

ODRŽIVI TURIZAM REPUBLIKE HRVATSKE

Bušić, Ivana

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:261859>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-10-01**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

ZAVRŠNI RAD

ODRŽIVI TURIZAM REPUBLIKE HRVATSKE

Mentor:

prof. dr. sc. Zlatan Reić

Student:

Ivana Bušić

Split, kolovoz, 2019.

SADRŽAJ:

1.UVOD	1
1.1. Problem istraživanja	1
1.2. Cilj istraživanja.....	1
1.3. Metode istraživanja.....	1
1.4. Struktura rada	2
2.ODRŽIVI TURIZAM	3
2.1. Pojmovno određenje održivog turizma.....	3
2.2. Načela održivog turizma.....	4
2.2.1.Načela ekološke održivosti	4
2.2.2.Sociokulturna održivost	5
2.2.3.Ekonomska održivost.....	6
2.3. Ciljevi održivog turizma.....	6
2.4. Održivi turizam u deset koraka.....	9
3.ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA NA PODRUČJU REPUBLIKE HRVATSKE.....	11
3.1. Razvoj održivog turizma u Republici Hrvatskoj	11
3.2. Pokazatelji konkurentnosti Republike Hrvatske.....	12
3.2.1. TTCI – Indeks konkurentnosti za Hrvatsku	12
3.2.2. Ostali pokazatelji	14
3.3. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine	18
4. PRIMJERI ODRŽIVOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	22
4.1. Plavi svijet dobrog dupina	22
4.2. Glumci u Zagvozdu	23
4.3. Varaždinske barokne večeri.....	24
4.4. Vuna s otoka Cresca	25
5.ZAKLJUČAK.....	27
LITERATURA	29
POPIS TABLICA, SLIKA I GRAFIKONA	30
SAŽETAK.....	31
SUMMARY.....	31

1.UVOD

1.1. Problem istraživanja

Budući da je turizam jedna od najbrže rastućih grana na svijetu, problem istraživanja se odnosi na stvaranje i pravilno provođenje koncepta održivog razvoja turizma, kako u većini svjetskih turističkih destinacija, pa tako i u Hrvatskoj. Javlja se kao reakcija na utjecaj masovnog turizma, koji je trenutačno jedan od glavnih uzročnika negativnih efekata i prepreka daljnjem napretku turizma. Iz tog razloga, potrebna je primjena održivog razvoja turizma kako bi se nastavile zadovoljavati potrebe čovjeka, ali uz poštivanje i uvažavanje prirodnih i kulturnih resursa koje trebaju služiti i budućim generacijama.

1.2. Cilj istraživanja

Svrha rada je utvrditi značenje i ulogu održivog razvoja turizma općenito, ali konkretno i za Republiku Hrvatsku, te kroz analizu konkurentnosti i primjere dobre prakse održivog turizma razmotriti u kojoj mjeri je nužno da navedeni razvojni koncept bude implementiran u nacionalni sustav Hrvatske.

1.3. Metode istraživanja

U radu su primjenjivane znanstveno - istraživačke metode poput metode deskripcije, metode prikupljanja podataka, metode komparacije, metode analize, induktivne i deduktivne metode.

Podaci potrebni za završni rad su prikupljeni iz sekundarnih izvora, a odnose se na znanstvene i stručne knjige, internetske članke, izvještaje svjetskih izvora statističkih podataka (EUROSTAT, UNWTO...), kao i na one na državnoj razni (DZS, Ministarstvo turizma, HTZ...) vezene za održivi razvoj turizma.

1.4.Struktura rada

Struktura rada se sastoji od pet poglavlja. U uvodu su definirani problem, cilj i korištene metode istraživanja održivog razvoja turizma. Drugo poglavlje pojmovno određuje održivi turizam, tri najvažnija načela njegovog razvoja, dvanaest ciljeva koji se treba postići da bi turizam bio održiv i korake za ostvarivanje navedenog cilja. U trećem poglavlju se obuhvaća razvoj i uloga održivog turizma na području Republike Hrvatske, analizira se konkurentnost zemlje pomoću nekoliko pokazatelja i naglašava se ulogastrategije razvoja turizma do 2020. godine kao jednog od najbitnijih razvojnih dokumenata hrvatskog turizma. Također, u sklopu strategije je određena i sama vizija koja definira deset razvojnih načela hrvatskog turizma do 2020. godine. Četvrto poglavlje daje primjere dobre prakse iz Republike Hrvatske u okviru njezine politike održivog razvoja turizma. U zaključku je navedena glavna misao istraživanja vezana za prethodna poglavlja. Nakon zaključka, navedena je korištena literatura u radu, popis tablica, slika i grafikona, kao i sažetak na hrvatskom i engleskom jeziku.

2. ODRŽIVI TURIZAM

2.1. Pojmovno određenje održivog turizma

Rastuća svijest i briga razvijenih zemalja o štetnim posljedicama ubrzane industrijalizacije na ljudsko okruženje rezultirale su nastankom koncepta održivog razvoja turizma. Vjerojatno najpoznatija definicija održivog turizma je ona Svjetske turističke organizacije (UNWTO) koja ga definira kao turizam koji zadovoljava potrebe turista i receptivnih regija u sadašnjosti, pri čemu se čuvaju i unapređuju mogućnosti za budućnost.¹

Tri sastavna stupa, odnosno dimenzije održivosti, kako općeg gospodarskog, tako i turističkog razvoja pritom su: ekološka, društvena i ekonomska održivost. Turizam, koji želi biti uspješan i održiv na dugi rok, mora u svom planiranju i razvoju uvažavati osnovne postulate održivog razvoja i odgovornog turizma, pri čemu vrlo često može doći do konflikta između ekonomske i društvene perspektive razvoja turizma (npr. povećanje broja turista, noćenja, prihoda, kapaciteta, zaposlenosti, uključenosti lokalnog stanovništva) i razvoja turizma iz perspektive okoliša (npr. zaštita prirodnih, kulturnih, povijesnih i drugih resursa).² Zato se održivim turizmom može smatrati samo onaj koji ima sve tri dimenzije istodobno, tj. koji ne degradira prirodnu i kulturnu resursnu osnovu, koji nije u koliziji s potrebama i željama lokalnog stanovništva, niti samih turista, ali koji također jamči razuman povrat na uložena sredstva.³

Unatoč važnosti koncepta održivosti turizma, odnosno održivog turizma, u literaturi ne postoji jedinstvena definicija tog koncepta, već se u različitim redovima može pronaći velik broj sadržajno različitih definicija. Tako se održivi turizam može definirati i kao sposobnost turističke destinacije da ostane u ravnoteži s okruženjem, odnosno sposobnost da ostane konkurentna na tržištu unatoč pojavi novih i manje posjećenih destinacija te da privuče podjednako posjetitelje koji se vraćaju i one koji prvi put dolaze.⁴

¹ Marušić, M., Prebežac, D., Mikulić, J., (2019.), „Istraživanje turističkih tržišta“, Zagreb, Sveučilište u Zagrebu, str. 469.

² Bučar, K., Škorić, S., Prebežac D., (2010.), „Pravila ponašanja u turizmu i njihov utjecaj na održivi turizam“, *Acta Turistica*, Vol. 22 No. 2, str. 222.

³ Kožić, I., Mikulić, J., (2011.), „Mogućnost uspostave sustava pokazatelja za ocjenu i praćenje održivosti turizma u Hrvatskoj“, *Privredna kretanja i ekonomska politika*, No.127, str. 58.

⁴ Ibid.

