

Turistička destinacija i održivi turizam

Redžić, Melisa

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

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:137:770530>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-27**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

Melisa Redžić

TURISTIČKA DESTINACIJA I ODRŽIVI TURIZAM

Završni rad

Pula, 2023.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

TURISTIČKA DESTINACIJA I ODRŽIVI TURIZAM

Završni rad

Melisa Redžić

JMBAG: 0303085362 , redovan student

Studijski smjer: Kultura i turizam

Kolegij: Ekonomija doživljaja

Mentor: izv. prof. dr. sc. Aljoša Vitasović

Pula, srpanj 2023.

SAŽETAK

Uska povezanost turizma i održivog razvoja ima ključnu ulogu u suvremenom planiranju turizma u destinacijama širom svijeta. S obzirom na kontinuirani rast turizma kao vodeće i izuzetno profitabilne industrije u mnogim zemljama, neophodno je pažljivo planirati njihov budući razvoj i napredak. To je odgovornost destinacijskog menadžmenta, čije funkcije i načela omogućuju organiziranje turističke zajednice na temelju njezinih prirodnih i kulturnih resursa, s ciljem održivog iskorištavanja u korist lokalne zajednice.

Ključne riječi: turizam, destinacija, održivost, destinacijski menadžment, razvoj

ABSTRACT

The connection between tourism and sustainability plays a key role in modern tourism planning in destinations around the world. Considering the continuous growth of tourism as a leading and extremely profitable industry in many countries, it is necessary to carefully plan the future developments and progress. This is the responsibility of the destination management, whose functions and principles aim to benefit the local community by responsible and sustainable usage of its natural and cultural resources.

Keywords: tourism, destination, sustainability, destination management, development

SADRŽAJ

UVOD	1
1. TURISTIČKA DESTINACIJA	2
1.1. Povijesni razvoj i pojam turističke destinacije.....	3
1.2. Životni ciklus turističke destinacije	4
1.3. Vrste i atraktivnosti turističkih destinacija	5
2. UPRAVLJANJE TURISTIČKOM DESTINACIJOM	9
2.1. Definiranje pojma destinacijskog menadžmenta	10
2.2. Funkcije destinacijskog menadžmenta	11
3. ODRŽIVI RAZVOJ I ODRŽIVI TURIZAM	12
3.1. Pojam održivog turizma.....	12
3.2. Načela održivog turizma	13
3.3. Ciljevi održivog turizma.....	15
4. PRIMJERI ODRŽIVIH I NEODRŽIVIH DESTINACIJA I PRAKSI	18
4.1. Održivost turizma Republike Hrvatske	18
4.2. Valamar inicijativa <i>Green Holiday</i>	19
4.3. (Ne)održivi Machu Picchu.....	21
ZAKLJUČAK.....	23
LITERATURA	24

UVOD

Turizam se najjednostavnije može definirati kao odnos ponude i potražnje. Lokacija koja ima bogatu i povoljnu prirodnu osnovu i učinkovito je iskoristi u svrhu izrade atraktivne destinacije, ubrzo postaje turističko središte. Unatoč teškim gospodarskim okolnostima u svijetu, turistička industrija i dalje raste te je u brojnim državama najснаžnija grana gospodarstva o kojoj ovisi veliki broj stanovništva. No, postoje mnogi negativni aspekti turizma koji se moraju uzeti u obzir. Utjecaj naglog rasta turizma može se osjetiti na raznolikim prirodnim resursima, ali i na kulturnoj baštini koja je jedan od najvećih motiva posjetitelja.

Održivi turizam je „ublaženi“ oblik turističke industrije koji osigurava da okoliš i lokalna kultura nisu pod velikim utjecajem turizma te da se zadržava u izvornom obliku, ali također služi i kao poticaj zapošljavanja domaćeg stanovništva i gospodarskog napretka općine/grada/županije/države. No, ako se to želi provesti i turizmu nekog središta želi osigurati dugoročnu uspješnost, potrebna mu je dobra organizacija. Destinacijski menadžment ključan je pojam u suvremenom turizmu. Organizacija i kontrola samo su neke od zadaća koje destinacijski menadžment obuhvaća.

Kroz ovaj rad koji se sastoji od 4 poglavlja detaljnije će se opisati neki od navedenih pojmova. Prvo poglavlje fokusirano je na samu turističku zajednicu, njezin povijesni razvoj, životni ciklus te njezine vrste i atraktivnosti. Drugo poglavlje govori o upravljanju turističkom destinacijom, odnosno stupa se u definiranje samog pojma te podjelu funkcija destinacijskog menadžmenta. Treće se poglavlje bazira na detaljnijoj analizi pojmova, načela i ciljeva održivog turizma, dok se, naposljetku, u četvrtom poglavlju navodno primjeri održivog, odnosno neodrživog turizma i praksi u destinacijama Hrvatske i svijeta. Na samom kraju rada nalaze se zaključak, popis literature te popis priloga.

1. TURISTIČKA DESTINACIJA

Prilikom odabira mjesta godišnjeg odmora turisti pomno „češljaju“ elemente destinacija kroz svoje razne kriterije koje neko odredište mora ispuniti kako bi zadovoljilo sve njihove želje i potrebe te postalo siguran izbor njihovog odmora. Prema Leiperu (1990.), turistička destinacija čini najvažniji element turističkog sustava, odnosno sama destinacija predstavlja glavni motiv dolaska posjetitelja, a turistički proizvodi u istoj dodatno privlače posjete. Iz ovakvih su razloga dobro planiranje i upravljanje destinacijom vrlo važni čimbenici u kreiranju privlačne turističke destinacije.¹

Turistički razvoj danas ovisi o velikom broju socio-ekonomskih trendova koji turistima čine neku destinaciju privlačnom. Ti su trendovi prisutni u svakom kontekstu neke turističke destinacije, od lokacije i infrastrukture do posebnih paketa ponuda koji se turistima predlažu u cilju kreiranja „nezaboravnih trenutaka“ koji nastaju kvalitetnim upravljanjem destinacijskog menadžmenta.

Destinacijski menadžment je pojam koji u najširem smislu obuhvaća proučavanje potražnje kupaca i svojih resursa te ih koncipira kako bi se razvila što bolja i atraktivnija slika destinacije koja će postati relevantna konkurencija na svjetskom turističkom tržištu. Kako bi neka destinacija to postala, destinacijski menadžment u obzir mora uzeti sve dostupne prirodne resurse i poslovne inicijative koje mogu ispuniti uvjete zatražene turističkim trendovima. Poseban izazov u destinacijskom menadžmentu danas čini iskorištavanje prirodnih resursa koji ne smiju biti ugroženi ako se u destinaciju uključi važnost održivog razvoja. Zadaci destinacijskog menadžmenta sastoje se od odlučivanja i dodjele raspoloživog prostora, izdavanja dozvola turoperatorima i vlasnicima hotela, izrade i provedbe operativnih politika, zaštite parkova ili muzeja, izrade vladinih i lokalnih programa potpore i poduzimanja relevantnih aktivnosti ili intervencija koje će pomoći u napredovanju promoviranja odredišta za posjetitelje. Iz ovih zadataka mogu se koncipirati tri glavne funkcije – poduzetnička, javno samoupravna i javno koordinacijska.²

¹ Magaš, D.: Turistička destinacija, Tipograf, Opatija, 1997., str. 7.

