

# MASOVNI TURIZAM I NJEGOV UTJECAJ NA ODRŽIVI RAZVOJ TURISTIČKIH DESTINACIJA - PRIMJERI DUBROVNIKA, VALENCIJE I BARCELONE

---

Pranjić, Jelena

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:128691>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported / Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-14**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



**Sveučilište u Zagrebu**

**Ekonomski fakultet**

**Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij Poslovna ekonomija**

**MASOVNI TURIZAM I NJEGOV UTJECAJ NA ODRŽIVI  
RAZVOJ TURISTIČKIH DESTINACIJA – PRIMJERI  
DUBROVNIKA, VALENCIJE I BARCELONE**

**Diplomski rad**

**Jelena Pranjić**

**Zagreb, svibanj, 2022.**

**Sveučilište u Zagrebu**

**Ekonomski fakultet**

**Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij Poslovna ekonomija**

**MASOVNI TURIZAM I NJEGOV UTJECAJ NA ODRŽIVI  
RAZVOJ TURISTIČKIH DESTINACIJA – PRIMJERI  
DUBROVNIKA, VALENCIJE I BARCELONE**

**MASS TOURISM AND ITS INFLUENCE ON SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT OF TOURIST DESTINATIONS -  
EXAMPLES OF DUBROVNIK, VALENCIA AND  
BARCELONA**

**Diplomski rad**

**Jelena Pranjić, 0067544644**

**Mentor: Prof. dr. sc. Josip Mikulić**

**Zagreb, svibanj, 2022.**

## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni/diplomski/specijalistički rad, odnosno doktorska disertacija isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Studentica:

U Zagrebu, \_\_\_\_\_

(potpis)

## **Sažetak i ključne riječi**

Uz brojne pozitivne učinke, turizam poprima i određene negativne posljedice. Jedan od najvećih izazova u turizmu je masovni turizam. Cilj je analizirati razvoj masovnog turizma te njegov utjecaj na održivi razvoj turističke destinacije, konkretno na primjeru Dubrovnika, Valencije i Barcelone. Posljedice masovnog turizma su velike: prevelik broj turista, negativne posljedice na okoliš, pritisak lokalnog stanovništva - što rezultira iseljavanjem za vrijeme sezone, politički problemi u destinaciji (tko upravlja gradskim novcem), gubitak kulturnog identiteta i autentičnosti destinacije i zajednice koja živi. Gradski turizam u Europi obilježava rast, potiče ga agresivno spuštanje cijena, povoljni letovi i trend ekonomije razmijera koji nudi jeftin smještaj. Glavno pitanje je kako stati na kraj masovnom turizmu i kako upravljati destinacijom na ispravan način. Održivi razvoj je odgovor na ekonomske, ekološke, društvene i sociokulturne posljedice u destinacijama. Održivi razvoj omogućuje turističkim destinacijama da ostanu autentične i konkurentne na tržištu, s ciljem postizanja kvalitetnog okruženja kako bi zadovoljile sadašnje potrebe, bez da se pritom naruši zadovoljavanja potreba budućih naraštaja.

Ključne riječi: masovni turizam, održivi razvoj, analiza, Dubrovnik, Valencija, Barcelona

## **Summary and keywords**

In addition to numerous positive effects, tourism also has certain negative consequences. One of the biggest challenges in tourism is mass tourism. The aim is to analyze the development of mass tourism and its impact on the sustainable development of tourist destinations, specifically on the example of Dubrovnik, Valencia and Barcelona. The consequences of mass tourism are great: too many tourists, negative consequences for the environment, pressure from the local population - resulting in emigration during the season, political problems in the destination (who manages city money), loss of cultural identity and authenticity of the destination and community. Urban tourism in Europe is growing, driven by aggressive price reductions, low-cost flights and a trend of economies of scale that offers cheap accommodation. The main question is how to put an end to mass tourism and how to manage the destination in the right way. Sustainable development is a response to the economic, environmental, social and socio-cultural consequences in destinations. Sustainable development enables tourist destinations to remain authentic and competitive in the market, with the aim of achieving a quality environment to meet current needs, without compromising the satisfactory needs of future generations.