Ovakva definicija upućuje na primjenu načela održivog razvoja turističke destinacije koji se ne odnose samo na zaštitu i reprodukciju prirodnih resursa, nego pojam održivosti turizma tretiraju mnogo šire.⁵

2.2. Načela održivog turizma

Da bi se omogućio održivi razvoj turizma u sadašnjosti i budućnosti, potrebno je osigurati kvalitetnu razvojnu strategiju, ali i novčana sredstva za upravljanje turizmom. Pritom bi trebalo primjenjivati tri najvažnija načela održivog razvoja: ekološku, sociokulturnu i ekonomsku održivost. Pridržavajući se ovih načela, održivi turizam mora turistu pružiti visoki stupanj zadovoljstva, a isto tako turistima treba paralelno razvijati svijest o održivosti turizma te ih poticati da promiču koncepciju održivog turizma među sobom.⁶

2.2.1. Načela ekološke održivosti

Ekološka održivost podrazumijeva razvoj koji je usklađen s održivošću ekoloških procesa, biološkim različitostima i resursima. Brojni su konflikti u prostoru. Oni su posljedica demografske ekspanzije, nekontrolirane urbanizacije, primjene kemijskih i drugih sredstava i načina u poljoprivrednoj proizvodnji, industrijske proizvodnje, snažnog razvoja prometa i dr. Posljedice toga dovode do onečišćenja vode, zraka, tla, flore, faune i drugih prirodnih resursa koji su osnova razvoja brojnih djelatnosti, a posebno turizma. Turizam je najviše zainteresiran za dugoročnu ekološku održivost jer su okoliš i prirodni resursi temeljni uvjeti njegovog razvoja. Međutim, turizam je samo jedan od korisnika prirodnih resursa uz brojne druge korisnike istog prostora iz područja gospodarskih, javnih i drugih djelatnosti.⁷

⁵Čavlek, N., (2011.), „Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav“, Zagreb, Školska knjiga, str. 432.

⁶Breslauer, N., Gregorić, M., Hegeđuš, I., (2015.), „Održivi razvoj turizma u međimurskoj županiji“, *Obrazovanje za poduzetništvo – E4E*, Vol. 5 No. 1, str.102.

⁷Čavlek, N., (2011.), „Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav“, Zagreb, Školska knjiga, str. 417.

Stoga brigu o zaštiti prirodnih resursa i troškove održivosti trebaju preuzeti svi korisnici okoliša, a ne samo turističke djelatnosti. O tome bi trebao skrbiti menadžment okoliša koji primjenjuje različita menadžerska znanja, tehnike i metode pri upravljanju gospodarskim subjektima radi očuvanja okoliša koji je važan za poslovanje i presudan je za opstanak čovječanstva.⁸

Problem održivosti okoliša je od globalne važnosti jer se s njime susreću sve zemlje svijeta, ali i zbog brojnih negativnih utjecaja i posljedica koje prelaze granice određene zemlje. Stoga bi „održivi turizam“ trebao na najbolji način zadovoljiti potrebe turista, a istodobno održati dugoročnu kvalitetu okoliša, kako bi buduće generacije u određenoj zajednici mogle na izvornim karakteristikama i svojstvima prirodnih i antropogenih resursa razvijati turizam.⁹

2.2.2. Sociokulturna održivost

Sociokulturna održivost temelji se na socijalnim i kulturnim odnosima u turizmu. Takva održivost jamči kompatibilnost razvoja s očuvanjem kulture i sustava vrijednosti ljudi na koje utječe razvoj, te trajno održavanje i isticanje identiteta lokalne zajednice. Prožimanjem različite kulture međusobni utjecaji između lokalnog stanovništva i turista mogu biti i pozitivni i negativni. Upoznavanje lokalne kulture, jezika, običaja i kulturne baštine za turiste mogu biti nove vrijednosti. Jednako tako, komunikacija s turistima i za lokalno stanovništvo može biti zanimljiva radi učenja jezika, kulturnih običaja i događaja te sl. Sociokulturna održivost podložna je promjenama u skladu s onima koje nastaju razvojem društva. Zbog toga zaštita sociokulturnih vrijednosti u turističkoj destinaciji ne može biti zadaća samo turizma nego i cijelog društva.¹⁰

⁸Ibid.

⁹Ibid. str. 418.

¹⁰Bartoluci, M., (2013.), „Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva“, Zagreb, Školska knjiga, str. 136.

2.2.3. Ekonomska održivost

Ekonomska održivost temelji se na zdravom i ekonomski efikasnom razvoju koji podrazumijeva optimalno upravljanje resursima na održiv način da se njima mogu koristiti i budući naraštaji. Ekonomska održivost u turizmu kompatibilna je s ekološkim i sociokulturnim načelima održivosti.¹¹

Ekološka održivost nalaže da se ekonomski vrednuje tzv. prirodni kapital uključivanjem njegove vrijednosti u cjelovit gospodarski sustav. Tako će svi gospodarski subjekti sudjelovati u troškovima njegove zaštite i reprodukcije. Ekonomsku održivost, kao i održivi turizam, moraju dugoročno graditi svi sudionici na određenom prostoru jer se jedino tako može osigurati kvaliteta života u sadašnjosti i budućnosti.¹²

2.3. Ciljevi održivog turizma

UNWTO je u suradnji s Okolišnim programom Ujedinjenih naroda (engl. United Nations Environment Programme – UNEP) razradila popis od 12 ciljeva koje treba ostvariti da bi turizam bio održiv.¹³

1. Ekonomska opstojnost – osigurati opstojnost i konkurentnost turističkih destinacija i poduzeća, s ciljem njihovog napredovanja i osiguranja njihovih sposobnosti da pruže korist u dugom roku

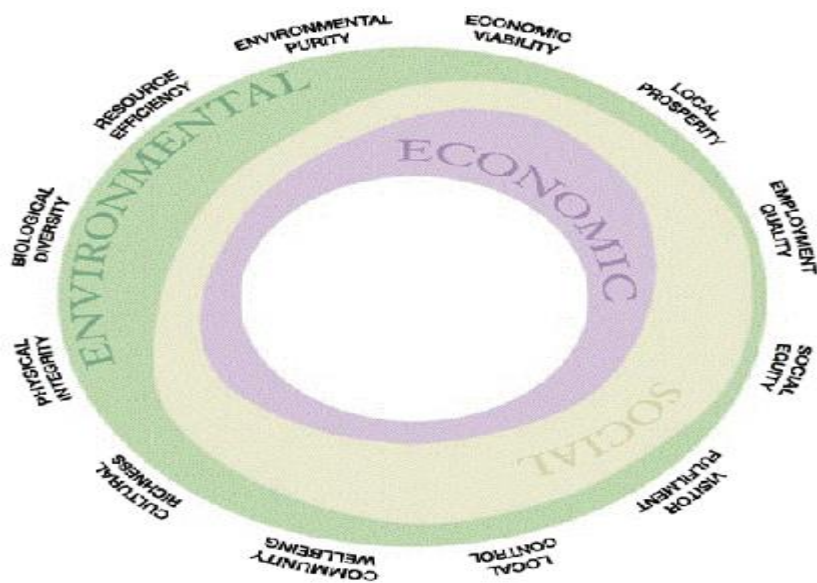
2. Lokalno blagostanje – maksimizirati doprinos turizma blagostanju destinacije – domaćina, uključujući dijela potrošnje posjetitelja koja se zadržava lokalno

¹¹Ibid. str. 137.

¹²Ibid. str. 137-138.

¹³Marušić, M., Prebežac, D., Mikulić, J., (2019.), „Istraživanje turističkih tržišta“, Zagreb, Sveučilište u Zagrebu, str. 469.

