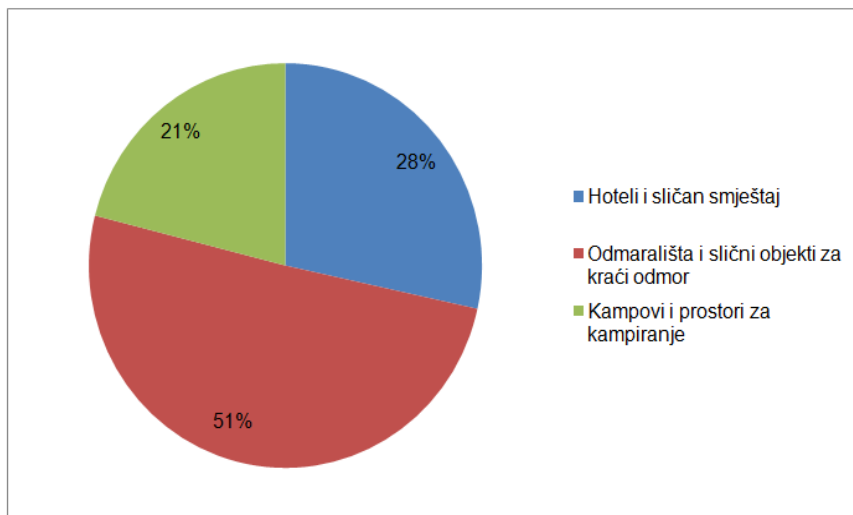
Prema vrsti smještaja, “u 2019. najviše noćenja turista ostvareno je u skupini Odmarališta i slični objekti za kraći odmor, i to 46,1 milijun noćenja, što je 50,5% od ukupno ostvarenih noćenja. U odnosu na 2018., ta vrsta smještaja ostvarila je porast dolazaka za 5,4% i porast noćenja za 2,6%. Slijede noćenja ostvarena u skupini Hoteli i sličan smještaj, i to 25,9 milijuna noćenja, što je 28,4% od ukupno ostvarenih noćenja. U odnosu na 2018., u ovoj vrsti smještaja ostvareno je 5,8% više dolazaka i 2,2% više noćenja turista. Skupina Kampovi i prostori za kampiranje ostvarila je 19,2 milijuna noćenja, što je 21,0% od ukupno ostvarenih noćenja turista u 2019. U 2019.

<sup>20</sup> Državni zavod za statistiku.hr, Dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2019/04-03-02\\_01\\_2019.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-02_01_2019.htm), Pristupljeno: 25. srpnja 2020.

<sup>21</sup>Ibid

skupina Kampovi i prostor za kampiranje ostvarila je blagi porast dolazaka od 0,8%, ali i blagi pad noćenja od 0,5%”<sup>22</sup> (Grafikon 1).

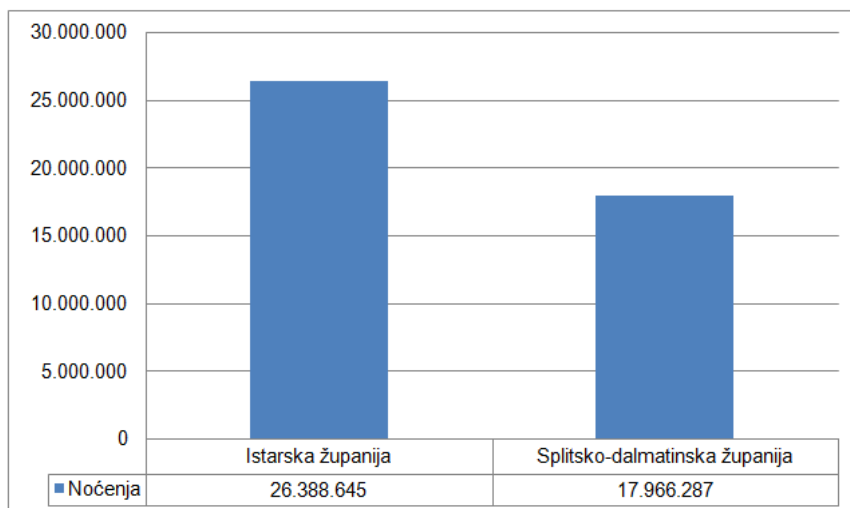
**Grafikon 1. Noćenja u RH prema vrsti smještaja, 2019. (u %)**



Izvor: Državni zavod za statistiku.hr, Dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2019/04-03-02\\_01\\_2019.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-02_01_2019.htm), Pristupljeno: 25. srpnja 2020.

Najposjećenije županije Republike Hrvatske su tradicionalno Istarska županija i Splitsko-dalmatinska županija (Grafikon 2).

**Grafikon 2. Županije prema najvećem broju ostvarenih noćenja u RH, 2019.**



Izvor: Državni zavod za statistiku.hr, Dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2019/04-03-02\\_01\\_2019.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-02_01_2019.htm), Pristupljeno: 25. srpnja 2020.

<sup>22</sup>Ibid

“Istarska županija ostvarila je najviše dolazaka i noćenja turista u 2019., i to 4,5 milijuna dolazaka i 26,4 milijuna noćenja, što je 22,9% od ukupno ostvarenih dolazaka i 28,9% od ukupno ostvarenih noćenja”<sup>23</sup>. U nastavku slijedi tablični prikaz dolazaka i noćenja turista u Istarsku županiju (Tablica 4).