**Key words:** mass tourism, sustainable development, analysis, Dubrovnik, Valencia, Barcelona

# Sadržaj

<b>1. Uvod</b> .....	1
<b>1.1. Predmet i ciljevi rada</b> .....	1
<b>1.2. Metodologija istraživanja</b> .....	1
<b>1.3. Struktura rada</b> .....	2
<b>2. Masovni turizam</b> .....	3
<b>2.1. Pojmovno značenje masovnog turizma</b> .....	3
<b>2.2. Razvoj masovnog turizma</b> .....	4
<b>2.3. Posljedice masovnog turizma</b> .....	6
<b>2.3.1. Ekonomske posljedice</b> .....	7
<b>2.3.2. Socio – kulturne posljedice</b> .....	8
<b>2.3.3. Ekološke posljedice</b> .....	9
<b>2.3.4. Turistički nosivi kapacitet</b> .....	10
<b>3. Održivi razvoj</b> .....	12
<b>3.1. Važnost održivog razvoja za turizam</b> .....	12
<b>3.2. Upravljanje održivim razvojem turističke destinacije</b> .....	14
<b>3.3. Održivi razvoj na odabranim primjerima</b> .....	16
<b>3.3.1. Održivi razvoj Dubrovnika</b> .....	16
<b>3.3.2. Održivi razvoj Valencije</b> .....	18
<b>3.3.3. Održivi razvoj Barcelone</b> .....	19
<b>4. Analiza učinaka prekomjernog turizma na odabranim primjerima</b> .....	24
<b>4.1. Analiza Dubrovnika kao turističke destinacije pod utjecajem masovnog turizma</b> .....	24
<b>4.2. Analiza Valencije kao turističke destinacije pod utjecajem masovnog turizma</b> .....	29
<b>4.3. Analiza Barcelone kao turističke destinacije pod utjecajem masovnog turizma</b> .....	34
<b>5. Kritički osvrt i prijedlozi za održiviji razvoj turizma u promatranim destinacijama</b> .....	39
<b>5.1. Dubrovnik</b> .....	39
<b>5.2. Valencija</b> .....	40
<b>5.3. Barcelona</b> .....	41
<b>6. Zaključak</b> .....	44

Popis literature

Popis tablica

Popis slika

Popis grafova

Životopis studentice

## **1. Uvod**

Turizam je složen sustav i treća najveća izvozna kategorija u svijetu s ostvarenom zaradom od 1.586 milijardi USD u 2017. godini (UNWTO, 2019). Masovni turizam jedna je od najznačajnijih pojava u suvremenom turizmu čiji učinci postaju sve prepoznatljiviji. Učinci masovnog turizma prisutni su u pojedinim turističkim destinacijama već dugi niz godina. Smjernice za održivi razvoj turizma i prakse upravljanja primjenjive su na sve oblike turizma u svim vrstama destinacija, uključujući masovni turizam. Načela održivosti odnose se na ekološke, gospodarske i socio-kulturne aspekte razvoja turizma, a između ove tri dimenzije mora se uspostaviti odgovarajuća ravnoteža kako bi se zajamčila njegova dugoročna održivost. Izazov održivog upravljanja turizmom za stanovnike, turiste i posjetitelje prepoznat je već dvadeset godina. U posljednjih pet godina došlo je do radikalne promjene u percepciji lokalnog stanovništva o turizmu, u mnogim je destinacijama postignuta prijelomna točka i masovni turizam postao je lokalno političko pitanje, koje se ponekad prelijeva i na ulicu. Stoga je potrebno ukazati na potrebu zaštite i adekvatne valorizacije kulturne baštine. Nadalje, potrebno je ukazati na održivu ravnotežu između ekonomskih koristi i sociokulturnih negativnih utjecaja razvoja turizma. Poboljšanom kvalitetom životnih uvjeta, očuvanjem okoliša i zaštitom prirodnih dobara doprinosi se stvaranju održivog turizma.