3. Kvaliteta zapošljavanja – ojačati broj i kvalitetu lokalnih radnih mjesta koja su stvorena ili potaknuta od strane turizma, uključujući razinu plaća, uvjete radnog mjesta te opću dostupnost bez diskriminacije temeljene na spolu, rasi, invaliditetu ili drugim kriterijima
4. Društvena jednakost- težiti što široj raspodjeli ekonomskih i društvenih koristi od turizma širom zajednice – domaćina, uključujući poboljšanja mogućnosti, dohotka i usluga koje su dostupne siromašnima
5. Zadovoljenje posjetitelja – pružiti siguran, zadovoljavajući i ispunjavajući doživljaj posjetiteljima, dostupan svima bez diskriminacije temeljene na spolu, rasi, invaliditetu ili drugim kriterijima
6. Lokalna kontrola – uključiti i ovlastiti lokalne zajednice u planiranju i donošenju odluka vezanih uz upravljanje i budući razvoj turizma na njihovom području, u suradnji s drugim dionicima
7. Dobrobit zajednice – sačuvati i ojačati kvalitetu života u lokalnim zajednicama, uključujući društvene strukture i pristup resursima, pogodnostima i sustavima održavanja života, izbjegavajući bilo koji oblik društvenog degradiranja ili iskorištavanja
8. Kulturna bogatstva – poštovati i unaprijediti povijesnu baštinu, autentičnost kulture, običaje i osobitosti lokalnih zajednica – domaćina
9. Fizički integritet – sačuvati i unaprijediti kvalitetu krajolika, urbanih i ruralnih, te izbjegavati fizičku i vizualnu degradaciju okoliša
10. Biološka raznolikost – poduprijeti zaštitu prirodnih prostora, staništa biljnog i životinjskog svijeta te minimizirati štetu koja im se čini
11. Efikasnost resursa – minimizirati korištenje rijetkih i neobnovljivih resursa prilikom razvoja i djelovanja turističkih objekata i usluga
12. Okolišna netaknutost – minimizirati zagađenje zraka, voda i tla te stvaranje otpada od strane turističkih poduzeća i posjetitelja



Slika 1: Povezanost ciljeva održivog turizma s njegovim glavnim stupovima Izvor: UNWTO i UNEP (2005.), Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers, str. 20.

Svaki od ovih ciljeva je jednako bitan. Mnogi od njih su povezani sa tri stupa održivog turizma i to sljedećim primjerima:¹⁴

- Ekonomska opstojnost turizma snažno ovisi o održavanju kvalitete lokalnog okoliša
- Ispunjenje posjetitelja odnosi se na potrebe posjetitelja i pružanje mogućnosti (društveni cilj), ali je također vrlo važno za ekonomsku održivost
- Često se smatra da se kulturno bogatstvo nalazi u društvenoj sferi održivosti, ali ima snažan utjecaj na aspekte okoliša u smislu izgrađenog okoliša i kulturnih dimenzija interakcije društva s prirodom
- Dobrobit zajednice, koje se može promatrati uglavnom kao društveni cilj je snažno povezana sa upravljanjem resursima iz okliša, na primjer, u pogledu pristupa pitkoj vodi
- Problem kvalitete zapošljavanja i društvene jednakosti, poput uklanjanja siromaštva, usko su povezane s problemima ekonomske i društvene održivosti.

¹⁴UNWTO i UNEP (2005.), Making Tourism More Sustainable: A guide for Policy Makers, str. 19.

2.4. Održivi turizam u deset koraka

Održivi turizam u deset koraka određuje pristup za pomoć razvoju primjerenih dugoročnih rješenja za turističke destinacije s prirodnim i kulturnim vrijednostima. Također teži k uspostavljanju potpore razvoju turističkog gospodarstva osiguravajući potrebnu zaštitu baštine. Turizam neće niti moguć na nekim prirodnim ili povijesnim lokalitetima ako je nekompatibilan s njihovim posebnim vrijednostima ili ako se kosi s ciljevima zaštite tih lokaliteta.¹⁵

„Koraci“ su pomagalo ili uputa za ostvarivanje tog cilja te su razrađeni u partnerstvu i za interese turizma i baštine. Ove upute, postavljene u deset koraka, integriraju zahtjeve turizma, okoliša i baštine za potrebe razvoja i upravljanja turističkom destinacijom i proizvodima. Njihova srž je ispravno planiranje. Deset koraka čini cjelovit proces planiranja, ali se mogu koristiti i u dijelovima, gdje je to prikladno. Mogu se koristiti pri izradi makroplanova radi postizanja „cjelovite slike“, ali i u mikroplaniranju atrakcija na lokalnoj razini. Dosljedno praćenje koraka pomaže u ostvarivanju potreba posjetitelja, okoliša, poduzetništva i lokalne zajednice. Za sve njih može postojati održiva budućnost.¹⁶

¹⁵Carić, H., (2006.), Održivi turizam u deset koraka, Zagreb, Institut za turizam i Odraz – Održivi razvoj zajednice, str. 6.

¹⁶Ibid. str. 2.

Detaljan prikaz svih 10 koraka koje vode k održivom turizmu prikazani su u sljedećem prikazu:



Slika 2: Održivi turizam u deset koraka

Izvor: Carić, H., (2006.), Održivi turizam u deset koraka, Zagreb, Institut za turizam i Odras – Održivi razvoj zajednice, str. 7.

3.ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA NA PODRUČJU REPUBLIKE HRVATSKE

3.1. Razvojjdrživog turizma u Republici Hrvatskoj

Turizam ima vrlo važnu ulogu u većini zemalja Europske Unije, pa tako i u Hrvatskoj. Hrvatska pripada zemljama koje privlače posjetitelje više odlikama svog prirodnog prostora i bogatstvom kulturno-povijesne baštine nego kvalitetom, raspoloživošću i/ili raznovrsnošću novostvorenih turističkih atrakcija.¹⁷ Stoga je ona, još uvijek, najvećim dijelom orijentirana na sunce i more, nautički i kulturni turizam. Turizam, kao integralni sustav svih nacionalnih gospodarstava, u Hrvatskoj ima posebnu ulogu zbog svojih učinaka na zapošljavanje, platnu bilancu, BDP i drugih pozitivnih učinaka. On zadire u gotovo u sve sfere društvenog života i gospodarskog razvoja uopće.¹⁸

Veliku ulogu za razvoj hrvatskog turizma ima i turistička politika EU koja nastoji ujediniti i približiti različite interese južnih receptivnih zemalja (primarni rast turizma) s interesima sjevernih emitivnih zemalja (izbjegavanje štetnih posljedica po okoliš, poštivanje kulturnog naslijeđa, kvaliteta usluga) putem zajedničke turistike politike. Odrednice nove turističke politike u održivom razvoju hrvatskog turizma pretpostavljaju prvenstveno redefiniranje, usklađivanje i provedbu zakonskih i drugih normi u cilju kvalitetnog održivog razvoja turizma na cijelom prostoru Republike Hrvatske.¹⁹

Ekonomski cilj Hrvatske kao turističke destinacije je dugoročna tržišna održivost, a to znači sposobnost svih aktera turizma u Hrvatskoj da kroz interakciju osmisle, proizvedu i stave na tržište proizvode i usluge čije cjenovne i necjenovne kvalitete predstavljaju atraktivniji skup koristi od onih koji nude relevantno okruženje. Smatra se da čitav niz dionika treba imati ulogu u razvoju i primjeni održivog razvoja u turističkom sektoru.²⁰

¹⁷Vlada Republike Hrvatske (2013.), „Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine“, Zagreb, str.5.

¹⁸Škrinjarić, T., (2011.), „Istraživanje inozemne turističke potražnje u Hrvatskoj primjenom analize panel podataka“, *Acta Turistica*, Vol 23 (2011), No 2, str. 146.

¹⁹Sunara, Ž., Jeličić, S., Petrović, M., (2013.), „Održivi turizam kao konkurentna prednost Republike Hrvatske, „Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, Vol. 4 No. 1, str. 4.

²⁰Ibid.