² Magaš, D.: Destinacijski menadžment - modeli i tehnike. Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2008

Kao što je već ranije spomenuto, cilj destinacije jest održavanje kvalitete ponude koja se predstavlja turistima, u svrhu ekonomskog boljitka i povećanja kvalitete života lokalnog stanovništva koje je većinskim dijelom dio plana destinacijskog menadžmenta te ima uzajaman odnos s istim. Prioritet je upravljanje turističkom destinacijom tako da krajnji ukupni rezultati pokazuju bolji ishod od onih koji mogu imati individualni uslužni objekti te da je destinacijski menadžment aktivno uključen u sve faze pripreme krajnjeg turističkog proizvoda.

Smatra se kako se bez inovacija ne može ni očekivati održavanje rasta i razvoja, a ni poboljšanje kvalitete. Inovacije u turizmu se mogu opisati kao nove promjene koje treba provesti u međusobnoj ovisnosti faktora koji utječu na razvoj turističke destinacije i postavljenih ciljeva. Na primjer, ako je glavni cilj povećati prihod od međunarodnih dolazaka u neku destinaciju, na tržište će se uvesti neki novi turistički proizvodi i ponude. U drugačijem slučaju gdje primjerice postoji drastičan pad broja noćenja, destinacijski menadžment će pokrenuti cijelu novu inicijativu za oporavak situacije.

1.1. Povijesni razvoj i pojam turističke destinacije

Sama riječ destinacija dolazi iz latinske riječi *destinatio*, što označava *odredište*, a danas se koristi u svim oblicima romanskih jezika te je vrlo raširena i u anglosaksonskom govoru. Iako u izvornom značenju tvori sinonim za odredište, u turizmu se javlja kao sinonim za posredstvo prometa. Početkom sedamdesetih godina ovaj pojam počeo se koristiti u govoru oko istraživanja emitivnih i receptivnih područja te riječ „destinacija“ počinje označavati turističku regiju, zemlju, lokalitet itd.³

Turistička destinacija kao koncept u teoriji i praksi prvi se puta pojavljuje prije četrdesetak godina, a danas čini srž svih turističkih istraživanja i literature. Turistička destinacija koju danas poznajemo nastala je iz konceptata turističke regije, odredišta, mjesta i dr. Zbog sličnosti pojmova važno je definirati svaku pojedinačno i shvatiti njihove razlike odnosno sličnosti. Dakle, turističku regiju čini geografski prostor koji dijeli zajednička obilježja te u kojemu je prisutna interakcija turističkih proizvoda i usluga. Ako se turistička regija sagledava u političkom smislu, ona čini političko-administrativne granice u kojima se bavi turističkim planiranjem i politikom. Ukratko,

³ Magaš, D.: Turistička destinacija, Tipograf, Opatija, 1997., str. 10.

turistička regija se može opisati kao prostorna cjelina određena granicama u kojima se razvija i djeluje jedan turistički sustav. ⁴

Turističko mjesto, s druge strane, čini prostor s turističkim sustavom koji se ne mora nužno podudarati s administrativnim granicama, već se od ostalih turističkih mjesta ističe zbog svoje posebnosti odnosno atrakcijske osnove. To su, primjerice, razna prepoznatljiva urbana središta, planinska, primorska ili toplička turistička mjesta.⁵

Dakle, turistička se destinacija, u najširem smislu može tumačiti kao „svako odredište turističkog putovanja, od samostalnog turističkog objekta, aerodroma ili luke do turističkog mjesta, regija i turističke zemlje. Pod turističkom destinacijom razumijeva se širi, integrirani prostor, koji gradi svoj turistički identitet na koncepciji kumulativnih atrakcija, koje omogućuju doživljaj i s dodatnom turističkom infrastrukturom predstavlja prostor okupljanja turista. Turistička destinacija uvjetovana je željama, sklonostima, interesima i potrebama turista“⁶

1.2. Životni ciklus turističke destinacije

Životni ciklus turističke destinacije čini sveukupno sedam koraka, odnosno faza kroz koje jedno turističko odredište može proći od svog osnivanja pa sve do propadanja, odnosno stanja u kojem odredište gubi turističku vrijednost.⁷

- istraživanje – inicijalna faza, podrazumijeva izvorne resurse i atraktivnosti destinacije koje se tek trebaju otkriti te za koje zna tek nekolicina ljudi; broj posjetitelja destinacije je malen te posjeduje originalnu privlačnost, odnosno resursi nisu korišteni samo i isključivo u turističke svrhe
- angažiranje – poticanje inicijativa za angažiranje oko promocije destinacije, nastajanje turističke sezone i postizanje mjesta i konkurentnosti na turističkom tržištu
- razvojna faza – masovni dolasci turista u destinaciju, broj turista dominira nad lokalnim stanovništvom te često dolazi do problema masovnosti turizma,

⁴ Čavlek, N., Bartoluci, M. i sur.: Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 389.

⁵ Isto, str. 390.

⁶ Isto, str. 391.

⁷ Magaš, D.: Turistička destinacija, Tipograf, Opatija, 1997., str. 24.-25.

odnosno kontrola kvalitete usluge i iskorištenosti prostora i resursa dobiva na važnosti

- konsolidacija – faza u kojoj se pokušava smanjiti broj posjeta i njihovog utjecaja, no broj i dalje raste te premašuje brojku domicilnog stanovništva
- stagnacija – faza u kojoj dolazi do problema u ekološkim, društvenim i ekonomskim aspektima; destinacija više nema inicijalnu atraktivnost te potrebno je učiniti korak više kako bi se zadržale brojke posjetitelja
- propadanje – u većini slučajeva ovo je posljednja faza ciklusa razvoja destinacije, gdje destinacija počinje ovisiti o dnevnim izletnicima i tzv. „vikendašima“ te se njezini kapaciteti iskorištavaju u druge, ne-turističke svrhe
- pomlađivanje – alternativa propadanju, podrazumijeva potpunu obnovu atraktivnosti, kvalitete, tržišta i turističke ponude na iskoristivom području