### **1.1. Predmet i ciljevi rada**

Predmet istraživanja ovog diplomskog rada je problematika masovnog turizma i njegov utjecaj na održivi razvoj turističkih destinacija na primjerima Dubrovnika, Valencije i Barcelone. Tema se obrađuje preko analize najvažnijih učinaka prekomjernog turizma, a to su ekonomski i društveni učinci te učinci na okoliš i infrastrukturu, s ciljem utvrđivanja njihovog značaja u razvoju turističkih destinacija te njihove uloge u promjenama kvalitete života njihovih stanovnika.

### **1.2. Metodologija istraživanja**

Osnovni metodološki pristup ovog diplomskog rada temelji se na pregledu literature relevantne u području masovnog turizma i održivog razvoja pri čemu se koristila metoda istraživanja za stolom tzv. desk research metoda. Za potrebu analize masovnog turizma i njegovog utjecaja na



održivi razvoj u odabranim destinacijama uključeni su znanstveni i stručni radovi dok je kritička analiza mogućnosti u odabranim primjerima iz prakse rađena metodom komparacije na temelju brojnih primjera iz različitih zemalja pomoću dostupnih relevantnih online izvora, kako bi se što bolje prikazao odnos ljudi i turista u cjelini. Kako bi se analizirali pokušaji smanjenja masovnog turizma i održivog razvoja u destinacijama, korištene su razne publikacije i znanstveni radovi kojima je cilj metodom sinteze prikazati stanje ove problematike u svijetu te mogućnosti za napredak u održivom razvoju destinacije.

### **1.3. Struktura rada**

Ovaj diplomski rad podijeljen je na šest poglavlja. Prvo poglavlje opisuje glavne osobine promatranog predmeta te navodi temeljni problem rada i njegove glavne ciljeve. U drugom poglavlju pruža se kratki teorijski uvod u tematiku masovnog turizma i njegovog razvoja u svijetu te posljedica. Treće poglavlje prikazuje pojmovno značenje održivog razvoja, njegove važnosti za turizam i odgovara na pitanje kako upravljati održivim razvojem turističkih destinacija koje su temom odabrane. Sljedeće poglavlje usmjereno je na analizu njegovih najvažnijih učinaka na odabranim primjerima. Peto poglavlje provodi kritičku analizu učinaka promatranih u prethodnom poglavlju te daje prognozu značaja tih učinaka na odabrane primjere u budućnosti. Posljednje poglavlje, zaključak, zaokružuje sva prethodna poglavlja i iznosi temeljne pronalaskе utvrđene u radu.

## **2. Masovni turizam**

Masovni turizam opisuje destinacije u kojima domaćini ili gosti, lokalno stanovništvo ili posjetitelji smatraju da ima previše turista i da se kvaliteta života u tom području ili kvaliteta doživljaja neprihvatljivo pogoršala. To je suprotnost odgovornom turizmu koji koristi turizam za stvaranje boljih mjesta za život i boljih mjesta za putovanja. Često i posjetitelji i turisti istodobno doživljavaju pogoršanje i pobune se protiv toga.

Kako se masovni turizam nastavlja ispitivati i kritizirati, pojavila su se različita pitanja o tome kako najbolje odgovoriti, planirati i upravljati projektiranjem, implementacijom i testiranjem. Iako nedvojbeno ne postoji jedno rješenje za sve kao odgovor na masovni turizam, jasno je da će potreba za razumijevanjem pokretača masovnog turizma postati sve nužnija. Mnogo je pokretača prekomjernog turizma, a oni su najočitiiji u privatizaciji javnih prostora, porastu posjećenosti krhkih destinacija izvan utvđenih žarišta (ruralna, planinska i obalna periferija), ekspanzijom porastu kratkoročnih posjetitelja kao što je naglašeno međunarodnim kruzerskim turizmom, eskalacijom cijena stanova potaknutom špekulacijama nekretninama potaknutim turizmom, smanjenjem kupovne moći lokalnog stanovništva, neravnotežom u broju posjetitelja i stanovnika koji dijele isti prostor, iskorištavanjem radne snage kako bi se zadovoljile povećane potražnje za brzi razvoj, nesigurnost i outsourcing zapošljavanja u turističkom sektoru kako bi se zadovoljili sezonski obrasci posjećenosti, promjena opskrbnih lanaca s implikacijama na ekonomska curenja i utjecaje na okoliš koji su povezani s onečišćenjem zraka i gospodarnjem otpadom.