Hrvatska se dosta rano uključila u svjetske i europske procese dogovora o održivom razvoju. Još 1972. donesena je „Rezolucija o zaštiti čovjekove sredine.“ Procjena utjecaja na okoliš provodi se još od sredine 70-ih godina prošlog stoljeća, a zakonom je propisana 1980. godine. U godini Svjetskog skupa o okolišu i razvoju u Rio de Janeiru, 1992., donesena je „Deklaracija o zaštiti okoliša“ kojom se Hrvatska opredjeljuje za održivi razvoj. Održivi razvitak, sukladno Zakonu o zaštiti okoliša, postiže se suradnjom i zajedničkim djelovanjem Hrvatskog Sabora, Vlade, županija, Grada Zagreba, velikih gradova, gradova i općina te svih drugih dionika u cilju zaštite okoliša, svakoga u okviru svoje nadležnosti i odgovornosti. Isto tako, donesen je „Prijedlog Strategije održivog razvoja Republike Hrvatske do 2020. godine“ kao ključnog strateškog dokumenta koji dugoročno usmjerava socijalni i gospodarski razvoj te zaštitu okoliša prema održivom razvoju.²¹

3.2. Pokazatelji konkurentnosti Republike Hrvatske

Konkurentnost neke turističke destinacije rezultat je ponajviše percepcije potencijalnih kupaca o postojećem sustavu raspoloživih turističkih doživljaja u odnosu na druge turističke destinacije. U pravilu, svaka turistička destinacija svoju konkurentnost temelji na:²²

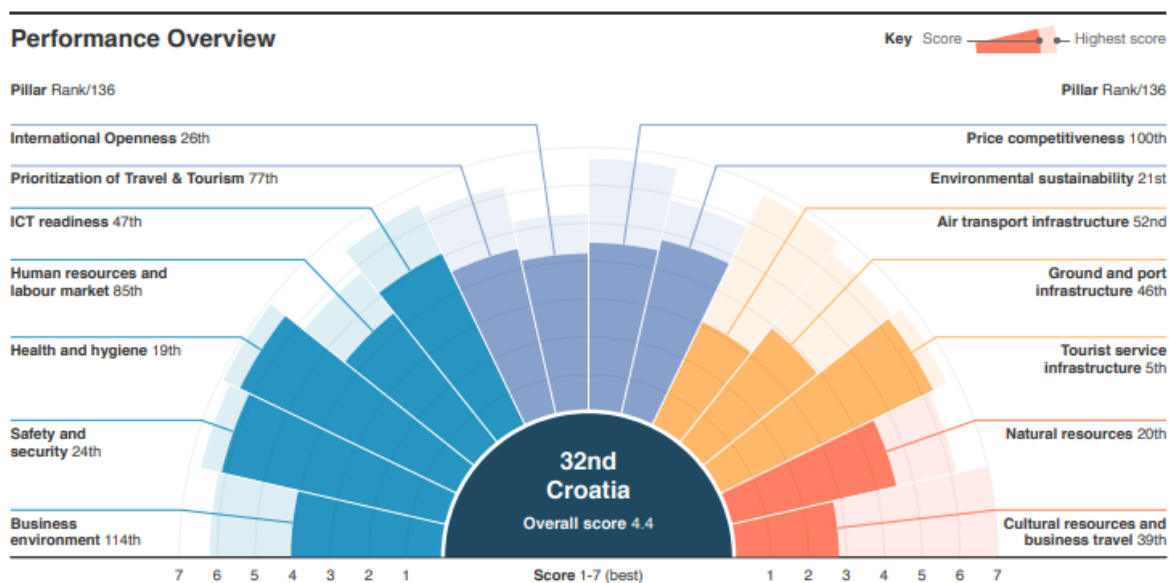
- unikatnosti i/ili autentičnosti resursno atrakcijske osnove
- kvalitativnim svojstvima destinacijskog lanca vrijednosti (ili razvijenosti turističke infrastrukture i suprastrukture)
- stupnju ekološke očuvanosti (ili pozitivnoj percepciji potražnje o kvaliteti okoliša)
- kvaliteti ljudskog kapitala
- kreativnim i/ili inovativnim rješenjima u sustavu marketinga i promocije destinacije
- različitim kombinacijama svih pojedinačnih činitelja

3.2.1. TTCI – Indeks konkurentnosti za Hrvatsku

²¹Ibid. str. 3.

²²Marušić, M., Prebežac, D., Mikulić, J., (2019.), „Istraživanje turističkih tržišta“, Zagreb, Sveučilište u Zagrebu, str. 323.

Posljednjih 11 godina Svjetski ekonomski forum (World Economic Forum) angažirao je lidere u putovanjima i turizmu kako bi obavili dubinsku analizu konkurentnosti putovanja i turizma 136 gospodarstava širom svijeta. Indeks konkurentnosti putovanja i turizma (TTCI) mjeri skup faktora i politika koji omogućavaju održivi razvoj turističkog sektora, što zauzvrat doprinosi razvoju i konkurentnosti zemlje²³. Izračunava se na bazi 90 pokazatelja razvrstanih u 14 stupova konkurentnosti koji čine: Poslovno okruženje, Osobna sigurnost, Zdravlje i higijenski standardi, Ljudski potencijali i tržište rada, ICT infrastruktura, Sklonost razvoju turizma, Međunarodna otvorenost, Cjenovna konkurentnost turizma, Ekološka održivost, Infrastruktura zračnog prijevoza, Cestovna i lučka infrastruktura, Turističke usluge, Prirodni resursi, Kulturni resursi i poslovni turizam.²⁴



Grafikon 1: Turistička konkurentnost Republike Hrvatske po 14 stupova konkurentnosti za 2017. godinu

Izvor: World Economic Forum, (2017.), „The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017“, Insight Report, Genova, str. 138.

²³World Economic Forum, (2017.), „The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017“, Insight Report, Genova, str. 11.

²⁴Marušić, M., Prebežac, D., Mikulić, J., (2019.), „Istraživanje turističkih tržišta“, Zagreb, Sveučilište u Zagrebu, str. 324-325.

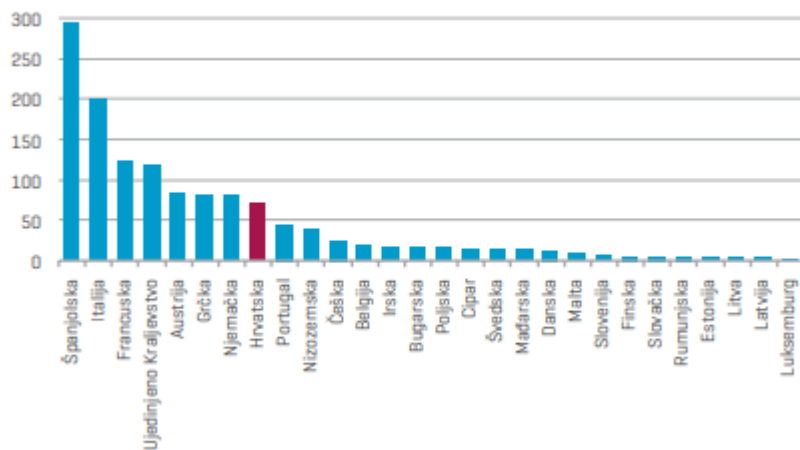
Prema izvještaju za 2017. godinu, Hrvatska je po konkurentnosti turizma svrstana na 32. mjesto (od 136 ocjenjivanih zemalja). Taj podatak pokazuje rast za jedno mjesto u odnosu na 2015. godinu. Kad je riječ o pojedinim stupovima konkurentnosti, Hrvatska je najbolje ocijenjena u sferi turističkih usluga (rang 5). Relativno je dobro ocijenjena (ocjene iznad ukupne ocjene hrvatske turističke konkurentnosti) i u sferi zdravlja i higijene (rang 19), kvalitete prirodnih resursa (rang 20), ekološke održivosti (rang 21) te međunarodne otvorenosti (rang 26). Najveći rast u odnosu na 2015. godinu je ostvaren, upravo, kod kvalitete prirodnih resursa (rast za 13 mjesta). Nadalje, ocjene konkurentnosti hrvatskog turizma u sferi kulturnih resursa i infrastrukture za poslovna putovanja (kao i u sferi ICT infrastrukture) također se mogu smatrati zadovoljavajućim (ocjene nešto ispod ukupne ocjene za zemlju). Najlošije ocijenjene stupove, a time i ključne ograničavajuće činitelje hrvatske turističke konkurentnosti, predstavljaju poslovno okruženje (rang 114), cjenovna konkurentnost (rang 100), ljudski potencijali i tržište rada (rang 85) te sklonost prema razvoju turizma (rang 77).²⁵

3.2.2. Ostali pokazatelji

Prema podacima Eurostata za 2016. godinu, najpopularnija turistička destinacija za strane turiste bila je Španjolska s ostvarenih 294.6 milijuna noćenja stranih turista u turističkim smještajnim objektima, što čini 22.3% ukupnog broja noćenja nerezidenata u EU-28 (graf 2). Nakon Španjolske slijedi Italija s 199.4 milijuna noćenja, zatim Francuska sa 123.9 milijuna noćenja i Ujedinjeno Kraljevstvo sa 118 milijuna noćenja. S druge strane, najmanju posjećenost bilježe Luksemburg i Latvija. Hrvatska se s ostvarenih 72.1 milijuna noćenja stranih turista u 2016. godini i dalje nalazi na vrlo dobrom osmom mjestu ljestvice EU zemalja (graf 2).²⁶

²⁵Ibid. str.326-327.