1.3. Vrste i atraktivnosti turističkih destinacija

Turističke atrakcije mogu se podijeliti na prirodne i društvene ili "man-made" atrakcije. Prirodne atrakcije uključuju sva mjesta na koja čovjek nije mogao izravno utjecati, a to su: klima, reljef, voda, flora i fauna. Definicija društvenih atrakcija jest da ih stvara čovjek, dakle one su "man-made". Ovakva podjela naziva se i Lawsonova klasifikacija turističkih atrakcija te je ona ujedno i najzastupljenija. Ako se govori o društvenim odnosno "man-made" atrakcijama, može se reći kako su one umjetno stvorene i služe, u većini slučajeva, isključivo turistima. Obilježja takvih atrakcija su sezonalnost, intenzivan razvoj te blizina centra i ostalih atraktivnosti i usluga za posjetitelje. S druge strane, ako se govori o prirodnim atrakcijama, valja reći kako njih obilježavaju što veća udaljenost od komercijaliziranog i potrošačkog sezonalnog turizma te niska potreba za razvojem, budući da su same po sebi prirodni resursi koje se nastoji očuvati i što manje izlagati utjecaju čovjeka.

Kao što je već ranije navedeno, pri odabiru destinacije i planiranju svoga putovanja turisti najprije istražuju koje atrakcije će posjetiti, odnosno koliko kulturnih ili društvenih te prirodnih resursa ta destinacija nudi. Društvene atrakcije poput manifestacija, kulturno-povijesnih spomenika i lokaliteta, muzeja i galerija vrlo su važan motivator za putovanje te je važan i način na koji će se takve atrakcije promovirati i privući posjetitelje. Posjetom takvih atrakcija turisti imaju priliku upoznati te doživjeti kulturu i

tradiciju destinacije. Dobrim, autentičnim imidžom i promocijom svojih atrakcija destinacija se stavlja na turističko tržište te ovisno o kvaliteti pružanja usluga i zadovoljstva posjetitelja dolazi do boljih ili lošijih rezultata. One destinacije koje oskudijevaju resursima i atrakcijama stvaraju umjetne, odnosno "man-made" atrakcije poput tematskih i zabavnih parkova te svoj turizam zasnivaju isključivo na njima. Primjer takve atrakcije jest Gardaland u talijanskoj regiji Veneto. Prema Kušenovoj funkcionalnoj definiciji turističkih atrakcija, atrakcije se također mogu podijeliti na potencijalne i realne. One su temeljni turistički resurs svake turističke destinacije te određuju i uvjetuju turističku ponudu te razvoj turizma općenito. Njihova je bit određena turističkim potrebama. Sve turističke atrakcije snažno su prostorno obilježene, bez obzira na to jesu li same dio prostora ili je njihova pojavnost strogo prostorno određena.⁸ Ova je klasifikacija također od velike važnosti za prostorno i turističko planiranje destinacije te za njezino odgovorno korištenje i očuvanje. U nastavku je prikazana tablica Kušenove klasifikacije koja bi na jednostavniji način trebala omogućiti identifikaciju, valorizaciju, ali i zaštitu potencijalnih i već postojećih turističkih atrakcija i resursa neke destinacije. Dakle, te su atrakcije podijeljene na stvorene i prirodne, dorađene i izvorne, dokoličarske i nedokoličarske te na materijalne i nematerijalne. Ovakva tablica turističkim destinacijama služi i kao lista za provjeru pri inventarizaciji kako se ne bi izostavila neka atrakcija.

⁸ Kušen, E.: Turizam i prostor - Klasifikacija turističkih atrakcija, Prostor, Vol. 9, br. 1, Zagreb, 2001., str. 7

Tablica 1 Osnovna funkcionalna klasifikacija potencijalnih i realnih turističkih atrakcija⁹

BR. OSNOVNE VRSTE ATRAKCIJA			PRIPADAJUĆI MOTIV/AKTIVNOST	GRUPE ATRAKCIJA		
1.	GEOLOŠKE ZNAČAJKE PROSTORA	sportska rekreacija dokoličarska edukacija** zadovoljstvo nedokoličarski motivi***	PRIRODNE	PRETEŽITO DOKOLIČARSKE	MATERIJALNE	* Nedokoličarske atrakcije ** Obrazovanje jedino radi osobnog zadovoljstva *** Redovno obrazovanje, poslovna putovanja, liječenje, tranzit i sl.
2.	KLIMA	odmor i oporavak sportska rekreacija zadovoljstvo nedokoličarski motivi				
3.	VODA	odmor i oporavak sportska rekreacija dokoličarska edukacija zadovoljstvo nedokoličarski motivi				
4.	BILJNI SVIJET	odmor i oporavak dokoličarska edukacija zadovoljst nedokoličarski motivi				
5.	ŽIVOTINJSKI SVIJET	dokoličarska edukacija zadovoljstvo sportska rekreacija nedokoličarski motivi				
6.	ZAŠTIĆENA PRIRODNA BAŠTINA	dokoličarska edukacija zadovoljstvo sportska rekreacija nedokoličarski motivi				
7.	— ZAŠTIĆENA KULTURNO- POVIJESNA BAŠTINA	dokoličarska edukacija zadovoljstvo nedokoličarski motivi	IZVORNE		NEMATERIJALNE	
8.	KULTURA ŽIVOTA I RADA	dokoličarska edukacija zadovoljstvo nedokoličarski motivi				
9.	ZNAMENITE OSOB I POVIJES DOGAĐAJI	dokoličarska edukacija nedokoličarski motivi				
10.	MANIFESTACIJE	zadovoljstvo dokoličarska edukacija nedokoličarski motivi	STVORENE		MATERIJALNE	
11.	KULTURNE I VJERSKE USTANOVE	zadovoljstvo dokoličarska edukacija nedokoličarski motivi				
12.	PRIRODNA LJEČILIŠTA	odmor i oporavak sportska rekreacija zadovoljstvo nedokoličarski motivi				
13.	SPORTSKO- REKREACIJSKE GRAĐEVINE TERENI	sportska rekreacija zadovoljstvo nedokoličarski motivi				
14.	TURISTIČKE STAZ PUTOVI I CESTE	sportska rekreacija odmor i oporavak dokoličarska edukacija zadovoljstvo nedokoličarski motivi				
15.	ATRAKCIJE ZBOG ATRAKCIJA	sportska rekreacija dokoličarska edukacija zadovoljstvo				

⁹ Isto, str. 8.