### **2.1. Pojmovno značenje masovnog turizma**

Jedna od najraširenijih definicija prekomjernog turizma je ona Svjetske turističke organizacije (eng. UNWTO), prema kojoj je masovni turizam „učinak turizma na destinaciju ili njene dijelove, koji prekomjerno utječe na percipiranu kvalitetu života građana i/ili kvalitetu doživljaja posjetitelja na negativan način“. Prema švicarskom autoru Finku (1970.) osnovni elementi masovnog turizma su:

- sudjelovanja velikog broja ljudi;
- uglavnom kolektivna organizacija putovanja;
- kolektivni smještaj;
- svjesna integracija turista u putujuću grupu.

Masovni turizam povezan je s dvije glavne karakteristike: sudjelovanje velikog broja ljudi u turizmu i putovanje koje je standardizirano, čvrsto upakirano i nefleksibilno. Očekuje se nastavak rasta broja međunarodnih dolazaka turista tijekom sljedećeg desetljeća, a time i fenomena masovnog turizma. Koristi i troškovi turizma mogu se mjeriti na različitim razinama: nacionalnoj, regionalnoj ili lokalnoj. U svim slučajevima adekvatan pristup je društvena analiza troškova i koristi.

## **2.2. Razvoj masovnog turizma**

Turističke aktivnosti, koje su počele privlačiti pozornost nakon "Industrijske revolucije", postale su učinkovitije osobito nakon 1950-ih godina. Nakon što su neke zemlje u svijetu ostvarile proces industrijalizacije, članice ovih zemalja povećale su učestalost svojih putovanja po svijetu. Prihodi od turizma od velike su važnosti za gospodarstvo zemlje; osobito u razvoju; do te mjere da mogu napraviti niz ozbiljnih razlika u svojim ekonomijama. Prema Christalleru, doba u kojem se nalazimo je peto turističko razdoblje (1930.-1950. i poslije) koje Christaller smatra prekretnicom za moderni turizam. Masovni turizam je u ovom razdoblju dobio veliku važnost u cijelom svijetu. Danas su razvijene zemlje dosegle razinu ekonomskog bogatstva koja im omogućuje lako putovanje bez obzira na njihov socio-ekonomski status. To je pravi razlog procvata masovnog turizma u svijetu. U tom razdoblju, grade se smještajni kapaciteti dostupni ljudima svih društvenih slojeva, srednja klasa pokreće masovni turizam, otkrivaju se nova mjesta i mogućnosti prijevoza dovode do širenja turizma. Zajedno s masovnim turizmom dogodile su se promjene u mnogim područjima kao što su onečišćenje okoliša, u ruralnim područjima, u stanovima u urbanim sredinama, učinci migracija i korištenje platoa u različite svrhe. To je povećalo sumnje u ovu vrstu turizma i dovelo do toga da turizam traži nove puteve u ovoj liniji. Potraga za alternativnim načinom ukazuje na to da se zemlje ne mogu odreći prihoda od turizma suočene s gospodarskim uvjetima u kojima se zemlje nalaze. U ovom slučaju, najbolji način je smanjiti opasnosti od masovnog turizma. Pravi cilj alternativnog načina nije uništiti masovni turizam već ukazati na najprikladniji način turizam koji će smanjiti njegove opasnosti. <sup>1</sup> Na Svjetskom turističkom tržištu 2017. godine, Ministarska konferencija UNWTO-a bavi se prekomjernim turizmom. Njegovo značenje je dvosmisleno, u sektoru koji slavi brz i naizgled beskonačan rast turističkih dolazaka stiglo se do prekomjernog turizma u sve većem broju destinacija. Turizam se najbolje razumije kao sektor potrošnje, a kako se životni standard ljudi povećava, oni troše sve više na turistička putovanja – 11% svjetske