²⁶Rašić Bakarić I., (2017.), „Sektorske analize: Turizam“, Ekonomski institut, Zagreb, broj 57, godina 6., str. 21.

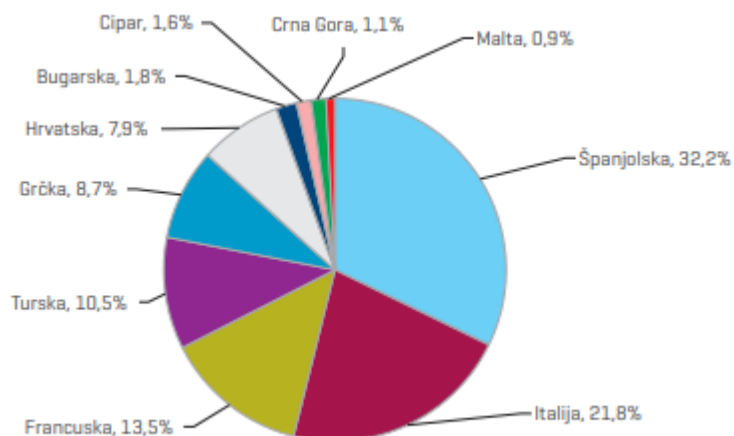


Grafikon 2: Noćenje nerezidenta države EU-28, 2016. godine

Izvor: Rašić Bakarić I., (2017.), „Sektorske analize: Turizam“, Ekonomski institut, Zagreb, broj 57, godina 6., str. 21.

Uspoređujući turističke rezultate Hrvatske s rezultatima konkurentskih mediteranskih zemalja, može se zaključiti da hrvatski turizam u ukupnom turističkom prometu mediteranskih europskih zemalja sudjeluje sa 7.9% (graf 3). Pritom je gotovo jedna trećina europskog prometa ostvarena u Španjolskoj - 32.2%, 21.8% u Italiji, te 13.5% u Francuskoj. Hrvatska se sa svojim udjelom od 7.9% nalazi na šestom mjestu (graf 3).²⁷

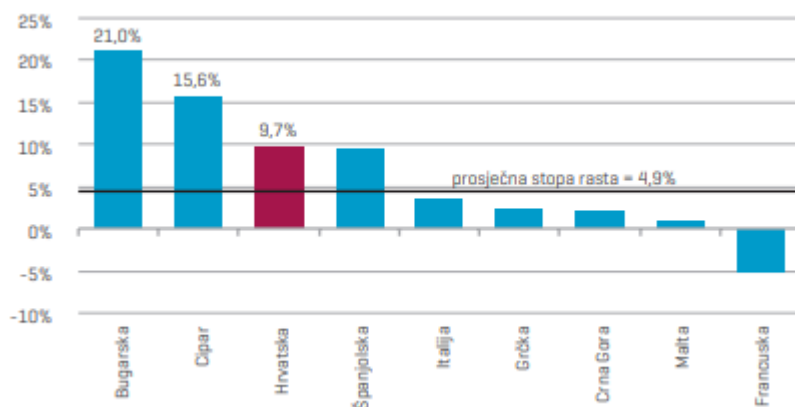
²⁷Ibid. str. 22.



Grafikon 3: Noćenje stranih turista, Hrvatska i odabrane konkurentske zemlje, 2016.godine

Izvor: Rašić Bakarić I., (2017.), „Sektorske analize: Turizam“, Ekonomski institut, Zagreb, broj 57, godina 6., str. 22.

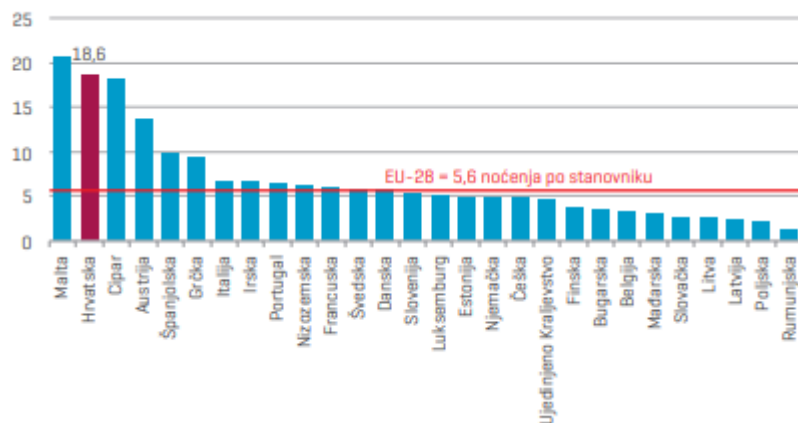
Najveći međugodišnji rast noćenja stranih turista u 2016. godini među promatranim zemljama bilježi Bugarska - 21.1% te Cipar – 15.6% (graf 4). Hrvatska se s međugodišnjom stopom rasta od 9.7% nalazi na odličnom trećem mjestu. Najniža stopa rasta noćenja stranih turista je zabilježena u Malti – 0.9%, dok Francuska bilježi pad noćenja nerezidenata od 5%.²⁸



Grafikon 4: Međugodišnje stope rasta ukupnog broja noćenja stranih turista za Hrvatsku i konkurentske zemlje međunarodnog okruženja, 2015./2016. Izvor: Rašić Bakarić I., (2017.), „Sektorske analize: Turizam“, Ekonomski institut, Zagreb, broj 57, godina 6., str. 23.

²⁸Ibid.

Kao mjera popularnosti turističkihredišta među zemljama EU-28 koristi se pokazatelj intenziteta turizma. Prema vrijednosti tog pokazatelja, Hrvatska se sa 18.6% noćenja po stanovniku svrstava se u sam vrh najpopularnijih turističkihredišta EU-a u 2016. godini, odmah nakon Malte (graf 5). Za usporedbu, Hrvatska se prema vrijednosti ovog pokazatelja u 2014.godini nalazila na trećem mjestu ljestvice promatranih zemalja.²⁹



Grafikon 5: Intenzitet turizma EU-28, 2016. godine

Izvor: Rašić Bakarić I.,(2017.), „Sektorske analize: Turizam“, Ekonomski institut, Zagreb, broj 57, godina 6., str. 23.

Tablica 1: Prihodi od turizma 2017. (2016.) godine

Prihodi od turizma			
	2016.	2017. (procjena)	INDEKS 2017./2016.
BDP (u mil. EUR)	45.659	48.462	106,1
PRIHODI OD TURIZMA (u mil. EUR)*	8.635,0	9.492,9	109,9
UDJEL TURIZMA U BDP-u (u %)	18,9	19,6	

*IZVOR: Hrvatska Narodna Banka

Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske(2018.), „Turizam u brojkama 2017.“, Zagreb, str. 43.

²⁹ Ibid.

Pozitivna kretanja hrvatskog turizma potvrđuju i financijski pokazatelji. U apsolutnim iznosima, Hrvatska bilježi rast prihoda od međunarodnog turizma sa 8.635 milijardi eura u 2016. godini na 9.492,9 milijardi u 2017. (prema procjenama iz tablice 1). Udio turizma u BDP-u je u 2016. godini iznosio 18.9%, te se prema procjenama povećao na 19.6% u 2017. godini. Takvo povećanje pokazuje da je turizam značajan pokretač hrvatskog gospodarstva i da je gospodarstvo visoko ovisno o njemu.