**Tablica 4. Dolasci i noćenja turista u Istarsku županiju, 2018. i 2019.**

Destinacija	Dolasci i noćenja	Ukupno	Domaći	Strani	Indeksi 2019./2018.		
					Ukupno	Domaći	Strani
Istarska županija	dolasci	4.481.698	303.954	4.177.744	103,4	113,6	102,8
	noćenja	26.388.645	934.792	25.453.853	100,8	112,0	100,4
Gradovi							
Buje	dolasci	45.055	2.868	42.187	106,3	134,3	104,8
	noćenja	210.860	6.101	204.759	104,1	128,1	103,5
Buzet	dolasci	17.834	3.077	14.757	100,8	109,5	99,2
	noćenja	59.047	6.761	52.286	103,9	109,1	103,2
Labin	dolasci	243.456	15.484	227.972	101,5	115,9	100,6
	noćenja	1.407.678	45.485	1.362.193	99,4	122,5	98,8
Novigrad	dolasci	219.315	8.450	210.865	102,8	111,4	102,4
	noćenja	1.153.550	26.537	1.127.013	102,5	112,6	102,3
Pazin	dolasci	11.736	3.471	8.265	109,5	111,4	108,8
	noćenja	61.284	7.911	53.373	98,9	113,3	97,1
Poreč	dolasci	570.970	44.926	526.044	103,6	111,4	103,0
	noćenja	3.188.578	123.794	3.064.784	101,9	114,7	101,4
Pula	dolasci	439.541	47.557	391.984	106,2	116,0	105,2
	noćenja	2.067.041	124.563	1.942.478	103,4	113,2	102,9
Rovinj	dolasci	711.061	64.731	646.330	102,6	112,1	101,7
	noćenja	3.873.649	177.829	3.695.820	99,2	109,7	98,7
Umag	dolasci	488.851	27.206	461.645	104,1	105,6	104,1
	noćenja	2.414.810	83.897	2.330.913	100,9	104,0	100,8
Vodnjan	dolasci	45.021	2.547	42.474	105,6	97,0	106,2
	noćenja	312.309	10.163	302.146	103,9	96,6	104,2

Izvor: Državni zavod za statistiku.hr, Dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2019/04-03-02\\_01\\_2019.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-02_01_2019.htm), Pristupljeno: 25. srpnja 2020.

<sup>23</sup>Ibid

Nakon Istarske, slijedi "Splitsko-dalmatinska županija s ostvarenih 3,7 milijuna dolazaka i 18,0 milijuna noćenja turista, što je 18,7% od ukupno ostvarenih dolazaka i 19,7% od ukupno ostvarenih noćenja"<sup>24</sup>. U nastavku slijedi tablični prikaz dolazaka i noćenja turista u Splitsko-dalmatinsku županiju (Tablica 5).

**Tablica 5. Dolasci i noćenja turista u Splitsko-dalmatinsku županiju, 2018. i 2019.**

Destinacija	Dolasci i noćenja	Ukupno	Domaći	Strani	Indeksi 2019./2018.		
					Ukupno	Domaći	Strani
Splitsko-dalmatinska županija	dolasci	3.657.001	292.999	3.364.002	105,3	110,4	104,8
	noćenja	17.966.287	1.074.280	16.892.007	102,3	110,4	101,8
Gradovi							
Hvar	dolasci	208.584	8.952	199.632	101,9	91,7	102,4
	noćenja	709.187	31.343	677.844	98,2	98,1	98,3
Imotski	dolasci	4.882	1.601	3.281	115,5	98,0	126,5
	noćenja	27.933	2.722	25.211	129,7	86,5	137,1
Kaštela	dolasci	114.990	9.893	105.097	114,4	108,7	114,9
	noćenja	623.708	34.922	588.786	108,9	107,1	109,0
Komiža	dolasci	18.928	6.492	12.436	99,9	106,2	96,9
	noćenja	107.440	33.250	74.190	100,9	111,9	96,7
Makarska	dolasci	274.181	20.436	253.745	108,9	116,3	108,4
	noćenja	1.554.458	82.886	1.471.572	103,4	114,6	102,9
Omiš	dolasci	154.175	7.847	146.328	96,8	102,2	96,5
	noćenja	963.976	31.435	932.541	97,6	101,8	97,4
Sinj	dolasci	11.620	4.775	6.845	88,6	113,2	76,9
	noćenja	23.176	8.429	14.747	102,9	112,7	98,0
Solin	dolasci	41.322	4.772	36.550	129,0	118,9	130,4
	noćenja	100.804	8.780	92.024	117,3	100,1	119,3
Split	dolasci	941.185	75.834	865.351	109,5	107,4	109,7

<sup>24</sup>Ibid

	noćenja	2.734.632	160.592	2.574.040	109,6	108,1	109,7
Stari Grad	dolasci	34.933	5.521	29.412	94,7	98,6	94,1
	noćenja	217.017	33.052	183.965	96,2	93,2	96,7
Supetar	dolasci	81.388	8.845	72.543	96,2	110,1	94,8
	noćenja	546.129	39.491	506.638	94,2	108,4	93,2
Trilj	dolasci	5.318	942	4.376	92,1	98,0	90,9
	noćenja	21.649	2.782	18.867	94,6	78,6	97,6
Trogir	dolasci	147.012	6.784	140.228	99,9	109,8	99,5
	noćenja	591.466	26.645	564.821	102,4	115,0	101,9
Vis	dolasci	32.613	8.038	24.575	104,2	108,6	102,9
	noćenja	175.211	40.096	135.115	101,7	109,6	99,6
Vrgorac	dolasci	1.756	279	1.477	93,4	103,7	91,6
	noćenja	9.120	420	8.700	118,2	107,1	118,8
Vrlika	dolasci	830	192	638	122,6	142,2	117,7
	noćenja	2.377	460	1.917	90,2	119,5	85,2

Izvor: Državni zavod za statistiku.hr, Dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2019/04-03-02\\_01\\_2019.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-02_01_2019.htm), Pristupljeno: 25. srpnja 2020.