---

<sup>1</sup> The 2nd International Geography Symposium GEOMED 2010, The effects of mass tourism: A case study from Manavgat (Antalya – Turkey) Ayhan Akis, Procedia Social and Behavioral Sciences 19 (2011) 289–296

potrošnje čine turisti. Sklonost putovanjima među onima s novcem i vremenom vrlo je visoka u svijetu u kojem su se preferencije potrošača pomaknule.<sup>2</sup> Prekomjerni turizam brzo se pojavio kao koncept. Pojam se može odmah prepoznati, oznaka koja omogućuje ljudima, bilo turistima ili lokalnim stanovnicima, da izraze svoju zabrinutost zbog prevelike količine turizma. Danas je identificiran veliki broj turističkih destinacija koje doživljavaju masovni turizam, a mogu uključivati nisku razinu prijete te u nekoliko ekstremnih slučajeva nasilje. Uzroci prekomjernog turizma često su specifični za pojedine destinacije. Pad troškova putovanja rezultirali su porastom niskobudžetnih zračnih prijevoznika i jeftinija putovanja autobusom što je olakšalo ljudima da plate cijenu putovanja, dok su vrijeme godišnjih odmora i naknada za godišnji odmor ograničena. Sve više turista odlaze na kratke letove i odmor u grad. Letovi su vrlo često jeftiniji od željeznice jer je zrakoplovno gorivo neoporezivo, a zagađivač ne plaća za okolišne utjecaje emisija stakleničkih plinova. Disintermedijacija i P2P platforme stvaraju probleme na stambenom tržištu, povećavaju najamnine, istiskuju one s niskim prihodima i stvaraju poremećaje u stambenim četvrtima. Airbnb i slične platforme olakšale su pronalaženje pristupačnog smještaja koji je omogućio veće kretanje turista na putovanje. Disintermedijacija omogućuje lokalnim stanovnicima i vlasnicima drugih kuća da maksimiziraju svoj prihod od stambene imovine. To također znači da turisti borave u stambenim četvrtima gdje su u blizini lokalnih stanovnika. Nastojanje da se turiste proširi u manje posjećena naselja, često stambena, povećavaju utjecaj turizma u blizini domova lokalnog stanovništva. Gužva i redovi imaju utjecaj na stanovnike i posjetitelje. Bez obzira na to je li širenje utjecaja turizma rezultat djelovanja lokalne uprave ili iznajmljivanja smještaja često u stambenim četvrtima, mnogi europski gradovi doživljavaju vrlo razvratna ponašanja od strane turista. Sezonalnost gomila turizam i povećava brojke, ali onda postoji mirnija sezona koja odgovara pojedinim destinacijama. Produljenje sezone smatra se poželjnim za neke destinacije, ali ne za sve. Turizam otvara radna mjesta, ali oni su često relativno slabo plaćeni i doživljavaju se kao privremeni, nesigurni i besperspektivni. Pojavljuju se nova izvorna tržišta sa znatnim brojem turista koji putuju u domicilu i inozemstvu. Njihovo putovanje olakšano je povećanjem godišnjeg odmora, pravima, uključujući državne praznike, i povećanjem životnog standarda. Nova srednja klasa i bogati imaju veliku sklonost putovanjima. Javne i privatne destinacijske marketinške organizacije, nastavljaju s oglašavanjem destinacija koje privlače turiste jer su jeftinije za tržište, a uspjeh je sigurniji. Njihov učinak se mjeri u međunarodnim dolascima turista, a ne u prinosu ili širenju turizma u korist područja koja imaju veću ekonomsku potrebu