Hrvatska bi se trebala predstaviti kao kvalitetna destinacija, nesamo za klasični primorski odmor, već bi trebala također imati selektivnu, specifičnu turističku ponudu, različitu od onih koje pružaju europske konkurentske destinacije. Analiza i ocjena Hrvatske u odnosu na njezine glavne konkurente (Španjolska, Francuska, Italija, Grčka i Turska) pokazuje da su glavne prednosti hrvatske turističke destinacije: osjećaj sigurnosti i gostoprimstvo mještana, praćeno ljepotama prirode, ekološkom očuvanošću i nezagađenim okolišom. Kako bi se što bolje iskoristile navedene prednosti, menadžment turističke destinacije bi trebao stvoriti nove turističke proizvode, te ih oblikovati u skladu s potrebama određenih tržišnih segmenata, osiguravajući tako širenje turističke sezone i povećanje konkurentnosti hrvatskog turizma među svojim mediteranskim konkurentima.³⁰

3.3. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske je krovni razvojni dokument hrvatskog turizma koji treba dati putokaz i otvoriti novi prostor za razvoj turizma u nadolazećem razdoblju. Daje odgovor na pitanje kakav turizam Hrvatska želi i treba razvijati te utvrđuje ključne aktivnosti turističke politike usmjerene na osiguravanje proizvodnih, institucionalnih, organizacijskih i ljudskih pretpostavki za poboljšavanje konkurentske sposobnosti hrvatskog turizma i korištenje resursne osnove na načelima odgovornog i održivog razvoja.³¹

³⁰Bosnić, I., Tubić, D., Stanišić, J., (2014.), „Role of destination management in strengthening the competitiveness of Croatian tourism“, *Ekonomski vjesnik*, br.1., str.167.

³¹Vlada Republike Hrvatske (2013.), „*Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*“, Zagreb, str. 3.

Poželjan razvoj hrvatskog turizma podrazumijeva upravljanje resursima koje udovoljava osnovnim ekonomskim, socijanim i estetskim kriterijima dugoročno održivog poslovanja uz rast blagostanja, očuvanje kulturnog integriteta te vitalnih ekoloških sustava i biološke raznolikosti. Sukladno tome, viziju razvoja turizma do 2020. godine valja temeljiti na sljedećih deset načela:³²



Slika 3: Razvojna načela hrvatskog turizma do 2020. godine Izvor: Vlada Republike Hrvatske (2013.), „Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine“, Zagreb, str. 28.

³²Ibid. str. 28-29.

- Partnerstvo - razvoj turističkog proizvoda podrazumijeva horizontalnu i vertikalnu suradnju, ali i suradnju nositelja javne vlasti s privatnim sektorom, civilnim sektorom, institucijama u sferi zaštite okoliša, kulture, prometa, zdravstva, sigurnosti i sl.
- Institucionalno dereguliranje - potrebno je znatno pojednostavniti postojeći pravno-legislativni okvir i stvoriti stimulativan i transparentan institucionalni okvir krojen po mjeri poduzetnika
- Ekoliški odgovoran razvoj - primjena suvremenih tehničko-tehnoloških rješenja u gradnji i opremanju, racionalnosti u korištenju raspoloživog prostora, poštivanju odrednica nosivog kapaciteta destinacije i mikrolokacije projekta, kao i mogućnosti priključena na postojeće infrastrukturne sustave
- Više od sunca i mora – potrebno je razviti i komercijalizirati niz novih, međunarodno konkurentnih sustava turističkih doživljaja kao što su kulturni turizam, cikloturizam, pustolovni i sportski turizam, ekoturizam, ali i golf turizam te zdravstveni i ruralni turizam
- Turizam na cijelom prostoru – ubrzavanje razvoja kontinentalnog turizma neće biti moguće bez kapitalnih investicija u resursno-atraksijsku osnovu uz znatno korištenje sredstava EU fondova. Bitno je poticati razvoj onih proizvoda i područja koji zbog značajki resursno-atraksijske osnove i/ili tradicije u turističkom privređivanju, imaju najveće šanse za uspjeh već u kratkom roku.
- Autentičnost i kreativnost – uspješno diferenciranje Hrvatske od konkurentskih destinacija treba temeljiti ponajviše na njegovanju prirodne, sociokulturne, klimatske i/ili proizvodne autentičnosti, odnosno na kreativnosti u razvoju proizvoda, destinacijskom pozicioniranju i komunikaciji s tržištem
- Hotelijerstvo – ključni pokretač investicijskog ciklusa – ubrzan razvoj kvalitetne hotelske ponude podrazumijeva ne samo izgradnju hotelskih objekata pogodnih za međunarodno brendiranje, već i izgradnju tematiziranih i/ili boutique hotelskih objekata u vlasništvu domaćih malih i srednjih poduzetnika, kao i razvoj integriranih resort projekata
- Inovirani tržišni nastup – potrebno je uspostaviti imidž zemlje koja nudi više od ljeta, sunca i mora. Rebranding Hrvatske valja temeljiti na interpretiranju središnjeg identiteta Hrvatske kao „zemlje ljepote i ispunjenosti“, odnosno identitetskim i vrijednosnim obilježima kao što su raznolikost, sadržajnost, autentičnost, očuvanost okoliša, bogatstvo vode te dobre hrane i vina, gostoljubivost i ljepota

- Proizvodnja za turizam – hrvatski proizvođači morali bi se više povezati sa turističkim sektorom kako bi se kvalitetni domaći proizvodi predstavili međunarodnoj potražnji, što će postupno utjecati na jačanje njihove konkurentske sposobnosti. U tom smislu, pristup klsterskog povezivanja treba biti smjer budućeg razvoja.
- Kultura kvalitete - valja naglasiti potrebu usustavljanja postojećeg sustava obrazovanja za potrebe turizma, ali i uvođenje obveznih programa cjeloživotnog učenja za različite kategorije djelatnika uposlenih u turizmu. Dodatno valja poraditi i na uvođenju kvalitativnih standarda svih kategorija objekata turističke ponude, pri čemu se naglasak stavlja na uvođenje obaveznog licenciranja pojedinih vrsta uslužne ponude, uvođenje certifikacijskih shema i znakova kvalitete, objavljivanje liste najboljih ponuđača i sl.

Izrađena je i nova razvojna vizija hrvatskog turizma do 2020. godine: „Hrvatska je u 2020. godini globalno prepoznatljiva turistička destinacija, konkurentna i atraktivna za investicije, koja stvara radna mjesta i na održiv način upravlja razvojem na svom cjelokupnom prostoru, njeguje kulturu kvalitete, a svojim gostima tijekom cijele godine pruža gostoljubivost, sigurnost i jedinstvenu raznovrsnost autentičnih sadržaja i doživljaja.³³

³³Ibid. str. 30.

4.PRIMJERI ODRŽIVOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

4.1. Plavi svijet dobrog dupina

Plavi svijet - Institut za istraživanje i zaštitu mora iz Velog Lošinja je neprofitna organizacija posvećena istraživanju morskog okoliša i morskih organizama, edukaciji javnosti i zaštiti mora. Poseban naglasak stavljen je na integralnu zaštitu pojedinih morskih područja, čime se osigurava trajna zaštita ekosustava i pojedinih vrsta koje u njemu žive te istodobno promovira održivi razvoj.³⁴

Danas Plavi svijet vodi četiri velika projekta:³⁵

- Jadranski projekt „Dupin“
- Lošinjski rezervat za dupine
- Lošinjski edukacijski centar o moru
- Zaštita i istraživanje morskih kornjača Jadrana u suradnji s Hrvatskim prirodoslovnim muzejom

Jedan od projekata Plavog svijeta je osnivanje lošinjskog rezervata za dupine - najvećeg zaštićenog morskog područja u Jadranu. Ovim projektom jedna se karizmatična i ugrožena životinjska vrsta - dobri dupin - koristi kao promotor zaštite cjelokupnog okoliša, dok se istodobno dupinima osigurava područje potrebno za opstanak i zadovoljenje ključnih bioloških potreba. Projekt također predviđa osnivanje lokalne organizacije koja bi upravljala ovim područjem čime bi se omogućila bolja povezanost s lokalnom zajednicom i brojnim korisnicima prostora.³⁶

Cilj ovakve zaštite je praktičnim primjerom pokazati da zaštita područja može donijeti značajnu gospodarsku korist području ako se njime upravlja na prihvatljiv, održiv način.