Unatoč pozitivnim brojkama, ono što je jedan od većih problema, pored problema sezonalnosti u Hrvatskoj jest taj što većina hrvatskih turističkih destinacija nema strateške planove. Takvi planovi predstavljaju osnovu daljnjeg razvoja i napretka. Nužno je da svaka turistička destinacija pristupi izradi takvog plana, jer on omogućuje sustavni pristup i pruža osnovu za repozicioniranje destinacije na turističkom tržištu.

### 3. LOKALNE ZAJEDNICE NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU

#### 3.1. Definiranje lokalne zajednice

U publikaciji Svjetske turističke organizacije (UNWTO) *“Učiniti turizam održivijim”* opisano je dvanaest ciljeva održivog turizma, a oni su:

1. “Ekonomska održivost: Osiguravanje održivosti i konkurentnost turističkih destinacija i poduzeća kako bi bila u stanju dugotrajno napredovati i osiguravati korist.
2. Boljitak lokalne zajednice: Maksimiziranje doprinosa turizma gospodarskom napretku destinacije uključujući lokalno zadržavanje udio potrošnje posjetitelja.
3. Kvaliteta radnih mjesta: Poboljšanje količine i kvalitete lokalnih poslova stvorenih radi turizma i koje turizam održava, uključujući razinu plaće, uvjete rada i dostupnost svima bez diskriminacije na temelju spola, rase, invaliditeta ili bilo koje druge osnove.
4. Društvena pravednost: Težnja uspostavljanju opsežne i pravedne raspodjele gospodarskih i društvenih koristi ostvarenih turizmom u čitavoj destinaciji, uključujući povećanje prilika, prihoda i usluga dostupnih siromašnima.
5. Zadovoljstvo posjetitelja: Osigurati sigurno, zadovoljavajuće i ispunjavajuće iskustvo posjetiteljima, dostupno svima bez diskriminacije vezano uz spol, rasu, invaliditet ili bilo koju drugu osnovu.
6. Lokalno upravljanje: Davanje prava glasa lokalnim zajednicama i njihovo uključivanje u planiranje i donošenje odluka o upravljanju i budućem razvoju turizma u njihovome području u suradnji s ostalim dionicima.
7. Blagostanje zajednice: Održavanje i poboljšanje kvalitete života lokalnih zajednica, uključujući društvene strukture i pristup resursima, pogodnostima i sustavima održavanja života, a izbjegavajući bilo koji oblik društvene degradacije ili iskorištavanja.
8. Kulturno bogatstvo: Poštivanje i poboljšavanje povijesnog nasljedstva, autentične kulture, tradicija i osebnosti destinacija.
9. Fizički integritet: Održavanje i poboljšanje kvalitete krajobraza, kako urbanog tako i ruralnog, i izbjegavanje fizičke i vizualne degradacije okoliša.
10. Biološka raznolikost: Podržavanje očuvanja prirodnih područja i staništa te biljnoga i životinjskog svijeta i minimiziranje njihovog oštećivanja.



11. Učinkovito korištenje resursa: Minimiziranje korištenja rijetkih i neobnovljivih izvora u razvoju i radu turističkih objekata i usluga.
12. Čistoća okoliša: Svođenje na najmanju razinu zagađenje zraka, vode i zemlje te stvaranje otpada koje uzrokuju turistička poduzeća i posjetitelji”<sup>25</sup>.

Dva od navedenih ciljeva odnose se na lokalne zajednice, što govori o važnosti lokalnih zajednica za održivi razvoj. Druga točka odnosi se na boljitak lokalne zajednice, a želi se ostvariti maksimiziranjem doprinosa turizma gospodarskom napretku destinacije uključujući lokalno zadržavan udio potrošnje posjetitelja. Uz to, sedma točka odnosi se na blagostanje zajednice. To se namjerava postići održavanjem i poboljšanjem kvalitete života lokalnih zajednica, uključujući društvene strukture i pristup resursima, pogodnostima i sustavima održavanja života, a izbjegavajući bilo koji oblik društvene degradacije ili iskorištavanja.

Lokalna zajednica može se definirati kao živi organizam koju čini skupina ljudi koji dijele zajedničke karakteristike u određenom prirodnom kontekstu. Sve se više nameće važnost lokalne zajednice u turizmu, što je prema mišljenju autorice svakako poželjno.

Važno je za istaknuti kako održivi turizam može značajno djelovati na razvoj lokalnih zajednica. Posebno se to izražava u ekonomskom, društveno-kulturnom i ekološkom blagostanju. 1997. godine John Elkington istaknuo je tzv. “triple bottom line” (TBL), što označava tri temeljne varijable u strategiji upravljanja poduzećem, sustavom ili lokalnom zajednicom. To su:

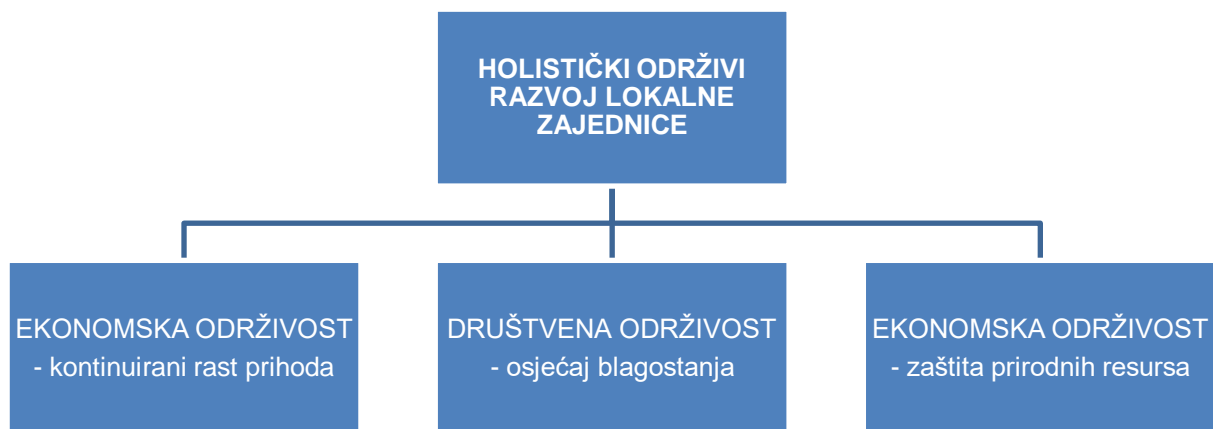
- društvena održivost ljudskog boravišta,
- ekološka održivost prirodnog okruženja te
- ekonomska održivost gospodarskog sustava lokalne zajednice.

