

# Prekomjerni turizam i fenomen turizmofobije

---

**Abdić, Vanesa**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2022**

*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:137:866793>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-03**



*Repository / Repozitorij:*

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Filozofski fakultet u Puli

**Vanesa Abdić**

**Prekomjerni turizam i fenomen turizmofobije**

Završni rad

Pula, 2022.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Filozofski fakultet u Puli

**Vanesa Abdić**

**Prekomjerni turizam i fenomen turizmofobije**

Završni rad

**JMBAG: 0062081070, redoviti student**

**Studijski smjer: Kultura i turizam i talijanski jezik i kultura**

**Kolegij: Antropologija turizma**

**Znanstveno područje: Humanističke znanosti**

**Znanstveno polje: Etnologija i antropologija**

**Mentor: izv. prof. dr. sc. Andrea Matošević**

**Pula, srpanj 2022.**

## Sadržaj

<b>1. Uvod</b> .....	1
<b>2. Kronološki razvoj turizma</b> .....	3
<b>2.1. Razvitak turizma u svijetu</b> .....	3
<b>2.2. Razvitak turizma u Hrvatskoj</b> .....	4
<b>3. Fenomen turizmofobije</b> .....	7
<b>3.1. Definiranje i pojava turizmofobije</b> .....	7
<b>3.2. Turizmofobija u Europi i Hrvatskoj</b> .....	8
<b>4. Prekomjerni turizam</b> .....	10
<b>4.1. Prekomjerni turizam u svijetu i Europi</b> .....	11
<b>4.1.1. Prekomjerni turizam i turizmofobija u Veneciji</b> .....	12
<b>4.1.2. Prekomjerni turizam i turizmofobija u Barceloni</b> .....	15
<b>4.2. Prekomjerni turizam u Hrvatskoj</b> .....	18
<b>4.2.1. Prekomjerni turizam i turizmofobija u Dubrovniku</b> .....	19
<b>4.2.2. Prekomjerni turizam i turizmofobija u ostalim turističkim odredištima Hrvatske</b> .....	21
<b>4.3. Pandemija COVID-19 - od prekomjernog turizma do nepostojanja turizma</b> .....	24
<b>5. Rezervacijski sustavi</b> .....	27
<b>5.1. Definiranje rezervacijskih sustava</b> .....	27
<b>5.2. Najkorišteniji rezervacijski sustavi u svijetu</b> .....	28
<b>5.2.1. Airbnb</b> .....	28
<b>5.2.2. Booking.com</b> .....	30
<b>5.3. Povezanost rezervacijskih sustava i masovnog turizma</b> .....	31
<b>6. Budućnost turizma</b> .....	33
<b>6.1. Potreba za održivim razvojem</b> .....	33
<b>6.2. Održivi turizam i utjecaj na prekomjerni turizam</b> .....	34
<b>7. Zaključak</b> .....	37
<b>8. Literatura</b> .....	38
<b>9. Popis slika i tablica</b> .....	43
<b>10. Sažetak</b> .....	44
<b>11. Abstract</b> .....	45

## 1. Uvod

Tema ovog rada učinci su masovnog, odnosno prekomjernog turizma na turistička odredišta te primjeri turizmofobije u Europi i Hrvatskoj. Masovni turizam definiramo kao dolazak velikog broja turista na jedno odredište. Takva pojava omogućena je zahvaljujući prvim turističkim posrednicima koji su omogućili paušalna putovanja u većim skupinama s prihvatljivijim cijenama i unaprijed složenim paket aranžmanima. Ovakav oblik putovanja omogućio je svim slojevima društva turistička putovanja, kako bi i niži društveni slojevi mogli iskusiti kulturu i resurse izvan svojeg stalnog boravišta. Masovni turizam krajem je 20. i početkom 21. stoljeća postupno prerastao u prekomjerni turizam te su se već tada počeli uočavati negativni utjecaji dolaskom velikog broja turista na određena turistička odredišta. Upravo je prekomjerni turizam uzrokovao fenomen poznat kao *turizmofobija*, odnosno, doslovno prevedeno “zazor od turista” i utjecao na svakodnevni život lokalnih zajednica tijekom vrhunca turističke sezone.

Svrha završnog rada analiza je pojave prekomjernog turizma i fenomena turizmofobije u poznatim turističkim gradovima, središtima masovnog turizma i turizmofobije te prikazivanje različitih oblika turizmofobije mnogim primjerima diljem Europe i Hrvatske. Cilj rada je prikazivanje razvoja turizma te uzroka omasovljenja, ali i posljedica prekomjernog turizma, načina kojima turistička mjesta odgovaraju na navedeni problem i traženje rješenja koja će doprinijeti mogućim poboljšanjima.

Prva postavka glasi da je masovni turizam izmaknuo kontroli, stoga se mnoga turistička odredišta bore s negativnim posljedicama masovnog turizma. Druga postavka je da prekomjerni turizam negativno utječe na stanovništvo turističkog mjesta, stoga se razvija turizmofobija.

Analizirana je dostupna literatura kao i članci, a dio podataka preuzet je s web stranica, kako bi se izveli zaključci vidljivi pri završetku ovog rada. Korištena je isključivo sekundarna literatura, a korištene metode istraživanja su: metoda komparacije, analize, deskripcije, deduktivna, kvalitativna, kvantitativna metoda te metoda kompilacije.

U uvodnom dijelu rada prikazan je kronološki razvoj turizma u svijetu i Hrvatskoj te definiran i opisan fenomen turizmofobije. Središnji dio rada bavi se studijom slučaja

prekomjernog turizma u turističkim odredištima Europe i Hrvatske. U posljednjem dijelu rada prikazani su rezervacijski sustavi i njihov utjecaj na masovni turizam te projekcija budućnosti turizma.

## 2. Kronološki razvoj turizma

Pojavu masovnog turizma promatramo putem kronološkog razvitka turizma koji pruža detaljan uvid i odgovore zašto je došlo do pojave masovnog turizma te može ukazati na pozitivne i negativne aspekte navedenog oblika turizma. U ovom poglavlju također će biti predstavljen razvitak turizma i oblika sličnih turizmu od antike do modernog doba. Poglavlje je podijeljeno na razvitak turizma u svijetu i Hrvatskoj. Bit će prikazan kronološki razvoj turizma od antičke Grčke pa sve do Thomasa Cooka i organiziranog masovnog putovanja koje je utjecalo na moderniziranje turizma u svijetu, ali i u Hrvatskoj te pojave masovnog oblika turizma.

### 2.1. Razvitak turizma u svijetu

Prije razvitka turizma u obliku koji je danas poznat, postojali su različiti načini putovanja ljudi. U počecima su ljudi putovali zbog egzistencijalnih razloga i ratova, cilj je bio izbjeći opasnost, nahraniti stoku ili pronaći bolje klimatske uvjete. Iako prvi oblici putovanja još uvijek nisu bili turističkog karaktera, razvijena je ideja mogućnosti putovanja s namjerom razgledavanja, uz pacifističke te rekreativne svrhe. Prvi oblici putovanja s ciljem trgovine i posjećivanja lokacije bili su na području Babilona zbog upoznavanja nove kulture, stjecanja novih znanja ili pak zdravstvenih razloga. Putovanja nisu bila omogućena svima, već isključivo slojevima koji su imali dovoljno sredstava za financiranje puta, kao što su bili putopisci, filozofi i njihovi učenici, liječnici, državnici i drugi. Organiziranje Olimpijskih igara u Grčkoj privuklo je mnoge putnike koji su pristizali iz različitih krajeva zemlje. Grci su imali razvijen vjerski turizam, dok su Rimljani putovali u različite terme, izgrađene diljem Carstva (Čavlek, 1998, 21- 22). Tijekom razdoblja srednjega vijeka bio je najizraženiji hodočasnički turizam. Od 16. do 19. stoljeća ljudi počinju širiti kulturne vidike te doživljavaju prirodu potpuno drugačije, a pisci i filozofi zaslužni su za rasplamsavanje ideje turizma i odlaska izvan zone vlastite sigurnosti. Poznate osobe koje su u to vrijeme putovale objavljivale su literaturu u vidu zapisa i osvrtu, čime su pridonosili razvitku prvih oblika masovnog turizma (Čavlek, 1998, 24). Masovni turizam pojavio se zahvaljujući Thomasu Cooku u 19. stoljeću. Cilj masovnog turizma tada je bio omogućavanje putovanja nižim staležima, a ne isključivo imućnijima (Čavlek, 1998, 30-31). U 19. stoljeću počelo se raspravljati o pravima radnika te pravu na slobodno vrijeme. Tijekom razdoblja Viktorijanske Engleske većina radnika<sup>1</sup> putuje na obale

---

<sup>1</sup> Rijetki radnici koji su si mogli priuštiti putovanja bili su obrtnici ili radnici u uredima.

Engleske jeftinim željezničkim ekskurzijama u turističke gradove na jugu Engleske, gdje se uskoro počela provoditi komercijalizacija zabave kako bi se privuklo što više turista. (Walton, 1981, 249-251). U Hitlerovoj Njemačkoj postojala je turistička organizacija koja je razvijala domaći turizam kako bi i radnička klasa mogla putovati (Baranowski, 2005, 126-130).

## 2.2. Razvitak turizma u Hrvatskoj

Razlikuje se nekoliko faza razvitka turizma u Hrvatskoj (Gržinić, 2019, 38-40). Prva faza razvitka hrvatskog turizma traje od 1870-tih godina, točnije 1863. godine, kada su organizirana prva turistička putovanja pa sve do Prvog svjetskog rata koji je nakratko usporio taj razvoj, ne samo u Hrvatskoj, već i u Europi i svijetu. Prvi turistički smještajni kapaciteti otvoreni su u primorskoj Hrvatskoj i to u Opatiji, kada se 1844. godine otvorila *Villa Angiolina* (Gržinić, 2019, 39) i 1868. kada se na otoku Hvaru otvorilo *Higijeničko društvo*, koje je bilo prvo specijalizirano turističko udruženje za promicanje i razvijanje uslužne i ugostiteljske ponude u gradu Hvaru (Turistička zajednica grada Hvara, 2022, 4). Sredinom 19. stoljeća turizam u Hrvatskoj se većinom koncentrirao na kontinentalni dio, odnosno brojna lječilišta u unutrašnjosti Hrvatske, dok se turizam na obali razvijao tek krajem stoljeća i to kao zimsko odredište (Gržinić, 2019, 39). U sklopu Austro- Ugarske monarhije, Hrvatska 1863. godine po prvi put provodi organizirano turističko putovanje koje su organizirali poduzetnici, braća Mihailović. Početkom 20. stoljeća u monarhiji su vladale vrlo loše političke prilike koje su dovele do izbijanja Prvog svjetskog rata, čime je razvoj turizma sveden na minimum. Turistička agencija *Društvo za saobraćaj Putnik*, 1920-tih godina otvara podružnicu u Zagrebu, što je omogućilo organizirana putovanja po prihvatljivijim cijenama u većim grupama (Čavlek, 1998, 43-45).

Druga faza razvoja turizma razdoblje je između dva svjetska rata. Do Drugog svjetskog rata u Hrvatskoj se naglo razvija turizam, otvaraju se novi smještajni objekti, grade se kulturni i zabavni objekti, ugostiteljski objekti te ostali objekti turističke suprastrukture (Gržinić, 2019, 39). Hrvatska sve intenzivnije ulaže u turizam, osnivaju se odbori za uljepšavanje mjesta, kao i mnogobrojni turistički savezi čija je uloga upotpunjenje i obogaćivanje turističke ponude Hrvatske. Turističkom izložbom 1926. godine u Berlinu i predstavljanjem hrvatskih turističkih odredišta, na obalu dolaze u Nijemci (Rešetar, 1996, 14). Hrvatski turizam u to vrijeme temelji se na dolasku inozemnih turista koji najviše dolaze iz već spomenute Njemačke, Italije i Engleske. Glavnina prometa turističke agencije Putnik, iako je djelovala na području cijele Kraljevine SHS, bila je koncentrirana na hrvatskoj obali (Gržinić, 2019, 39). U ovom razdoblju



mnogo se raspravljalo o pravima radnika i plaćenim godišnjim odmorima koji bi trebali omogućiti putovanja radnicima. (Duda, 2013, 56).

Sljedeća faza razvoja turizma je od Drugog svjetskog rata pa sve do Domovinskog rata u Hrvatskoj, kada se pojavljuju masovna putovanja zbog boljeg životnog standarda stanovništva. Drugi svjetski rat turizam smanjuje na minimum. Razdoblje nakon Drugog svjetskog rata fokusira se na razvitak hrvatske obale, što osjetimo i danas, jer je kontinentalna Hrvatska ostala znatno uskraćenija u odnosu na obalu. Šezdesetih i sedamdesetih godina prošlog stoljeća postavljaju se temelji plaćenih godišnjih odmora „(...)u trajanju najmanje tri tjedna“ (Duda, 2013, 57). Putovanja u ovom razdoblju još uvijek nisu bila svima povoljna, stoga se u Jugoslaviji počinje razvijati masovni oblik turizma, odnosno socijalni turizam (Duda, 2013, 57).<sup>2</sup> Socijalni turizam temeljio se na različitim povlasticama koje su pružali sindikati, poslodavci ili država, kao što su subvencioniranje prijevoza, popusti na višednevni smještaj te regres.<sup>3</sup> Država je podupirala građenje radničkih odmarališta diljem Jugoslavije, čime je poticala putovanja stanovništva. Uz sve ove prilike i dalje vrlo mali broj građana odlazi na godišnje odmore izvan svojih mjesta prebivališta, još uvijek se smatra kako su putovanja isključivo za elitnu skupinu društva. Turistička propaganda omogućila je širenje koncepta putovanja u turističke svrhe, što je poticalo domaći turizam (Duda, 2013, 63-76). Osnivaju se nacionalni parkovi, kao i parkovi prirode, organiziraju se festivali različitih profila (filmski, glazbeni, dramski), koji su doprinosili daljnjem razvitku turističke prepoznatljivosti države (Gržinić, 2019, 40).