³⁴Carić, H., (2006.), Održivi turizam u deset koraka, Zagreb, Institut za turizam i Odraž – Održivi razvoj zajednice, str. 8.

³⁵Ibid.

³⁶Ibid.

Plavi svijet je partner Sporazuma o zaštiti kitova Sredozemlja, Crnog mora i susjednog atlanskog područja (ACCOBAMS) te surađuje sa brojnim organizacijama i institucijama u Hrvatskoj i u svijetu. Za svoj rad su dobili brojne međunarodne nagrade i priznanja.³⁷

4.2. Glumci u Zagvozdu

„Glumci u Zagvozdu“ je udruga koja organizira ljetna kulturna zbivanja u Zagvozdu koja posjećuju jednako i umjetnici i publika iz susjednih krajeva, ali i iz drugih krajeva Hrvatske. Konkretnim doprinosom mnogih mještana osiguran je kontinuitet i napredak manifestacije „Glumci u Zagvozu.“ Domaći ljudi, gosti i umjetnici stvaraju i konzumiraju izvrsne kulturne proizvode (kazališne predstave), zabavljaju se i druže i tako stvaraju nezaboravan ugođaj, ali i zanimljiv turistički proizvod koji je alternativa jednoobraznoj ponudi kulturnih događaja koje nudi susjedna rivijera.³⁸

Sve je počelo na putovanju od Zagreba prema Dubrovniku kada su glumci Vedran Mlikota, podrijetlom iz Zagvozda, i Darko Čurdo došli na ideju da se baš u tom mjestu ljeti organiziraju kazališni susreti. Uz entuzijizam mještana i glumaca te skromna sredstva 1998. počele su se održavati predstave, koncerti i kulturni događaji koji su uskoro zaslužili epitet „čudo u Zagvozdu.“³⁹

Razvojni potencijal ovog kraja su, osim rijetko viđene sinergije lokalne zajednice i Udruge, još i bogata tradicija, očuvan okoliš i prirodna baština koja je dijelom zaštićena u sklopu Parka prirode Biokovo. Stoga je udruga „Glumci u Zagvozdu“ odlučila proširiti djelovanje na zaštitu i prezentaciju lokalnih ekoloških i tradicijskih vrijednosti. Tako su organizirali uklanjanje oko 10 tona otpada iz okolice mjesta te smanjili broj divljih odlagališta. Senzibilitet za vlastiti zavičaj i otvorenost prema „stranom“ (svijetu glume i glazbe) može iskoristi najbolje i od jednog i od drugog u stvaranju turističkog proizvoda.⁴⁰

³⁷Ibid.

³⁸Carić, H., (2006.), Održivi turizam u deset koraka, Zagreb, Institut za turizam i Odras – Održivi razvoj zajednice, str. 12.

³⁹Ibid.

⁴⁰Ibid.

4.3. Varaždinske barokne večeri

Varaždinske barokne večeri osnovane su 1968. godine, a prvi festival održan je 1971. godine. Od tada se u mnogim dvorcima i crkvama s tog područja sjeverozapadne Hrvatske svake jeseni, krajem rujna i početkom listopada, razliježe barokna glazba hrvatskih i svjetskih glazbenika i ansambala. Festival je od 1968. godine pod pokroviteljstvom Europskog savjeta za kulturu u Strassbourgu. Od 1992. taj je državni festival pod pokroviteljstvom Predsjednika Republike Hrvatske, a organizira ga Koncertni ured Varaždin.⁴¹

Programski su Barokne večeri usmjerene prema istraživanju i izvođenju europske i hrvatske barokne glazbe s naglaskom na varaždinsku, a uz to predstavljaju i likovno, književno i gastronomsko barokno blago u doba berbe grožđa u ovoj vinorodnoj regiji. Osim istaknutih domaćih glazbenih umjetnika, a mnogi od njih su podrijetlom iz Varaždina ili okolnih mjesta, na koncertima Varaždinskih baroknih večeri nastupa i Varaždinski komorni orkestar te istaknuta europska i svjetska glazbena imena.⁴²

Osim glazbenika, barokom se bave i restorani i hoteli koji na jelovnicima nude barokna jela varaždinskog kraja i vrhunska vina ovog podneblja. Potpun doživljaj osiguravaju galerije koje otvaraju prigodne izložbe djela likovne baštine i suvremene umjetnosti, ali i događanja u Starom Gradu gdje se održavaju večeri barokne poezije i predstavljaju knjige o glazbi i glazbenicima.⁴³

⁴¹Carić, H., (2006.), Održivi turizam u deset koraka, Zagreb, Institut za turizam i Odras – Održivi razvoj zajednice, str. 42.

⁴²Ibid.

⁴³Ibid.



Slika 4: Varaždinske barokne večeri Izvor: Carić, H., (2006.), Održivi turizam u deset koraka, Zagreb, Institut za turizam i Odraz – Održivi razvoj zajednice, str. 42.

4.4. Vuna s otoka Cresa

Destak tona vune svake godine ostaje na Cresu zaboravljeno po gromačama, jamama i livadama gdje predstavljaju estetski i ekološki problem. Lokalna udruga „Ruta“ odlučila je ukazati na mogućnost rješenja tog problema tako da se odbačena vuna obradi i pretvori u autohtoni proizvod. Filcanje, češljanje, namakanje u vodi i sapunu, gnječenje i valjanje pokazali su se dovoljno zanimljivim turistima koji rado prolaze tečajeve filcanja. Također, kreativnim radionicama za djecu i mlade „Ovčije ludorije“ popularizira se rad s vunom te njeguje tradicija.⁴⁴

Projektom „Rublje moje none“, „Ruta“ želi inicirati stvaranje etnološke zbirke, a kroz projekt „Semenj“ otrgnuti zaboravu stare užance te promovirati izvorne otočke proizvode na sajmu što se svake godine održava od 5. do 7. kolovoza, uz blagdan Gospe Snježne, a potječe još iz davne 1244. godine.⁴⁵

⁴⁴Carić, H., (2006.), Održivi turizam u deset koraka, Zagreb, Institut za turizam i Odraz – Održivi razvoj zajednice, str. 50.

⁴⁵Ibid.

„Ruta“ za svoj rad često dobiva priznanja , pa je tako u turističkoj akciji Plavi cvijet prvo mjesto u kategoriji suvenira u Primorsko – goranskoj županiji pripalo upravo udruzi „Ruta.“ Izložbama radova, prezentacijama i tečajevima tehnike filcanja vune „Ruta“ se predstavila u zemlji i inozemstvu, a redovito su pozivani i na razne manifestacije, osobito one s predznakom „eko.“⁴⁶



Slika 5: Izrada vune na otoku Cresu Izvor: Carić, H., (2006.), Održivi turizam u deset koraka, Zagreb, Institut za turizam i Odraž – Održivi razvoj zajednice, str. 50.

⁴⁶Ibid.

5.ZAKLJUČAK

Turizam, kao jedan od najbitnijih pokretača mnogih gospodarstava u svijetu, pa i u Hrvatskoj, osim svojih pozitivnih efekata, nosi i one negativne, uglavnom nastale kao posljedica pojave masovnog turizma. Najbolji način za sprječavanje i ublažavanje tih negativnih posljedica je pravilna primjena koncepta održivog razvoja turizma. Održivi razvoj u turizmu obuhvaća sposobnost turističke zajednice da ostane u ravnoteži s okruženjem. Takva ravnoteža se postiže samo ako turizam ostvaruje istodobno ekološku, ekonomsku i društvenu održivost, brinući se da ne dođe do pojave konflikta među njima. Ciljevi održivog razvoja turizma su usmjereni na maksimiziranje doprinosa turizma blagostanju destinacije i minimiziranju štetnih učinaka na okoliš, istovremeno uvažavajući potrebe i zadovoljstvo posjetitelja, lokalnih zajednica i svih ostalih sudionika destinacije čineći ga boljim mjesto za sve buduće generacije. Kao glavna prepreka se izdvaja činjenica da turizam nije djelatnost kojoj je jednostavno i lako uključiti se u koncept održivog razvoja. Da bi se omogućio održivi turizam potrebno je izvojiti velika novčana sredstva te pronaći i implementirati adekvatnu strategiju u turističku politiku određene zemlje.