U nastavku slijedi slikovni prikaz TBL-a u kontekstu održivog razvoja turizma lokalne zajednice (Slika 3).

---

<sup>25</sup> Održivi turizam.hr, Dostupno na: <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=4534>, Pristupljeno: 25. srpnja 2020.

**Slika 3. TBL u kontekstu održivog razvoja turizma lokalne zajednice**



Izvor: obrada autorice

Planiranje održivog razvoja u lokalnoj zajednici nemoguće je bez aktivnog angažmana što većeg broja mještana. Uz to, treba svakako istaknuti društveno odgovorno ponašanje koje je usko vezano uz lokalne zajednice i održivi razvoj. Kroz društveno odgovorno ponašanje temeljnih dionika lokalne zajednice i ekonomskih, društvenih i javnih sudioničara, moguće je pokrenuti proces zaokretanja prema održivom razvoju lokalne zajednice. U suprotnom, to je nemoguće. Više je aspekata razvoja lokalne zajednice. U nastavku se razmatraju:

- ekonomski,
- društveni,
- kulturološki i
- ekološki aspekti.

### 3.2. Održivost razvojnih opcija lokalne zajednice

Aktivnosti na poboljšanju svih oblika suradnje među lokalnom zajednicom zahtijevaju prihvaćanje brojnih uvjeta koji oblikuju interakciju članova. Među uvjetima koji su nužni za osiguranje suradnje mogu se izdvojiti neki temeljni kao što su:

- “suradnja zahtijeva priznanje intersektoralne međuovisnosti unutar lokalne zajednice, a posebno u dijelu strateških planiranja i upravljanja razvojnim procesima,
- suradnja zahtijeva prihvaćanje ideje o socioekonomskoj dobiti za sve pojedince, kao i za sve gospodarske subjekte i javne institucije koje djeluju unutar lokalne zajednice,
- suradnja zahtijeva nepristrano prihvaćanje zajedničkih donesenih odluka o aktivnostima i ciljevima usmjerenih prema razvoju lokalne zajednice,
- suradnja zahtijeva da se svi ključni i temeljni dionici unutar određene lokalne zajednice na jednakovrijedan način uključe u procese strateškog planiranja i provedbe razvojnih planova, ciljeva i aktivnosti,
- suradnju je moguće realizirati ukoliko sve interesne skupine prihvate zajedničkog medijatora koji će osigurati protok informacija i zadovoljavajuću interakciju između suprotstavljenih interesnih skupina i gospodarskih konkurenata unutar određene lokalne zajednice,
- suradnja zahtijeva kreiranje prihvatljive razvojne vizije lokalne zajednice temeljene na održivom razvoju turizma i komplementarnih gospodarskih grana, uz jasno definirane kratkoročne i dugoročne strategije. Isto tako je važno ustanoviti sustavnu i kontinuiranu kontrolu i evaluaciju svih agenata i svih aktivnosti dionika uključenih u procese promjena na prostoru lokalne zajednice”<sup>26</sup>.

Kako je prethodno navedeno, više je aspekata razvoja lokalne zajednice. U nastavku se analiziraju ekonomski, društveni, kulturološki i ekološki aspekti.

---

<sup>26</sup>Theobald, W. F. (2005): Global Tourism, 3rdedit., Burlington: Elsevier, str. 65

### 3.2.1. Ključni ekonomski aspekti razvoja lokalne zajednice

Kada se govori o temeljnim sastavnicama društveno-kulturnih struktura koje se nalaze u biti razvoja lokalne zajednice, tada se najčešće misli na sljedeće vrijednosti:

- obiteljskim odnosima,
- odnosima među članovima referentne grupe i šire,
- odnosima na radnom mjestu,
- zdravlju,
- individualnim slobodama te
- osobnim vrijednostima<sup>27</sup>.

Ključni ekonomski aspekti razvoja lokalne zajednice uz gore navedene vrijednosti, trebaju pomoći u definiranju ključnih strategija i razvojnih politika lokalne zajednice. Kod analize ekonomskih aspekata razvoja lokalne zajednice najčešće se govori o potrebi sinergijskog učinka:

- "akumulacije kapitala,
- porasta obrazovane i vješte radne snage,
- tehnoloških inovacija s ciljem bržeg i jednostavnijeg postizanja zadanih ekonomskih ciljeva u određenom vremenskom kontekstu"<sup>28</sup>.

Temeljne ekonomske sastavnice koje oblikuju turističku potražnju su:

- "prihodi,
- raspoloživo vrijeme za dokolicu i
- cijene"<sup>29</sup>.

Veliki je problem turističko omasovljenje. Ukoliko se sa znanstvenog polja ne analiziraju i racionalno obrazlože negativni ishodi koje sa sobom može donijeti turističko omasovljenje, posebno na lokalnoj i regionalnoj razini, upitna je budućnost lokalne zajednice.

---

<sup>27</sup>Barnett, T. (2005): *Sociology and Development*, London: Hutchinson Education

<sup>28</sup>Sharpley, R. (2002): *Tourism and Development*, Clevedon: Channel View Publishing

<sup>29</sup>Vanhove, N. (2011): *The Economics of Tourism Destinations*, 2nd edit., London: Elsevier, str. 51

### 3.2.2. Ključni društveni aspekti razvoja lokalne zajednice

Jačanje društvenih aspekata lokalne zajednice vodi prema odklonu od globalnog masovnog turizma, a ujedno omogućava upravo onakav održivi turistički sustav koji najbolje odgovara lokalnoj zajednici koja se predstavlja kao specifična turistička destinacija. Jedan od najvažnijih društvenih aspekata razvoja određene lokalne zajednice je „zdravstveni aspekt“.