---

<sup>2</sup> Maslow, A.H. (1943). "A theory of human motivation". *Psychological Review*. 50 (4): 370–96.

za dodatnim lokalnim izdacima posjetitelja. Razvijeni prijevoznici - zrakoplovi, autobusi, vlakovi i brodovi za krstarenje svakim dolaskom polažu više putnika i stižu sve češće. Destinacijama je vrlo teško spriječiti te tokove, nacionalna tijela s različitim prioritetima upravljaju objektima ili su neovisna o kontroli lokalne vlasti. Obično postoji više mogućnosti za kontrolu automobila putem naplate zagušenja i ograničenja parkiranja.

### **2.3. Posljedice masovnog turizma**

Kako bi se uhvatili u koštac s negativnim utjecajima, pozornost treba posvetiti:

- a) razmjenjivanju praznika u vremenu, prostoru i proizvodu;
- b) podnošljive brojke kao središnje pitanje u planiranju turizma;
- c) boljeg ponašanja turista.<sup>3</sup>

Za održivi turizam u određenoj destinaciji, država bi trebala staviti okoliš na prvo mjesto. To znači razvoj odgovornog turizma, njegovanje kulture očuvanja i razvoj usmjeren na okoliš. Učinci masovnog turizma mogu biti pozitivni i negativni. Uz učinak turizma, došlo je do velikog rasta ekonomije. Rast dohotka dovodi do pozitivnih učinaka poput izgradnje infrastrukture, povećanja broja modernih stanova i modernog načina života. Negativni učinci masovnog turizma su onečišćenje okoliša, korupcije, migracije, uništavanje obale i povećanje betonskih zgrada.

Postoje društveni i ekološki učinci zbog masovne okupacije turističkog profita dominantnim tržišnim udjelima stvarajući istovremenu ekonomsku nejednakost apsorpcije. Nasuprot tome, osim činjeničnih problema u gospodarstvu lokalnog stanovništva i društvenom rastu, dinamični rezultati turizma u nastajanju stvaraju neke pokrete osjećaja od strane nacionalne vlade prema težim naporima u usmjeravanju partnerstava i poslovnih ulaganja. Štoviše, čini se da procjene dionika koje su također trebale biti formirane angažmanom određene zajednice stagniraju na putu u svom teoretskom angažmanu zbog velikih neslaganja između ulagača s njihovim stvarnim novcem i planom te autohtonog lokalnog stanovništva radničke klase.<sup>4</sup> Posljednjih godina značajna se pozornost posvećuje hipotezi rasta vođenog turizmom. U postindustrijskim naprednim društvima, turizam se smatra novim izvorom rasta, dok zemlje u razvoju nastoje iskoristiti prednosti povećane mobilnosti i komunikacije u doba globalizacije. Međutim, raste zabrinutost da pozitivni učinci turizma, o kojima se izvještava iz mnogih zemalja, imaju cijenu,

---

<sup>3</sup>John J. Pigram, Salah Wahab, (2005) *Tourism, Development and Growth: The Challenge of Sustainability*, str. 320

<sup>4</sup>LEE, Jung Wan; SYAH, Ahmad Mujafar. Economic and environmental impacts of mass tourism on regional tourism destinations in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 2018, 5.3: 31-41.

s obzirom da postoje negativni sociokulturni i ekološki utjecaji, a područja ovisna o turizmu ranjiva su na šokove potražnje. Lokalno stanovništvo posebno je ugroženo, unatoč tome što bi njihovo zadovoljstvo i kvaliteta života trebala biti u središtu svake strategije održivog razvoja.<sup>5</sup>