U pogledu održivog razvoja turizma, Hrvatska je zemlja visoko ovisna o turizmu što dokazuje udio turizma u njenom BDP-u, te kao takva je stvorila na međunarodnom tržištu imidž zemlje „sunca i mora“ kao glavni i najvažniji turistički proizvod. Iako visoka sezonalnost, dosegnut maksimalni infrastrukturni kapacitet u ljetnim mjesecima i niža turistička zastupljenost u kontinentalnim dijelovima Hrvatske predstavljaju najveće izazove hrvatskog turizma, ulaskom u EU započela su određena redefiniranja i provedbe zakonskih i drugih normi u cilju ostvarivanja kvalitetnog razvoja održivog turizma na cijelom prostoru Hrvatske. Na pitanje kako podignuti razvoj turizma na višu razinu s ciljem dugoročne održivosti, državni organ je donio Strategiju razvoja turizma do 2020. godine, a za čije provođenje i implementaciju u turističku politiku RH se zahtjeva sudjelovanje svih dionika turističkog sustava, od lokalne zajednice pa do samog vrha.

Da u Hrvatskoj postoje primjeri dobre prakse održivog turizma, svjedoče razni projekti međunarodno priznati i nagrađeni poput osnivanja lošinjskog rezervata za dupine gdje je istaknuta važnost zaštite životinjskog i biljnog svijeta mora. Isto tako, kao primjer služi i vuna s otoka Cresa koja se iskorištava s ciljem promocije jedinstvenih, otočnih proizvoda.

Premda koncept održivog turizma nije nimalo lako realizirati, uz sve prethodno rečeno i vođenjem primjerima dobre prakse, činjenica je da je on ostvariv i nužan za daljni razvoj. U Hrvatskoj je vrlo važno da se podiže svijest o održivom razvoju na svim razinama, te da se pažljivim planiranjem, prikladnim pristupom i zajedničkim sudjelovanjem relevantnih dionika i političkog vodstva djeluje na unaprjeđenju razvoja održivog turizma i poboljšanju konkurentnosti Hrvatske u odnosu na ostale turističke destinacije.

LITERATURA

1. Bartoluci, M., (2013.), „Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva“, Zagreb, Školska knjiga
2. Breslauer, N., Gregorić, M., Hegeduš, I., (2015.), „Održivi razvoj turizma u međimurskoj županiji“, *Obrazovanje za poduzetništvo – E4E*, Vol. 5 No. 1, str.102.
3. Bosnić, I., Tubić, D., Stanišić, J., (2014.), „Role of destination management in strengthening the competitiveness of Croatian tourism“, *Ekonomski vjesnik*, br.1., str.167.
4. Bučar, K., Škorić, S., Prebežac D., (2010.), „Pravila ponašanja u turizmu i njihov utjecaj na održivi turizam“, *Acta Turistica*, Vol. 22 No. 2, str. 222.
5. Carić, H., (2006.), *Održivi turizam u deset koraka*, Zagreb, Institut za turizam i Odraz – Održivi razvoj zajednice
6. Čavlek, N., (2011.), „Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav“, Zagreb, Školska knjiga
7. Kožić, I., Mikulić, J., (2011.), „Mogućnost uspostave sustava pokazatelja za ocjenu i praćenje održivosti turizma u Hrvatskoj“, *Privredna kretanja i ekonomska politika*, No.127, str. 58.
8. Marušić, M., Prebežac, D., Mikulić, J., (2019.), „Istraživanje turističkih tržišta“, Zagreb, Sveučilište u Zagrebu
9. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2018.), „Turizam u brojkama 2017.
10. Rašić Bakarić I., (2017.), „Sektorske analize: Turizam“, Ekonomski institut, Zagreb, broj 57, godina 6., str. 21-23.
11. Sunara, Ž., Jeličić, S., Petrović, M., (2013.), „Održivi turizam kao konkurentna prednost Republike Hrvatske“, *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu*, Vol. 4 No. 1, str. 4.

12. Škrinjarić, T., (2011.), „Istraživanje inozemne turističke potražnje u Hrvatskoj primjenom analize panel podataka“, *Acta Turistica*, Vol 23 (2011), No 2, str. 146.
13. UNWTO i UNEP (2005.), *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*
14. Vlada Republike Hrvatske (2013.), „*Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*“, Zagreb, str. 1-89.
15. World Economic Forum, (2017.), „*The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017*“, Insight Report, Genova

POPIS TABLICA, SLIKA I GRAFIKONA

Tablica 1: Prihod od turizma 2017. (2016.) godine

Slika 1: Povezanost ciljeva održivog turizma s njegovim glavnim stupovima

Slika 2: Održivi turizam u deset koraka

Slika 3: Razvojna načela hrvatskog turizma do 2020. godine

Slika 4: Varaždinske barokne večeri

Slika 5: Izrade vune na otoku Cresu

Grafikon 1: Turistička konkurentnost Republike Hrvatske po 14 stupova konkurentnosti za 2017. godinu

Grafikon 2: Noćenje nerezidenata države EU-28, 2016. godine

Grafikon 3: Noćenje stranih turista, Hrvatska i odabrane konkurentske zemlje, 2016. godine

Grafikon 4: Međugodišnje stope rasta ukupnog broja noćenja stranih turista za Hrvatsku i konkurentske zemlje međunarodnog okruženja, 2015./2016.

Grafikon 5: Intenzitet turizma EU-28, 2016. godine

SAŽETAK

Kao odgovor na rastuću svijest i brigu zemalja o negativnim posljedicama masovnog turizma na okoliš, pojavio se pojam održivog razvoja turizma. Takav koncept je definiran kao turizam koji zadovoljava potrebe turista i receptivnih regija u sadašnjosti, pri čemu se čuvaju i unaprjeđuju mogućnosti za budućnost. S jedne strane, u radu su prikazana načela održivog razvoja, ciljevi koji se trebaju postići da bi turizam bio održiv i koraci za ostvarivanje navedenog cilja. U drugom dijelu rada analizira se razvoj održivog turizma isključivo na području Hrvatske. Po pitanju održivog turizma, Hrvatska bi se trebala predstaviti kao kvalitetna destinacija, ne samo za ljetni turizam, već bi trebala imati selektivnu, specifičnu turističku ponudu, različitu od onih koje pružaju europske konkurentske destinacije. U tu svrhu, donesena je strategija razvoja turizma do 2020. godine koja utvrđuje ključne aktivnosti turističke politike usmjerene na poboljšanje konkurentske sposobnosti hrvatskog turizma i korištenje resursne osnove na načelima odgovornog i održivog turizma.

Ključne riječi: održivi turizam, konkurentnost turističke destinacije, strategija razvoja turizma

SUMMARY

In response to the growing awareness and concern of countries about the negative impacts of mass tourism, the notion of sustainable tourism has emerged. Such a concept is defined as tourism that meets the needs of tourists and receptive regions in the present, while preserving and enhancing opportunities for the future. On the one hand, the paper outlines the principles of sustainable development, the goals that must be achieved to make tourism sustainable and the steps to achieve it. The second part of the paper analyzes the development of sustainable tourism, exclusively in Croatia. In terms of sustainable tourism, Croatia should present itself as a quality destination, not only for summer tourism, but should also have a selective, specific tourism offer different from those provided by European competing destinations. For this to become true, a tourism development strategy until 2020 has been adopted, which sets out key tourism policy activities aimed at improving the competitiveness of Croatian tourism and using the resource base on the principles of responsible and sustainable tourism.

Key words: sustainable tourism, competitiveness of the tourist destination, tourism development strategy