

Novi doprinosi strategiji održivog razvoja turizma u Republici Hrvatskoj

Kaselj, Ivan

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Libertas International University / Libertas međunarodno sveučilište**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:223:050901>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-12**



Repository / Repozitorij:

[Digital repository of the Libertas International University](#)



VISOKA ŠKOLA MEĐUNARODNIH ODNOSA I DIPLOMACIJE
DAG HAMMARSKJÖLD

ZAVRŠNI RAD

**NOVI DOPRINOSI STRATEGIJI ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA U
REPUBLICI HRVATSKOJ**

IVAN KASELJ

Zagreb, lipanj 2021.

VISOKA ŠKOLA MEĐUNARODNIH ODNOSA I DIPLOMACIJE
DAG HAMMARSKJÖLD
preddiplomski stručni studij

ZAVRŠNI RAD

STRATEGIJA ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Mentor:
prof. dr. sc. Tarzan Legović

Student:
Ivan Kaselj

SADRŽAJ

SAŽETAK.....	1
SUMMARY	1
UVOD	2
1. POVIJESNI RAZVOJ TURIZMA.....	3
1. 1. KRATKA POVIJEST TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	4
1. 2. TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ DANAS	5
2. STRATEGIJA ODRŽIVOG RAZVOJA	8
3. KONCEPT ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA	12
4. DOSADAŠNJA PRIMJENA STRATEGIJE ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA U HRVATSKOJ.....	14
5. NOVI PRIJEDLOZI PRIMJENE STRATEGIJE ODRŽIVOG RAZVOJA NA TURIZAM.....	17
5. 1. Uključivanje lokalnog stanovništva; razvoj domaće poljoprivrede i stočarstva.....	19
5. 2. Cjeloživotno učenje.....	20
5. 3. Očuvanje i promicanje održivog korištenja kopnenih ekosustava	20
5. 4. Osiguravanje održivih oblika potrošnje i proizvodnje	21
5. 5. Izgradnja prilagodljive infrastrukture, promicanje uključive i održive industrijalizacije; održivo korištenje mora i morskih resursa.....	23
5. 6. Koristi održivog razvoja turizma.....	25
ZAKLJUČAK	26
POPIS LITERATURE	27
POPIS SLIKA	30
POPIS TABLICA.....	30

SAŽETAK

U ovom se završnomu radu nastojalo doći do odgovora na pitanje kako bi trebala izgledati strategija održivog razvoja turizma u Republici Hrvatskoj i je li ona uopće ostvariva. U prvom dijelu rada ukratko je prikazana povijest turizma i napose povijest hrvatskog turizma u svrhu ukazivanja na potrebu za održivim razvojem turizma. U drugom dijelu opisana je strategija održivog razvoja, s naglaskom na 17 ciljeva održivog razvoja iznesenih u Agendi 2030. Ti se ciljevi mogu primijeniti i na održivi razvoj turizma, koji je opisan u trećem dijelu rada, uz kratki opis dosadašnje primjene strategije održivog razvoja turizma u Republici Hrvatskoj. U zadnjem, a ujedno i glavnom dijelu rada, ponuđena su neka rješenja pomoću kojih bi se 17 ciljeva održivog razvoja moglo primijeniti na turizam u Republici Hrvatskoj, odnosno kako bi se razvijanjem održivog razvoja turizma došlo do cjelokupnog napretka hrvatskog gospodarstva i jačanja konkurentnosti Republike Hrvatske na svjetskom tržištu.

SUMMARY

In this thesis the author tried to realise what is the strategy of sustainable development of tourism in Croatia supposed to look like and if it is even achievable. In the first part of this thesis, the author gave a brief overview of the history of tourism, in particular of Croatian tourism, to show the necessity of sustainable development in tourism. The second part describes the sustainable development strategy with emphasis on 17 global sustainable development goals from Agenda 2030. These goals can be applied to sustainable development of tourism, which is described in the third part of the thesis, along with a brief description of the implementation of strategy of sustainable development of tourism in Croatia so far. In the last, and also the main part of this thesis, the author offered some solutions for the application of mentioned 17 sustainable development goals to tourism in Croatia, to show how the sustainable development of tourism could lead to overall progress of Croatian economy and strengthening of Croatia's competitiveness on the world market.

UVOD

Turizam kao djelatnost u Republici Hrvatskoj zastupljen je već dugi niz godina te igra iznimno važnu ulogu u njezinom gospodarstvu, čemu svjedoči činjenica da gotovo 20 % hrvatskog BDP-a čine upravo prihodi od turizma. Ipak, s globalizacijom i brojnim negativnim promjenama koje je ona donijela, poglavito u smislu neadekvatnog korištenja resursa, u novije se vrijeme sve više počela uočavati potreba za održivim razvojem u svim aspektima gospodarstva, pa tako i na području turizma. U ovom ću radu stoga na početku dati kratak pregled povijesti turizma, s naglaskom na povijesti hrvatskog turizma kako bi se ukazalo na njegov značaj za razvoj Hrvatske, ali i kako bi se uvidjela potreba za održivim razvojem u tom segmentu, koja proizlazi iz naglog i neodrživog razvoja turizma do kojeg je došlo u 20. stoljeću. Potom će se opisati strategija održivog razvoja kao okvir za temu rada, pri čemu će se istaknuti 17 ciljeva održivog razvoja koji su izneseni u UN-ovom Programu održivog razvoja do 2030., odnosno u Agendi 2030. Nakon toga, opisat će se koncept održivog razvoja turizma i istaknuti njegov značaj za gospodarstvo te će se ukratko opisati dosadašnja primjena strategije održivog razvoja turizma u Republici Hrvatskoj. Naposljetku, u glavnom će se dijelu rada prikazati neki od načina na koje se koncept održivog razvoja kao suvremeni model može primijeniti i na turizam u Republici Hrvatskoj. Budući da se koncept održivog razvoja sastoji od 17 ciljeva, objasnit ću što bi pojedini ciljevi značili za turizam, što oni predstavljaju u smislu turizma i na koji bi način mogli pomoći hrvatskom turizmu, za čiji je razvoj i konkurentnost na globalnom tržištu prijeko potreban održivi razvoj.

1. POVIJESNI RAZVOJ TURIZMA

Brojni se teoretičari slažu da je kod turizma, koji se definira kao gospodarska djelatnost koja uključuje odnose i poslove vezane za putovanja, odnosno privremeni boravak osoba izvan njihova prebivališta u svrhu odmora, razonode i sličnog¹, vrlo teško odrediti vrijeme prvog pojavljivanja. Prema nekim teorijama, turizam svoje korijene vuče još iz V. stoljeća, kada je pretežito obuhvaćao posjete proročištima i sportskim igrama². Međutim, turizam u suvremenom smislu ipak se razvija nešto kasnije, pri čemu postoji nekoliko događaja koji se mogu nazvati mogućim počecima turizma. Jedan od njih je slavni Grand Tour, putovanje koje se osobito populariziralo u 18. stoljeću, a na kojemu su mladi pripadnici aristokracije putovali Europom tijekom razdoblja od tri do četiri godine³. Nadalje, među moguće početke turizma ubraja se događaj koji je u suvremenom poimanju turizma prihvaćen kao događaj koji upućuje na masovnost pojave, a to je putovanje s karakteristikama turizma Engleza Thomasa Cooka 1841. godine od Leicestera do Middlesbrougha u Velikoj Britaniji (Vukonić 2005: 43-44).

Turizam uzima pravi zamah usporedno sa širenjem industrijske revolucije. Naime, razvojem „gradova, pojavom željeznice, parobroda i makadamskih cesta, kao proizvoda industrijske revolucije, omogućeno je višestruko povećanje turističkih potencijala“⁴, te je tako turizam postao i ostao jedan od pokretača razvoja gospodarstava diljem svijeta. Njegov se značaj za razvoj gospodarstava zemalja diljem svijeta napose počeo isticati u 20. stoljeću pa je tako 1967. godina proglašena međunarodnom godinom turizma: „Bilo je to prvi put u povijesti svjetskog turizma da ovaj fenomen dobiva puno međunarodno priznanje, koje je bilo i svojevrsno priznanje svim onim stručnjacima i znanstvenicima koji su, posebno u Europi, isticali značenje turizma i njegovu ulogu u gospodarstvu zemalja koje ga razvijaju.“ (Vukonić 2005: 155). Takav brz i intenzivan razvoj turizma doveo je do toga da je turizam, tvrde Črnjar i Serdišek, do polovice osamdesetih godina dvadesetog stoljeća u međunarodnoj trgovinskoj razmjeni završio na trećem mjestu, iza automobilske i telekomunikacijske industrije (Črnjar–Serdišek 2005). Premda je turizam u tom trenutku bio shvaćan kao izrazito pozitivan fenomen, danas se sve više uočava i druga strana „te medalje“. Naime, u današnje se vrijeme sve više uočavaju i brojne loše posljedice koju masovnost turizma ostavlja za sobom te se

¹ Prema: <https://proleksis.lzmk.hr/49440/> (pristupljeno 23. 12. 2020.).

² Prema: <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763> (pristupljeno 27. 12. 2020.).

³ Prema: <https://www.britannica.com/topic/Grand-Tour> (pristupljeno 15. 1. 2021.).

⁴ Prema: <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763> (pristupljeno 27. 12. 2020.).

javlja potreba za održivim razvojem te izrazito značajne gospodarske djelatnosti, o čemu će više riječi biti dalje u radu.