Hrvatska nakon Jugoslavije, tijekom Domovinskog rata devedesetih godina prošlog stoljeća, doživljava zamiranje većeg dijela turističke ponude u cijeloj državi. Posljednja faza o kojoj se može govoriti u kontekstu razvitka turizma u Hrvatskoj, faza je globalizacije čija su posljedica današnje turističke prilike. U 21. stoljeću naglo se razvila ponuda turističkih odredišta u Hrvatskoj te su otvoreni mnogi smještajni objekti, čime se udio turizma u BDP-u povećao, što je dodatno potaknulo stanovništvo na bavljenje turizmom. Rekordna godina hrvatskog turizma bila je 2019. godina s više od 18 milijuna stranih dolazaka, s ostvarenih gotovo 95 milijuna noćenja (HTZ, 2019, 1). Ovi turistički rezultati ostvarili su 19,5% udjela turizma u cjelokupnom BDP-u Hrvatske za 2019. godinu (Ministarstvo turizma RH, 2021, 43). Turizam u Hrvatskoj izrazito je sezonalan, s najvećom koncentracijom turista u srpnju i

---

<sup>2</sup> Socijalni turizam definira se kao „turizam za sve“ (Krešić, 2014, 3), odnosno svima dostupan

<sup>3</sup> Naknada koja se dobiva od poslodavca za godišnji odmor (<https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search>)

kolovožu, kada se ostvaruje 46% dolazaka i 59% noćenja (HTZ, 2019, 1). Nakon 2019. godine nastupa razdoblje pandemije virusa COVID-19, kada turistički promet naglo opada, pri čemu je ostvareno samo 45% noćenja ostvarenih u 2019. godini (HTZ, 2020, 1).

Turisti u razdoblju predsezone u hrvatska odredišta većinom dolaze na kraća putovanja kao što su city break, zdravstveni turizam i kongresni turizam. Tijekom srpnja i kolovoza izraženija su duža putovanja na turistička odredišta primorske Hrvatske.

### 3. Fenomen turizmofobije

U ovom poglavlju bit će definiran fenomen poznat kao turizmofobija (Milano, 2017, 5)<sup>4</sup> te utjecaj navedenog fenomena na lokalnu zajednicu i negodovanje prema turistima koji ostavljaju sve neaktivniji utjecaj na staru gradsku jezgru gradova poput Dubrovnika, Venecije i Barcelone. Bit će definirane aktivnosti lokalnog stanovništva i gradskih poglavarstava u suzbijanju prekomjernog turizma i turizmofobije koja nastaje kao posljedica. Analizirat će se sudjelovanje lokalne zajednice u odlučivanju turističkog planiranja i razvitka lokalne zajednice, kao i načini kojima se provodi sudjelovanje.

#### 3.1. Definiranje i pojava turizmofobije

Turizmofobija kao pojava je moderan fenomen koji se pojavljuje s naglim razvitkom masovnog turizma. U 21. stoljeću ta je pojava najizraženija u Barceloni, Dubrovniku, Veneciji i drugim lokacijama masovnih turističkih dolazaka. Marco Martins u članku “Tourism Planning and Tourismophobia: An Analysis of the Strategic Tourism Plan of Barcelona 2010-2015” navodi definiciju turizmofobije, fenomena uzrokovanog prekomjernim turizmom: “(...) kao zazor ili mržnja prema turistima, neovisno o njihovoj etničkoj ili društvenom porijeklu, rasi, religiji, spolu, seksualnoj orijentaciji ili drugim diskriminacijama” (Martins, 2018, 4). Takva premisa dovodi do zaključka kako je turizmofobija posljedica nezadovoljstva lokalnog stanovništva i nejednakosti u raspodjeli resursa lokalnom stanovništvu i turistima. U teoriji, turizam doprinosi razvitku gradske infrastrukture i ekonomije, zbog visokog postotka u BDP-u, poboljšanju prometne infrastrukture i poslovnih prilika, no s druge strane pojavljuje se oblik turizma koji uzrokuje napetost između stanovništva i turista, dovodi do uništavanja kulturne i prirodne baštine te povećava cijene nekretnina. UNWTO<sup>5</sup> definira kapacitetnu nosivost turističkog odredišta, kao što je maksimalan broj ljudi koji ju mogu posjetiti istodobno, bez opasnosti da negativno utječu na fizičku, ekonomsku i društvenu okolinu ili smanjenje kvalitete iskustva posjetitelja (UNWTO, 2018, 3).

Indeks turističke iritacije podrazumijeva promjenu razmišljanja prema turizmu i turistima tijekom različitih faza životnog ciklusa turističkog odredišta. „Dijeli se na četiri stupnja koji su euforija, apatija, iritacija i antagonizam“ (Milano, 2017, 34). Prva faza, odnosno

---

<sup>4</sup> Turizmofobija se u kontekstu ovog rada sagledava kao niz postupaka domicilnog stanovništva u turističkim gradovima koji se odupiru prekomjernom turizmu.

<sup>5</sup> UNWTO - Svjetska turistička organizacija Ujedinjenih naroda

faza euforije, faza je u kojoj turisti tek dolaze u manjim brojevima, a lokalna zajednica primjećuju pozitivne učinke turizma. Faza apatije nastupa kada se povećava broj turista, a narušava se i odnos turista i stanovnika te se nazire smanjenje uzbuđenosti lokalnog stanovništva pri dolasku turista. Treća faza naziva se iritacija, to je trenutak kada broj turista u određenom području naraste do točke zasićenja, a lokalno stanovništvo počinje osjećati pritisak turizma i primjećivati posljedice koje donosi takav turizam. Posljednja faza je antagonizam, u kojoj broj turista premašuje točku zasićenja, lokalno stanovništvo osjeća se ugroženo zbog količine turista koji nerijetko uzrokuju probleme. Ako se turizam kreće kontroliranom putanjom, može doprinijeti razvitku lokalne zajednice i povećati BDP države koja provodi navedene mjere, ali ako nisu provedene mjere kontrole, onda može dovesti lokalnu, regionalnu i nacionalnu zajednicu do ekonomske neravnoteže i uništavanja okoliša.

### **3.2. Turizmofobija u Europi i Hrvatskoj**

Turizam je skup djelatnosti koji je podjednako važan malim i velikim zajednicama, ali nedostatak obrazovanja turista o turizmu dovodi do oblika ponašanja koje domaće stanovništvo ponekad promatra kao neugodno i uvredljivo. Primjeri takvog ponašanja uključuju sknavljenje svetih mjesta i uništavanje lokalne materijalne baštine, što dovodi do rasta anti-turističkih aktivnosti, prosvjeda i transparenta na objektima. Mjesta s velikim brojem turističkih dolazaka počela su razvijati mjere smanjenja prekomjernog turizma, turizmofobije i anti-turističkih manifestacija. Neka od tih mjesta su Amsterdam, Venecija i Barcelona. Španjolska vlada razvila je plan 2015. godine, čiji je cilj definirati mjere i radnje suzbijanja turizmofobije i smanjenja prekomjernog turizma. Navedeni plan naziva se Barcelona Strategic Tourism Plan ili PET2015 (Martins, 2018, 4) i bit će detaljnije analiziran u poglavlju *Prekomjerni turizam i turizmofobija u Barceloni*.

Do sada spomenuti primjer turizmofobije temeljio se na iskustvima iz Barcelone. No turizmofobija se počela razvijati u Veneciji, Dubrovniku i većini obalnih gradova koji se temelje na izraženoj turističkoj aktivnosti. Venecija se bori protiv prekomjernog turizma tako što „(...) naplaćuju kazne od 500 eura turistima koji skaču u kanal ili jedu na betonu, uvode razne oblike kontrola i kazni kako bi smanjili broj turista na određenom području. Trg Svetog Marka je na vrhuncu sezone kontroliran sustavom *bookiranja* dolaska, zbog prekomjernog broja ljudi na trgu (...)“ (Tamma, 2017, 3). Broj stanovnika se neprekidno smanjuje, a oni koji su ostali najviše se žale na nemirne noći, rast cijena nekretnina te je izražen proces zamjene obrtničkih radionica serijskom proizvodnjom. Lokalno stanovništvo prosvjeduje uz

transparente i razvijaju se prosvjedi po mnogim kvartovima grada. Sve više rastu problemi integracije arhitekture s urbanim krajolikom, turisti su bučni i zagađuju grad te je lokalna infrastruktura zasićena velikim brojem turističkih dolazaka (Lamenteemeraviglisa.it, 2021, 9). Dubrovnik je 2017. godine zbog snimanja popularne TV serije „Igre prijestolja”, privukao velike količine turista, na što je lokalna uprava reagirala ograničenjem na 8 tisuća ljudi koji smiju biti u jednom trenutku unutar zidina staroga grada, što je bila direktna preporuka UNESCO-a. Također je zabranjeno iskrcavanje više od 4 tisuće gostiju iz kruzera istovremeno.

**Slika 1.: Turisti u Dubrovniku**



Izvor: <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/bunt-protiv-turista-sve-veci-na-listi-i-dubrovnik-foto-20170905/slika-35579cb68f4453fd721b670263cb8359>

## 4. Prekomjerni turizam

U ovom poglavlju bit će definiran pojam prekomjernog turizma s primjerima turističkih odredišta u Europi, poput Venecije i Barcelone te Hrvatskoj, poput Dubrovnika i Rovinja. Prema UNWTO-u, prekomjerni turizam definira se kao negativno djelovanje turizma na određeno turističko odredište kojemu se zbog takvog oblika turizma narušava kvaliteta i život građana koji tamo žive (UNWTO, 2022, 4). Države pokušavaju kontrolirati prekomjerni turizam pomoću zakona, građanskih udruga te poreza. Doprinos prekomjernom turizmu čine platforme koje povećavaju broj turističkih noćenja u turističkim odredištima poput Airbnb-a i Booking.com-a, koji će u daljnjem tekstu biti također analizirani.

Analizirajući dostupnu literaturu zamjetno je kako sam termin prekomjernog turizma, zapravo, nema pretjeranu znanstvenu podlogu. Termin prekomjernog turizma, na engleskom jeziku „*overtourism*”, najviše su „(...) popularizirali mediji iako se u znanstvenom krugu već dulje vrijeme raspravlja o uočenom negativnom utjecaju turizma na društveni, fizički i ekonomski okoliš turističkih destinacija“ (Koens 2018, 2). Akademska zajednica najviše se zanima za temu prekomjernog turizma u razdoblju između 2016. i 2019., kada se isti pojavljuje u više od 3.000 radova (Milivojević, Krajinović, 2020, 2).

Glavni čimbenik povezan uz pojavu prekomjernog turizma u turističkim gradovima su gužve. Novo digitalno doba otvara mogućnosti tehnoloških, tzv. *pametnih rješenja*, pri kontroli turističkog toka, ali takva rješenja su beskorisna ukoliko ne postoji kontinuirana i kvalitetna suradnja svih dionika u turizmu (UNWTO, 2022, 4). U nekim turističkim mjestima, posebice onima koji se temelje na proizvodu sunca i mora te u ponekim mjestima zimskog turizma, primjećuje se pojava sezonalnosti zbog koje postoji izrazita koncentriranost turista u pojedinim dijelovima godine. Turisti koji dolaze u velikim grupama najčešće dolaze autobusima koji su masivni te se zaustavljaju na cestama kako bi posjetitelji mogli vidjeti najpopularnije turističke atrakcije, stoga se tako stvaraju „prometni čepovi“. Svako turističko odredište u kojem se godišnje povećava broj dolazaka, zahtijeva građenje novih smještajnih i ugostiteljskih jedinica što smanjuje gradsku površinu na kojoj lokalno stanovništvo može graditi objekte za život, što može uzrokovati iseljavanje stalnog stanovništva iz turističkog mjesta. Također sektor turizma djeluje kao vrlo primamljiva ponuda kako bi se što više zaradilo u što kraćem vremenskom razdoblju, zbog čega se iznajmljuju brojne smještajne jedinice u turističke svrhe. Masovni turizam istovremeno razvija nova odredišta, ali i negativno utječe na njihov razvoj.

U svakom turističkom odredištu postoji pet skupina dionika s određenim interesima koje je poželjno ostvariti (Milivojević, Krajinović, 2020, 8). Lokalno stanovništvo, povremeno stanovništvo i osobe u tranzitu imaju primarne interese za kvalitetnim životom u turističkom mjestu, održivim razvojem mjesta, zaštitom baštine te sigurnosti. Drugu skupinu dionika čine inozemni i domaći posjetitelji koji zahtijevaju određenu kvalitetu usluga proizvoda i smještaja, uz dobar omjer plaćenog i dobivenog te kvalitetnu infrastrukturu i pristup javnim uslugama uz visoku razinu sigurnosti tijekom boravka. Poslovni subjekti su treća skupina dionika koju čine zaposlenici u turizmu (direktno i indirektno) te ostala privatna poduzeća koja se tiču boravka u turističkom odredištu, čiji su primarni interesi ekonomsko blagostanje, postizanje i očuvanje konkurentnosti i kvalitetne infrastrukture. Destinacijske menadžment organizacije te ostale javne ustanove koje sudjeluju u turizmu, čine četvrtu skupinu dionika, čiji je interes potaknuti lokalni razvoj i pružiti jedinstven doživljaj posjetiteljima. Peta skupina su dionici u širem kontekstu, odnosno poduzeća indirektno povezana s turizmom. Kako bi prekomjerni turizam počeo gubiti na značaju, moraju se uzeti u obzir svi navedeni dionici i prilagoditi njihov doprinos pri razvitku svijesti ka održivom obliku turizma, a ne masovnom na koji je većina navedenih dionika naviknula.