Gospodarske prilike i ekonomska snaga lokalne zajednice, kao i političke prilike koje vladaju, u značajnoj mjeri uvjetuju na koji način će se pristupiti strategiji razvoja ovog važnog društvenog aspekta razvoja lokalne zajednice. Ne manje važan društveni aspekt koji determinira razvoj određene lokalne zajednice moguće je naći u političkom sustavu i političkoj atmosferi koja vlada unutar lokalne ili regionalne zajednice. Još jedan ključni društveni aspekt razvoja lokalne zajednice koje se može navesti je odgojni aspekt.

### 3.2.3. Ključni kulturološki aspekti razvoja lokalne zajednice

Osnovna obilježja kulturnih turista mogu se najčešće opisati kao:

- “tržište „preko 50“,
- društveni segment koji pripada trećoj i četvrtoj životnoj dobi,
- bolje obrazovani društveni slojevi,
- viši društveni status, društvene i profesionalne uloge,
- žene predstavljaju značajniji dio ovog tržišta,
- veća potrošačka moć,
- aktivniji i angažiraniji turisti,
- borave duže u turističkim odredištima,
- kako raste razina obrazovanja, tako raste i motivacija za kulturnim turizmom”<sup>30</sup>.

Kultura je ono po čemu se razlikuje zajednica od zajednice, grad od grada, država od države. Kulturni identitet svakog mjesta, grada, a u konačnici i države treba njegovati i ne zapostavljati.

---

<sup>30</sup> Smith, M. K. (2003): *Issues in Cultural Tourism Studies*, London: Routledge

Indikatori ekonomskih i sociokulturnih promjena unutar određene lokalne zajednice pod utjecajem turističkih kretanja trebali bi se kontinuirano mjeriti tijekom dužeg vremenskog razdoblja za uspješno provođenje strategije održivog razvoja turizma u kontekstu lokalne zajednice. Bez turista, jednostavno nije moguće planirati održivi razvoj lokalne zajednice temeljene na turizmu. Oni su temelj bilo kojeg procesa analize ovog globalnog fenomena.

#### 3.2.4. Ključni ekološki aspekti razvoja lokalne zajednice

„Da bi se ostvario održivi razvoj, potrebna je visoka razina međunarodne suradnje. To se osobito očituje u sklapanju i provedbi međunarodnih sporazuma o zaštiti zajedničkih dobara, kakva je atmosfera i sl. Krećući se tim smjerom razvoja, politika zaštite okoliša poprima sve više globalne naznake jer se sve više globaliziraju mjere i postupci zaštite i ekološki standardi“<sup>31</sup>. Ciljevi politike zaštite okoliša su mnogobrojni, a mogu se podijeliti na dugoročne i kratkoročne. Što se tiče dugoročnih ciljeva, oni definiraju ukupni gospodarski i društveni razvoj, dok kratkoročni štite najugroženije ekosustave jer djelovanje kratkoročnih ciljeva sprječava daljnje onečišćenje okoliša. Ciljevi zaštite okoliša u ostvarivanju uvjeta za održivi razvitak jesu:

- zaštita života i zdravlja ljudi,
- zaštita biljnog i životinjskog svijeta, georaznolikosti, bioraznolikosti i krajobrazne raznolikosti te očuvanje ekološke stabilnosti,
- zaštita i poboljšanje kakvoće pojedinih sastavnica okoliša,
- zaštita ozonskog omotača i ublažavanje klimatskih promjena,
- zaštita i obnavljanje kulturnih i estetskih vrijednosti krajobraza,
- sprječavanje velikih nesreća koje uključuju opasne tvari,
- sprječavanje i smanjenje onečišćenja okoliša,
- trajna uporaba prirodnih dobara,
- racionalno korištenje energije i poticanje uporabe obnovljivih izvora energije,
- uklanjanje posljedica onečišćenja okoliša,
- poboljšanje narušene prirodne ravnoteže i ponovno uspostavljanje njezinih regeneracijskih sposobnosti,
- ostvarenje održive proizvodnje i potrošnje,

---

<sup>31</sup>Črnjar, M. (2005): Ekonomika i politika zaštite okoliša, Zagreb, str. 227

- napuštanje i nadomještanje uporabe opasnih i štetnih tvari,
- održivo korištenje prirodnih dobara,
- osiguranje i razvoj dugoročne održivosti,
- unaprjeđenje stanja okoliša i osiguravanje zdravog okoliša<sup>32</sup>.

Zaštita okoliša temelji se na poštivanju načela zaštite okoliša i međunarodnih prava zaštite okoliša te uvažavanjem znanstvenih spoznaja. Za uspješno vođenje politike zaštite okoliša, potrebno je primjenjivati načela vođenja politike.

Načela se dijele na 11 skupina, a ona su:

1. Načelo održivog razvitka,
2. Načelo predostrožnosti,
3. Načelo očuvanja vrijednosti prirodnih dobara, bioraznolikosti i krajobraza,
4. Načelo zamjene i/ili nadomještaja,
5. Načelo otklanjanja i sanacije štete u okolišu na izvoru nastanka,
6. Načelo cjelovitog pristupa,
7. Načelo suradnje,
8. Načelo uzročnosti „onečišćivač plaća“,
9. Načelo pristupa informacijama i sudjelovanja javnosti,
10. Načelo poticanja te
11. Načelo prava na pristup pravosuđu<sup>33</sup>.