1. 1. KRATKA POVIJEST TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Počeci razvoja turizma u Republici Hrvatskoj u nekim se aspektima ne podudaraju s onima u ostatku svijeta, odnosno u razvijenijim zemljama. Primjerice, kako tvrdi Vukonić, vjerska putovanja, odnosno hodočašća, koja su u nekim europskim zemljama potaknula izgradnju za turizam neophodne ugostiteljsko-trgovačke infrastrukture, u Hrvatskoj nisu bila osobito zastupljena (Vukonić 2005: 26), no takva se infrastruktura ipak počela razvijati u Hrvatskoj, nešto kasnije nego u razvijenijim zemljama. Pojave slične turizmu u današnjem smislu na području Hrvatske mogu se ogledati u takozvanom zdravstvenom turizmu, koji je, prema Hitrecu, svoj procvat doživio u 18. i 19. stoljeću, a podrazumijeva posjet turista toplicama, pretečama suvremenih turističkih destinacija, od kojih velik broj datira iz rimskih vremena (Hitrec 1996: 255). U Hrvatskoj tako jedan od prvih primjera turizma vidimo na području Varaždinskih toplica, gdje ljudi dolaze na rimsko lječilište, i na području Opatije, gdje se pojavljuje zimski turizam, odnosno javlja se potreba za toplijom morskom vodom, pa ljudi izgrađuju prve vile i bazene s morskom vodom, kako bi se i u hladnijim mjesecima moglo uživati i kupati. Te su vrste turizma i u današnje vrijeme ostale vrlo zastupljene.

Jedan od ključnih pokretača razvoja turizma u Hrvatskoj jest razvoj prometne infrastrukture – za kontinentalne je dijelove Hrvatske stoga osobito značajan bio razvoj željezničke infrastrukture, koja je, uz razvoj brodogradnje, i u primorskom dijelu Hrvatske dovela do procvata turizma. Tako su se već u 19. stoljeću na Jadranu etablirala pojedina turistička središta, od kojih Vukonić ističe gornji Jadran s Opatijom i Crikvenicom te južni Jadran, na kojemu su dominirali Kaštelanski zaljev i dubrovačko područje (Vukonić 2005: 37–47). Tijekom 19. stoljeća sve se više pažnje počelo pridavati turizmu, stoga sredinom 19. stoljeća Hrvatska dobiva i prvu turističku zajednicu, osnovanu 1864. godine na otoku Krku, pod nazivom „Društvo za uljepšavanje mjesta“, a krajem istog stoljeća tiskan je i prvi vodič za grad Zagreb na hrvatskom i njemačkom jeziku.⁵

⁵ Prema: <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/povijest-turizma-hrvatska> (pristupljeno 15. 12. 2020.).

Ipak, potpuni procvat turizma u Hrvatskoj odvijao se tijekom 20. stoljeća, i to u nekoliko valova. Prvi značajan procvat hrvatskog turizma tako je uočen u razdoblju između dvaju svjetskih ratova, kada „turizam postaje prepoznatljiv dio ukupne državne gospodarske strukture“ (Vukonić 2005: 126) i povećava se broj inozemnih posjetitelja, nakon kojega se ističe tzv. zlatno doba hrvatskog turizma (1965.–1975.) te daleko najuspješnije razdoblje hrvatskog turizma u 20. stoljeću, ono od 1986. do 1988. godine. Naime, 1986. godine u Hrvatskoj je ostvaren dotad daleko najveći broj noćenja turista, više od 68 milijuna (Vukonić 2005: 169), a te su brojke u Hrvatskoj opet dostignute tek prije nekoliko godina. Osim velikog broja posjeta i noćenja turista, tijekom 20. je stoljeća došlo i do niza drugih pomaka na području turizma – tada je utemeljen i Turistički savez Hrvatske te su se izgradili i brojni turistički objekti diljem Jadrana, ali i kontinentalne Hrvatske⁶, koji su neophodni za kvalitetan razvoj turizma. Ipak, takva masovna izgradnja turističkih objekata za sobom je ostavila i brojne loše posljedice, poput negativnog utjecaja na okoliš, iako se to nažalost nerijetko zataškjuje.

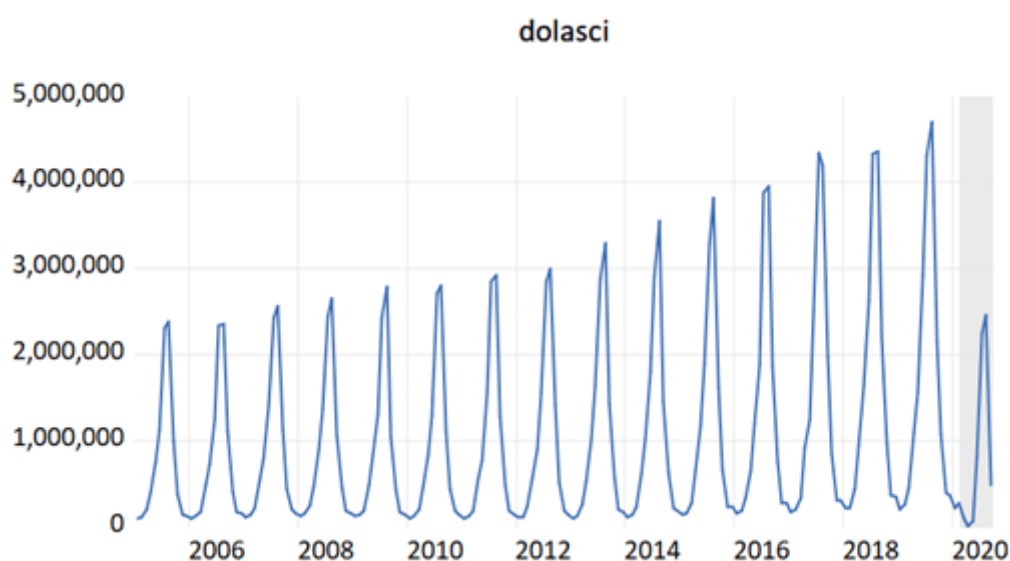
1. 2. TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ DANAS

Nakon spomenutog najuspješnijeg razdoblja hrvatskog turizma, a kao posljedica Domovinskog rata koji je pogodio teritorij Hrvatske, došlo je do velikog pada kako u broju noćenja, tako i u broju turističkih posjeta Hrvatskoj uopće. Međutim, u godinama koje su slijedile nakon rata situacija se polako počela popravljati, „nastavlja se kontinuirana promotivna kampanja na europskom emitivnom tržištu, te dolazi do stvaranja kvalitetnog *imagea* Hrvatske kao cjelovite destinacije, ali s određenim specifičnostima pojedinih užihih regija kao tržišnom prednošću Hrvatske na međunarodnom planu“ (Vukonić 2005: 201). Te su specifičnosti danas, uz ostale elemente, itekako zaslužne za sve veći broj turističkih posjeta Hrvatskoj. Naime, zbog svoje je geografske lokacije Hrvatska na zavidnoj poziciji po pitanju turizma jer ima velikih potencijala kako za ljetni, tako i za zimski turizam, čiji je značaj često zanemarivan.

Republika Hrvatska, zemlja u kojoj je turizam, kako tvrdi Šimičić, osobito značajan za stanje i razvitak njezinog cjelokupnog gospodarstva (Šimičić 2007), u današnje je vrijeme, kao što je već spomenuto, zbog svojeg geografskog položaja iznimno popularna europska

⁶ Prema: <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763> (pristupljeno 27. 12. 2020.).

destinacija za ljetovanje, pri čemu se „sunce i more“ ističu kao „dominantan turistički (izvozni) proizvod“ (Kunst 2012: 50). No, valja istaknuti da se, osim sunca i mora, nudi sve veći broj turističkih proizvoda i u kontinentalnoj Hrvatskoj, i to ne samo u ljetnim mjesecima, kada najveći broj turista posjećuje primorske krajeve. Primjerice, u posljednjih nekoliko godina Grad Zagreb je nekoliko puta osvojio nagrade za najbolji adventski program u Europi, što je polako počelo izazivati interes kod stranih turista te tako buditi i zimski turizam na području Republike Hrvatske. Ipak, ljetnim turizmom čak i premašujemo svoje kapacitete pa se tako u Hrvatskoj, prema podacima iz sustava eVisitor, iz godine u godinu sve više povećava broj dolazaka. Primjerice, prema priopćenju Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske o dolascima i noćenjima turista u 2019. godini, u 2019. je godini ostvareno 19,6 milijuna dolazaka (od toga više od 88 % stranih turista), što je značilo porast od 4,8 % s obzirom na 2018. godinu. Također, u 2019. godini ostvareno je 91,2 milijuna noćenja turista, odnosno porast od 1,8 % u odnosu na broj noćenja u 2018. godini.⁷ Slična je situacija bila i prijašnjih godina, odnosno iz godine u godinu bilježen je porast kako dolazaka tako i noćenja turista. Porast broja dolazaka turista iz godine u godinu može se vidjeti na sljedećoj slici:



Slika 1. Dolasci turista u Hrvatsku od 2005. do 2020. godine⁸

⁷ Prema: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-02_01_2019.htm (pristupljeno 22. 12. 2020.).

⁸ Slika preuzeta s: <http://finance.hr/turizam-serija-makroekonomskih-analiza-1-dio/> (pristupljeno 16. 3. 2020.).