„Kako bi imali financijsku korist od turizma, lokalno stanovništvo se prilagođava očekivanjima turista, svodeći tako svoju kulturu na skup prepoznatljivih i visoko performativnih praksi i elemenata“ (Gross, 2011, 54). Ovakav koncept temelji se na komercijalizaciji kulture, što može uzrokovati određenu vrstu ovisnosti o prihodima koji se generiraju od turizma. Masovni turizam koji se pretvorio u prekomjerni, „(...) pretvorio je turističke gradove u igrališta za turiste, dok se istovremeno potiskuje lokalno blagostanje.“ (Milano, Cheer, Novelli, 2019, 6)

#### **4.1. Prekomjerni turizam u svijetu i Europi**

Prekomjerno širenje turističke infrastrukture i iskorištavanje resursa onemogućuju regeneriranje resursa na kojima počiva turizam. Problematika ovog turističkog koncepta je stvaranje globalne neravnoteže. Prekomjerni turizam postaje nepodnošljiv zbog transformiranja i rasta pohlepe, gdje se što većom ponudom treba ostvariti što veća potražnja. Pomicanje granica rasta rezultira situacijom nemogućnosti prilagodbe lokalnog stanovništva i infrastrukture rastućem broju turista, zbog čega se pojavljuje fenomen turizmofobije. Diljem turističkih destinacija Europe u posljednjem desetljeću su se počeli održavati prosvjedi protiv prekomjernog, ali i turizma općenito. Prosvjedi su posljedica lošeg upravljanja turističkim

mjestima, a najviše su izraženi u Italiji, Španjolskoj, Ujedinjenom Kraljevstvu i Hrvatskoj. Lokalno stanovništvo prosvjedima želi poručiti da je zbog velikog turističkog priljeva narušena njihova kvaliteta života.

U videu „How mass tourism is destroying cities“, ističu se četiri načina kojima prekomjerni turizam može škoditi turističkim odredištima. Prvo je stvaranje gužvi, drugo je zagađivanje okoliša, treće je loše ponašanje turista i posljednje je povećanje cijena (TRTWorld, 2018). Turisti sa sobom donose mnogo zagađenja i otpada. Koriste mnogo vode i hrane u samom odredištu. Zbog prekomjerne količine otpada koji se nalazi na koraljnim grebenima u moru oko Tajlanda, vlasti su odlučile zatvoriti neke plaže želeći očuvati prirodu (TRTWorld, 2018). Na Baliu je problem brzo stvaranje velike količine otpada i iskorištavanje vode koja je na otoku ograničena kao i nepoštivanje lokalne kulture penjanjem po hramovima (TRTWorld, 2018). Postoje mnogi primjeri diljem svijeta koji prikazuju kako turisti uzrokuju nered. U Rio de Janeiru stanovništvo je nezadovoljno zbog pijanih turista koji se često okupljaju na plažama. Povećanje cijena odnosi se na korištenje rezervacijskih sustava zbog kojih iznajmljivači zarađuju više nego iznajmljivanjem stanova dugoročnim najmoprimcima. Najpoznatija turistička odredišta koja se bore s problemom prekomjernog turizma su Venecija i Barcelona.

#### **4.1.1. Prekomjerni turizam i turizmofobija u Veneciji**

Venecija je turistički grad u Italiji koji se temelji na urbanom turizmu. Turisti u Veneciju dolaze kako bi vidjeli povijest i arhitekturu grada. Kada se govori o prekomjernom turizmu i odredištima koja imaju taj problem, prva pomisao je upravo na taj grad. Dolazak velikog broja turista u ovaj turistički grad omogućuju niskotarifni zračni prijevoznici kojih je u posljednje vrijeme sve više. Velikom kapacitetom zrakoplova i po vrlo jeftinim cijenama turisti mogu doći u Veneciju, ne samo iz Europe, već i iz Azije koja je veliko turističko emitivno tržište.

Prvi problem s kojim se Venecija suočava je velik broj turista, što se najviše primjećuje vikendima tijekom sezone, od početka srpnja do kraja rujna (Christ, 2017). U turističkoj sezoni jezgru Venecije dnevno posjeti i do 60 tisuća turista, što u odnosu na 55 tisuća stalnih stanovnika uzrokuje visoku zasićenost odredišta i problem s prenapučenošću (Christ, 2017). Nezadovoljstvo stanovništva kulminira aktivističkim pokretima i u konačnici pojavom turizmofobije. Masovni dolazak turista i okretanje lokalnog gospodarstva turizmu, koje je u Veneciji u potpunosti temeljeno na istom, potiču stanovnike na otvaranje smještajnih i



ugostiteljskih jedinica, što uzrokuje porast najmova i cijena nekretnina. Veliki broj turista u tako atraktivnoj destinaciji privlači ugledne dizajnerske kuće koje otkupljuju povijesne građevine ili nekretnine lokalnog stanovništva po prihvatljivim cijenama i prenamjenjuju ih u svoje prodavaonice (Christ, 2017), čime se sprječava predstavljanje lokalnih obrtnika pa se stanovnici prestaju baviti tradicionalnim obrtima. Potrebno je reagirati kako bi se turizam doveo na održivu razinu, iako je vrlo upitno koliko kulturni turizam, posebice urbani turizam može biti održiv.

Veći problem od velikog broja turista koji dolaze u Veneciju su kruzeri koji plove zaljevom. Ovo je vrlo atraktivna luka kruzerima koji prolazeći Giudecca kanalom provociraju lokalno stanovništvo i aktiviste.

**Slika 2.: Prolazak kruzera ispred Trga Svetog Marka**



Izvor: <https://www.dw.com/en/italy-bans-cruise-ships-from-venice-again/a-57071360>

Najpoznatiji simbol otpora je pokret „No Grandi Navi“ (*Nema velikih brodova*) (Christ, 2017). Ovaj aktivistički pokret pokušava, izlaskom brodica ispred kruzera, uskratiti ili otežati im prolazak. Ova masivna plovila uzrokuju podizanje razine mora. Venecija je grad izgrađen na vodi, odnosno na drvenim stupovima koji su uronjeni u vodu. Povećanjem razine mora dolazi do oštećenja i erozije drvenih temelja. Drugi problem koji se pojavljuje dolaskom turista s kruzera su izleti; kada pristaju u zaljev, brojni turisti odlaze u razgledavanje grada. Ne

ostavljaju mnogo sredstava lokalnoj zajednici upravo zato što se vraćaju na kruzere na kojima imaju uključene obroke i pića, što šteti lokalnoj ekonomiji (Christ, 2017). U dokumentarnom filmu „Mijenjamo svijet: Turisti, idite doma“, navodi se da dolaskom izletnika s kruzera se stvaraju se velike gužve kod popularnih znamenitosti te se akumulira mnogo otpada (Christ, 2017).

Dolasci velikog broja turista ostavljaju tragove na lokalnoj baštini i infrastrukturi, što uzrokuje nezadovoljstvo stanovništva i pojavu turizmofobije. U srpnju 2017. godine na poznatoj venecijanskoj promenadi *Riva degli Schiavoni*, održan je građanski prosvjed naziva: „#MiNoVadoVia“ (*#NeOdlazim*). Ovaj prosvjed trebao je ukazati na problem koji uzrokuje nekontrolirana turistifikacija, odnosno „(...) iskorištenje turističke destinacije zbog masovnog oblika turizma koje rezultira transformacijom prostora destinacije u isključivo turističku namjenu“ (Del Romero Renau, 2018, 1). zbog koje dolazi do iseljavanja lokalnog stanovništva (Milano, Cheer, Novelli, 2019, 20). Masovni turizam, odnosno način kojim se odredište prilagođava privlačenju turista, uzrokuje gubljenje kulturnog identiteta pa tako lokalni ugostitelji ponudu hrane i glazbe koja se pušta u ugostiteljskim objektima prilagođavaju skupinama turista koji najviše dolaze. Ponude u lokalnim prodavaonicama također su pomno smišljene kako bi turisti što više kupovali (Christ, 2017). Iz navedenog se može zaključiti da se cijelo gospodarstvo Venecije prilagođava turistima i popularnim svjetskim trendovima, samo kako bi se privuklo što više gostiju.

Promicanjem manje poznatih dijelova Italije mogao bi se riješiti problem prekomjernog turizma. Posljednjih godina poziva se na zabranu brodova za krstarenje. Kruzери su 2015. godine na tri mjeseca bili zabranjeni u kanalu Giudecca, no zbog velikih gubitaka Regionalni upravni sud odlučio je ukinuti ovu mjeru te su kruzери ponovno slobodno plovili (Christ, 2017). Gradsko vijeće Venecije odlučilo je da bi za očuvanje baštine na kojoj se venecijanski turizam temelji bilo dobro početi naplaćivati ulaz u grad. Tako bi grad mogao više zaraditi od turističkih posjeta pa čak i imati određenu kontrolu nad nadzorom količine turista koji se nalaze na pojedinim žarištima većih okupljanja (Christ, 2017). Gradska vlast predlaže i kontrolu zasićenosti pojedinih dijelova grada te ukoliko se na određenom mjestu stvaraju gužve predlagati alternativne rute razgledavanja grada (Christ, 2017).

#### 4.1.2. Prekomjerni turizam i turizmofobija u Barceloni

Barcelona je postala popularna nakon što je bila 1992. godine mjesto održavanja Olimpijskih igara te je uloženo mnogo sredstava u izgradnju cesta i hotela, a čak se i obala preoblikovala kako bi postala atraktivnija. Tamo turisti uzrokuju mnoge neredne, buku i ostavljaju mnogo smeća. Postoje mnogi primjeri anti-turističkog djelovanja u Barceloni, poput transparenta s natpisima koji tjeraju turiste, bušenja zračnica na turističkim autobusima, motociklima, biciklima, organiziranja masovnih prosvjeda zbog tjeranja lokalnog stanovništva i pustošenja gradskih četvrti.

Nakon što se u Barceloni obnovila i izgradila infrastruktura i suprastruktura turizma, u ovo odredište počelo je dolaziti sve više turista. Uočljiv je neprekidan porast broja hotela kojih je početkom devedesetih godina prošlog stoljeća bilo više od 100, dok je 2016. godine ta brojka narasla na više od 400 hotela (Milano, 2017, 23). Popularizacija grada i prilagođavanje ponude turistima uzrokovali su povećanje troškova života te iseljavanje. Stanovništvo primjećuje kako je takav „model grada namijenjen potrošnji više nego životu“ (Mansilla, Milano, 2019, 8).

**Slika 3.: Antituristički grafit ispred plaže u Barceloni**



Izvor: <https://heartlanderoverseas.wordpress.com/2018/11/02/barcelona-a-city-at-the-frontlines-of-overtourism/>

Zanimljivo je uspoređivati brojeve registriranih turističkih objekata u gradskom vijeću i onih koji su registrirani na platformi Airbnb. Prema podacima Gradskog vijeća Barcelone postoji više od 9,5 tisuća legalno registriranih turističkih objekata, dok prema podacima

Airbnb-a ta brojka prikazuje više od 17 tisuća turističkih objekata (Milano, 2017, 23). Uočavanjem razlike ova dva podatka zaključuje se da postoje neregistrirani turistički objekti koji kao takvi ne prikazuju stvarne brojke turističkih dolazaka i noćenja. Stoga iz perspektive gradskih vlasti, prema statističkim podacima turističkih dolazaka i noćenja, turizam može izgledati kao da je prilagođen nosivom kapacitetu odredišta, dok se na ulicama mogu primijetiti velike količine turista koji uzrokuju gužve i sociokulturne probleme. U obzir treba uzeti i one turiste koji ne borave u turističkim objektima u gradu već dolaze na kratke izlete, a dolaze kruzerima ili im je grad usputna postaja na putovanju. Takvih turista, prema podacima iz 2017. godine, bilo je više od 30 milijuna (Milano, 2017, 22).

Negativni vidovi turizma u javnosti počinju se primjećivati 2011. godine u anketi mišljenja lokalnog stanovništva, gdje ispitanici ističu negativne percepcije turizma. Nezadovoljstvo se bilježi zbog povećanja cijena prodaje i najмова nekretnina, povećanja privatizacije te zasićenosti javnih prostora (Milano, 2017, 27). Trenutni sustav turizma u gradu koji rezultira prezasićenošću grada postao je i tema lokalnih medija. Stvar je izmaknula kontroli 2017. godine, kada su mladi članovi katalonske političke stranke oštetili autobus u blizini stadiona nogometnog kluba Barcelona. Probušili su zračnice na turističkom autobusu te su poprskali vjetrobransko staklo i na njemu napisali: „Turizam ubija kvartove“. Glasnogovornica poznate katalonske aktivističke skupine *Arran*, izjavom je obranila događaj koji se dogodio u blizini stadiona nogometnog kluba, ističući da je to samo odgovor na nasilje koje se svakodnevno događa u Barceloni. Nakon uništavanja autobusa nanesena je šteta biciklima koje koriste turisti uz opravdanje da se javni objekti koje plaćaju porezni obveznici koriste za stjecanje dodatnog profita. Od 2016. godine uočava se niz građanskih prosvjeda u vidu pisanja antituriističkih grafita te uništavanja fasada hotela. To je posljedica odgovora stanovnika na masovni turizam koji uzrokuje rast najamnina u gradu te tako tjera stanovnike van grada (Burgen, 2017, 1-3). Razvijaju se društveni otpori kako bi zaustavili turistifikaciju grada (Mansilla, Milano, 2019, 8). Pokret *Čvrsto stojimo: susjedi u opasnosti od izumiranja* (španj. *EnsPlantem: vins e perill d'extincio*), nastao je 2019. godine kako bi stalo na kraj poskupljenju nekretnina te procesu turistifikacije. Članovi ovog pokreta ističu kako je engleski dominantni jezik koji se može čuti na ulicama Poblenuoa (gradska četvrt Barcelone) te ulici Rambla zbog čega se lokalno stanovništvo ne osjeća ugodno. Najvećim uspjehom koji je ovaj pokret ostvario smatra se sudjelovanje pri razvijanju urbanističkog plana Barcelone, kojemu je cilj regulacija turističkih objekata (Mansilla, Milano, 2019, 11-12).