### **2.3.1. Ekonomske posljedice**

Danas ne samo razvijene zemlje, nego i zemlje u razvoju usko su zabrinute za prihode od turizma, jer u svijetu oko 850 milijuna turista putuje svake godine i ostvari gotovo 750 milijardi dolara prihoda. Neke zemlje ulažu velike investicije isključivo kako bi privukle turiste i time ostvarile veći prihod. Najvažnije tri zemlje koje privlače turiste su Francuska, Španjolska i SAD. Izgradnja cesta, kanalizacijskih sustava, elektrifikacija, komunikacijski sustavi, postrojenja za odvajanje tekućeg i krutog otpada itd. najvažniji su dio urbane infrastrukture i sve ovisi o prihodima od turizma. Porast izgradnje modernih stanova u turističkim destinacijama, donedavno stanovanje nije bilo ništa više od osnovne potrebe. Međutim kao rezultat gospodarskog poboljšanja i razvoja turizma u destinaciji, taj se zahtjev promijenio i ljudi su počeli težiti modernim stanovima. Dakle, standard stanovanja lokalnog stanovništva je porastao. Suvremene potrebe ljudi bile su moguće samo uz prihode od turizma.<sup>6</sup> Uobičajeni negativni eksterni učinci, kao što su fluktuacije stope zaposlenosti, poteškoće u održavanju gospodarskog statusa, rizici nedovoljne iskorištenosti kapitala, nestabilnost prihoda i prenaseljenost predstavljaju izazove za lokalno stanovništvo da si priušte nekretnine. Štoviše, nalazi nadopunjuju anegdotske dokaze iz medijskog izvještavanja širom svijeta o pretvorbi kuća u najam i nemogućnosti stanovnika da kupe ili iznajme stambeni prostor zbog pretjeranog turizma. Zapravo, učinak turističke sezone je oko 10 puta jači, u usporedbi s turističkom koncentracijom, u smanjenju pristupačnosti, guranju stanovnika s tržišta nekretnina ili prisiljavanju da biraju pristupačnije lokacije udaljene od središta destinacije, ili čak preseljene u drugu općinu. Jedno od područja na koje turizam ima utjecaj je stambeno tržište turističkih destinacija. Pristupačnost stambenog prostora goruće je globalno pitanje, a intenzitet turizma ima značajan utjecaj na sposobnost lokalnog stanovništva da kupuju nekretnine. Uvriježena je činjenica da bujajući turistički rast povećava cijene stanova, no je li taj rast praćen rastom prihoda, istraženo je u daleko manjoj mjeri. Ovo je pitanje važno jer rastući jaz između cijena stanova i prihoda pogađa samu osnovu hipoteze rasta vođenog turizmom, povećava nejednakosti, uzrokuje raseljavanje lokalnog stanovništva iz turističkih destinacija i dovodi do

---

<sup>5</sup> MIKULIĆ, Josip, et al. The effect of tourism activity on housing affordability. *Annals of Tourism Research*, 2021, 90: 103264.

<sup>6</sup> Ibid.

ukupnog turističkog propadanja gradova i općina. Kriza pristupačnosti stanova jedno je od najhitnijih urbanih pitanja s intervencijama politike koje zahtijevaju inpute temeljene na dokazima. Problem je posebno izražen u perifernim gospodarstvima koja se uvelike oslanjaju na turizam kao izvor rasta.<sup>7</sup>