2. UPRAVLJANJE TURISTIČKOM DESTINACIJOM

Ranije spomenuti destinacijski menadžment vrlo je bitan element svake turističke destinacije, budući da je kvalitetno upravljanje destinacijom važno zbog destinacijske konkurentnosti na turističkom tržištu. Konkurentnost jedne destinacije govori o njezinoj sposobnosti privlačenja posjetitelja i njihovoj motivaciji da stvaraju turističku potrošnju u destinaciji na profitabilan način i uz zadovoljenje svih njihovih očekivanja.¹⁰ Danas je u turizmu vrlo važno biti korak ispred konkurencije te stvoriti novi proizvod ili uslugu te biti prvi koji je isto postavio na turističko tržište. Drugim riječima, potrebno je izgraditi vlastiti, jedinstveni imidž kako bi destinacija bila prepoznatljiva sama po sebi te privlačila posjetitelje atraktivnostima koje se ne mogu pronaći nigdje drugdje.

Dakle, zadaća i funkcija destinacijskog menadžmenta leži u njihovoj sposobnosti značajnog isticanja među brojem destinacija koje nude slične ili iste turističke proizvode i usluge. Da bi do isticanja došlo, potrebno je proći kroz dugotrajan proces koji naposljetku garantira izradu visokokvalitetnih proizvoda i usluga uz očuvanje izvornih resursa i poštivanje svih lokalnih normi. Dakle, proces podrazumijeva nekoliko komponenti koje se moraju ispuniti kako bi se došlo do cilja, a one su:

- „optimalan gospodarski razvoj destinacije
- viša razina životnog standarda stanovništva
- očuvanje potrebne razine ekologije
- očuvanje kulturno-povijesne baštine te njezino stavljanje u funkciju gospodarskog i općeg razvoja“¹¹

¹⁰ Čavlek, N., Bartoluci, M. i sur.: Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 394.

¹¹ isto

Prema Blaževiću i Perišiću (2009.), destinacijski menadžment može svoje zadatke podijeliti na tri velika podsustava, a oni su:

Tablica 2 Sažeti prikaz podjele destinacijskih poslovnih podsustava¹²

Poduzetnički podsustav	Poslovni subjekti čija je osnovna svrha ostvarenje dobiti
Javnoupravni podsustav	Jedinice lokalne uprave i samouprave
Ostali podsustavi	Turistička zajednica, stanovništvo, udruge i dr.

Kako bi destinacija upravljala i djelovala uspješno na tržištu, važno je da se svim podsustavima posveti jednaka pažnja te da se tržištu predstavi posebnost turističke ponude jedne turističke destinacije.¹³

2.1. Definiranje pojma destinacijskog menadžmenta

Kako bi se definirao pojam destinacijskog menadžmenta, važno je najprije definirati što je to menadžment. Dakle, u ekonomskoj teoriji, menadžment opisuje „svaka djelatnost koja u jednoj organizaciji spaja ljude različitih znanja i vještina radi ostvarivanja određenih poslovnih ciljeva.“ Iz ovakve spoznaje moguće je onda destinacijski menadžment opisati kao poslovnu aktivnost koja spaja i vodi rad različitih poslovnih i drugih subjekata u kreiranju i realizaciji turističkog proizvoda radi ostvarenja njegove optimalne kvalitete, konkurentnosti, održivosti te postizanje optimalnih ekonomskih učinaka na turističkom tržištu.¹⁴

¹² Čavlek, N., Bartoluci, M. i sur.: Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 389.)

¹³ Isto, str. 395.

¹⁴ Isto, str. 396.

2.2. Funkcije destinacijskog menadžmenta

Tri osnovne funkcije destinacijskog menadžmenta jesu: planiranje, organiziranje i kontrola.¹⁵

- funkcija planiranja – odnosi se na lokalno turističko planiranje i politiku koje zahtijevaju razumijevanje različitih interesa i utjecaja koji oblikuju razvoj destinacije i čine ju jedinstvenom; lokalno turističko planiranje ovisi o učincima globalizacije i ekonomske slike lokalne zajednice, migracije stanovništva te društveno-ekonomskim obilježjima zajednice, o političkoj važnosti turizma na lokalnoj i većim razinama te o mogućnosti javnog financiranja i potpore turizmu
- funkcija organiziranja – turističkoj destinaciji služi kao sustav povezivanja, koordiniranja i upravljanja različitim elementima turističke ponude kako bi došlo do najboljih mogućih planiranih ciljeva razvoja turizma neke destinacije; turističke organizacije na razini destinacije imaju zajedničke funkcije (funkciju marketinga, istraživanja i razvoja) koje međusobnim usporedbama i analizama postavljaju ciljeve koje bi uspješna turistička destinacija trebala postići
- funkcija kontrole – nužna funkcija unutar turističke destinacije, uvrštena kako bi se osigurali standardi odnosno segmenti ponude najviše kvalitete koja konstantno mora biti prisutna u destinaciji; ovdje menadžment na svim razinama destinacije upravlja i kontrolira kvalitetu istih; neki od segmenata koji su pod stalnom kontrolom jesu: vrsta i kvaliteta smještaja, kvaliteta okoliša, kvaliteta prometa, kvaliteta sigurnosti, kvaliteta rekreacijskih, kulturnih i zdravstvenih sadržaja, kvaliteta gostoljubivosti i dr.

¹⁵ Isto, str. 397. - 401.

3. ODRŽIVI RAZVOJ I ODRŽIVI TURIZAM

Opće je poznato kako je predviđeno da čovjek i priroda žive kao jedno, da čovjek prirodne resurse koristi umjereno te na odgovoran način. Međutim, posljednjih desetljeća to nije slučaj te priroda uvelike ispašta radi čovjekovih djela, razvoja tehnologije i sve veće želje za profitom. Upravo iz ovakvih razloga čovjek i priroda više ne žive kao jedno, već se „bore“ i testiraju granice jedno drugome. Ovakve „borbe“ nisu samo stvar prirode i okoliša, već se mogu staviti i u socijalni te gospodarski kontekst, stvarajući probleme u sva tri aspekta održivosti jednog lokaliteta.

3.1. Pojam održivog turizma

Održivi razvoj nije čvrsto definiran jednom definicijom zbog kompleksnosti procesa i odnosa među ekološkim, ekonomskim i socijalnim aspektima, već postoje mnoge definicije koje su vrlo slične te opće prihvaćene. Poznato je kako je pojam održivog razvoja postajao popularniji krajem 1980.-ih godina, nakon prvog spominjanja istog u Bbeurdtland Reportu (Our Common Future) kao „razvoj koji uvažava potrebe sadašnjosti, a da ne kompromitira sposobnost budućih generacija da ispune svoje vlastite potrebe“. Upravo je ova definicija najsažetija, najraširenija i najbolje prihvaćena.