Stanovnici kvarta La Barceloneta u Barceloni simbolično su se okupili na plaži, noseći transparente i formirajući ljudski lanac duž obale. Nosili su transparente s natpisima protiv turista i okupacije plaža, nosili su majice s natpisom “Barceloneta nije na prodaju”, te su na prosvjedu sudjelovale grupe poput “Udruženje susjedstva za održivi turizam (ABTS)” i “La Barceloneta diu prou (La Barceloneta kaže dosta)”. Iako ovaj prosvjed nije organizirala radikalna aktivistička grupa *Arran*, svejedno se smatra primjerom turizmofobije (Lopez, 2021, 8).

Prosvjed “2018 and beyond” dogodio se 2018. godine na području Palma de Mallorce i Barcelone. Prosvjednici su okupirali skulpturu zmaja u parku Guell. Lancima su se vezali za skulpturu i uz korištenje baklji i transparentata pokušali ukazati na važnost prosvjeda protiv masovnog turizma. Park Guell je preko desetljeća mjesto gdje se redovito sukobljavaju turisti i lokalno stanovništvo (Lopez, 2021, 13).

„Skupština susjedstava za održivi turizam“, naziv je udruge koja se bavi isticanjem prava grada i usporavanjem rasta cijena najma te im je cilj smanjiti pritisak turizma i broja turista u Barceloni. Također su predložili određene smjernice koje podrazumijevaju smanjenje javne promocije turizma, nadzor javnog i privatnog konzorcija za turizam, smanjenje financiranja privatnog sektora, postrožene zakone gradskog plana, posebice one koji se odnose na turistički smještaj, lokalne zastupnike pri radu upravnih tijela luke i zračne luke Barcelone, demokratizaciju rasprava o turističkom aspektu grada (Milano, 2017, 30). Pomoću navedenih primjera uočava se ozbiljnost situacije u kojoj se nalazi lokalno stanovništvo Barcelone. Izraženo je nezadovoljstvo stanovništva, organiziraju se prosvjedi, ograničavaju pristupi određenim lokalnim sadržajima koji se često uništavaju političkim porukama. Barcelona je zbog toga odličan primjer razvoja turizmofobije, shodno učinku koji stvara dugoročna izloženost prekomjernom turizmu.

Gradske vlasti Barcelone predložile su strateški plan za saniranje negativnih utjecaja turizma na održivost i integritet urbane zajednice. Plan je nazvan “Barcelona Strategic Tourism Plan” i planira se provoditi od 2010. godine sve do 2022. godine (Martins, 2018, 5). Teritorijalna dekoncentracija trebala bi težiti boljoj raspodjeli ekonomskih i društvenih učinaka koje uzrokuje turizam te kvalitetnije raspoređivati turističke aktivnosti u pojedinim dijelovima grada. Primjenom novih struktura upravljanja i koordinacije turizma u Barceloni mogu se postići pozitivniji utjecaji istoga na lokalnu zajednicu, grad i gospodarstvo grada. Potrebno je poticati razvitak i očuvanje povijesne kulturne baštine čiji su ključni dionici lokalno

stanovništvo te institucije za očuvanje baštine u svrhu poticanja održivosti lokalne ekonomije i društva (Martins, 2018, 3-7).

## **4.2. Prekomjerni turizam u Hrvatskoj**

Masovni turizam od velike je važnosti u Hrvatskoj, kao i u ranije objašnjenom globalnom primjeru. Grad poput Dubrovnika doživljava uočljivi pad broja lokalnog stanovništva unutar stare jezgre grada. U periodu od 2016. do 2018. godine izrađena je komparativna analiza hrvatskog i slovenskog turizma u odnosu na austrijski, gdje se vidi da Hrvatska raspolaže sa 140% kreveta više nego Austrija te ostvaruje 55% više noćenja; važno je spomenuti da ostvaruje i 54% više turističkog BDP-a per capita u odnosu na Austriju (Blažević, 2022, 8). Zahvaljujući navedenim podacima, dolazimo do zaključka da Hrvatska ovisi i mnogo više ulaže u turizam od Austrije, ali u isto vrijeme ima mnogo manji standard i potrošačku košaricu, što nas navodi na razmišljanje treba li Hrvatska ovisiti isključivo o turizmu koji nam znatno puni državni proračun?

Hrvatska je država koja najviše ovisi o turizmu u odnosu na druge članice EU. Podatci iz Nacionalnog plana oporavka i otpornosti 2021.-2026. navode kako turizam u Hrvatskoj predstavlja 11,4% udjela u BDP-u, a to se odnosi na izravni udio (Vlada Republike Hrvatske, 2021, 7). Turizam uključuje mnoge aspekte društvenog, kulturnog i sportskog života, kao što su usluživanje hrane i pića, djelatnosti na području kulture, sporta i rekreacije, razne vrste prometa, poljoprivredna djelatnost i ostalo što sve zajedno čini oko 19,5% BDP-a (Ministarstvo turizma RH, 2021, 43). Cilj navedenog državnog plana stvoriti je otpornost turizma u Hrvatskoj na vanjske šokove, kao što se može vidjeti na primjeru COVID-19 pandemije i povećati otpornost na nepovoljne pritiske na okoliš.

Turizmofobija, kao što je primjer u Barceloni i Veneciji, ne postoji, no postoje mnoge građanske inicijative koje pokušavaju spriječiti pretjeranu turistifikaciju. Većina planova vezana uz razvitak turizma je kratkoročna, ne gleda se dugoročni razvoj, čime se dolazi do situacije da bi ta turistička naselja mogla ostati samo „ljuštura“, jer će same sebe uništiti. Želja za zaradom donosi više apartmana, betoniranja i uništavanja zelenih površina, što nije dugoročno održivo.

#### 4.2.1. Prekomjerni turizam i turizmofobija u Dubrovniku

Dubrovnik je među najpoznatijim turističkim odredištima Hrvatske, vrlo je atraktivna lokacija za snimanje mnogih filmova i serija, stoga turisti tamo često dolaze kako bi ponovno proživjeli scene omiljenih filmova i serija snimanih u ovom gradu. Ovo je i vrlo atraktivno odredište kružnih putovanja što ima velik utjecaj na kvalitetu života, stanovnika Dubrovnika. Turizam u Dubrovniku izrazito je sezonalan, turistički posjeti najviše su koncentrirani od lipnja do rujna. Razlog velike količine turističkih dolazaka u Dubrovnik je njegova duga povijest i bogato nasljeđe te povezanost s filmskom industrijom i popularnim serijama poput „Igara prijestolja“. UNESCO je 2014. naglasio u godišnjem izvještaju brigu za grad, vezano uz prijetnju koja bi mogla imati dugoročne posljedice te je grad skoro upisan na listu Svjetske baštine u opasnosti (Camatti et al., 2020, 893). Postoje razlozi i posljedice razvitka prekomjernog turizma na području Dubrovnika, a oni su širenje objekata dubrovačke zračne luke, komercijalnih i jeftinih letova, povećanje kruzerskog turizma, povećanje prometa i ograničavanje mobilnosti domaćeg stanovništva. Camatti i ostali navode kako je na vrhuncu sezone u Dubrovniku do 50% više prometa nego što kapaciteti u tom periodu dopuštaju (Camatti et al., 2020, 893). Takve tendencije rasta prekomjernog turizma dovode do velikih posljedica na grad i građane, a one su velik gubitak pitke vode, sustav otpadnih voda je star i porozan, ne poštuju se EU standardi u brizi za otpad, što se odnosi na recikliranje, odvajanje i slične aktivnosti. Električna potrošnja dolazi do svojih krajnjih granica, kao i zračno i zvučno zagađenje prostora, što dovodi do visoke iritacije domaćeg stanovništva i u konačnici turista (Camatti et al., 2020, 893).

U dokumentarnom filmu: „Mijenjamo svijet: Turisti idite doma“, prikazuje se intervju s tadašnjim gradonačelnikom Dubrovnika, Androm Vlahušićem, koji je istaknuo da Dubrovnik nastoji razvijati kao moćnu svjetsku turističku destinaciju promoviranjem uz pomoć poznatih brendova (Christ, 2017). Dubrovnik ima gotovo 42 tisuće stanovnika (DZS, 2021), gradonačelnik također smatra kako su svi stanovnici dioničari u jednom velikom poduzeću. S druge strane, s prvim ljetnim danima stanovnici Dubrovnika prestaju imati osjećaj da žive u normalnom gradu, već imaju osjećaj kao da žive u jednom velikom hotelu, jer ih okružuju turisti koji zahtijevaju uslužne djelatnosti i smještajne jedinice (Christ, 2017). Zbog toga se mnogi stanovnici odlučuju na iseljavanje iz grada, čime se smanjuje stanovništvo te pomalo nestaju javne ustanove potrebne za normalno funkcioniranje grada kao što su lokalni obrti, uredi javnog bilježnika ili ordinacije liječnika (Christ, 2017). Kako bi zaradili, ljudi se tijekom

ljeta bave uličnim prodajama, prodajama različitih turističkih vožnji i zabavnih sadržaja u gradu. Turizam je u Dubrovniku narušio ekonomsku ravnotežu, što je rezultiralo povećanjem plaća u sektoru turizma pa tako turistički vodič u sezoni može zaraditi više nego prosječni profesor (Christ, 2017). Primamljiva zarada tijekom turističke sezone izaziva mlade koji će se češće odlučivati za uslužnu djelatnost ili iznajmljivanje turističkih smještaja nego zapošljavanje u djelatnostima izvan turizma, što ih možda više zanima, ali je plaća manja. Na dubrovačkoj tržnici postoje zasebne cijene proizvoda koji se prodaju turistima te posebne cijene proizvoda koji se prodaju domaćem stanovništvu. U jeku sezone, u staroj jezgri Dubrovnika dnevno boravi i do 15 tisuća turista. Bitno je napomenuti kako je granica nosivosti jezgre Dubrovnika oko 7 tisuća zbog samo 3 postojeća ulaza i izlaza. U slučaju hitnih situacija poput požara, potresa, poplava i slično, teško da bi svi mogli biti evakuirani izvan zidina. U Dubrovniku je pretjerana turistifikacija utjecala na rast cijena nekretnina pa tako lokalno stanovništvo ne može pronaći smještaj koji je u skladu s njihovim primanjima, a ako se uspije pronaći smještaj primjerene cijene većinom se nalazi na rubnim dijelovima grada (Christ, 2017). Turistifikacija je u ovom gradu zatvorila sve lokalne obrte i prodavaonice pa se sada u jezgri Dubrovnika na svakom koraku jedino može kupiti komad pizze ili neki suvenir (Christ, 2017). Ovo je znatno unazadilo lokalnu ekonomiju pa lokalno stanovništvo, ako želi kupiti neki predmet za kućanstvo, većinom odlazi u velike trgovačke centre izvan grada, a starim tradicionalnim obrtima nitko se ne želi baviti, jer je veća i lakša zarada u turizmu.

U Dubrovniku je 2010. godine predložen projekt koji bi omogućio izgradnju golf igrališta i smještajnih objekata na Srđu. Nekoliko građanskih udruga s načelom inicijative: „Srđ je naš!“, 2010. godine raspisalo je referendum kojemu je cilj bio sprječavanje turistifikacije Srđa. Tamo je trebalo biti izgrađeno nekoliko stotina vila s više od 1500 kreveta. Građani su uočili predimenzioniranost Urbanističkog plana uređenja, stoga je raspisan referendum kojim se u konačnici uspjelo prikupiti gotovo 85% glasova protiv projekta (pravonagrad, 2022, 1-3). Ovakav pokret primjer je iskazivanja otpora pretjeranoj turistifikaciji turističkih mjesta u Hrvatskoj te je jedan od prvih referenduma raspisanih na zahtjev građana.

#### **Slika 4.: Prosvjednici protiv projekta na Srđu drže transparent**





Izvor: <http://www.srdjenas.com/srdj2/>

Postoji više primjera dobre prakse reorganiziranja turista po gradu i okolici, “Dubrovnik Eye” interaktivna je platforma koja omogućuje komunikaciju između građana i gradskih vlasti, koje rješavaju problem temeljem fotografija, prijava problema, opisa i lokacija. Drugi primjer dobre prakse je web platforma “The Rural Dubrovnik-Neretva” koja promovira agroturizam i predstavlja 84 turistička odredišta koje turistima omogućuju kušanje vina, hrane, obilaskе i ruralni smještaj s ugođajem, tematske staze, alternativne atrakcije kako bi se izbjegle gužve. Treći primjer dobre prakse je kooperacija Instituta za obnovu Dubrovnika i Instituta za Turizam tijekom 2018. godine i odnosi se na bilježenje zvučne zagađenosti grada (Camatti et al., 2020, 894- 895).