### **3.3. Poteškoće u razvoju turizma u lokalnoj zajednici**

Tafra-Vlahović (2009) nabraja sljedeća ograničenja vezana za ekonomske, ali i društvene politike, ujedno ističući da se “indikatori temeljeni na isključivo ekonomskim rezultatima danas više ne smatraju dovoljnima za određenje zadovoljavajućeg stupnja blagostanja lokalne zajednice, kvalitete društvenog života ili održivosti ekološkog sustava:

- niska svijest i nedovoljna obrazovanost o vezama ekonomije i održivog razvoja,
- pogreške u politici upravljanja,

<sup>32</sup> Zakon o zaštiti okoliša, NN 80/13, 153/13, 78/15, 12/18, 118/18, Dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/194/Zakon-o-za%C5%A1titi-okoli%C5%A1a>, Pristupljeno: 30. srpnja 2020.

<sup>33</sup>Ibid

- kratkoročnost pod pritiscima financijskog tržišta koja zamjenjuju strateško dugoročno razmišljanje,
- nepoštena podjela; ekonomija stvara i podupire nejednakost u mogućnostima, moći, bogatstvu i blagostanju,
- ljudske slabosti, prije svega sebičnost i pohlepa,
- troškovna eksternalizacija zbog koje se u cijenama ne očituju troškovi čuvanja prirode i ljudi<sup>34</sup>.

Ono što autorica smatra jednom od većih poteškoća, pored neobrazovanja i financijskih poteškoća jest ljudska sebičnost i pohlepa. Suradnja je u turizmu neophodna ukoliko se želi doista pomoći lokalnoj zajednici. Nažalost, kao što to bude slučaj i u poduzećima, pojedinci stavljaju svoje interese prije interesa zajednice, što dugoročno dovodi do neuspjeha.

### **3.4. Osposobljavanje lokalne zajednice za razvoj turizma**

Turistički razvoj unutar konteksta lokalne zajednice omogućava jačanje moći lokalne zajednice. O tipovima jačanja lokalne zajednice pod utjecajem turizma, Scheyvens (1999.) navodi sljedeće:

1. “Ekonomsko jačanje – turizam donosi dugoročnu financijsku korist lokalnoj zajednici. Novac zarađen kroz turizam lokalne zajednice se distribuira unutar zajednice. Dolazi do vidljivih poboljšanja u infrastrukturi i lokalnim uslugama.
2. Psihološko jačanje – dolazi do porasta samopoštovanja radi međunarodnog priznanja jedinstvenosti i vrijednosti kulture lokalne zajednice, prirodnih resursa i tradicijskih znanja. Porast samopouzdanja u lokalnoj zajednici vodi prema traženju dodatnog obrazovanja i mogućnosti usavršavanja vještina.
3. Društveno jačanje – turizam održava i jača ujednačenost lokalne zajednice. Dolazi do poboljšanja jedinstvenosti među članovima lokalne zajednice jer individuumi i obitelji surađuju s ciljem razvoja uspješnog gospodarjenja u turizmu. Dio zarađenog novca se koristi za razvoj lokalne zajednice kao, na primjer, obrazovanje ili prometnu infrastrukturu.

---

<sup>34</sup>Tafra-Vlahović, M. (2009): Konceptualni okvir društveno odgovornog poslovanja, *MediAnali*, 3 (5), str. 181, Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/39297>, Pristupljeno: 31. srpnja 2020.



4. Političko jačanje – politička struktura lokalne zajednice osigurava predstavničko tijelo kroz koje mještani mogu postavljati pitanja i isticati zabrinutost vezane za inicijative u turizmu. Agencije koje iniciraju ili rade poslovne poduhvate u turizmu lokalne zajednice, traže mišljenje sudioničkih grupacija ili individuuma unutar lokalne zajednice i time im daju mogućnost da budu dionici tijela koje donose odluke”<sup>35</sup>.

Uključivanje lokalne zajednice u proces razvoja turizma stvaraju se uvjeti za poboljšanje kvalitete života za sve u zajednici, što se smatra temeljnim pokretačem aktivnog djelovanja lokalne zajednice u stvaranja turističkog sadržaja. Razvoj turizma, koji poštuje uključenost lokalne zajednice kao rezultat daje odluke koje vode ostvarenju zajedničkih ciljeva, dodatno, prati lakše ostvarivanje ciljeva.

Kao izazov ostvarenju razvoja turizma postavlja se pitanje osposobljenosti lokalne zajednice da doprinese razvoju turizma, gdje je ključni element u osnaživanju lokalne zajednice povezivanje i umrežavanje različitih aktivnosti, na dosljedan način, te osnivanje prikladnih institucionalnih struktura.

Petrić (2011) navodi sljedeće metode osposobljavanja:

- “edukaciju (informiranje i pomoć drugima u procesu učenja i korištenja informacija na kreativan način),
- vođenje (uključivanje dionika u proces donošenja odluka),
- mentoriranje (pomaganje i davanje podrške drugima kako bi postigli svoje ciljeve),
- osiguravanje resursa i sredstava,
- strukturiranje (promocija organizacijskih aranžmana koji omogućuju ili ograničavaju neke aktivnosti),
- aktualiziranje (gradi se na prethodnim metodama i pomaže pojedincu ili skupinama da provode odluke na najbolji mogući način)”<sup>36</sup>.

---

<sup>35</sup>Scheyvens, R. (1999): Ecotourism and the empowerment of local communities, Tourism Management, (20), pg. 245-249

<sup>36</sup> Petrić, L. (2011): Upravljanje turističkom destinacijom, Split: Ekonomski fakultet Split

Uključenost lokalne zajednice održiv je koncept, budući da se postiže komplementarnost interesa sektora turizma i lokalne zajednice, a kao rezultat navedenog dolazi do spremnosti na stvaranje doprinosa odnosno uključenosti lokalne zajednice.