Prema definiciji UNWTO-a, smjernice za održivi razvoj turizma i prakse upravljanja primjenjive su na sve oblike turizma u svakoj vrsti destinacije diljem svijeta, uključujući destinacije masovnog turizma, ali i one različite segmente turizma niša. Načela održivosti odnose se na ekološke, gospodarske i socio-kulturne aspekte razvoja turizma, a između ove tri dimenzije mora se uspostaviti odgovarajuća ravnoteža kako bi se osigurala njegova dugoročna održivost. Stoga bi održivi turizam trebao optimalno koristiti resurse okoliša koji su ključni element u razvoju turizma, održavajući bitne ekološke procese i pridonoseći očuvanju prirodne baštine i biološke raznolikosti. Također, poštivanjem socio-kulturne jedinstvenosti lokalnih zajednica, čuvajući njihovu izgrađenu kulturnu baštinu i tradiciju doprinosi se međukulturnom razumijevanju, toleranciji i multikulturalnosti. Što se ekonomskog aspekta održivog turizma tiče, ono

je ispunjeno kada se osigura dugoročno održivo gospodarsko poslovanje, uključujući stabilno zapošljavanje i mogućnosti za stjecanje prihoda i društvenih usluga lokalnoj zajednici te smanjenje siromaštva. Postizanje održivog turizma kontinuiran je proces i zahtijeva stalno praćenje utjecaja, uvođenje potrebnih preventivnih i/ili korektivnih mjera kad god je to potrebno. Održivi turizam također treba održavati visoku razinu zadovoljstva turista i osigurati značajno iskustvo turistima, podižući njihovu svijest o pitanjima održivosti i promicati među njima prakse održivog turizma.¹⁶

Poseban problem održivosti stvara masovni turizam gdje se na ograničen prostor i vrijeme vrši najveći pritisak u sezoni. Primjerice, ljetni odmorišni turizam koji na prostorima Republike Hrvatske ne jenjava i nedostatak dovoljnog broja smještajnih objekata, plaža te ostalih popratnih usluga kako bi se ugodili svi posjetitelji. Iz ovakvih i sličnih razloga, iz godine u godinu se ruše stabla, uništavaju prirodne plaže i uvale kako bi se destinacija učinila što privlačnijom potencijalnim posjetiteljima, ali time se iscrpljuju prirodni resursi, stvara se otpad, ugrožava se kvaliteta zraka, čistoća mora te naposljetku i lokalni način života. Dakle prema navedenom se može zaključiti da je održivost, odnosno održivi razvoj turizma sposobnost da se zadovolje potrebe turista, ali i lokalne zajednice dok se istovremeno očuvaju resursi za njihovo buduće korištenje.

3.2. Načela održivog turizma

Kao što je već ranije navedeno, održivost turizma sagledava se u tri koncepta – ekološkom, društveno-kulturnom i ekonomskom. U nastavku će se objasniti i prikazati osnovna načela navedenih konceptata.¹⁷

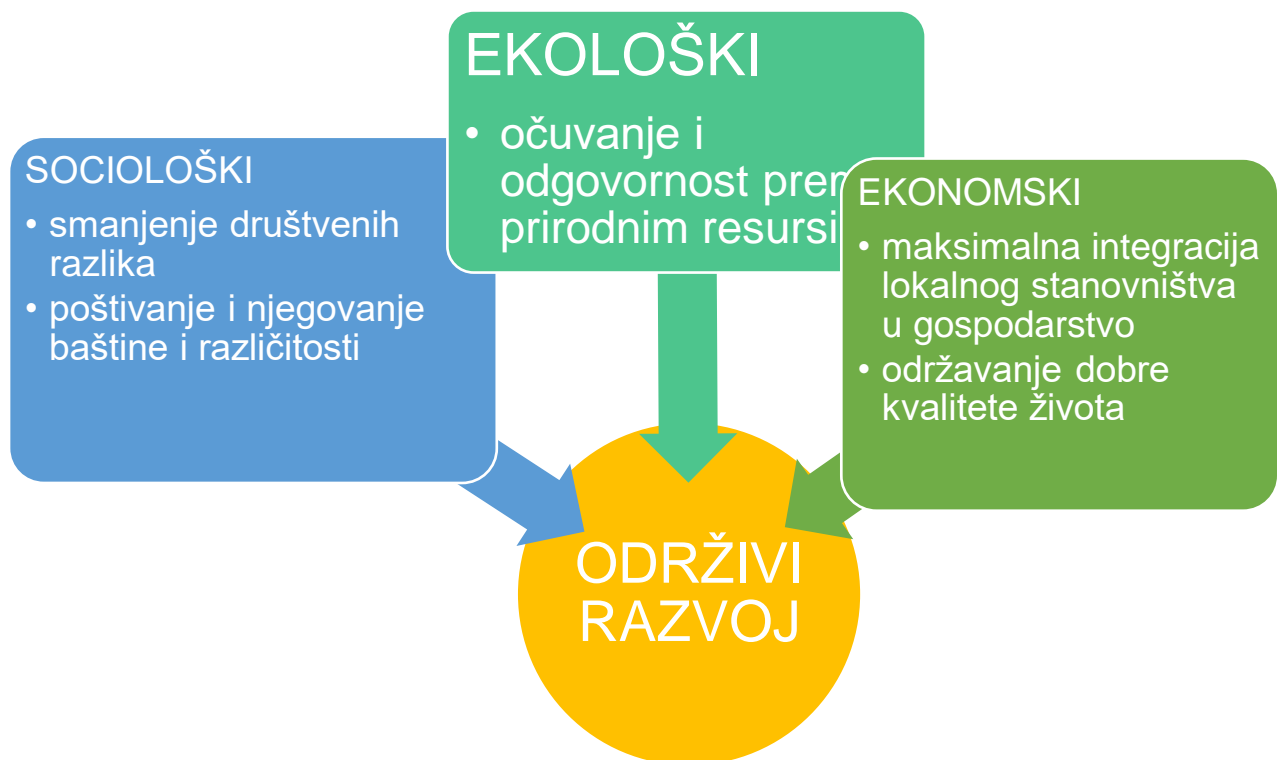
- načelo ekološke održivosti turizma – podrazumijeva odgovorno korištenje i očuvanje prirodnih resursa; smatra se najvažnijim za turizam budući da prirodni resursi čine atrakcijsku osnovu turističke ponude neke destinacije
- načelo društveno-kulturne održivosti turizma - odnosi se na sociološke i kulturne aspekte turizma te oni podrazumijevaju smanjenje socijalnih razlika između ljudskih skupina, rasa i klasa te u kulturnom smislu oni označavaju upoznavanje lokalne

¹⁶ <https://www.unwto.org/sustainable-development> (posjećeno 19. srpnja 2022.)