#### **4.2.2. Prekomjerni turizam i turizmofobija u ostalim turističkim odredištima Hrvatske**

Split je primjer grada koji se temelji na svojoj povijesti i arhitekturi. U svijetu i Hrvatskoj poznat je po Dioklecijanovoj palači koja je na popisu UNESCO-ve zaštićene baštine što, pored sunca i mora, privlači mnoge turiste u taj grad. U staroj jezgri Splita prema službenim podacima ima oko tisuću stanovnika, no stvarna situacija puno je gora, jer stanovnika, zapravo, ima tek nešto više od 100 (Šore, 2022). Većina nekretnina u centru služi za turističko iznajmljivanje, a vlasnici žive izvan grada ili u drugim dijelovima Hrvatske i svijeta. Prije je jezgra sadržavala sve prodavaonice neophodne za kućanstvo, od bijele tehnike do prodaje odjeće i mnogih obrta koji su bili važni za funkcioniranje zajednice. Danas je sve pretvoreno u ugostiteljske objekte pa tako i posljednji mjesni obrtnici zatvaraju svoja vrata, jer nema više potrebe za takvom vrstom objekata (Šore, 2022.). Turisti će se radije fotografirati sa starim obrtnikom, nego kupiti njegov proizvod ili uslugu. Za kupnju odjeće, namještaja i ostalih

kućanskih proizvoda, stanovnici većinom odlaze u velike trgovačke centre. „U Splitu su zaključili da je profitabilnije raditi za turizam i turiste, jer to je 'lak novac'“ (Šore, 2022). U reportaži emisije Puls „Bio jednom grad“, ističe se kako pretjerana turistifikacija smanjuje broj stanovnika u jezgri grada te se tako obrazovne ustanove zatvaraju, a djeca nemaju prostor za igru na ulicama koje su zagušene ugostiteljskim objektima (Šore, 2022.). Stanovnici ističu kako se prije, pri prolasku gradom mogao čuti ljudski žamor i namirisati miris kuhanja iz obližnjih kuća, a danas se samo čuje „brujanje klime i miris prženog ulja“ (Šore, 2022, Mršić, 2022).

**Slika 5.: Turisti ispred Dioklecijanove palače**



Izvor: <https://novac.jutarnji.hr/novac/aktualno/splitska-bi-regija-rijesi-li-uska-grla-istru-mogla-zbaciti-s-turistickog-trona-7584153>

Rovinj je također atraktivno turističko odredište mnogih turista, nalazi se u najrazvijenijoj hrvatskoj turističkoj regiji, Istri. Turiste u Rovinj privlači proizvod sunca i mora. Prije je stara jezgra Rovinja bila naseljena, dok je danas u staroj jezgri ostalo samo staro stanovništvo. Mladi koji borave u staroj jezgri Rovinja, dolaze samo na godišnje odmore. Pola nekretnina unutar stare jezgre koristi se za iznajmljivanje turistima. Ako se netko želi preseliti u staru jezgru Rovinja, morat će platiti visoku cijenu od 2000 do 6000 eura po m<sup>2</sup> (Sutlić, 2021, 1). Ako netko i kupi nekretninu u staroj jezgri Rovinja, to su većinom stranci, koji imaju dovoljnu financijsku moć za kupovinu tako skupih nekretnina. Kao i u Dubrovniku, stara jezgra je prije imala sve potrebne prodavaonice odjeće, namještaja, bijele tehnike te mnogo obrtnika. Danas je situacija takva da se na svakom koraku može kupiti komad pizze ili suveniri koji su u potpunosti prilagođeni potrebama turista, zbog čega stanovništvo gubi svoj identitet

(Radovec, 2022). Ponuda na rovinjskoj tržnici podijeljena je na onu za turiste i onu za lokalno stanovništvo, pri čemu tržnica za turiste prodaje proizvode koji su karakteristični za Istru, poput maslinovog ulja, tartufa i maslina (Radovec, 2022). Takvi proizvodi su skuplji od namirnica za svakodnevnu uporabu pa lokalno stanovništvo to ne kupuje. Apartmanizacija je smanjila mogućnost pronalaska podstanarskog stana; postoji velika potražnja, a cjelogodišnji najam je izrazito teško pronaći. Prema Državnom zavodu za statistiku, uspoređujući podatke iz 2011. i 2021. godine, primjećuje se smanjenje broja stanovnika za 1000 u administrativnom području grada Rovinja (DZS, 2011, DZS, 2021). Lokalno stanovništvo se odlučuje iseliti iz grada zbog buke i visokih cijena nekretnina te tako odlaze u ruralna područja oko grada, gdje imaju sve potrebne sadržaje za normalan obiteljski život. Na ruralnim područjima ima više prostora za gradnju, kao i zelenih površina. Nije sve zbijeno, kao što je situacija u jezgri grada Rovinja, čak su i ruralna područja počela davati povoljnije uvjete za gradnju, a ne samo za apartmane (Radovec, 2022).

Makarska je destinacija primorske Hrvatske u koju turisti dolaze zbog sunca i mora. U Makarskoj je snažno prisutna apartmanizacija, odnosno česta gradnja apartmana. Turizam je donedavno Makarskoj bio usputna djelatnost, no danas dominira (Mršić, 2022). U epizodi dokumentarne serije: „Absurdistan, Prvi red do mora“, lokalno stanovništvo ističe kako se mladi češće odlučuju baviti se ugostiteljstvom ili turizmom, nego nekim drugim djelatnostima jer se tako može zaraditi više (Radovec, 2022). Pretjerana apartmanizacija u Makarskoj prije ili kasnije će dovesti do smanjenja kvalitete turističkog odredišta, što će dovesti do opadanja njezine atraktivnosti. Manji broj turista dovest će do propasti odredišta, a grad će ostati prepun praznih ulica i nekretnina; dok se istovremeno gradi sve više apartmana, obrazovne ustanove nemaju sportske dvorane, što smanjuje kvalitetu školovanja i rekreacije za djecu (Mršić, 2022). U Makarskoj ljudi ne žele primijetiti negativan utjecaj turistifikacije, niti nema konkretnog primjera turizmofobije, jer je i dalje zarada na prvom mjestu.

U Sukošanu, dolazi do privatizacije plaža, iako je plaža javno dobro svakog građana Hrvatske. Tamo objekti uspijevaju biti izgrađeni izvan svih parametara te kao takvi biti legalizirani (Mršić, 2022). Tijekom ljeta, plaže su zakrčene. Čiovo se bori s istim problemom privatizacije plaža, ograđivanjem i gradnjom novih apartmana. Nerijetko se nasipava more i tako nestaju prirodne plaže na kojima se prave apartmani, a morski život se ugrožava (Mršić, 2022). Većina naselja na obali ima vrlo uske ulice i jednosmjerne ceste, a turisti u Hrvatsku dolaze većinom automobilima zbog čega koncentracija automobila u turističkim mjestima krči

ionako uske ulice pa je upitno koliko hitne službe imaju mjesta za prolaz te koliko će brzo stići do mjesta intervencije (Mršić, 2022). Podrazumijeva se da su hitne intervencije češće tijekom ljeta zbog visokih temperatura, sukoba različitih kultura te ljudske neopreznosti.

U Puli je ove godine nastao projekt kojem bi se Lungomare prenamijenio u „turističko-građevinsku zonu“ (Srzić, 2022, 3) izgradnjom hotela. Inicijativa građana koji su protiv prenamijene Lungomare nastala je kao reakcija na projekt kojim bi se uništila posljednja zelena područja uz more. Investitor ovog projekta smatra kako će prostor Lungomarea ostati dostupan svim građanima i naglašava kako će biti posađeno 200 novih stabala te da obala neće biti betonirana niti da će područje biti izolirano (Srzić, 2022, 3). Između 28. svibnja i 11. lipnja 2022. godine provodilo se skupljanje potpisa koje je bilo nužno za omogućavanje raspisivanja referenduma. Prema podacima koje prenosi *tportal.hr*, skupljeno je dovoljno potpisa te članovi inicijative zahtijevaju održavanje referenduma u listopadu 2022. godine (Barišić, 2022, 2-3).

Objekti koji su služili obrani gradova i stanovanju, danas su pretvoreni u turistički proizvod, čime im se funkcija osiromašuje. Apartmanizacija i turistifikacija postupno uništavaju kulturni i prirodni identitet naselja. U Hrvatskoj nema primjera izražene turizmofobije, kao što je primjer u velikim europskim i svjetskim odredištima, no postoje određeni otpor građana u turističkim gradovima. U Hrvatskoj, pri raspravljanju o prekomjernom turizmu, zamjećuju se dvije kontradiktorne tendencije, a to su osnovna ljudska potreba za krovom nad glavom te želja za što većom zaradom, odnosno sloboda govora i strah od etiketiranja u suprotnosti sa zaradom.

#### **4.3. Pandemija COVID-19 - od prekomjernog turizma do nepostojanja turizma**

Pandemija COVID-19 započela je krajem 2019. godine u Kini, nakon čega se ubrzo proširila diljem svijeta. Strah od zaraze se rapidno širio svijetom, a ubrzo je Italija postala država s vrlo visokim brojem zaraženih u Europi. Kako bi se spriječila zaraza u Hrvatskoj i svijetu, zatvorene su obrazovne ustanove, trgovine koje nisu bile neophodne, a bio je uveden takozvani „lockdown“, tijekom kojeg ljudi nisu mogli putovati izvan svog mjesta bez posebnih propusnica.

Ograničavanje kretanja, oslabljena proizvodnja i izvoz iscrpili su državni proračun. Turizam se činio kao jedino rješenje koje bi moglo pomoći državnom proračunu. Epidemiološka situacija početkom lipnja 2020. bila je stabilna te su turisti s potvrdoma o

negativnom testu na koronavirus počeli dolaziti u Hrvatsku. Ugostiteljski objekti su ponovno bili otvoreni, no i dalje su na snazi ostale protuepidemijske mjere o održavanju socijalne distance, dezinfekciji i pravilnom pranju ruku, nošenju maski u zatvorenim prostorima te su bila zabranjena veća okupljanja ljudi. Uz ograničenja koja sprječavaju širenje zaraze virusa i zatvaranje svih objekata i institucija koje nisu neophodne, mnoga radna mjesta u ugostiteljstvu su izgubljena. Godine 2020. turizam je bio na svojoj najnižoj razini u posljednjih nekoliko desetljeća. Ublažavanjem mjera opreza, 2021. godina donijela je mnogo optimizma za nastavak turističkih sezona. Još uvijek je postojao izraženi strah od zaraze, stoga su daleka putovanja zrakoplovima bila svedena na minimum. Zbog bolesti koja se ubrzano širila, stvorio se dodatan osjećaj straha od turista, potencijalnih prenositelja zaraze. Strah od zaraze koronavirusom negativno je utjecao na ljude pa se tako u svakoj većoj skupini ljudi osjećala klaustrofobičnost i nesigurnost.

Primjer najgorih reakcija turizma na pandemiju je Barcelona, što je vidljivo u članku National Geographica iz 2020. godine. Iz sljedeće fotografije moguće je vidjeti kako je izgledala bazilika Santa Maria del Mar u Barceloni prije pandemije COVID-19.

### **Slika 6: Bazilika Santa Maria del Mar u Barceloni prije pandemije**



izvor: <https://www.dreamstime.com/barcelona-june-tourists-hanging-out-walking-around-santa-maria-del-mar-church-some-wander-basilica-di-image158347103>

Također primjer pandemijske tranzicije od masovnog turizma do prestanka turizma je Mallorca, gdje je pandemija, 2020. godine uništila turizam na otoku, koji je ovisan o njemu. Prema članku Guillem Colom-Montera, COVID-19 pandemija je prekinula trend turističkog rasta, gdje se Mallorca zatekla na rubu raspada zbog prekomjernog turizma. Može se reći da je

otok bio spašen u smislu prekomjernog turizma, no stanovnici su gotovo isključivo ovisili o turizmu, što je uzrokovalo ekonomsku krizu (Colom-Montero, 2020, 3). Lokalno stanovništvo uživalo je kratko razdoblje mirne atmosfere, čiste obale i smanjenja prometnog zagađenja.

Broj turističkih dolazaka 2019. godine iznosio je 13.68 milijuna turista; 2020. godine zbog pandemije se broj turističkih dolazaka smanjuje na 1.72 milijuna te 2021. godine ponovno se brojke povećavaju na 6.32 milijuna (Lopez, 2022, 2). Jedan od razloga pojave turizmofobije su razlike u cijenama, lokalno stanovništvo mora plaćati više cijene zbog općeg povećanja cijena kako bi se postigao što veći profit. La Rambla u Barceloni je počela u svojim restoranima uvoditi jeftinije cijene za lokalno stanovništvo - npr. lokalno jelo poznato kao *Paella s morskim plodovima* koštalo je između 13 i 15 eura, dok je prema novim cijenama za lokalno stanovništvo iznosilo 6 eura (Colom-Montero, 2020, 3).

Na primjerima koji su vidljivi u ovom radu, može se zaključiti kako je razdoblje pandemije znatno utjecalo na turizam, prekomjerni turizam i razvitak turizmofobije. Broj turista znatno se smanjuje, ljudi počinju shvaćati važnost održivih oblika turizma i pokušavaju nakon pandemije održati trend razvijanja održivog turizma, a ne masovnog.

## 5. Rezervacijski sustavi

Rezervacijski sustavi pomažu pri sistematizaciji i kategorizaciji prijava turista u smještajne jedinice. Razvitkom interneta postaju digitalizirani i dostupni svima. Sljedeće poglavlje definira rezervacijske sustave. Najkorišteniji rezervacijski sustavi u svijetu su Airbnb i Booking.com, djeluju na principu olakšavanja oglašavanja privatnih pružatelja smještajnih jedinica, a potencijalnim klijentima daju potrebne informacije i mogućnost beskontaktno i brze rezervacije. Nerijetko su cjenovno prihvatljiviji od rezervacijskih sustava hotela.

### 5.1. Definiranje rezervacijskih sustava

Rezervacijski sustavi su plod modernog tehnološkog napretka, koji omogućuje poduzećima, poput hotela, ugostiteljskih objekata ili turističkih organizacija, bolje upravljanje kapacitetima. Turistima omogućuju osiguravanje smještaja, usluga koje poduzeće nudi te raznih drugih pogodnosti i popusta na web stranicama poput Airbnb ili Booking.com. Kako bi rezervacijski sustav funkcionirao u hotelskom poslovanju, potrebna je ažurnost podataka te formiranje baznog modula, što su datoteke s baznim podacima. Bazni moduli su jedinstveni za svaki hotel, neki od podataka koji moraju biti dostupni su usluge, agencije, način plaćanja, podatci za fakture, kategorije smještajnih jedinica, rezervacije i nabava (Galić, Šimunić, 2006, 209).