## 4. KRITIČKI OSVRT

Iako je globalizacija puno više prisutna i vidljiva u području trgovine i industrije, prisutna je i na području turizma. Proces globalizacije utjecao je prije svega na ponašanje turista. Današnji turist, zahvaljujući tehnologiji, informiran je, ima visoka očekivanja, a i spreman je platiti više kako bi dobio ono što želi. Očekivanja i potrebe rastu, a na dionicima turističkog tržišta je da to i ostvare. Jednako kako rastu očekivanja i potrebe, povećava se i broj turista koji prije putovanja žele biti upoznati s utjecajima turizma na destinaciju i sve je veći broj onih koji su svjesni negativnih posljedica vlastitih turističkih aktivnosti u destinaciji.

Održivi razvoj zahtijeva zajednički jezik svih sektora u vladi. Neovisno o kojim je dionicima riječ, potrebno je osvijestiti javnost o održivosti. Održivost turizma je važna, posebice u Hrvatskoj, s obzirom na to da je turizam vodeća grana na tom području. Stoga je neophodno da se u budućnosti svi dionici više posvete održivosti, jer se jedino tako turizam i dalje može razvijati. Hrvatska, u usporedbi s drugim europskim zemljama, ima visoku razinu očuvanosti prirode i osobito se ističe očuvanošću ekoloških sustava i staništa, zemlja je to velike biološke i krajobrazne raznolikosti. Smanjivanjem stupnja te raznolikosti narušava se ekološka ravnoteža, pa se može reći da to na globalnoj razini ugrožava biljne i životinjske vrste, te samog čovjeka.

Potrebno je doista raditi na strategijama o zaštiti okoliša i ciljeve zajedno ostvariti. Takve akcije zahtijevaju suradnju svih dionika na turističkom tržištu. Ako Hrvatska ne poradi na održivosti turizma, upitna je budućnost turizma i konkurentnosti zemlje na međunarodnom tržištu. Smanjenje pritiska na okoliš može se postići sinergijom društvenoga, političkoga i tržišnog djelovanja, a nama je, u ovom slučaju, važan zajednički angažman u očuvanju i pravilnom korištenju resursa u turizmu. U hrvatskom je turizmu posljednjih godina postignut veliki napredak, ali i dalje je potrebno ulagati u razvoj, i to ponajprije u poboljšanje kvalitete proizvoda i usluga, kao i promociju očuvanja okoliša i prepoznatljivosti Hrvatske kao turističkog odredišta.

Potrebno je istaknuti kako je na znanstvenicima i stručnjacima te obrazovnim institucijama odgovornost proučavanja društveno odgovornog poslovanja. To doista jest tako, međutim, veliki je problem nezainteresiranost građana i lokalnih zajednica glede održivosti općenito, pa tako i održivosti u turizmu. Treba znati da se turizam treba razvijati na dobrobit lokalnog stanovništva i donositi korist lokalnoj zajednici,

podpirati razvoj lokalne zajednice i uključivati lokalno stanovništvo u donošenje odluka koje se tiču njihove životne sredine, očuvanja prirodnih i kulturnih resursa, prihvaćanje specifičnosti kultura u svrhu tolerancije i poštivanja različitosti.

## 5. ZAKLJUČAK

Turističko poslovanje nalazi se pred mnogim izazovima i suočava se s raznim promjenama. Turizam je prije svega obilježila informatizacija. Dolaskom informatizacije javlja se potreba za prilagodbom poslovnih subjekata novim tehnologijama. Važno je zaposlene u hotelima, hostelima, turističkim agencijama i sve ostale dionike upoznati s najnovijim inovacijama. Primjena informacijskih tehnologija značajna je za svaki poslovni subjekt jer smanjuje troškove, ubrzava administrativne poslove, potiče proces odlučivanja, te jača konkurentnost. Uz to, pospješuje se produktivnost i svakako rad čini ugodnijim i djelotvornijim. Uz razvoj turizma, neophodno je poticanje održivog razvoja i lokalnih zajednica.

Održivost je doista važna za daljnji rast i razvoj turizma. Održivi razvoj i turizam međusobno su povezani i svi dionici trebaju biti svjesni njihove veze. Upravljanje održivim razvojem može se, i treba primijeniti na sve oblike turizma i u svim vrstama destinacija. Principi održivosti odnose se na okolišne, gospodarske i društveno-kulturne aspekte razvoja turizma.

Ako se želi postići održivost turizma, nužno je uspostaviti odgovarajuću ravnotežu između navedenih triju dimenzija. Uz to što bi održivi turizam trebao optimalno iskoristiti okolišne resurse i poštivati društveno-kulturnu autentičnost destinacije, prijeko je potrebno osigurati da su gospodarske aktivnosti održive i dugoročne. Pored toga, potrebno je da one donose društvenu i gospodarsku korist svim dionicima uz pravičnu raspodjelu, između ostaloga stabilnost zaposlenja, mogućnosti zarade društvenih usluga zajednici, pomažući uklanjanju siromaštva. Između ostalog, za održivi turizam potrebno je informativno sudjelovanje svih dionika, ali i snažno političko vodstvo koje se nikako ne smije zanemariti.

Republika Hrvatska prepoznata je kao turistička destinacija i svake godine broji sve veću posjećenost. Unatoč visokim brojkama u turizmu, Republiku Hrvatsku karakterizira sezonalnost, oslanjanje na „sunce i more“, nedovoljno stručan kadar u turizmu i sl. Upravo zato što se Hrvatska oslanja na ljetnu sezonu, odnosno maksimalno koristi povoljnu klimu i morske aktivnosti, nedovoljno su razvijeni ostali oblici turizma. Uz to, zanemaruju se lokalne zajednice, nedovoljno je ulaganja u ekološkom smislu, a uz to, kadar nije dovoljno stručan. Hrvatskoj nedostaju strategije održivog razvoja i turizma. Zaključno, planiranje održivog razvoja u lokalnoj zajednici nemoguće je bez aktivnog angažmana što većeg broja mještana.