Republika Hrvatska je, dakle, sve do 2020. godine iz godine u godinu postavljala nove rekorde na području turizma i zauzimala položaj jedne od omiljenih zemalja za turističke posjete i napose ljetovanja na Mediteranu. To je na neki način dokazano i u vrijeme pandemije koronavirusa, u kojemu je Hrvatska, unatoč brojnim izazovima s kojima se susretala u smislu turizma, ali i na drugim područjima, ostvarila zadivljujući broj posjeta i noćenja. Naime, prema podacima sustava eVisitor, Hrvatska je u prvih osam mjeseci 2020. godine ostvarila 41 % dolazaka i 53 % noćenja ostvarenih u istom razdoblju u 2019. godini⁹, što je mnogo bolji rezultat od početnih predviđanja, ali i u odnosu na brojne druge države. Unatoč rezultatima koji su nadmašili očekivanja, valja istaknuti činjenicu da je takav pad u broju dolazaka i noćenja turista, očekivano, uvelike utjecao na hrvatski BDP. Iz tog se razloga nameću neizbježna pitanja: je li uopće takav razvoj turizma održiv i je li održiva činjenica da oko 20 %¹⁰ hrvatskog BDP-a zavisi od turizma?

⁹ Prema: <https://mint.gov.hr/vijesti/hrvatski-turizam-premasio-ocekivanja-do-kraja-kolovoza-ostvoreno-53-posto-lanjskog-rezultata/21821> (pristupljeno 28. 12. 2020.).

¹⁰ Prema izvješću EBRD-a o rizicima za gospodarstva u nastajanju, „prihodi od turizma premašuju petinu BDP-a u Hrvatskoj, Gruziji, Grčkoj, Albaniji, Crnoj Gori i na Cipru“, što predstavlja velik problem za državnu ekonomiju u nekim kriznim situacijama, poput pandemije koronavirusa (prema: <https://mint.gov.hr/vijesti/veliki-udio-turizma-u-bdp-u-smanjuje-otpornost-ekonomije-na-covid-19-ebd/21057> [pristupljeno 13. 1. 2021.]).

2. STRATEGIJA ODRŽIVOG RAZVOJA

U svrhu razumijevanja ovog završnog rada važno je, prije svega, definirati pojam održivog razvoja. „Naša zajednička budućnost“ izvješće je UN-ove Svjetske komisije za okoliš i razvoj (WCED) iz 1987. godine u kojemu je objavljena danas najčešće korištena definicija održivog razvoja. Prema tom izvješću, održivi razvoj je „razvoj koji zadovoljava potrebe sadašnjih generacija bez ugrožavanja mogućnosti budućih generacija da zadovolje vlastite“ (prema: Blewitt 2017: 25). Međutim, ova je definicija izrazito široka pa ju je vrlo teško primijeniti na svaku od 193 članice, a osim toga, ima još nekih nedostataka. Naime, kako tvrdi Legović, ta definicija nije primjerena jer mi zapravo ne možemo znati i predvidjeti kakve će točno potrebe imati buduće generacije, stoga predlaže konkretniju definiciju održivog razvoja, prema kojoj je to vrsta razvoja kod kojeg je stopa razvoja održana (Legović 2020).

Dakle, budući da je teško, odnosno gotovo nemoguće znati koje su potrebe budućih generacija, možda bi bilo najbolje da svaka država koja bi trebala primjenjivati načela održivog razvoja shodno UN-ovim uputama, zasebno odredi smjer i tempo kojim će ostvarivati ciljeve. Smatram da danas jedino kroz vlastite ideje, kreativnost i jedinstvenost na svjetskom tržištu možemo postići rezultate kojima bi se dao doprinos održivom razvoju, ali i cjelokupnoj zajednici u postizanju zadanih ciljeva kako bi, ne poznavajući potrebe budućih generacija, barem za sobom ostavljali čist planet na kojemu se teži održivom razvoju u najširem smislu.

Jedna od temeljnih strategija koje održivi razvoj predlaže jest plan prelaska s postojećeg linearnog gospodarstva na kružno gospodarstvo (odnosno cirkularnu ekonomiju), čiji je cilj „povezivanje elemenata s ciljem zatvaranja kruga odnosno povezivanje dizajna proizvoda s izbjegavanjem nastanka otpada“ (Matešić 2017: 232). Kružno gospodarstvo danas čini temelje održivoga razvoja, a na njemu se temelji i pristup Europske unije održivosti uopće. Prva Strategija održivog razvoja Europske unije usvojena je 2001. godine, a „naglašava potrebu da se postupno promijene neodrživi trendovi u proizvodnji i potrošnji i krene prema većem integriranju zaštite okoliša u politiku Europske unije“ (Herceg 2013: 448), dok su revidirane strategije donijele i novosti, poput spomenutog prelaska na kružno gospodarstvo. Prednosti prelaska na kružno gospodarstvo su mnogostruke, no prvenstveno se

odnose na globalnu konkurentnost, održivi gospodarski rast te stvaranje novih radnih mjesta¹¹ u državama članicama Europske unije, što se dakle odnosi i na Republiku Hrvatsku. Faze kružnog gospodarstva i redosljed kojim se one odvijaju prikazani su na sljedećoj slici:



Slika 2. Kružno gospodarstvo¹²

Republika Hrvatska, kao članica Ujedinjenih naroda i Europske unije, nema samo potrebu, već i dužnost, primjenjivati njihove strategije, pa tako i one vezane za održivi razvoj. Aktualni dokument u tom aspektu je UN-ov Program održivog razvoja do 2030. (tzv. Agenda 2030), koji sadrži ciljeve održivog razvoja, „a EU se obvezao da će biti predvodnik u njihovoj provedbi“¹³. Temelj tog programa je 17 ciljeva održivog razvoja, koji su prikazani na sljedećoj slici:

¹¹ Prema: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hr/MEMO_15_6204 (pristupljeno 27. 12. 2020.).

¹² Slika preuzeta s:

<https://www.europarl.europa.eu/news/hr/headlines/economy/20151201STO05603/kruzno-gospodarstvo-definicija-vrijednosti-i-korist> (pristupljeno 27. 12. 2020.).

¹³ Prema: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hr/IP_16_3883 (pristupljeno 29. 11. 2020.).



Slika 3. 17 ciljeva održivog razvoja¹⁴

Nešto širi opis pojedinih ciljeva objavljen je u dokumentu Opće skupštine Ujedinjenih naroda kako slijedi:

Cilj 1.	Iskorijeniti sve oblike siromaštva svuda u svijetu
Cilj 2.	Iskorijeniti glad, postići sigurnost hrane i poboljšanu ishranu te promicati održivu poljoprivredu
Cilj 3.	Osigurati zdrav život i promicati blagostanje za ljude svih generacija
Cilj 4.	Osigurati uključivo i pravedno kvalitetno obrazovanje te promicati mogućnosti cjeloživotnog učenja za sve
Cilj 5.	Postići rodnu ravnopravnost i osnažiti sve žene i djevojčice
Cilj 6.	Osigurati pristup pitkoj vodi za sve, održivo upravljati vodama te osigurati higijenske uvjete za sve
Cilj 7.	Osigurati pristup pouzdanoj, održivoj i suvremenoj energiji po pristupačnim cijenama za sve
Cilj 8.	Promicati kontinuiran, uključiv i održiv gospodarski rast, punu i produktivnu zaposlenost i dostojanstven rad za sve
Cilj 9.	Izgraditi prilagodljivu infrastrukturu, promicati uključivu i održivu industrijalizaciju i poticati inovativnost
Cilj 10.	Smanjiti nejednakosti unutar i između država
Cilj 11.	Učiniti gradove i naselja uključivim, sigurnim, prilagodljivim i održivim

¹⁴ Preuzeto s: <https://www.ekovjesnik.hr/clanak/1738/provedba-globalnih-ciljeva-odrzivog-razvoja-u-eu-u> (pristupljeno 3. 1. 2021.).

Cilj 12.	Osigurati održive oblike potrošnje i proizvodnje
Cilj 13.	Poduzeti hitna djelovanja u borbi protiv klimatskih promjena i njihovih posljedica
Cilj 14.	Očuvati i održivo koristiti oceane, mora i morske resurse za održiv razvoj
Cilj 15.	Očuvati, ponovno uspostaviti i promicati održivo korištenje kopnenih ekosustava, održivo upravljati šumama, suzbiti dezertifikaciju, zaustaviti degradaciju tla te spriječiti uništavanje biološke raznolikosti
Cilj 16.	Promicati, u svrhe održivog razvoja, miroljubiva i uključiva društva, osigurati pristup pravosuđu za sve i izgraditi učinkovite, odgovorne i uključive institucije na svim razinama
Cilj 17.	Ojačati načine provedbe te učvrstiti globalno partnerstvo za održivi razvoj

Tablica 1. Ciljevi održivog razvoja¹⁵

Kao što je vidljivo, riječ je o ciljevima koji se odnose na brojne aspekte života, od dobrobiti pojedinaca u smislu njihova zdravlja, ali i ravnopravnosti, preko odnosa unutar i između država, pa sve do napretka zajednice na najširoj, globalnoj razini, pri čemu se velik naglasak stavlja i na okoliš i održivo upravljanje njime. Utjecaj tih ciljeva je golem te se, tvrdi Matešić, propoznaje u brojnim programskim i strateškim dokumentima na lokalnoj, regionalnoj i internacionalnoj razini (Matešić 2017: 227). Premda se pojedini ciljevi po mnogo čemu razlikuju jedni od drugih, svi funkcioniraju u sinergiji i njihovom se primjenom osigurava ravnoteža gospodarske, društvene i okolišne dimenzije održivog razvoja¹⁶. Svi su ti ciljevi, dakako, u manjoj ili većoj mjeri primjenjivi i na održivi razvoj turizma, o kojemu će više riječi biti u sljedećem poglavlju.