¹⁷ Čavlek, N., Bartoluci, M. i sur.: Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011.

tradicije, jezika, običaja, baštine i sl.; društveno-kulturna održivost mijenja se u skladu s promjenama odnosno razvojem društva

- načelo ekonomske održivosti turizma - temelji se na gospodarski učinkovitom razvoju gdje se resursi koriste na odgovoran i pravilan način kako bi se osigurao gospodarski razvoj i održala dobra kvaliteta života u sadašnjosti, ali i za buduće naraštaje



3 Grafikon 1: Načela održivog razvoja

Osim osnovne podjele na tri glavna načela održivog razvoja, ono se može definirati i kroz još nekoliko stavki koje su od velike važnosti ako se govori o kvalitetnom i pravilnom provođenju istog, a one su sljedeće¹⁸:

- odgovorno ponašanje prema prirodi
- poštivanje lokalnog stanovništva i njihove kulture

¹⁸ Magaš, D.: Turistička destinacija, Tipograf, Opatija, 1997., str. 47.-48.

- izbjegavanje nepotrebnog trošenja resursa
- očuvanje prirodne, društvene i kulturne višestrukosti
- strateško planiranje
- gospodarske prednosti
- uključivanje lokalnog stanovništva
- savjetovanje i pravovremeno obavještanje stanovništva
- obrazovanje turističkih radnika
- odgovorni marketing (destinacijski menadžment)

3.3. Ciljevi održivog turizma

Ujedinjeni narodi 2015. godine donijeli su program o globalnom održivom razvoju i turizmu s perspektivama do 2030. godine. Program se sastoji od 17 ciljeva koji uključuju sve aspekte održivog razvoja. Ciljevi su:¹⁹

1. Smanjenje siromaštva u svim oblicima i svugdje, osiguravanje obrazovanja svima, osiguravanje pristupa zdravstvenoj skrbi i sličnim uslugama, uključivanje u sudjelovanje pri donošenju odluka
2. Iskorjenjivanje gladi, osiguravanje opskrbe hranom i poboljšanje kvalitete prehrane kroz promjenu sustava proizvodnje hrane i poljoprivrede
3. Povećanje očekivanog trajanja života i smanjenje stope smrtnosti djece i majki, sprječavanje bolesti, smrtnih slučajeva i prometnih nesreća kroz promociju zdravog i odgovornog života svih dobi
4. Osiguravanje kvalitetnog obrazovanja uz promoviranje mogućnosti cjeloživotnog učenja, postizanje rodne jednakosti i jednakog pristupa svim razinama obrazovanja uključujući i osobe s invaliditetom i djecu u ranjivom položaju
5. Postizanje rodne ravnopravnosti i osnaživanje te poticanje žena i djevojčica tako da se uklone svi oblici diskriminacije i nasilja

¹⁹ *Sustainable development goals: changing the world in 17 steps – interactive* <https://www.theguardian.com/global-development/ng-interactive/2015/jan/19/sustainable-development-goals-changing-world-17-steps-interactive> (posjećeno 21. srpnja 2022.)

6. Održivo upravljanje vodama, osiguravanje pitke vode svima i primjerene sanitarne uvjete
7. Osiguravanje izvora pouzdane, održive i moderne energije po pristupačnim cijenama za sve
8. Promoviranje održivog i integriranog ekonomskog rasta, dostojanstvenog rada i zaposlenosti
9. Izgradnja infrastrukture, promoviranje održivog industrijskog razvoja koji pruža tehnološka rješenja za okolišno prihvatljivu industrijalizaciju i realiziranje inovacija
10. Smanjenje nejednakosti između i unutar zemalja po pitanju zdravstvenih i obrazovnih usluga, ispunjenje potreba ugroženih uzimajući u obzir sve tri dimenzije održivog razvoja
11. Stvaranje gradova i naselja sigurnim, prilagodljivim i održivim lokalitetima tako da se unaprijede kapaciteti za integrirano i održivo planiranje i upravljanje naseljima, vodeći računa o učinkovitosti, ublažavanju klimatskih promjena te otpornosti na elementarne nepogode
12. Osiguravanje modela održive potrošnje i proizvodnje u korištenju resursa i energetske učinkovitosti, održive infrastrukture i pružanje pristupa osnovnim uslugama, zelena i dostojanstvena radna mjesta i bolja kvaliteta života za sve
13. Zaštita klime u poduzimanju aktivnosti za suzbijanje klimatskih promjena i njihovih posljedica
14. Očuvanje vodenog svijeta se odnosi na zaštitu i održivo korištenje oceana, mora i morskih resursa pazeći na temperature oceana, kemijski sastav, struje i život u njima i dr.
15. Očuvanje života na zemlji kroz održivo upravljanje šumama, suzbijanjem deforestacije, zaustavljanjem degradacije zemljišta i sprječavanjem daljnjeg gubitka biološke raznolikosti
16. Promoviranje miroljubivog i uključivog društva za održivi razvoj, osiguravanje pristupa pravdi za sve i izgradnja učinkovite, odgovorne i uključive institucije na svim razinama

17. Učvršćivanje partnerstva za programe održivog razvoja koji uključuju načela i vrijednosti, zajedničke vizije i zajedničke ciljeve održivog turističkog razvoja koji stavljaju ljude i planet u središte

Svi navedeni ciljevi održivog razvoja mogu se primijeniti i na specifične odabrane destinacije te su oni dio cjelokupnog koncepta održivog razvoja turizma nekog lokaliteta. Temeljni zajednički cilj održivih destinacija jest podizanje razine kvalitete života lokaliteta te istovremeno razvijanje turizma tako da se svim resursima upravlja odgovorno, ali i stvara kvalitetna turistička ponuda koja će privući posjetitelje u destinaciju.

4. PRIMJERI ODRŽIVIH I NEODRŽIVIH DESTINACIJA I PRAKSI

4.1. Održivost turizma Republike Hrvatske

Iako se većina turizma Republike Hrvatske temelji na ljetnoj sezoni i masovnim priljevima stranih turista na jadranske gradove i otoke, može se pohvaliti relativno dobrim održivim turizmom, što potvrđuju mnoge nagrade i certifikati poput "Green Mark – Sign of Excellence" te one dodijeljene Eco – hotelima i gradovima.

Naime, prema službenim stranicama Održivog turizma Republike Hrvatske²⁰, ova država ima 37 turističkih proizvoda te više od 110 ostvarenih projekata u svrhu održavanja razvoja. RH resurse za inovativne projekte pronalazi u kulturnoj (materijalnoj i nematerijalnoj baštini na listama UNESCO – a) i prirodnoj baštini (čak 420 zaštićenih područja). Što se financijskih resursa tiče, podržava je pet nevladinih udruga.

Prema podacima iz 2021. godine, 68 hrvatskih plaža i 30 marina ima Plave zastave, simbole ekološke osviještenosti i održivog razvijanja. Ove su zastave jedan od poticaja turistima kod biranja odmorišne destinacije. Simbol zastave se smatra važnim pokazateljem hrvatskog održivog turizma, budući da su Jadransko more i plaže među glavnim motivima turističkih dolazaka.²¹



Slika 1 Prikaz hrvatske plaže nagrađene plavom zastavom (izvor: <https://www.adriatic.hr/en/guide/beaches-blue-flag-beaches/163>)

²⁰ <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=6> (posjećeno 23. srpnja 2022.)