## POPIS LITERATURE

### Knjige:

1. Barnett, T. (2005): *Sociology and Development*, London: Hutchinson Education
2. Čavlek, N. i sur. (2011): *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Zagreb: Školska knjiga
3. Črnjar, M. (2005): *Ekonomika i politika zaštite okoliša*, Zagreb
4. Gržinić, J. (2014): *Međunarodni turizam*, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“
5. Gržinić, J. i Bevanda, V., urednice (2014): *Suvremeni trendovi u turizmu*, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile: Fakultet ekonomije i turizma “Dr. Mijo Mirković“
6. Križman Pavlović, D. (2008): *Marketing turističke destinacije*, Zagreb: Mikrorad
7. Petrić, L. (2011): *Upravljanje turističkom destinacijom*, Split: Ekonomski fakultet Split
8. Sharpley, R. (2002): *Tourism and Development*, Clevedon: Channel View Publishing
9. Smith, M. K. (2003): *Issues in Cultural Tourism Studies*, London: Routledge
10. Stipanović, C. (2006): *Koncepcija i strategija razvoja u turizmu – Sustav i poslovna politika*, Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji
11. Theobald, W. F. (2005): *Global Tourism*, 3rd edit., Burlington: Elsevier
12. Vanhove, N. (2011): *The Economics of Tourism Destinations*, 2nd edit., London: Elsevier
13. Weber, S. i Mikačić, V. (1994): *Osnove turizma*, Zagreb: Školska knjiga

### Članci i publikacije:

1. Alkier Radnić, R. (2003): *Marketinški aspekti razvoja turističke destinacije*, *Tourism and hospitality management*, 9 (2), Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/181485>, Pristupljeno: 15. srpnja 2020.
2. Bučar, K., Škorić, S. i Prebežac, D. (2010): *Pravila ponašanja u turizmu i njihov utjecaj na održivi turizam*, *Acta turistica*, 22 (2), Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/70627>, Pristupljeno: 20. srpnja 2020.

3. Scheyvens, R. (1999): Ecotourism and the empowerment of local communities, *Tourism Management*, (20)
4. Tafra-Vlahović, M. (2009): Konceptualni okvir društveno odgovornog poslovanja, *MediAnali*, 3 (5), Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/39297>,  
Pristupljeno: 31. srpnja 2020.

#### **Internet izvori:**

1. Državni zavod za statistiku.hr, Dostupno na: <https://www.dzs.hr/>, Pristupljeno: 25. srpnja 2020.
2. Hrvatska enciklopedija.hr, Dostupno na: <http://enciklopedija.hr/>, Pristupljeno: 10. srpnja 2020.
3. Održivi turizam.hr, Dostupno na: <http://www.odrzivi.turizam.hr/>, Pristupljeno: 25. srpnja 2020.

#### **Ostalo:**

1. Zakon o zaštiti okoliša, NN 80/13, 153/13, 78/15, 12/18, 118/18, Dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/194/Zakon-o-za%C5%A1titi-okoli%C5%A1a>,  
Pristupljeno: 30. srpnja 2020.

## **POPIS ILUSTRACIJA**

### **Popis slika**

Slika 1. Elementi turističke destinacije .....	4
Slika 2. Osnovne funkcije turizma.....	5
Slika 3. TBL u kontekstu održivog razvoja turizma lokalne zajednice .....	19

### **Popis tablica**

Tablica 1. Ključni elementi pravila ponašanja u turizmu .....	9
Tablica 2. Dolasci i noćenja turista u RH, 2018. i 2019. ....	11
Tablica 3. Dolasci u RH prema načinu dolaska turista, 2019. i usporedba s 2018. ...	12
Tablica 4. Dolasci i noćenja turista u Istarsku županiju, 2018. i 2019.....	14
Tablica 5. Dolasci i noćenja turista u Splitsko-dalmatinsku županiju, 2018. i 2019...	15

### **Popis grafikona**

Grafikon 1. Noćenja u RH prema vrsti smještaja, 2019. (u %).....	13
Grafikon 2. Županije prema najvećem broju ostvarenih noćenja u RH, 2019. ....	13



## **SAŽETAK**

Jedna od grana koja gospodarstvu mnogih zemalja donosi sve veći profit i sve je značajnija je turizam. Kako je turizam konstantno u razvoju, potrebno je raditi na održivom razvoju. Pod održivim razvojem u turizmu podrazumijeva se sposobnost turističke destinacije da ostane u ravnoteži s okruženjem. Da bi turizam bio dugoročno uspješan, odnosno održiv, u njegov je razvoj potrebno uključiti i lokalne zajednice. Predmet istraživanja ovog rada odnosi se na analizu uloge i važnosti lokalnih zajednica na turističkom tržištu. Cilj je ovog rada definirati osnovne značajke turizma, analizirati stanje turizma u Republici Hrvatskoj te definirati lokalne zajednice. Svrha je ovog rada ustanoviti ulogu i važnost lokalnih zajednica na današnjem tržištu.

**Ključne riječi:** *turizam, razvoj, lokalne zajednice*

## **SUMMARY**

One of the branches that brings more and more profit to the economy of many countries is tourism. As tourism is constantly evolving, it is necessary to work on sustainable development. Sustainable development in tourism means the ability of a tourist destination to remain in balance with the environment. In order for tourism to be successful and sustainable in the long run, it is necessary to involve local communities in development. The subject of research in this paper is the analysis of the role and importance of local communities in the tourism market. The aim of this paper is to define the basic features of tourism, to analyze the state of tourism in the Republic of Croatia and to define local communities. The purpose of this paper is to establish the role and importance of local communities in today's tourism market.

**Keywords:** *tourism, development, local communities*