¹⁵ Tekst preuzet s: <http://www.mvep.hr/files/file/2018/1812131803-rezolucija-unga-hr-prf-final.pdf> (pristupljeno 14. 1. 2021.).

¹⁶ Prema: https://ec.europa.eu/info/strategy/international-strategies/sustainable-development-goals/eu-approach-sustainable-development_hr (pristupljeno 28. 11. 2020.).

3. KONCEPT ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA

Globalizacija i njezini popratni procesi, tvrde Vidak i Sindik, doveli su do ubrzanih promjena u cijelom svijetu, koje pak dovode do brojnih nesrazmjera, kao što je nesklad između razvoja svjetskog turizma, životnog standarda stanovništva i turizma (Vidak–Sindik 2015: 296). To je jedan od razloga potrebe za primjenjivanjem koncepta održivog razvoja turizma koji, s obzirom na činjenicu da je usko povezan s konceptom održivog razvoja uopće, podrazumijeva primjenu načela održivog razvoja na sektor turizma. Konkretnije, uzimajući u obzir spomenutu najkorišteniju definiciju održivog razvoja, održivi razvoj turizma „podrazumijeva turistički razvoj nekog područja u razmjerima i na način koji je (lokalnoj zajednici) dugoročno i integracijski prihvatljiv odnosno koji ne degradira i/ili radikalno mijenja okruženje u kojem se događa u mjeri koja bi na bilo koji način mogla ugroziti uspješan razvoj i dobrobit ostalih aktivnosti i/ili procesa“ (Kunst 2012: 123).

Premda se pri spomenu pojma održivog razvoja najčešće pojavljuju asocijacije vezane za zaštitu okoliša, održivi razvoj turizma obuhvaća mnogo šire područje, odnosno kod njega se, kako tvrdi Smolčić Jurdana, nastoji na određenom području dovesti do ravnoteže razvoja svih grana gospodarstva i djelatnosti, a sve to kako bi se lokalnom stanovništvu omogućio bolji životni standard i kvaliteta življenja (Smolčić Jurdana 2005: 24). Dakle, iako je spomenuti aspekt lokalne zajednice često zanemarivan, on je izuzetno značajan sudionik toga procesa, i to na način da je utjecaj između lokalne zajednice i turizma uzajaman.

Dakako, osim lokalne zajednice, prije svega domaćina, kod koncepta održivog razvoja turizma iznimno su značajni sudionici i sami turisti, čijim je željama i potrebama potrebno udovoljiti, ali na način koji nije štetan za ostale dionike. Stoga se kao temeljni cilj održivog razvoja turizma može istaknuti sljedeće: „upravljati prostorom i drugim elementima resursno atrakcijske osnove na način da se, uz sve potpunije ostvarivanje ekonomskih, socijalnih i estetskih potreba lokalne zajednice, očuvaju i kulturni integritet, biološka raznolikost, odnosno ekosustavi na kojima se dugoročno temelji život nekog područja“ (Kunst 2012: 129). Imajući to na umu, održivi se razvoj turizma pokazuje ne samo kao potreba, već i nužnost za kvalitetan razvoj gospodarstva, ali i za privlačenje turista. Vrlo je važno osvijestiti tu činjenicu, jer turizma i nema – bez turista.

Osim što ima velik utjecaj na gospodarstvo, održivi razvoj turizma ključan je i za konkurentnost na tržištu. Naime, potrošači, odnosno korisnici turističkih usluga, tvrde

Tanković i Matešić, sve više postaju svjesni negativnih posljedica neodrživog razvoja turizma te nerijetko shodno tome biraju destinacije, što pak uvelike utječe na dugoročnu konkurentnost na svjetskom tržištu (Tanković–Matešić 2009). Ipak, iako bi svaka zemlja trebala težiti održivom razvoju turizma, taj je proces vrlo kompleksan i potrebno je razraditi kvalitetan plan i uložiti mnogo vremena i truda, stoga brojne zemlje nerijetko podbacuju u implementaciji tog koncepta. Uzrok tome može se pronaći i u činjenici da se održivi razvoj turizma nerijetko gleda isključivo s kapitalističke strane, odnosno kao pojava čija je primarna svrha punjenje državnog proračuna, umjesto da se gleda s perspektive koja spaja ugodno s korisnim: „potrebno je imati na umu nužnost očuvanja prirodnog okoliša kao osnove koja podržava život, ali i prepoznati specifične vrijednosti okoliša kao prirodne atrakcijske turističke osnove za ekonomsko vrednovanje“ (Grofelnik 2019: 33).

4. DOSADAŠNJA PRIMJENA STRATEGIJE ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA U HRVATSKOJ

Već u drugoj polovici 20. stoljeća, u kojoj je, kao što je ranije spomenuto, turizam u Republici Hrvatskoj imao velik procvat, počeo se uočavati i negativan utjecaj brzog razvoja turizma, kao i potreba za održivim razvojem na tom području. Među značajnim dokumentima koji su se bavili tim pitanjem Vujić ističe Regionalni prostorni plan Južnog Jadrana iz 1969. godine, potom „Program održivog razvoja i plan Prostornog uređenja Jadranskog područja“ iz 1976. godine koji je izradio Urbanistički institut iz Zagreba te skupove i iz njih proizašle zbornike radova „Turizam i prostor – ekološki aspekti konfliktnih situacija“ iz 1987. godine i „Prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj“ iz 1994. godine (Vujić 2005: 10).

Do prošle je godine iz područja održivog razvoja turizma aktualan bio dokument Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, koji je nastao u veljači 2013. godine, kada Hrvatska još nije bila članica Europske unije. Shodno tome, Republika Hrvatska nije u potpunosti mogla znati što je očekuje kada postane punopravnom članicom, odnosno koje su prednosti, a koji nedostaci ulaska u Europsku uniju vezani za turizam. Samim time, i zbog činjenice da su problemi hrvatskog turizma već dugo ukorijenjeni, brojne se zamisli iz te strategije nisu ostvarile. Primjerice, na početku dokumenta navodi se da „Hrvatska pripada zemljama koje privlače posjetitelje više odlikama svoga prirodnog prostora i bogatstvom kulturno-povijesne baštine nego kvalitetom, raspoloživošću i/ili raznovrsnošću novostvorenih turističkih atrakcija.“¹⁷ Gledajući s te perspektive, Hrvatska nije napravila značajan korak prema ostvarenju zadanih ciljeva u tom području, jer je još uvijek samo prepoznata kao zemlja velike prirodne ljepote i čistog mora. Ipak, valja istaknuti da su, po pitanju turističke infrastrukture, autori odlično prepoznali nedostatke koji su predstavljali problem još 2013. godine, no činjenica jest da za konkretniji napredak treba proći vremena i pokazati strpljivost, posebice u slučaju Republike Hrvatske, koja je još uvijek mlada zemlja puna ambicija i traženja. Što se tiče konkurentnosti Hrvatske na svjetskom tržištu, u ovoj se strategiji spominju istraživanja i rezultati Travel and Tourism Competitiveness Reporta, prema kojemu je Hrvatska 2011. godine zauzela 34. mjesto na rang ljestvici međunarodne konkurentnosti, što nije bilo dovoljno dobro kako bi nadmašila ostale zemlje s Mediterana. Najbolje je rezultate Hrvatska postigla u sferi broja hotelskih soba, bankomata i rent-a-car usluga po stanovniku,

¹⁷ Prema: <https://mint.gov.hr/UserDocImages/arhiva/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>, str. 5. (pristupljeno 29. 3. 2021.).

gdje je postigla rang 4, dok se lošom pokazala u sferi konkurentnosti ljudskog potencijala, u kojoj je ostvarila tek rang 83¹⁸. Gledajući s današnjeg stajališta, smatram da su ti rezultati dosta uspješni za ono vrijeme i situaciju u kojoj se Hrvatska nalazila nakon velike svjetske krize 2008. godine, dok danas vidimo pomak, ali još ne dovoljno konkretan kako bi ispravili slabije strane stanja ne samo u turizmu, već i općenito. Prema viziji razvoja hrvatskog turizma 2020. godine koja je istaknuta u ovoj strategiji, „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.“¹⁹ Što se te vizije tiče, možemo se složiti da Hrvatska jest prepoznatljiva i konkurentna turistička destinacija, ali još uvijek, zbog velikih birokratskih nameta i zahtjeva, nije pogodna za domaće ili strane investitore. Također, važno je napomenuti da se Hrvatska, kao što je već spomenuto u radu, još uvijek nije profilirala kao održiva zemlja koja u potpunosti teži ciljevima održivog razvoja. Naposljetku, valja istaknuti i brojeve i konkretne smjernice za razdoblje od 2021. do 2025. godine, koji su dani u ovoj strategiji. Naime, bazirajući se na porastu i kvaliteti usluga kao što su povećanje noćenja u komercijalnim smještajima, u ovoj je strategiji predviđeno znatno povećanje noćenja tijekom cjelogodišnjeg razdoblja, kao i zapošljavanje novih 37 tisuća djelatnika u području turizma i aktivnosti oko njega²⁰. Zbog trenutne pandemijske situacije, izvjesno je da se predviđeno vrlo vjerojatno neće ostvariti do 2025. godine.