Tehnološki razvoj doveo je do nastanka informacijske tehnologije u hotelima, a to su: “kompjuterski rezervacijski sustavi (Computer Reservation Systems - CRS), globalni distribucijski sustavi (Global Distribution Systems - GDS) 80-tih godina i internet 90-tih godina proteklog stoljeća” (Galić, Šimunić, 2006, 110).

CRS sustav koristi se u hotelskim poduzećima za popunjavanje smještajnih kapaciteta, tj. poboljšanje dotadašnjeg poslovanja. Jedna od važnih stavki takvih sustava je efikasnije povezivanje hotela s vanjskim okruženjem, odnosno, povezivanje s potencijalnim gostima. Pristup takvom sustavu može biti izravan, putem web stranice ili što je u današnje vrijeme popularnije, putem mobilne aplikacije, zbog praktičnosti i lakše uporabe. Internet je centralna poveznica rezervacijskog sustava koja povezuje turističke agencije, hotele, hotelske web stranice, sustave za rezervacije i klijente koji koriste navedeni sustav zbog praktičnosti.



GDS sustav hotelima nudi olakšanu marketinšku komunikaciju na globalnom tržištu, izloženost svjetskom tržištu, neprekidan pristup turističkih u stanje poduzeća i dr. GDS sustav je kompjuteriziran i globalno povezan te pomaže pri povezivanju turističkih agencija s distributerima, kao i u omogućavanju aviokompanijama, hotelima i drugim sličnim djelatnostima da lakše prodaju svoje usluge (Benckendorff, Sheldon, Fesenmaier, 2014, 59).

U Hrvatskoj se rezervacije pretežno odrađuju putem upita elektroničkom poštom te se plaćaju kreditnom karticom. U slučaju rezervacija putem internetskog poslužitelja, turisti ostvaruju kontakt s rezervacijskim procesom i bazom te ona prikazuje stvarno stanje u hotelu ili apartmanu; budućnost će pretežno ovisiti o sustavu rezervacija putem internet poslužitelja zbog manjih troškova uspostave sustava za hotele i privatne smještaje te brzina odgovora i dostupnost širokog spektra informacija.

## **5.2. Najkorišteniji rezervacijski sustavi u svijetu**

Zanimljiva činjenica je da online rezervacije čine trećinu ukupnog tržišta putovanja (Tripadvisor, 2022, 1). Od svih korisnika interneta, njih 8% je u Hrvatskoj te koriste online sustav rezervacije za smještaj na odmoru, najveći broj korisnika interneta koji koristi online sustav rezervacije je Danska sa 47%, a najmanji postotak korisnika online rezervacijskih sustava je u Rumunjskoj, samo 3% (Eurostat, 2019, 8).

Razvoj tehnologije i porast korištenja internetskih servisa omogućili su mnogim pružateljima smještaja korištenje sustava poput Booking.com te Airbnb-a. Ovi sustavi pružaju raznolike oblike smještaja uz prihvatljive cijene, a poneki nude i obrok, što mnoge turiste privlači. Internetski sustavi tako osiguravaju lako oglašavanje pružatelja usluga smještaja, putem kojeg lokalno stanovništvo može zaraditi, dok turisti po povoljnim cijenama mogu dobiti smještaj i u većini slučajeva obrok.

### **5.2.1. Airbnb**

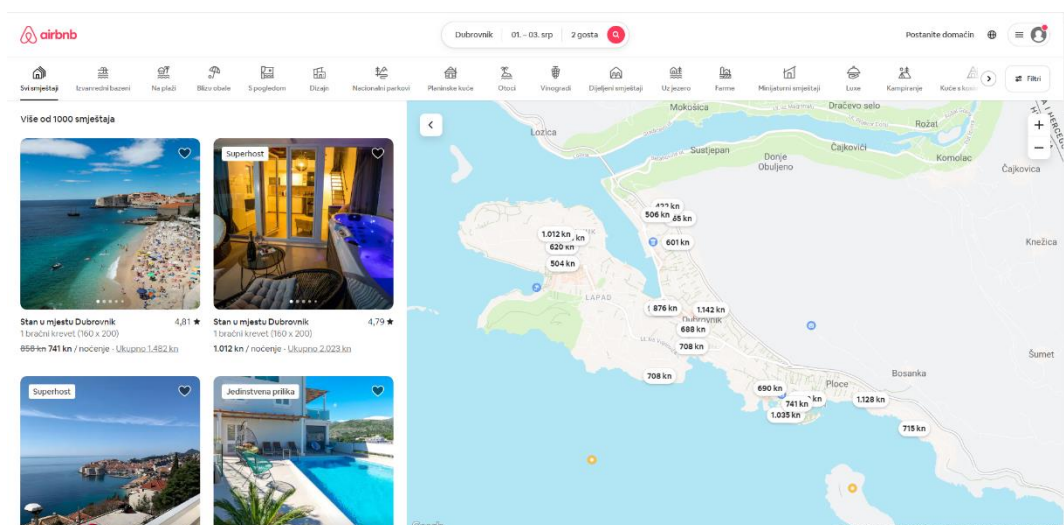
Airbnb je globalni rezervacijski sustav koji povezuje pružatelje smještajnih usluga s korisnicima koji potražuju smještaj u određenim turističkim odredištima. Sustav pomaže stjecanju prihoda od iznajmljivanja vlastitih nekretnina, često su takvi smještaji jeftiniji nego smještaji u hotelu. "Airbnb je nastao 2007. godine kada su dva domaćina organizirala doček tri gosta u svom domu u San Franciscu, od tada je broj iznajmljivača porastao na 4 milijuna, a



ugostili su preko milijardu gostiju u gotovo svakoj zemlji svijeta. Iznajmljivači putem Airbnb nude jedinstven boravak i jedinstvenost aktivnosti koje gostima omogućuju, kako bi doživjeli mjesto gdje su odlučili prenoćiti, na autentičniji i povezaniji način” (Airbnb, 2022, 1). Airbnb do 2021. godine bilježi oko šest milijuna aktivnih sudionika platforme, preko sto tisuća gradova s aktivnim oglasima Airbnb i preko 220 zemalja i regija s oglasima Airbnb, što privlači velike količine turista i vodi k prenapučenosti lokacija i turizmofobiji, o čemu će biti riječ u sljedećem poglavlju. Kako bi domaćini prijavili nekretninu na Airbnb, moraju platiti iznos od 349\$ godišnje, bez zaračunavanja naknada za svako pojedinačno rezerviranje (Marte, 2015, 2).

Airbnb je donio znatne promjene u ugostiteljstvu, omogućio je rezervacije smještajnih jedinica kod privatnih iznajmljivača po povoljnijim cijenama u odnosu na one u hotelima. Ovaj rezervacijski sustav je omogućio da klijenti pronađu smještajne jedinice i u odredištima koja imaju vrlo malo ili uopće nemaju hotela. Nakon registracije u sustavu moguće je pretraživati smještajne jedinice u željenom odredištu, uz različite filtre, kako bi smještaj što više odgovarao željenom. Platforma Airbnb nudi razne mogućnosti plaćanja, kao što su paypal, debitna kartica, uplata na račun i ostalo. Kada je rezervacija obavljena mogu se vidjeti sve naknade koje se naplaćuju prigodom rezervacije. Naknade uključuju troškove pružanja usluge.

**Slika 7.: Korisničko sučelje Airbnb koje nudi prikaz cijena dostupnih smještajnih jedinica i lokacije gdje se nalaze**



Izvor: snimka zaslona autorice

Prednosti koje donosi korištenje Airbnb-a je širok izbor smještajnih jedinica u ponudi, oglasi su besplatni, a mogu sadržavati opise smještaja, fotografije, korisničke profile domaćina i recenzije. Pružatelji usluga imaju mogućnost sami odabrati koliko će naplatiti noćenje, pretraživanje pomoću filtera, što dodatno omogućuje personaliziranje usluge. Airbnb nudi “moglo bi vam se svidjeti” opciju u kojoj se nalaze informacije o obližnjim restoranima, atrakcijama koje bi mogle biti zanimljive klijentima. U slučaju oštećenja smještajnih jedinica, Airbnb nudi određenu vrstu osiguranja, ali ne u potpunosti. Nedostatak korištenja Airbnb sustava rezervacija može biti nejednak odnos plaćenog i dobivenog, mnogi objekti ne moraju biti onakvi kakvi su prikazani na fotografijama, ali čitanje recenzija smještaja pomaže pri smanjivanju ovakvih neugodnosti. Dodatne naknade ne moraju biti uključene u cijenu koja je vidljiva na profilu objekta, kao ni porezi koji se dodatno obračunavaju, ovisno o zemlji u kojoj se smještaj nalazi. Tijekom pandemije koronavirusa omogućen je posebni oblik povrata sredstava u slučaju otkazivanja smještaja zbog pozitivnog testa na COVID-19 (Folger, 2021, 1-7).

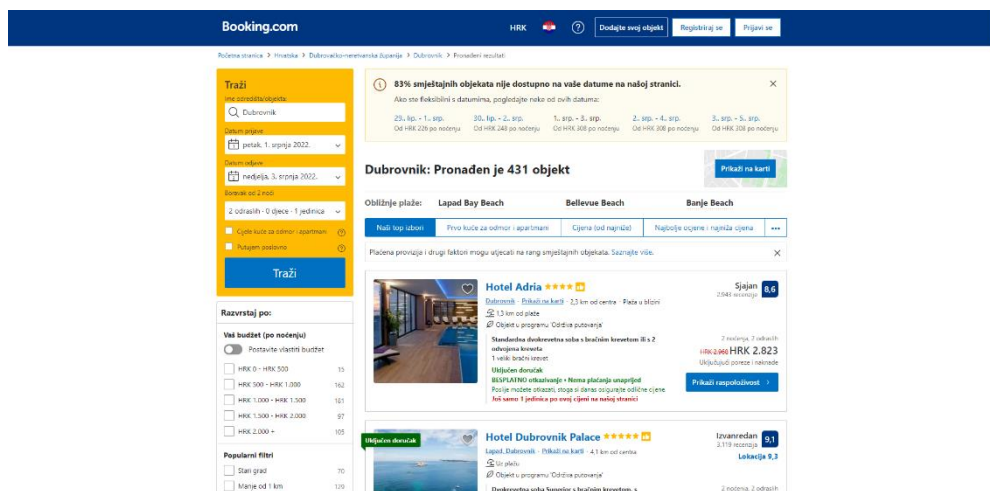
### **5.2.2. Booking.com**

“Booking.com je osnovan 1996. godine u Amsterdamu te se iz male nizozemske startup tvrtke razvio u jednu od vodećih online tvrtki na području putovanja u svijetu. Dio je društva Booking Holding Inc., a misija mu je olakšati svima da istraže svijet” (Booking.com, 2022, 1). Booking.com dostupan je na 43 jezika te se u njihovoj ponudi nalazi preko 28 milijuna smještajnih jedinica, u toj količini smještajnih jedinica 6,2 milijuna otpada na kuće za odmor, apartmane i druge oblike smještaja.

Booking.com je internetska platforma koja radi na principu svih ostalih online rezervacijskih sustava. Potrebno je stvoriti račun gdje se nalaze sve potrebne informacije, kontakti te identifikacijski podaci. Nakon što se pružatelji smještajnih jedinica registriraju te svoj oglas objave javno, moraju platiti proviziju Booking.com sustavu. Kao i Airbnb, Booking.com nudi filtere prema kojima se može pronaći optimalni željeni smještajni objekt. Pružatelji mogu sami nuditi specijalne ponude, kao što su rane rezervacije ili rezervacije u zadnji trenutak. Na Booking.com-u naknada za rezervaciju može biti između 10% i 25% za pružatelja usluge. Postoji besplatno razdoblje otkazivanja, prilikom čega se u potpunosti vraća naknada rezervacije smještaja. Za razliku od Airbnb-a na Booking.com-u ne postoji mogućnost otkazivanja rezervacije od strane vlasnika smještajne jedinice, što u nekom omjeru ograničava upravljanje zahtjevom. Booking.com nudi isključivo plaćanje kreditnom karticom ili uplatu na

račun (Hosty, 2022). Rezervacije imaju razne pogodnosti, npr. first minute, last minute, posebna ponuda. Dodatne usluge koje nude su najam auta, rezervacija letova. Jeftini smještaji na Booking.com-u mogu biti lošije kvalitete, ali zbog toga postoje recenzije koje mogu pomoći pri odabiru kvalitetnijeg smještaja. Booking.com skuplja je varijanta rezervacijskog sustava u odnosu na Airbnb. (Jet, 2017)

**Slika 8.: Korisničko sučelje Booking.com koje prikazuje dostupne smještajne jedinice i cijenu u traženom periodu.**



Izvor: snimka zaslona autorice

### 5.3. Povezanost rezervacijskih sustava i masovnog turizma

Tvrtke poput Airbnb-a i Booking.com-a omogućavaju turistima smještaj, ali činjenica je da se posljednjih godina počelo pretjerivati u smislu omasovljenja smještajnih jedinica u pojedinim mjestima te da ljudi pribjegavaju različitim načinima zarade, koji uključuju i ilegalni najam. Na primjeru Barcelone, vidljiv je porast ilegalnih ponuđača smještajnih jedinica: “Gradsko vijeće Barcelone procijenilo je da je od približno 16 000 stambenih jedinica koje se koriste za izdavanje turistima, najmanje 7 000 nelegalnih, odnosno neregistriranih u gradskoj administraciji, dakle - ne plaćaju poreze, turističke takse itd.” (Knežević, 2018, 9). Zbog ilegalnih oblika zarade, gradske vlasti povećale su broj inspektora na terenu, čija je funkcija provjera legalnosti smještajnih kapaciteta te fiskalizacija istih. Airbnb je zbog širenja takvog neoporezivog oblika stambenih jedinica, kažnjen s 600 000 dolara (Knežević, 2018, 9).