²¹ <https://www.blueflag.global/all-bf-sites> (posjećeno 23. srpnja 2022.)

Kao drugi primjer projekata koji doprinose hrvatskom održivom razvoju i turizmu valja spomenuti i mnogobrojne javne biciklističke udruge koje turiste (ali i lokalno stanovništvo) potiču na promjenu načina prijevoza, odnosno na smanjenje automobilske vožnje kako bi se smanjila količina štetnih ispušnih plinova. Tako su u ponudi razni biciklistički programi, koji nude organizirane izlete mehaničkim ili e – biciklima, bili oni osmišljeni od strane lokalne zajednice/grada ili pak privatnih poduzeća u sklopu odmorišnog programskog paketa. (primjer: Go2Bike sustav i Valamar Bike Share)

Pored ekološki prihvatljivih projekata i utemeljenih inicijativa, Republika Hrvatska nastoji svoju održivost primjenjivati u korist lokalnog stanovništva, promovirajući manje obrte i njihov zadatak u očuvanju hrvatske kulturne baštine. Primjerice, 2019. godine je u Zagrebu održan projekt turističko – gastronomske rute *Cooking Croatia* koji je zainteresiranim posjetiteljima nudi obilazak grada, nabavku namirnica u lokalnim trgovinama/tržnicama te naposljetku pripremanje tradicionalnih hrvatskih jela. Ovaj je projekt odličan primjer kako se može spojiti kulturna i tradicionalna baština i informirati turiste, ali i pridonijeti razvoju manjih lokalnih poduzeća.

No, Republika Hrvatska bi trebala još poraditi na programima održivog razvoja kako bi osigurala daljnji razvoj i prepoznatljivost njezinog održivog turizma na svjetskoj razini. Kao što je na početku ovoga odlomka spomenuto, brojnim prirodnim staništima prijete zagađenje nastalo prevelikim brojem posjetitelja. Konkretni primjer u Republici Hrvatskoj mogu biti Plitvička jezera, svjetski poznat i zaštićen nacionalni park kojem prijete veliko zagađenje zbog iskorištavanja okolnih prostora u svrhu izgradnje broja turističkih objekata radi ekonomske koristi. Kako ne bi došlo do uništenja prirodnih resursa i ugroženja održivog razvoja, lokalne i državne inicijative morale bi u što kraćem roku doći do rješenja koji će biti pogodan gospodarstvu i očuvanju okoliša.

4.2. Valamar inicijativa *Green Holiday*

Kao jedna od vodećih turističkih kompanija u Hrvatskoj i šire, Valamar Riviera ima cilj poslovati na odgovoran način, uzimajući u obzir okoliš, svoje zaposlenike,

kljente, ali i svoju ekonomsku stabilnost. Naime, ova je tvrtka 2021. godine objavila strategiju održivosti te sveukupno 12 ključnih ciljeva održivog poslovanja koji se planiraju ostvariti do 2025. godine. Ciljevi uključuju dostizanje ugljične neutralnosti, uštedu električne energije, odnosno proizvodnju 15% solarne energije, zaštitu mora, pošumljavanje stotina hektara u svojim destinacijama, zapošljavanje i zadržavanje domaćih radnika, baziranje 80% sveukupne nabave od odgovornih dobavljača te postizanje certifikata održivosti svih svojih objekata.



Slika 2 12 ciljeva održivosti Valamar Riviere do 2025. godine (izvor: <https://esg.valamar-riviera.com/hr/ciljevi-2025/>)

Valamar je također vlasnik prvog zelenog eko ljetovališta u Hrvatskoj, otvorenog ove godine na Hvaru, pod nazivom Valamar Amicor Green Resort.²² Da je ova tvrtka društveno odgovorna i održiva, dokazuje Nacionalna nagrada za okoliš – Green Prix dodijeljena tvrtki kao priznanje za postizanje klimatskih ciljeva u široj zajednici za period 2021. i 2022. godine.²³ Osim koraka koje sama tvrtka poduzima, Valamar nastoji u svoju održivost uključiti i svoje klijente, odnosno goste koji borave u objektima

²² <https://esg.valamar-riviera.com/hr/strategija-odrzivosti/> (posjećeno 23. srpnja 2022.)

²³ <https://valamar-riviera.com/hr/mediji/priopcenja-za-medije/valamar-riviera-i-eon-hrvatska-dobitnici-nacionalne-nagrade-za-okolis-green-prix/> (posjećeno 23. srpnja 2022.)

diljem Hrvatske. Naime, u srpnju 2022. godine, Valamar je pokrenuo testnu donacijsku kampanju za sadnju stabala, gdje svaki gost ima priliku pri odjavi iz objekta donirati simboličan iznos od 25 HRK za sadnju stabla te dobiti certifikat za sudjelovanje u održivom razvoju određene destinacije. Uz svako donirano stablo gosta, Valamar donira sredstva za još jedno te je u cilju do kraja listopada 2022. godine zajedno s gostima i djelatnicima posaditi šumu od 2 000 stabala. Akcija pošumljavanja provodi se u suradnji s inicijativom CO2PENSATING BY PLANTING iza koje stoje Savez izviđača Hrvatske, Hrvatske šume te HEARTH agencija, a samo uključivanje klijenata odnosno gostiju u održivi razvoj čini destinaciju i turističko iskustvo posebnim te im daje osjećaj veće vrijednosti.²⁴

4.3. (Ne)održivi Machu Picchu

Machu Picchu sveti je grad Inka smješten na najvišem dijelu istočnih Andi u Peruu, izgrađen oko 1300. godine. Ovaj grad predstavlja jedan od najimpozantnijih arheoloških lokaliteta u svijetu te čini vrlo popularnu turističku destinaciju. Usprkos sveukupnoj površini od 32 500 hektara, ova destinacija poznata je i kao dobar primjer negativnih učinaka stalnog masovnog turizma na jednom području. Naime, Machu Picchu suočava se s raznim prijetnjama: pretjeranim i masovnim turizmom, stvaranjem krutog otpada, neodrživom poljoprivrednom praksom, prekomjernim požarima i šumskom ispašom, erozijom tla i klizištem te prekomjernom ekstrakcijom minerala. Međutim, svi navedeni problemi izazvani su jednim velikim problemom, a to je masovnost turizma. Naime, godišnje ovaj drevni grad posjeti oko 900 000 turista te ostavi svoj utjecaj na destinacijski ekološki integritet, fizički izgled i sveukupnu autentičnost atrakcije. Zbog štete nastale masovnim turizmom staza Inka zatvara se svake godine u veljači jer erozija u to vrijeme postaje vrlo primjetna.