Trenutno aktualni dokument koji se bavi tematikom održivog razvoja turizma u Hrvatskoj jest Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine u kojoj se definiraju ciljevi koje bi Hrvatska trebala postići do 2030. godine kako bi postala „konkurentna, inovativna i sigurna zemlja prepoznatljivog identiteta i kulture, zemlja očuvanih resursa, kvalitetnih životnih uvjeta i jednakih prilika za sve“²¹. U tom je dokumentu, među ostalim, riječ i o održivom razvoju turizma, pri čemu se ističu prioritete javne politike koja bi trebala pridonijeti razvoju hrvatskoga turizma u svim njegovim aspektima. Ti prioritete

¹⁸ Prema: <https://mint.gov.hr/UserDocImages/arhiva/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>, str. 14. (pristupljeno 29. 3. 2021.).

¹⁹ Prema: <https://mint.gov.hr/UserDocImages/arhiva/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>, str. 30. (pristupljeno 29. 3. 2021.).

²⁰ Prema: <https://mint.gov.hr/UserDocImages/arhiva/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>, str. 64. (pristupljeno 29. 3. 2021.).

²¹ Prema:

<https://vlada.gov.hr/UserDocImages/Vijesti/2020/11%20studeni/12%20studenog/Nact%20NRS%202030%20i%20Dodaci-12112020.pdf>, str. 5 (pristupljeno 12. 3. 2021.).

povezuju sam turizam i s ostalim područjima, poput poljoprivrede, prometa, digitalizacije i ostalih.

Unatoč činjenici da danas postoje dokumenti koji promiču održivi razvoj turizma u Republici Hrvatskoj, „današnji rast i razvoj turističkih destinacija u RH, osim u slučaju nekoliko rijetkih iznimaka, karakterizira posvemašnji nedostatak strateškog promišljanja“ (Kunst 2012: 103). Uzrok tom problemu može se pronaći u ljudskoj svijesti, odnosno u činjenici da danas mnogi, čak i turistički djelatnici, prema Smolčić Jurdani, nisu svjesni važnosti primjene koncepcije održivog razvoja turizma za budućnost turizma i gospodarstva uopće (Smolčić Jurdana 2005: 26). Iz tog će se razloga u sljedećem poglavlju, imajući na umu, prije svega, kreativnost i uključivanje svih sudionika procesa, ponuditi ideje za implementaciju strategije održivog razvoja u turizam Republike Hrvatske.

5. NOVI PRIJEDLOZI PRIMJENE STRATEGIJE ODRŽIVOG RAZVOJA NA TURIZAM

Budući da neki od ciljeva održivog razvoja naglasak imaju na održivom gospodarenju resursima i produživanju životnog vijeka proizvoda, a s ciljem smanjenja otpada te povećanja uporabe obnovljivih izvora energije, jasno je da je njegov koncept primjenjiv na različite djelatnosti. Shodno tome, uzimajući u obzir činjenicu kako u gospodarskom sustavu u Republici Hrvatskoj jednu od glavnih uloga ima turizam, a Hrvatska kao članica Europske unije i Ujedinjenih naroda ima potrebu, ali i dužnost, težiti održivom razvoju, njega se uvelike može primijeniti na turizam u Republici Hrvatskoj. Ipak, kako tvrdi Pupavac, „Rangiranje turizma kao glavne gospodarske djelatnosti u Republici Hrvatskoj i punopravno članstvo u Europskoj uniji pridonijeli su povećanoj svijesti o značenju očuvanja okoliša. Zaštita okoliša u Hrvatskoj, kao i u nekim drugim državama Jugoistočne Europe, u prvom je redu opterećena saniranjem ratnih šteta (razminiranje).“ (Pupavac 2015: 10) Unatoč tome, ako Hrvatska želi ostati u relativno dobroj poziciji u kojoj se posljednjih godina nalazi po pitanju turizma i njegovih dobrobiti za cijeli gospodarski sustav, nužno je veću pažnju posvetiti održivom razvoju u tom segmentu. Naime, turizam kao društveno-ekonomska pojava „međusobno povezuje ekonomske, socijalne, kulturne i ekološke elemente i aspekte pa je njihov utjecaj na gospodarstvo i na socijalno-kulturni okoliš velik. On ima pozitivan utjecaj na razvoj, ali istovremeno ugrožava kvalitetu okoliša o kojoj izravno ovisi. Visoka kvaliteta okoliša osnovni je preduvjet kvalitetnog razvoja turizma.“ (Črnjar–Serdišek 2005: 91) Okoliš i turizam su, dakle, u uzajamnom odnosu, pri čemu jedan na drugog može utjecati i u pozitivnom i u negativnom smislu.

Premda je strategija održivog razvoja turizma sastavni dio spomenute Nacionalne razvojne strategije Republike Hrvatske do 2030. godine, u njoj su u velikoj mjeri tek istaknuti ciljevi koje bi Hrvatska trebala ostvariti kako bi razvoj njezinog turizma bio održiv, dok konkretnih načina na koje bi se ti ciljevi mogli ostvariti nema, odnosno oni su preširoki da bi se njihova primjena mogla imalo lako ostvariti. Ipak, temeljni su ciljevi jasno postavljeni i uvelike se nadovezuju na UN-ovih 17 ciljeva održivog razvoja: „Cilj je zadržati Hrvatsku među vodećim europskim turističkim destinacijama u pogledu sigurnosti, kvalitete, dodane vrijednosti, održivosti i inovacija. Održivost, inovativnost i otpornost hrvatskog turizma postići će se ulaganjem u unaprjeđenje turističkog ekosustava, razvoj održivog prometa i povezanosti, pametnije upravljanje resursima i razvoj pametnih vještina. Poticat će se

digitalna transformacija turističkih usluga i trajno uključivanje poljoprivrednih i drugih kapaciteta u turističke lance vrijednosti, turistička valorizacija prirodne i kulturne baštine te razvoj posebnih oblika turizma, kako na jadranskoj obali tako i na kontinentu.“²² O svim tim aspektima održivog razvoja turizma u Republici Hrvatskoj i idejama kako ih primijeniti u praksi bit će riječi dalje u radu.

Gledajući ciljeve održivog razvoja, primjećujemo da oni govore o procesu koji nikad ne staje, već svaki puta ispočetka maksimalno iskorištava resurse. Kako je ovakav sustav primjenjiv na turizam Republike Hrvatske? Prije svega, potrebna je kreativnost u svim njegovim aspektima, ali i u ispunjavanju ciljeva koji se nalaze pred nama. Hrvatska bi trebala osmisliti jedinstveni model zahvaljujući kojemu bi ljudi, prije svega turisti, lako prepoznali o kome je riječ i tko im se obraća. Trenutna promidžba prezentira se sloganom „Croatia full of life“ odnosno u prijevodu na hrvatski jezik „Hrvatska puna života“. Hrvatska jest puna života, susretljivih ljudi, bogata kulturnom baštinom i prirodnim bogatstvima, ali nameće se pitanje je li to dovoljno da ljudi, odnosno turisti, prepoznaju Hrvatsku kao održivu zemlju i zemlju budućnosti. U svačijem je interesu da se Hrvatska prepozna kao održiva zemlja, zemlja koja teži ostvarenju ciljeva iz Agende 2030, stoga je potrebno spoznati kako doći do toga i povezati sve u funkcionalno gospodarstvo.

Razmišljajući o ciljevima održivog razvoja, primjećujemo da svaki cilj donosi novo područje – kada bi se to primijenilo na turizam, Hrvatska bi trebala biti prepoznatljiva prema svojim brojnim različitim obilježjima, a ne samo po svojem opisu i geografskom položaju. Naime, u novije se vrijeme mijenjaju želje i potrebe turista, te tako njima više nisu u interesu samo prirodne ljepote, klima i povijesno-kulturni spomenici, već „i mnogi drugi motivi, posebice: bijeg od buke i onečišćenja, bijeg od monotonije svakodnevnog života, fizički odmor i obnova kondicije, komunikacija s drugim ljudima, otkrivanje drugih krajeva, otkrivanje samog sebe, doživljaj druge zemlje, druženje s prijateljima i rođacima, pustolovina, društveni prestiž i slično“ (Vidak–Sindik 2015: 296). Dakle, u sektoru turizma više nije dovoljno samo *nuditi* raspoložive resurse bez ikakva ulaganja u njih, već i ponuditi nešto više, nešto upečatljivo. Trenutačni je slogan veoma upečatljiv i smatram da su njegovi autori odlično odradili svoj posao. Međutim, vizualno je Hrvatska još uvijek vrlo daleko od svojega

²² Preuzeto s:

<https://vlada.gov.hr/UserDocImages/Vijesti/2020/11%20studeni/12%20studenog/Nact%20NRS%202030%20i%20Dodaci-12112020.pdf>, str. 5 (pristupljeno 12. 3. 2021.).

maksimuma – naime, većina turista ne može odrediti granice Hrvatske, već samo znaju gdje se nalazi njezino čisto plavo more.

Težeći ostvarivanju vizije održivog razvoja turizma u Hrvatskoj, važno je osvijestiti širinu tog područja, odnosno kompleksan skup koji čini kvalitetnu turističku uslugu. Naime, svaki je „turistički doživljaj složen proizvod izgrađen od skupa opipljivih (hotelska soba, hrana i piće, broj kulturnih spomenika i sl.) i/ili manje opipljivih (atmosfera, raspoloženje, ugođaj i sl.) elemenata ugrađenih u usluge različitih individualnih ponuđača“ (Kunst 2012: 107). Tako se kvalitetnim skupom opipljivih i neopipljivih elemenata s održivim predznakom turistima može ponuditi sveobuhvatan skup koji za sobom ostavlja specifično, pamtljivo iskustvo te samim time povećava konkurentnost Hrvatske kao održive turističke destinacije na svjetskom, a napose europskom tržištu.