Zbog turistifikacije Barcelone, cijene nekretnina su porasle za 23%. Čak trećina stanovnika Barcelone iznajmljuje prostor gdje živi, što stvara dodatne egzistencijalne probleme za stanovanje u gradu. Radnici nižih društvenih slojeva moraju izdvojiti i do 60% prihoda kako bi priuštili osnovni oblik stambenog prostora (Knežević, 2018, 9). Prema statističkim podacima web stranice hostyapp.com, Barcelona sadrži sveukupno 17,788 Airbnb oglasa, koji se sastoje od cijelih nekretnina, privatnih soba i zajedničkih prostorija (Hostyapp, 2022, 1). Ukupan broj nekretnina s mogućnošću boravka (bilo domaćeg stanovništva ili turista), iznosi 70.717 prema podacima iz 2011., što je do 2022. jedino moglo narasti (Open Data, 2014, 1). Statistički podatci iz 2017. godine prikazuju da je na 1000 stanovnika evidentirano između 100 do 400 Airbnb prenoćišta. Uz Barcelonu, Venecija također bilježi negativan uzročno posljedični odnos rezervacijskih sustava, nekretnina i mogućnosti iznajmljivanja od strane domaćeg stanovništva. U Barceloni se između 1951. i 2014. godine broj domaćeg stanovništva u centru grada smanjuje sa 174, 808 tisuća na 56, 311 tisuća stanovnika, no broj Airbnb i sličnih rezervacijskih agencija eksponencijalno raste, što dovodi do društvene katastrofe i burne reakcije lokalnog stanovništva (Veiga, Santos et al., 2018, 7).

## 6. Budućnost turizma

Zbog klimatskih promjena koje se događaju, postoji potreba za transformacijom turizma iz masovnog u održivi oblik. Tome je pogodovala pandemija COVID-19, koja je osvijestila ljude u svezi nužnosti češćih boravaka u prirodi te potrebi bijega iz grada i urbanih prometnih gužvi. UNWTO pokušava utjecati na masovni turizam predstavljanjem tzv. turističkih „niša”, poznatijih i kao selektivni oblici turizma, koji promiču održiv oblik te privredne grane i racionalno korištenje obnovljivih resursa. U sljedećem poglavlju opisat će se potreba za održivim razvojem i njezin utjecaj na prekomjerni turizam.

### 6.1. Potreba za održivim razvojem

Nove generacije turista više nisu klasični inertni masovni turisti, već turisti koji žele aktivno sudjelovati tijekom boravka u turističkom mjestu koje je prepoznato kao održivo. Održivi turizam je onaj oblik turizma koji obuhvaća zadovoljstvo turista i lokalnog stanovništva te brigu za resurse koji moraju ostati očuvani za budućnost. Tako će turizam ispuniti potrebu potpunog zadovoljenja potreba turista, te promicati i poticati održivi razvoj. Predstavljanje nekog turističkog odredišta kao održivog, može smanjiti utjecaj sezonalnosti i ravnomjerno rasporediti broj dolazaka tijekom cijele godine.

Stvaranje statusa održivog turističkog odredišta moguće je postići pridržavajući se tri načela održivosti. Načelo ekološke održivosti podrazumijeva turističko odredište čije se poslovanje temelji na brizi o prirodnim resursima, korištenjem održivih, odnosno obnovljivih izvora energije, poštivanje biološke raznolikosti te brigu o smanjivanju zagađivanja zraka, vode i tla. Iako su prirodni resursi temelj većini turističkih odredišta, nije na odmet napomenuti da turizam nije jedina grana gospodarstva koja se temelji na prirodnim resursima. Održivost okoliša je globalni problem i ne nalazi se unutar granica pojedinih država. Načelo sociokulturne održivosti podrazumijeva očuvanje kulture i kulturološkog identiteta, suradnju lokalnog stanovništva i turista, koji jedni drugima također mogu biti vrlo korisni u pogledu stjecanja novih znanja i iskustava. Ovo načelo održivosti podrazumijeva i poštivanje vrijednosti zajednica te kulturni relativizam.<sup>6</sup> Načelo ekonomske održivosti podrazumijeva stabilno zapošljavanje koje omogućuje zaposlenicima stabilno stjecanje dohotka i socijalne usluge. Podrazumijevaju se i društveno- ekonomske prilike koje su omogućene i pravedno raspoređene

---

<sup>6</sup> Sagledavanje tuđe kulture s njihovog gledišta, uz poštivanje kulturnih obrazaca.

svim dionicima, smanjenje siromaštva te optimalno korištenje resursa. Optimalna održivost nekog odredišta podrazumijeva korištenje sva tri načela koja se međusobno isprepliću.

Kako bi se omogućio optimalni održivi razvoj turizma i turističkih odredišta, potrebna je sinergija svih ključnih dionika, kao i kvalitetna politička podloga koja omogućuje sklapanje dogovora i kvalitetnu suradnju. Primjenom svih ovih čimbenika, može se postići visoko zadovoljstvo turista koji stječu određeno pozitivno iskustvo u željenom turističkom odredištu, što ih potiče na brigu i promicanje održivosti turizma.

Održivi razvoj mora krenuti od promjene razmišljanja pojedinaca i lokalne zajednice, a kako bi se to postiglo, potrebno je pratiti šest smjernica za prevladavanje prekomjernog turizma: promjena oblika razmišljanja pojedinaca zaduženih za razvoj turizma u destinaciji, razvijanje boljeg razumijevanja pojedinačnih destinacija i njihove naravi, upravljanje prekomjernim turizmom u samom odredištu, poticanje promjene taktike marketinških organizacija koje promoviraju i upravljaju prekomjernim turizmom, poboljšanje uloge lokalne vlasti u rješavanju problema prekomjernog turizma i općenito definiranje kvalitetnijeg plana upravljanja posjetiteljima u odredištima (Milivojević, Krajinović, 2020, 13). Kako bi se održivim turizmom moglo upravljati, važno je zadržati visoku razinu zadovoljstva turističkih potreba, osigurati pozitivno iskustvo potrošača te razvijati njihovu svijest o problemima koje donosi njihova prekomjernost te kako bi se mogao taj problem održivim turizmom uravnotežiti. Održivost turizma važan je oblik razvoja poslovanja u budućnosti, zbog činjenice da turizam generira 10,4% globalnog BDP-a te je jedan u svakih 10 poslova vezan uz turizam, što se svodi na 319 milijuna zaposlenika u turizmu (Streimikiene, Svagzdiane et al, 2020, 3). Noviji trendovi u održivom turizmu orijentiraju se ka zelenom turizmu, koji je podobniji za stariju populaciju i invalide te korištenju raznih novih tehnologija: mobilnih aplikacija, internetskih stranica, virtualne realnosti i mnogih drugih oblika noviteta koji mogu doprinijeti smanjenju turistifikacije mjesta.

## **6.2. Održivi turizam i utjecaj na prekomjerni turizam**

Novo desetljeće donosi veću brigu o utjecaju na okoliš, socioekonomske aspekte turizma i edukaciju radnika, turista i domaćeg stanovništva o dobrobitima i važnosti održivosti, kako bi buduće generacije mogle uživati u turističkim resursima u kojima uživaju i današnje. Masovni turizam gubi na značaju jer su danas ljudi sve više osviješteni o negativnim implikacijama masovnog dolaska turista. Pandemija je osvijestila ljude o krhkosti turističkih

ciljeva te nužnosti boravka u prirodi i odmoru uz opuštanje. Masovni turizam u svijetu počinje gubiti na značaju i češće se traže odredišta posebnih oblika turizma, no nameće se problem kada će se i ti posebni oblici omasoviti.

Hrvatska Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine navodi ključne izazove koji su povezani s imperativom razvoja održivog turizma:

*Vremenska i prostorna neujednačenost, utjecaj turizma na okoliš i prirodu, međuodnos turizma i klimatskih promjena, prilagodba ubrzanim tehnološkim promjenama u turizmu, kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva, nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti, neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta, nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje, nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir, utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista.*  
(Ministarstvo turizma i sporta, 2021, 3-7)

Vremenska i prostorna neujednačenost odnosi se na visoku sezonalnost turizma od lipnja do rujna te opterećenost obale turističkim dolascima, što rezultira krhkošću hrvatskog turizma. Utjecaj turizma na okoliš i prirodu odnosi se na visoku potrebu za prilagodbom u skladu s EU regulativama. To se odnosi na vodeni ekosustav, otpadne vode, povećanje količine otpada u vrijeme sezone, očuvanje resursa, emisije CO<sub>2</sub>. Međuodnos turizma i klimatskih promjena odnosi se na činjenicu da većina turista dolazi vlastitim automobilima i zračnim prijevozom i kruzerima. Prilagodba ubrzanim tehnološkim promjenama u turizmu smatra se izazovom zbog neažurnog praćenja trendova u tehnologiji koju turisti očekuju te smanjenog broja za to osposobljenog osoblja, što može dovesti do frustracija pri dolasku na željeno odredište i stvaranje gužvi. Kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva imperativ je prije stvaranja zarade, na kojoj se većina turizma danas temelji. Ova stavka podrazumijeva previsoku sezonalnost i udio turizma u BDP-u te visoku cijenu života i stanovanja, što dovodi do raseljavanja stanovništva te izostajanja lokalnog stanovništva prigodom donošenja odluka lokalnih vlasti. Nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti odnose se na sezonalnost koja negativno utječe na sigurnost radnih mjesta u turističkom sektoru. Nedostaje radne snage, stoga se zapošljavaju svi koji žele, snižavaju se kriteriji zapošljavanja pa se tako smanjuje kvaliteta ugostiteljske usluge zbog nedovoljnog znanja. Neodgovarajuća struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta odnosi se na povećan udio noćenja u privatnim smještajima te smanjenje broja noćenja u hotelskim smještajima, kao i na nerazmjer ponude između kontinentalnog i priobalnog dijela Hrvatske. Nedovoljno poslovno i investicijsko okruženje odnosi se na

zaostajanje investicija u odnosu na druge turistički razvijene zemlje, što se odnosi na vrlo nizak povrat uloženih financijskih sredstava te visoku stopu stranih ulagača. Nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir podrazumijeva nedostatak analize i praćenja podataka o turističkoj održivosti te neučinkovitu kontrolu provedbe raznih zakona. Utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista odnosi se na krize koje ne utječu isključivo na Hrvatsku, već na sve svjetske turističke destinacije. Godine 2020. izbila je pandemija COVID-19, zbog čega je svjetski turizam spao na bazni oblik, dovoljan tek za zadovoljenje egzistencije. Trenutno ratno stanje u Europi potencijalno ima vrlo negativan utjecaj na daljnji razvoj turizma (Ministarstvo turizma i sporta, 2021, 3-7).



## 7. Zaključak

Provedeno istraživanje i studije slučaja potvrdili su početne postavke da je masovni turizam izmaknuo kontroli, stoga se mnoga turistička odredišta bore s njegovim negativnim posljedicama. Prekomjerni turizam negativno utječe na stanovništvo turističkog odredišta, stoga može uzrokovati suvremeni fenomen nazvan turizmofobija.

U kontekstu ovog rada podrazumijeva se da su svrha i cilj rada ispunjeni. Analizirana je pojava prekomjernog turizma i fenomena turizmofobije u poznatim odredištima masovnog turizma i turizmofobije te je ista prikazana na primjerima u studiji slučaja. Cilj rada bio je prikazivanje razvoja turizma, njegovog omasovljenja i posljedica. Također, dotaknuli smo se načina kojim turistička mjesta odgovaraju na situaciju.

Detaljnomo analizom dostupne literature i filmografije opisan je fenomen turizmofobije te se navode primjeri u svijetu i Europi. Studija slučaja prikazala je odabrane primjere prekomjernog turizma te različite načine manifestiranja turizmofobije u turističkim mjestima Europe i Hrvatske. Definirani su rezervacijski sustavi te se navode najkorišteniji u kontekstu poticanja masovnog turizma. Na kraju, analizirana je potencijalna budućnost turizma, potreba za održivim razvojem i rješavanjem problema prekomjernog turizma.

Značaj masovnog turizma slabi te je trenutni trend održivi razvoj i turizam koji su sociokulturno, ekološki i ekonomski prihvatljivi nizu turističkih mjesta. Rezervacijski sustavi znatno doprinose masovnom turizmu zbog prihvatljivih cijena koje privlače mnoge turiste, no naše je predviđanje da neće izgubiti važnost u turističkom sektoru, jer su izrazito praktični za korištenje. Turizam posebnih interesa odgovarajuća je zamjena masovnom turizmu, posebice u manje razvijenim turističkim odredištima poput onih u kontinentalnoj Hrvatskoj. Ipak, i dalje se postavlja pitanje koliko dugo će takvi oblici turizma biti održivi, jer želja za zaradom, čini se, ima prioritet u odnosu na promišljanje o budućnosti stanovnika mnogih turističkih odredišta.

## 8. Literatura

Knjige:

1. Baranowski, S. (2005), Radical Nationalism in an International Context: Strength through Joy and the Paradoxes of Nazi Tourism. u J. Walton Histories of Tourism: Representation, Identity and Conflict ( 125-143). Bristol, Blue Ridge Summit
2. Benckendorff, P., Sheldon, P., Fesenmaier, D., (2014), Tourism information Technology, The University of Queensland, Australia.
3. Čavlek, N. (1998), Turoperatori i svjetski turizam. Golden Marketing, Zagreb.
4. Dodds, R., Butler, R.W., (2019), Overtourism- Issues, realities and solutions, Walter de Gruyter GmbH, Berlin/Boston.
5. Galić, V., Šimunić, M. (2006), Informacijski sustavi i elektroničko poslovanje u turizmu i hotelijerstvu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija.
6. Milano, C., Cheer, J. M., Novelli, M., (2019), Overtourism Excesses, Discontents and Measures in Travel and Tourism, Cabi, Oxfordshire, Ujedinjeno Kraljevstvo.
7. Milano, C., (2017), Overtourism and Tourismphobia: Global trends and local contexts. Barcelona: Ostelea School of Tourism & Hospitality.
8. Ministarstvo turizma i sporta, (2021), Nacrt prijedloga Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine, Ministarstvo turizma i sporta, Zagreb.
9. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, (2021.), Turizam u brojkama 2020., Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb.
10. Krešić, D., (2014), Nacionalni program razvoja socijalnog turizma, Ministarstvo turizma, Zagreb.
11. Pechlaner, H., Innerhofer, E., Erschbamer G., (2020), Overtourism- Tourism Management and Solutions, Routledge Taylor and Francis Group, London and New York.
12. Séraphin, H., Gladkikh, T., Vo Thanh, T., (2020), Overtourism Causes, Implications and Solutions, Palgrave macmillan, Cham, Švicarska.
13. Vlada Republike Hrvatske, (2021), Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021. - 2026., Vlada Republike Hrvatske, Zagreb.
14. World Tourism Organization (UNWTO), (2018), 'Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary, UNWTO, Madrid.
15. Ministarstvo turizma i sporta, 2021, Nacrt prijedloga Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine, Ministarstvo turizma i sporta, Zagreb.