Radi navedenih razloga, destinaciji je 2016. godine UNESCO zaprijetio brisanjem s liste Svjetske kulturne baštine te je taj čin potaknuo lokalne vlasti na pokretanje održivosti destinacije te uvođenje novih mjera koje će ispraviti ili barem ublažiti daljnje uništavanje destinacije.

²⁴ <https://www.compensatingbyplanting.com/> (posjećeno 23. srpnja 2022.)



Slika 3 Machu Picchu – drevni grad Inka (izvor: <https://www.inkaterra.com/inkaterra-asociacion-org/en/research/cloud-forest/sustainable-machu-picchu/>)

„Sustainable Machu Picchu“ suradnja je i inicijativa peruanske vlade i udruge *Inkaterra* koja u fokus stavlja pravilno zbrinjavanje otpada. Inicijativa je provedena kroz sveukupno četiri projekta²⁵:

1. projekt I – uz pomoć peruanske obiteljske tvrtke postavljeno je postrojenje za prerađivanje biljnog ulja u biodizel i glicerin; cilj projekta je da se dobivene prerađevine ponovno koriste te da se na taj način i lokalno stanovništvo potiče na održiviji način života
2. projekt II – kao i u većini popularnih turističkih destinacija, plastični otpad čini veliki problem održivosti te su vlasti Machu Picchu-a organizirali pravilno zbrinjavanje PET otpada zbijanjem plastike na određenim lokacijama te prijevozom do zajedničkog reciklažnog dvorišta
3. projekt III – organizirano je postrojenje za preradu organskog otpada u bio-ugljen pri čemu se stvara i prirodno gnojivo koje se koristi za pošumljavanje Andinen „šume oblaka“ oko Machu Picchu-a te služi i kao potpora lokalnoj poljoprivredi
4. projekt IV – ovaj projekt nosi naziv „Milijun stabala za Machu Picchu“, a cilj je posaditi milijun stabala unutar te u okolici destinacije kako bi se bolje zaštitila od požara i klizišta

²⁵ <https://www.inkaterra.com/inkaterra-asociacion-org/en/research/cloud-forest/sustainable-machu-picchu/> (posjećeno 23.07.2022.)

ZAKLJUČAK

S obzirom na masovnost turizma posljednjih godina i probleme koje sa sobom donosi, pojmovi održivosti i odgovornosti sve se više pojavljuju u planovima i strategijama uspješnih turističkih destinacija te se nastoje sagledavati i ispunjavati kroz tri glavna segmenta održivog razvoja – ekološki, ekonomski i socio-kulturni. Prema podacima iz 2016. godine, Svjetska turistička organizacija govori kako godišnji broj turističkih kretanja, kako stranih tako i domaćih, iznosi više od 700 milijuna osoba. Ta brojka u zadnjih godina neprestano raste, s obzirom na to da turistička industrija pridonosi najvećem dijelu svjestkih gospodarskih izračuna i glavni je poticaj globalizacije.

Istraživanja predviđaju da će se masovni turizam u budućnosti uvelike rasprostraniti diljem svijeta te da će važnost turizma u svjetskoj ekonomiji postati još veća, no u pitanje tada ulazi kvaliteta očuvanosti okoliša, društva i kulturnih dobara. Kao industrija u kojoj potražnja ne jenjava, turizam je sklon čestim promjenama radi mijenjanja potrošačkih trendova i interesa kako bi se stvorili inovativni projekti i autentične destinacije. Autentičnost zapravo čine novi načini iskorištavanja prirodnih i kulturnih resursa u svrhu održavanog razvoja zajednica i okoliša, dakle razvoju održivog turizma. Kao što je već spomenuto, održivi turizam teži k ojačavanju lokaliteta u svakom aspektu s naglaskom na očuvanju potencijala koje će biti od koristi budućim generacijama.

Treba osigurati da neka destinacija u svom turističkom napretku i rastu ne izgubi onaj izvorni oblik i tradiciju, odnosno da ne postane samo jedno od lokacija masovnog odmorišnog turizma s privlačnim mjestima vrijednim posjete, nego da pokuša formulirati svoje resurse u jedan koncept koji će biti zanimljiv turistima i koristan lokalnom stanovništvu. To je jedan od zadataka destinacijskog menadžmenta, da kontrolira i upućuje lokalne zajednice, javne ustanove i sva tijela koja sudjeluju u organizaciji nekog turističkog središta u svrhu zadovoljavanja potrošačkih potražnji, ali i promocije i ekonomskih potpora domaćih poduzeća.

LITERATURA

Popis knjiga:

1. Čavlek, N., Bartoluci, M. i sur.: Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011.
2. Kušen, E.: Turizam i prostor - Klasifikacija turističkih atrakcija, Prostor, Vol. 9, br. 1, Zagreb, 2001.
3. Magaš, D.: Destinacijski menadžment - modeli i tehnike. Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2008.
4. Magaš, D.: Turistička destinacija, Tipograf, Opatija, 1997.
5. Magaš, D., Vodeb K., Zadel Z.: Menadžment turističkih organizacija i destinacija, Rijeka: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2018.
6. Sharpley R. i Telfer D. J. (Ed.): Tourism and Development: Concepts and Issues, Sydney: Channel View Publications, 2014.

Internetski izvori:

1. Članak o Cooking Croatia
<http://cms.presscut.hr/pub/GetContent.aspx?clipId=18528170&clientId=1972>
(posjećeno 23. srpnja 2022.)
2. <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=6> (posjećeno 23. srpnja 2022.)
3. <https://esg.valamar-riviera.com/hr/strategija-odrzivosti/> (posjećeno 23. srpnja 2022.)
4. <https://valamar-riviera.com/hr/mediji/priopcenja-za-medije/valamar-riviera-i-eon-hrvatska-dobitnici-nacionalne-nagrade-za-okolis-green-prix/> (posjećeno 23. srpnja 2022.)
5. <https://www.blueflag.global/all-bf-sites> (posjećeno 23. srpnja 2022.)
6. <https://www.compensatingbyplanting.com/> (posjećeno 23. srpnja 2022.)
7. <https://www.inkaterra.com/inkaterra-asociacion-org/en/research/cloud-forest/sustainable-machu-picchu/> (posjećeno 23. srpnja 2022.)
8. <https://www.unwto.org/sustainable-development> (posjećeno 19. srpnja 2022.)

9. *Sustainable development goals: changing the world in 17 steps – interactive*
<https://www.theguardian.com/global-development/ng-interactive/2015/jan/19/sustainable-development-goals-changing-world-17-steps-interactive> (posjećeno 21. srpnja 2022.)