5. 1. Uključivanje lokalnog stanovništva; razvoj domaće poljoprivrede i stočarstva

U samu viziju održivog razvoja turizma u Republici Hrvatskoj mogli bi se uključiti razni segmenti, kao što je moj plan „Hrvatska s pričom“, kod kojega bi uključivanje lokalnog stanovništva dovelo do kruga maksimalne iskoristivosti, što zapravo i jest sâm cilj održivog razvoja. Na koji se način uključuje lokalna zajednica i stanovništvo? Prije svega, znamo da je cilj ojačati lokalno gospodarstvo, pa bi se, umjesto uvoza, trebao poticati održivi razvoj domaće poljoprivrede kao jedan od ciljeva održivog razvoja, ali i razvoj domaćeg stočarstva, pri čemu valja istaknuti važnu ulogu tehnoloških inovacija čiji je cilj, prema Beškeru, postizanje porasta učinkovitosti i produktivnosti bez štetnih utjecaja na okoliš (Bešker 2005: 64). Tako bi se, primjerice, iz Slavonije moglo dobavljati svježe domaće meso s lokalnih farmi, kao i svježe voće i povrće. Nadalje, sjeverni dio Hrvatske također bi za domaće potrebe mogao proizvoditi voće i povrće, koje je ionako već prepoznato kao kvalitetno na europskom tržištu. Dalmacija i Istra također obiluju mesom, ribom, voćem i povrćem, a i činjenica je da najviše turista posjećuje upravo te krajeve Hrvatske, osobito u ljetnim mjesecima. Suradnjom i zbližavanjem svih krajeva Hrvatske, koliko god oni bili (ne)razvijeni, dolazi se, prije svega, do zajedništva i ujedinjenosti koja je svima itekako potrebna. Svim navedenim, ali i raznim proizvodima koji nastaju od navedenih namirnica, stvaramo priču koja bi mogla biti ispričana svakom gostu koji je želi čuti, a organizirale bi se i radionice na kojima bi ti isti turisti po želji bili uključeni u sam proces proizvodnje i prerade hrane – od farmi do stola. Pri tome je

ključna širina ponude: „Što je (...) ponuda turističkih (uslužnih) proizvoda, a time i potencijalnih turističkih doživljaja bogatija i raznovrsnija, odnosno što je veći broj individualnih ponuditelja usluga uključen u formiranje turističkog lanca vrijednosti, to je konkretni turistički proizvod tržišno konkurentniji.“ (Kunst 2012: 153) Pri tome, dakle, nije riječ samo o proizvođačima hrane, već i o brojnim drugim ponuditeljima usluga, koji dobrom organizacijom i kvalitetnom suradnjom mogu ostvariti dobrobiti kako za sebe tako i za gospodarstvo Hrvatske uopće.

5. 2. Cjeloživotno učenje

Hrvatska nije poznata samo po sirevima, mesu, tartufima, već obiluje i brojnim drugim atraktivnim aspektima, poput starih zanata, od kojih je neke moguće pronaći samo u našem podneblju. Vezano za takve zanate, bilo bi korisno i edukativno organizirati jednodnevne interaktivne radionice koje bi trajale nekoliko sati, ali sasvim sigurno bi turistima izmamile osmijeh na lice. Osim što bi takve radionice bile zanimljive, one bi i promicale cjeloživotno učenje, koje je također jedan od ciljeva održivog razvoja. Takve bi radionice, dakle, bile primjerene svim dobnim skupinama koje su voljne i željne naučiti nešto novo, istovremeno uključujući i lokalno stanovništvo koje njeguje stare zanate. Samim time, strani bi turisti u svoje zemlje ponijeli lijepa sjećanja, ali i nešto više od sjećanja, nešto opipljivo – hrvatski proizvod koji bi ih zauvijek podsjećao na njihov posjet Hrvatskoj.

5. 3. Očuvanje i promicanje održivog korištenja kopnenih ekosustava

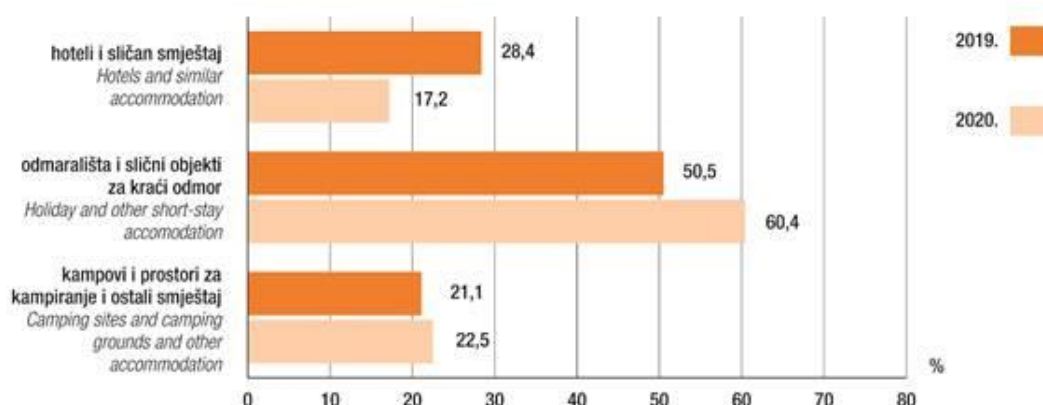
Kao što sam i prije naveo, Hrvatska je puna prirodnih ljepota i predivnih netaknutih lokacija, koje bi minimalnim uređenjima, kako se ne bi naštetilo okolišu, mogle poslužiti kao iznimno atraktivna turistička odredišta. Postoje mnogi načini na koje bi se brojne takve lokacije mogle približiti turistima, a prije svega uključuju različite aktivnosti, koje su primarni interes posjetitelja, no mogu izroditi i sekundarni interes povezan s lokacijama. Zahvaljujući primjerice organiziranim grupama planinara, vozača *quada* (četverocikala), jahača ili ronilaca, brojni bi se ljudi, uz ispunjavanje svojeg primarnog interesa, mogli upoznati s hrvatskom kulturom, poviješću, ali i tradicijom. Brojne su takve aktivnosti u današnje vrijeme sve popularnije, odnosno sve se više kod turista javlja želja za aktivnim odmorom, stoga je

potrebno unaprijediti infrastrukturu za te aktivnosti, ali i usmjeriti interes takvih posjetitelja prema drugim zanimljivostima koje im Hrvatska može ponuditi.

5. 4. Osiguravanje održivih oblika potrošnje i proizvodnje

U jedan od ciljeva održivog razvoja, osiguranje održivih oblika potrošnje i proizvodnje, može se svrstati i modernizacija hotela, ali i građenje novih hotelskih objekata visoke kategorije, kojih nedostaje na području Hrvatske. Također, trebalo bi preispitati kategorizacije hotela i ostalih smještajnih objekata kako bi se utvrdila točna i prava slika u kojoj se trenutno Hrvatska nalazi po kvaliteti smještaja. Na taj bi se način došlo do konkretnih informacija o tome čime se raspolaže u području turizma, u što se treba uložiti i što treba izmijeniti kako bi se mogla isplanirati i provesti bolja, održiva rješenja. Jasno definiranim kriterijima postigao bi se održivi razvoj koji je hrvatskom turizmu prijeko potreban. Vrijeme ove pandemije uzrokovane koronavirusom, koje je uvelike smanjilo broj turističkih posjeta, čini se idealnim za provedbu svih navedenih ideja kako bi, kada se jednog dana stvari vrate u „staro normalno“, Hrvatska mogla okrenuti novu stranicu i pružiti mnogo bolju uslugu po smještajnom pitanju. Osim hotela, svakako bi se pozornost trebala pridati i drugim oblicima smještajnih objekata, osobito odmaralištima i sličnim objektima, koji su, kao što je vidljivo na sljedećoj slici, najzastupljeniji oblik komercijalnoga smještaja u Hrvatskoj.

G-2. STRUKTURA NOĆENJA TURISTA PREMA NKD-u 2007., ODJELJAK 55 U 2019. I 2020.
STRUCTURE OF TOURIST NIGHTS, ACCORDING TO DIVISION 55 OF NKD 2007, 2019 AND 2020



Slika 4. Noćenja turista prema vrsti smještajnih objekata²³

²³ Preuzeto s: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/04-03-02_01_2020.htm (pristupljeno 10. 3. 2021.).

Kao što je vidljivo, u 2020. je godini, ponajviše zbog pandemije koronavirusa, smještaj turista u kampovima i sličnim smještajima premašio onaj u hotelima, stoga je i na tom području potrebno ulaganje kako bi se unaprijedila njihova kvaliteta. Naime, objekti poput kampova skloni su brzom devastaciji te ih je potrebno održavati kako bi se razvijali i išli ukorak s vremenom. Također, neophodni su i razni sadržaji unutar samih kampova, pri čemu bi se mogle uključiti i neke od ranije spomenutih zamisli, poput radionica. Na taj bi se način opet došlo do uključivanja i suradnje većeg broja dionika te bi se samim time gostima ponudio veći izbor u ostvarivanju svojega idealnoga odmora.