#### Internetske stranice:

1. Airbnb, (2022), About us, Dostupno na: <https://news.airbnb.com/about-us/> (04.06.2022.)
2. Barišić, I., (2022), Inicijativa za Lungomare predala 6 kutija potpisa Puljana za referendum: Zahtijevamo da se održi 9. listopada, Dostupno na: <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/inicijativa-za-lungomare-predala-6-kutija-potpisa-puljana-za-referendum-zahtijevamo-da-se-odrzi-9-listopada-20220620> (01.07.2022.)
3. Booking.com, (2022), O Booking.com-u, Dostupno na: <https://www.booking.com/content/about.hr.html> (04.06.2022.)
4. Burgen, S. (2017), Barcelona anti-tourism activists vandalise bikes and bus, Dostupno na: <https://www.theguardian.com/world/2017/aug/01/barcelona-anti-tourism-activists-vandalise-bikes-and-bus> (04.06.2022.)
5. Colom-Montero, G., (2020), Guillem Colom-Montero- 'COVID Summer of 2020: From Overtourism to No-Tourism in Southern Europe'. Dostupno na: <https://braveneweurope.com/guillem-colom-montero-summer-of-2020-from-overtourism-to-no-tourism-in-southern-europe> (4.6.2022.)
6. Dobrota, A., (2019), Kratka povijest turizma u Hrvatskoj. Dostupno na: <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/povijest-turizma-hrvatska> (4.6.2022.)
7. DZS, (2021), Popis 2021, Dostupno na: <https://popis2021.hr/> (8.6.2022.)
8. Eurostat, (2019), Archive: Statistics on ICT use in tourism, Dostupno na: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Archive:Statistics\\_on\\_ICT\\_use\\_in\\_tourism&oldid=419681#out\\_of\\_10\\_Europeans\\_look\\_online\\_for\\_travel\\_related\\_information](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Archive:Statistics_on_ICT_use_in_tourism&oldid=419681#out_of_10_Europeans_look_online_for_travel_related_information) (4.6.2022.)
9. Folger, J., (2021), How Airbnb Works, investopedia, Dostupno na: <https://www.investopedia.com/articles/personal-finance/032814/pros-and-cons-using-airbnb.asp> (10.06.2022.)
10. Hosty, (2022), The Beginner's Guide to Booking.com, Hosty dostupno na: <https://www.hostyapp.com/what-is-booking-com/> (11.06.2022.)
11. Hostyapp, (2022), Barcelona Airbnb Statistics, Dostupno na: <https://www.hostyapp.com/airbnb-statistics-laws/barcelona/> (7.6.2022.)
12. Jet, J., (2017), A Review of Booking.com, Forbes, dostupno na: <https://www.forbes.com/sites/johnnyjet/2017/11/15/a-review-of-booking-com/?sh=63936adfb150> (11.06.2022.)

13. Kliger, I., (2020), Barcelona goes from overtourism to no tourism. Dostupno na: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/coronavirus-barcelona-goes-from-overtourism-to-no-tourism> (4.6.2022.)
14. Lamenteemeravigliosa.it, (2021), Turismofobia o sindrome di Venezia: che cos'è?, Dostupno na: <https://lamenteemeravigliosa.it/turismofobia-o-sindrome-di-veneziah-che-cose/> (4.6.2022.)
15. Lopez, A. M., (2022), International tourism volume in the Balearics 2001-2021. Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/448535/yearly-number-of-international-tourists-visiting-the-balearic-islands/> (4.6.2022.)
16. Marte, J., (2015), Thinking of renting out your home on Airbnb? Consider these costs first, Dostupno na: <https://www.washingtonpost.com/news/get-there/wp/2015/07/24/the-many-unseen-costs-of-renting-out-your-home-through-sites-like-airbnb/> (4.6.2022.)
17. Open Data, (2014), Total number of buildings with housings according to type of building, Dostupno na: <https://opendata-ajuntament.barcelona.cat/data/en/dataset/n-edif-hab-tipus-edif/resource/21bbf846-a6ee-4eae-8eef-f701b0c8737c> (7.6.2022)
18. Pravonagrad, (2022), Srđ je naš!, pravonagrad, Dostupno na: <https://www.pravonagrad.org/aktivnosti/srd-je-nas-2/> (01.07.2022.)
19. Rosenblitz, M., (2020), Airbnb vs Booking.Com for Guests & Hosts: The Pros and Cons, The World Was Here First, dostupno na: <https://www.theworldwasherefirst.com/airbnb-vs-booking-com/> (11.06.2022.)
20. Srzić, A., (2022), Pulski Lungomare - Inicijativa građana od 28. svibnja prikuplja potpise za referendum, dostupno na: <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/pulski-lungomare-inicijativa-gradana-od-28-svibnja-prikuplja-potpise-za-referendum-20220517> (01.07.2022.)
21. Statista.com, (2022), Revenue of Tripadvisor worldwide 2012-2021, by region, Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/410540/revenue-of-tripadvisor-by-region/> (4.6.2022.)
22. Sutlić, K., (2021), Rovinj je uspio zadržati svoju stabilnost: cijene su ostale na razini iz 2019., Dostupno na: <https://www.jutarnji.hr/domidizajn/eksterijeri/rovinj-je-uspio-zadržati-svoju-stabilnost-cijene-su-ostale-na-razini-iz-2019-15046915> (11.6.2022.)
23. Tamma, P., (2017), 'You're not welcome': Tourismophobia spreads across Europe, Euractiv.com, Dostupno na: <https://www.euractiv.com/section/economy-jobs/news/youre-not-welcome-tourismophobia-spreads-across-europe/> (4.6.2022.)

24. Visithvar.hr, (2022), Povijest grada, Dostupno na: <https://visithvar.hr/hr/visit-hvar/povijest-grada/> (5.6.2022.)

Članci:

1. Blažević, B. (2020). Overtourizmom protiv turizma i društva u Ekonomika politika u 2021. godini- Hrvatska poslije pandemije, Hrvatsko društvo ekonomista, 28, 321-344
2. Camatti, N., Bertocchi, D., Carić, H., van der Borg, J., (2020). A digital response system to mitigate overtourism. The case of Dubrovnik, Journal of Travel & Tourism Marketing.
3. Del Romero Renau, L., (2018) 'Touristification, Sharing Economies and the New Geography of Urban Conflicts'. Department of Geography, University of Valencia.
4. Duda, I., (2013), Od radnika do turista. Prava, želje i stvarnost socijalnoga turizma u jugoslavenskome socijalizmu, Sunčana strana Jugoslavije. Povijest turizma u socijalizmu, Zagreb, 55-87.
5. Glup, M., (2021), Tourism's impacts on local populations, Nebraska Anthropologist 29, 51- 66.
6. Gross, T., (2011), Divided over Tourism: Zapotec Responses to Mexico's „Magical Villager Program“, Anthropological Notebooks, Helsinki, 17/3, 51-71.
7. Hrvatska turistička zajednica, (2019) 'Turistička statistika prosinac 2019.', HTZ.
8. Hrvatska turistička zajednica, (2020) 'Turistička statistika prosinac 2020.', HTZ.
9. Knežević, M., (2018), 'Turistička djelatnost: od ljubavi do fobije (i natrag?)', Zbornik sveučilišta Libertas.
10. Koens, K., Postma, A., Papp, B., (2018), Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. Sustainability.
11. Lopez, A. R., (2021), 'A supper of phobias: media discourses on 'radical' acts of dissent against 'mass tourism' in Barcelona'.
12. Mansilla, J. A., Milano, C., (2019), Becoming centre: tourism placemaking and space production in two neighborhoods in Barcelona.
13. Martins, M., (2016), The tourist Imagery, the Destination Image and the Brand Image
14. Martins, M., (2018). 'Tourism Planning and Tourismophobia: An Analysis of the Strategic Tourism Plan of Barcelona 2010-2015.
15. Mauleon-Mendez, E., Genovart-Balaguer, J., Merigo, J.M., Mulet-Forteza, C., (2018), 'Sustainable tourism research towards twenty-five years of the journal of sustainable tourism'

16. Milano, C., Cheer, J. M., Novelli, M., (2019), 'Overtourism: Excess, discontent and measures in travel and tourism. Abingdon: CABI.'
17. Milivojević, R., i Krajinović, V., (2020), 'Uloga dionika turističke destinacije u prevladavanju učinaka prekomjernog turizma', Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, 97-120.
18. Romagnoli, M., (2021), The other's wave: Ethnographic insights on three „tsunamis of tourism “ in Barcelona, Journal of tourismology, 7/1, 101-121.
19. Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., Simanavicius, A., (2020), 'Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review'.
20. Veiga, C., Custodio Santos, M., Aguas, P., C. Santos, J.A., (2018), 'Sustainability as a key driver to address challenges'.
21. Walton, J. K., (1981), The Demand for Working-Class Seaside Holidays in Victorian England. The Economic History Review, 249- 265.

#### Filmografija:

1. Christ, A., (2017), Mijenjamo svijet: Turisti, idite doma. Najljepša europska odredišta u opasnosti, Christ media 52 min, [https://www.youtube.com/watch?v=QVmBUUR1\\_g](https://www.youtube.com/watch?v=QVmBUUR1_g)
2. Mršić, T., (2022), Apsurdistan: Prvi red do mora, HRT, HRTi, 49 min <https://hrti.hrt.hr/home>
3. Radovec, D., (2022), Potraga, RTL, 16min [https://play.rtl.hr/potruga-p\\_7460/potruga-25-05-2022-c\\_12945325](https://play.rtl.hr/potruga-p_7460/potruga-25-05-2022-c_12945325)
4. Šore, K., (2022), Puls, Bio jednom grad, HRT, FacebookWatch, 9 min: <https://www.facebook.com/watch/?v=3214623395476242>
5. TRTWorld (2018), How mass tourism is destroying cities, TRTWorld, 12.10.2018., Youtube, 4 min. <https://www.youtube.com/watch?v=Vyt1HdR4uLw>

## **9. Popis slika i tablica**

Popis slika:

Slika 1.: Turisti u Dubrovniku, str. 8

Slika 2.: Prolazak kruzera ispred Trga Svetog Marka, str. 12

Slika 3.: Antituristički grafit ispred plaže u Barceloni, str. 14

Slika 4.: Turisti ispred Dioklecijanove palače, str. 20

Slika 5.: Bazilika Santa Maria del Mar u Barceloni prije pandemije, str. 21

Slika 6.: Korisničko sučelje Airbnb koje nudi prikaz cijena dostupnih smještajnih jedinica i lokacije gdje se nalaze, str. 28

Slika 7.: Korisničko sučelje Booking.com koje prikazuje dostupne smještajne jedinice i cijenu u traženom periodu, str. 30

## **10. Sažetak**

Temeljna svrha završnog rada je analiza pojave prekomjernog turizma i fenomena turizmofobije u poznatim turističkim odredištima te prikazivanje različitih oblika turizmofobije u odredištima Europe i Hrvatske. Cilj rada prikazivanje je razvoja turizma i njegovog omasovljenja. Prema postavljenoj svrsi i cilju rada sastavljen je sadržaj koji se dijeli na pet poglavlja. Prvo poglavlje opisuje kronološki razvoj turizma u svijetu i Hrvatskoj. Drugo poglavlje bavi se fenomenom turizmofobije, definira se pojam te se navode neki primjeri u Europi i svijetu. Treće poglavlje služi za predstavljanje studije slučaja na primjerima iz Europe i Hrvatske. Četvrto poglavlje opisuje rezervacijske sustave te načine kojima podupiru masovni oblik turizma. Posljednje, peto poglavlje, predviđa budućnost turizma. U radu se istražuju čimbenici koji uzrokuju pojavu prekomjernog turizma te razlozi zbog kojih dolazi do turizmofobije u poznatim odredištima masovnog turizma.

**Ključne riječi: turizam, turisti, prekomjerni turizam, masovni turizam, turizmofobija, rezervacije, smještaj**



## **11. Abstract**

The main purpose of the final paper is to analyse the phenomenon of overtourism and the phenomenon of tourismophobia in known destinations, and to present its different forms of in destinations in Europe and Croatia. The aim of the paper is to show the development of tourism and how it has grown and what are the consequences of overtourism, how destinations respond to it and what are the possible improvements. According to the set purpose and goal, the BA thesis is divided into five chapters. The first chapter describes the chronological development of tourism in the world and Croatia. The second chapter deals with the phenomenon of tourismophobia, defines the term and gives examples in Europe and the world. The third chapter serves to present a case study on examples from Europe and Croatia. The fourth chapter describes reservation systems and how they support the mass form of tourism. Lastly, chapter five predicts the future of tourism. The paper explores what are all the factors that cause the occurrence of excessive tourism and why tourismophobia occurs in well-known mass tourism destinations.

**Key words: tourism, tourists, overtourism, mass tourism, tourismophobia, reservations, accommodation**