Distribucija i prodaja u turizmu podrazumijevala bi dopiranje do klijenta, kako bi pružena usluga bila što je više moguće personalizirana i upečatljiva. Današnji se marketing i promidžba iz dana u dan dižu na višu razinu, tako da ono što je prosječno ostaje daleko izvan dometa znatiželjnih pogleda. Hrvatska po tom pitanju treba početi iz temelja, što je zapravo vrlo pozitivno jer možemo naučiti na pogreškama drugih (ali i vlastitim pogreškama) i stvoriti nešto jedinstveno, ali negativne konotacije može izazvati pitanje što smo radili do sad i kako smo se prilagođavali potrebama tržišta. Dolaskom modernizacije i svakodnevnim napretkom interneta i računalne tehnologije uopće, mogućnosti koje nam se pružaju su nebrojene. Primjerice, stranom bi tržištu bilo dobro predstaviti usluge putem internetskih stranica i otvorenih profila koje posjedujemo na društvenim mrežama, koje su danas jedan od glavnih načina komunikacije uopće. Interaktivnim videozapisima i aktivnim vođenjem profila mogli bismo zainteresirati publiku i tako bismo ih privukli da izaberu baš našu zemlju i uslugu. Nadalje, potencijalnim bi klijentima trebalo omogućiti lakšu rezervaciju njihova termina uz detaljan opis same usluge putem interneta, jer je danas stanje i zastupljenost raznih ponuda u Hrvatskoj na internetu u vrlo lošem stanju. Rezervacijom termina putem interneta unaprijed bismo saznali i preferencije turista, te bismo se tako mogli adekvatno pripremiti i uslugu prilagoditi njihovim željama i potrebama, a samim time klijenti bi stekli bolji dojam o destinaciji i cjelokupnoj organizaciji. Naravno, ne bi se odstupalo od same srži i biti usluge ili edukacije, ali personalizacija usluge Hrvatsku bi svakako učinila poželjnijom destinacijom na međunarodnom tržištu.

Što se tiče mesa, mesnih proizvoda, ribe, voća i povrća, koji su ranije spomenuti u kontekstu lokalne proizvodnje, distribucija takvih proizvoda bila bi od ključne važnosti. S ciljem podizanja kvalitete, smatram da je vrlo važno okrenuti se domaćim namirnicama, koje su često daleko kvalitetnije od trenutnih koje uvozimo iz raznih zemlja Europe, ali i ostatka svijeta. Nakon degustacije u hotelima, kampovima, restoranima i sličnim objektima, bilo bi

poželjno, kada bi zalihe to omogućavale, da se klijentima omogući kupovanje barem nekih od tih proizvoda. Naime, u suvremenom društvu sve veći značaj dobiva gastronomski turizam, kod kojega hrana, tvrde Krstulović i Sunara, nije samo jedan od elemenata putovanja, već i njegov cilj, stoga pri takvoj vrsti turizma turisti ciljano posjećuju određena mjesta kako bi isprobali lokalnu hranu (Krstulović i Sunara 2017). Širokom gastronomskom ponudom, koja je u Hrvatskoj itekako zastupljena, turistima bi se omogućio doticaj s izvornom, lokalnom hranom, pri čemu dobiti ne bi bile vidljive samo kod ugostiteljskog sektora, već napose i kod domaćih proizvođača hrane, što bi također bio značajan korak prema implementaciji održivog razvoja turizma.

5. 5. Izgradnja prilagodljive infrastrukture, promicanje uključive i održive industrijalizacije; održivo korištenje mora i morskih resursa

Proizvodnja bi, prema mojem mišljenju, u sferi turizma trebala uključivati i obnavljanje i preuređenje postojećih plaža. Naime, mnoge su plaže loše opremljene s obzirom na činjenicu da je Hrvatska jedna od poželjnijih europskih destinacija za ljetovanje. Činjenica jest da na atraktivnost pojedine lokacije, pa tako i plaža, silno utječe i briga i konstantan rad jer se ne može očekivati da će plaže, nakon što kroz njih prođe velik broj ljudi, izgledati atraktivno bez da itko o njima brine. Na plažama bi se, prije svega, trebala provesti detaljna rekonstrukcija, kako više ne bi dolazilo do prenapučenih plaža punih ljudi koji nemaju mjesta za svoj ručnik, a potom i konstantno održavati te plaže. Smatram da od takvih jednostavnih stvari prije svega uviđamo (ne)organiziranost pojedinih objekata, ali i same države. Vezano za tu temu, jedan od ciljeva održivog razvoja je i održivo korištenje mora i morskih resursa, pri čemu opet valja istaknuti važnost kvalitetne infrastrukture, ali i edukacije, kako bi se smanjilo onečišćenje morskog i obalnog okoliša koje može imati „značajnih negativnih utjecaja ili rizika za ljudsko zdravlje i/ili zdravlje ekosustava i/ili korištenja mora i obale“²⁴. Ovaj aspekt, dakle, obuhvaća i osiguravanje zdravog života kao jednog od ciljeva održivog razvoja koji je često zanemarivan, iako bi svakom pojedincu trebao biti na prvom mjestu.

Još jedno područje u kojemu je prijeko potrebno ulaganje, a koje bi uvelike moglo doprinijeti održivom razvoju hrvatskoga turizma jest promet. Na njega se odnosi pridržavanje cilja koji nalaže izgradnju prilagodljive infrastrukture, promicanje uključive i održive

²⁴ Prema: https://mint.gov.hr/UserDocImages/AA_2018_c-dokumenti/2_Strategija%20upravljanja%20morskim%20okolisem%20i%20obalnim%20podrucjem.pdf (pristupljeno 28. 1. 2021.).

industrijalizacije i poticanje inovativnosti, a kojeg možemo tumačiti i u kontekstu turizma, ali i u kontekstu strategije razvoja Republike Hrvatske. Govoreći o infrastrukturi, ovdje prije svega mislim na prometnu povezanost države kopnenim, zračnim i morskim putem. Hrvatske su prometnice jedne od razvijenijih na području Europske unije, čemu doprinose stalna i kvalitetna ulaganja. U posljednjih nekoliko godina svjedoci smo i velikih ulaganja u modernizaciju zračnih luka u većim središtima, kao što su Zagreb, Split i Dubrovnik, što je nužno želi li Hrvatska po tom pitanju opstati u svijetu u kojem sve više ljudi bira niskobudžetne letove te samim time na zračnim lukama diljem svijeta cirkulira sve veći broj ljudi. Ipak, pažnju valja obratiti i na željezničke i morske putove. Mišljenja sam da unapređenjem željezničkog prometa prije svega povećavamo svoje kapacitete i mogućnosti, ali samim time dolazimo i do mnogo većih ušteda i rasterećenja cestovnog prometa. Kao što je ranije u radu spomenuto, razvoj željeznica je u prošlosti doveo do velikog procvata turizma, no posljednjih se godina sve manje pažnje pridaje tome te na području željezničkog prometa u Hrvatskoj već dugo nije bilo nikakvog pozitivnog pomaka. S druge strane, u današnje vrijeme u svijetu vlakovi mogu putovati brzinama čak većim od 300 km/h, dok je u Hrvatskoj situacija po tom pitanju, nažalost, na istoj razini održana već desetljećima. Ulaganjem u željezničku infrastrukturu slični bi vlakovi mogli putovati i na području Hrvatske. Primjerice, put od Zagreba do Splita, koji prema trenutnim podacima traje prosječno 6 sati i 30 minuta (ne računajući kašnjenja koja su prije pravilo nego iznimka), mogao bi se skratiti na svega sat i 45 minuta, ako ne i manje. Naime, takvom se povezanošću putnicima i turistima omogućuje brži i jednostavniji prijevoz, koji neće zapeti u prometu zbog gužve. Također, poznata je činjenica da se danas brojni korisnici odlučuju za jeftinija rješenja kao što su vlakovi, koji su nerijetko udobniji od ostalih prijevoznih sredstava, a velik broj avanturista bira baš tu vrstu prijevoza u želji da posjete što više lokacija. Iz tog je razloga nužno ulaganje u željezničku infrastrukturu i izgradnju novih kolosijeka, ali i unapređivanje pomorskih i teretnih luka, koje bi uvelike povećale konkurentnost na svjetskom tržištu, ali i proračun. Naime, danas u svijetu, koji se ne naziva bez razloga „globalnim selom“, često predmeti preko mora stižu na drugi kraj svijeta – primjerice, velik broj pošiljaka iz Azije ili Amerike stiže upravo u teretne luke kontejnerima. Unapređenje infrastrukture luka, ali i željeznica, moglo bi navesti i druge države da prepoznaju potencijal te bi se mogao povećati promet, pri čemu bi se roba brodovima dovozila u luke, koje bi pak bile povezane sa željeznicom te bi se tako brže i jednostavnije odvezio teret.

5. 6. Koristi održivog razvoja turizma

Već i sam gospodarski segment o kojem sam pisao u dosadašnjem dijelu rada ima veliki utjecaj na državu i financije. Ovakvim modelom prije svega dolazimo do podizanja kvalitete i modernizacije samih sustava u bilo kojem dijelu proizvodnje ili usluge. Naime, činjenica jest da je najlakše nešto primijetiti vizualno, a tek onda osjetiti na druge načine, stoga se pažnja prvotno mora dati vizualnom identitetu, koji bi trebao biti suvremen. Ali novo i moderno nije jedino pozitivno što dobivamo iz ove situacije. Od uključivanja lokalnog stanovništva te malih i srednjih poduzetnika i obrtnika veliku korist ima i država, odnosno državni proračun. Kupnjom njihovih proizvoda i usluga oni su dužni uplatiti 25 % državnom proračunu, što bi značilo da većim uključivanjem više novaca odlazi u sami proračun. Osim toga, povećanjem obujma njihovog rada i oni bi došli do određenih benefita, jer većim profitom oni su spremni i više trošiti te bi tako i postali sve veći potrošači koji bi doprinosili punjenju proračuna, čime se ostvaruje cirkularna ekonomija kao jedan od zahtjeva održivog razvoja. Ovakvom zamisli, dakle, dolazimo do kruga u kojem su u početku dionici zavisni jedni od drugih, ali kasnije, kada svatko „stane na svoje noge“, svaki dionik postaje nosiocem igre.

ZAKLJUČAK

Turizam, kao jedna od nedvojbeno najznačajnijih odrednica hrvatskoga gospodarstva, danas je nerijetko kamen spoticanja. Premda uvelike doprinosi državnom proračunu i svojim izravnim dionicima donosi mnoge dobrobiti, nemilosrdan je prema okolišu i njegov se razvoj danas pokazuje višestruko neodrživim. U javnosti se danas stoga sve više budi svijest o potrebi održivog razvoja na području turizma, no to kao da ne dopire do onih koji bi o tome morali voditi računa. Nekim jednostavnim postupcima, poput dobave robe od domaćih proizvođača nasuprot dobavi od stranih, neprovjerenih proizvođača, uvelike bi se pridonijelo održivom razvoju, ali i autentičnosti i konkurentnosti na tržištu. Osim toga, u ovom sam radu ponudio i niz drugih prijedloga primjene strategije održivog razvoja na turizam, a koje se tiču razvoja domaće poljoprivrede i stočarstva, cjeloživotnog učenja, očuvanja i promicanja održivog korištenja kopnenih ekosustava, osiguravanja održivih oblika potrošnje i proizvodnje, izgradnje prilagodljive infrastrukture, promicanja uključive i održive industrijalizacije te održivog korištenja mora i morskih resursa. Iako je situacija posljednjih godina bila i više nego zadovoljavajuća po pitanju turizma u Hrvatskoj, pandemija uzrokovana koronavirusom potvrdila je činjenicu da je dosadašnji razvoj turizma u Hrvatskoj neodrživ.

U ovom radu opisao sam neke od mogućih načina kako postići održivi razvoj u više segmenata ljudskog djelovanja, koji otvaraju i niz novih pitanja, poput onoga je li moguće napraviti značajan iskorak promjenom javnog mnijenja. Osvijesti li se višestruka važnost održivog razvoja turizma u Hrvatskoj kod većeg broja ljudi, možda bi se fokus javnosti prebacio i na takve, zasad marginalne probleme, jer potencijal za to itekako postoji.

POPIS LITERATURE

A) KNJIGE

- Bešker, Marko. 2005. *Politika okoliša*. Zagreb: Oskar.
- Blewitt, John. 2017. *Razumijevanje održivog razvoja*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- Herceg, Nevenko. 2013. *Okoliš i održivi razvoj*. Zagreb: Synopsis d.o.o.
- Kunst, Ivo. 2012. *Hrvatski turizam i EU integracije. Prilog razvojnoj održivosti*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk; Institut za turizam.
- Vukonić, Boris. 2005. *Povijest hrvatskog turizma*. Zagreb: Prometej.

B) ZBORNICI

- Črnjar, Mladen; Serdišek, Dunja. 2005. Strateški menadžment – pretpostavka održivom razvoju turizma. U: *Održivi razvoj turizma*. Rijeka: Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija. 86–97.
- Krstulović, Katarina; Sunara, Živana. 2017. Utjecaj gastronomije na razvoj suvremenog turizma u Hrvatskoj. U: *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu* Vol. 8 No. 1. 33–38.
- Matešić, Mirjana. 2017. Utjecaj globalnih ciljeva održivog razvoja na poslovanje u Hrvatskoj. U: *Zbornik radova 9. konferencije o društveno odgovornom poslovanju – DOP*. Zagreb: Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj. 227–239.
- Smolčić Jurdana, Dora. 2005. Načela održivog razvoja turizma. U: *Održivi razvoj turizma*. Rijeka: Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija. 15–27.
- Vujić, Vidoje. 2005. Predgovor. U: *Održivi razvoj turizma*. Rijeka: Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija. 9–10.

C) ČLANCI

- Grofelnik, Hrvoje. 2019. Je li održivi razvoj turizma ostvariv? *Geografski horizont* Vol. 65 No. 1. 21–34.
- Hitrec, Tomislav. 1996. Zdravstveni turizam – pojmovni i konceptijski okvir. *Tourism and hospitality management* Vol. 2 No. 2. 253–264.
- Legović, Tarzan. 2020. *Sustainability, development and sustainable development*, preprint.

- Pupavac, Drago. 2015. Održivi razvoj – novo lice ekonomije. *Socijalna ekologija: časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline* Vol. 24 No. 2-3, 103–124.
- Šimičić, Velimir. 2007. Hrvatski turizam i procjene njegovih gospodarskih učinaka. *Acta turistica nova* Vol. 1 No. 1. 43–60.
- Vidak, Nives; Sindik, Joško. 2015. Pravci razvoja suvremenog turizma – pretpostavke za održivi turizam u Hrvatskoj. *Radovi Zavoda za znanstvenoistraživački i umjetnički rad u Bjelovaru* No. 9. 295–302.
- Tanković, Mahira; Matešić, Mirjana. 2009. Postizanje konkurentske prednosti primjenom elemenata održivog razvoja. *Acta turistica nova* Vol. 3 No. 1. 73–85.

D) OSTALI DOKUMENTI PREUZETI S MREŽNIH STRANICA

- Dobrota, Antonia. 2019. Kratka povijest turizma u Hrvatskoj. <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/povijest-turizma-hrvatska> (pristupljeno 15. 12. 2020.).
- Britannica. Grand Tour. <https://www.britannica.com/topic/Grand-Tour> (pristupljeno 15. 1. 2021.).
- Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. 2020. Dolasci i noćenja turista u 2019. https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-02_01_2019.htm (pristupljeno 22. 12. 2020.).
- Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. 2021. Dolasci i noćenja turista u 2020. https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/04-03-02_01_2020.htm (pristupljeno 10. 3. 2021.).
- Ekovjesnik. 2019. Provedba Globalnih ciljeva održivog razvoja u EU. <https://www.ekovjesnik.hr/clanak/1738/provedba-globalnih-ciljeva-odrzivog-razvoja-u-eu-u> (pristupljeno 3. 1. 2021.).
- Europska komisija. Pristup EU-a održivom razvoju. https://ec.europa.eu/info/strategy/international-strategies/sustainable-development-goals/eu-approach-sustainable-development_hr (pristupljeno 28. 11. 2020.).
- Europska komisija. 2016. *Održivi razvoj: EU iznosi prioritete*. Strasbourg. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hr/IP_16_3883 (pristupljeno 29. 11. 2020.)

- Europska komisija. 2015. Paket o kružnom gospodarstvu: Pitanja i odgovori. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hr/MEMO_15_6204 (pristupljeno 27. 12. 2020.).
- Europska komisija. 2019. Uspješnost EU-a u postizanju ciljeva održivog razvoja. https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/reflection_paper_sustainable_annexii_hr.pdf (pristupljeno 23. 12. 2020.).
- Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. 2020. Turizam. <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763> (pristupljeno 27. 12. 2020.).
- Ministarstvo turizma i sporta. 2020. <https://mint.gov.hr/vijesti/hrvatski-turizam-premasio-ocekivanja-do-kraja-kolovoza-ostvareno-53-posto-lanjskog-rezultata/21821> (pristupljeno 28. 12. 2020.).
- Ministarstvo turizma i sporta. 2020. Velik udio turizma u BDP-u smanjuje otpornost ekonomije na COVID-19 – EBRD. <https://mint.gov.hr/vijesti/veliki-udio-turizma-u-bdp-u-smanjuje-otpornost-ekonomije-na-covid-19-ebrd/21057> (pristupljeno 13. 1. 2021.).
- Ministarstvo zaštite okoliša i energetike. 2018. Strategija upravljanja morskim okolišem i obalnim područjem. https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/2_Strategija%20upravljanja%20morskim%20okolisem%20i%20obalnim%20p.odrucjem.pdf (pristupljeno 28. 1. 2021.).
- Proleksis enciklopedija. 2012. Turizam. <https://proleksis.lzmk.hr/49440/> (pristupljeno 23. 12. 2020.).
- Ujedinjeni narodi. 2015. Rezolucija koju je usvojila Opća skupština 25. rujna 2015. <http://www.mvep.hr/files/file/2018/1812131803-rezolucija-unga-hr-prf-final.pdf> (pristupljeno 14. 1. 2021.).
- Vlada Republike Hrvatske. 2013. Prijedlog Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf> (pristupljeno 29. 3. 2021.).
- Vlada Republike Hrvatske. 2020. Nacrt prijedloga Nacionalne razvojne strategije Republike Hrvatske do 2030. godine. <https://vlada.gov.hr/UserDocsImages/Vijesti/2020/11%20studeni/12%20studenog/Nacrt%20NRS%202030%20i%20Dodaci-12112020.pdf> (pristupljeno 12. 3. 2021.).

POPIS SLIKA

Slika 1. Dolasci turista u Hrvatsku od 2005. do 2020. godine	6
Slika 2. Kružno gospodarstvo.....	9
Slika 3. 17 ciljeva održivog razvoja	10
Slika 4. Noćenja turista prema vrsti smještajnih objekata	21

POPIS TABLICA

Tablica 1. Ciljevi održivog razvoja.....	11
--	----