### **2.3.2. Socio – kulturne posljedice**

Promatrajući turizam iz sociokulturne perspektive, vidi se da on utječe na strukturu stanovništva, tradicionalni način života, usvajanje modernog načina života, promjene u vrstama zanimanja i lokalnim vrijednostima. Masovni turizam može utjecati na lokalno stanovništvo čak i ako stanovnici nemaju osobnih kontakata s turistima. Turizam može potaknuti lokalno stanovništvo na promijenu ponašanja i životnih navika. Turističke aktivnosti su često centralizirane u određenim područjima, a koncentracija u određeno vrijeme znači da se većina turističkih boravaka događa u određenim mjesecima ili u određeno vrijeme, što znači da se neke destinacije suočavaju s prenapučenosti tijekom visoke sezone, dok se tijekom niske sezone suočavaju s pustošom. To je problematično iz raznih razloga i za različite strane, kako za domicilno stanovništvo tako i za samog turista. Uz procvat turizma, mnoge turističke destinacije svjedočile su velikoj količini migracije. U nekim turističkim destinacijama broj turista je veći od lokalnog stanovništva. Različite platforme za najam smještaja kao što je Airbnb, apelirale su na vlasnike kuća u određenim destinacijama da iznajmljuju svoje stanove za turiste, a ne za lokalno stanovništvo. Rezultiralo je poskupljenjem najma smještaja te su se mnogi ljudi tijekom sezone selili u ruralna područja. S druge strane, turizam je uslužni sektor i povećana je potreba za radnicima te mnogi stanovnici dolaze iz drugih regija pronalaziti sezonski posao. Ovakva situacija dovodi do promjena u općoj strukturi stanovništva u turističkoj destinaciji. Naposlijetku gradovi postaju depopulacijski i pretvaraju se u “tematske parkove“ u kojima više nema stanovnika, već samo turista. Nezadovoljstvo nekontroliranim priljevom turista dovelo je do antiturističkih prosvjeda u raznim popularnim turističkim žarištima, što je u konačnici rezultiralo nasiljem prema turistima i sabotiralo akcije prema popularnim turističkim aktivnostima. Isto tako, privatizacija područja kao što su plaže može ograničiti mještanima mogućnost pristupa resursima koje su prije koristili. Na primjer, hoteli uskraćuju mještanima pristup plažama tako da samo gosti hotela mogu pristupiti plaži. U nerazvijenim zemljama, osobito siromašnima može nedostajati pravo posjedovanja zemlje i ne mogu dobiti pravnog

---

<sup>7</sup> Ibid.

zastupnika da osiguraju svoje vlasništvo nad zemljom. Stoga mještanima ne preostaje ništa drugo nego se udaljiti od turističkog odredišta.

### **2.3.3. Ekološke posljedice**

Dvije vrste turističkih utjecaja su povezane s turistima i oni koji se pojavljuju kao rezultat razvoja infrastrukture. Najintenzivniji utjecaji javljaju se u odredišnim područjima, oko uslužnih centara i duž prometnih ruta. Turizam često ima negativne okolišne utjecaje, jer se često javlja u okolišnom položaju, poput područja plaže i vodenih fronta, planina i područja sa spektakularnim geološkim značajkama. Većina problema zagađenja su vezane za promet, razvoj turizma i aktivnosti turista. Onečišćenje zraka je rezultat emisije iz vozila i zrakoplova. Iako turizam vjerojatno čini mali dio ukupnog problema s emisijama, nedavna pitanja uništavanja ozona, efekta staklenika i globalnog zatopljenja uzrokuju zabrinutost zbog onečišćenja zraka povezanog s turizmom. Vodni resursi su glavna atrakcija za razvoj turizma i rekreacije i često trpe utjecaje. Onečišćenje voda posljedica je otpadnih voda koje nastaju iz turističkih objekata i otjecanja. Onečišćenje vode događa se na unutarnjim jezerima i potocima te u morskom okolišu. Drugi utjecaj povezan s turistima je sedimentacija, uzrokovana erozijom, koja je povezana s krčenjem šuma i uništavanjem biljaka. Takva sedimentacija je posebno velik problem kada su turistički objekti u izgradnji. Sedimentacija smanjuje bistrinu vode i ima posljedične utjecaje na život u vodi. Također, turizam proizvodi velike količine otpadnih proizvoda. Hoteli, zrakoplovne kompanije, atrakcije i ostale srodne djelatnosti koje služe turisti bacaju tone smeća godišnje. Srodni problem krutog otpada je otpad koji turisti često ostavljaju za sobom. Čak i ljudski otpad u područjima gdje nema sanitarnih čvorova postaje problem. Turizam utječe na životinjski i biljni svijet, te je razvoj u sve većem zadiranju u staništa brojnih vrsta životinja. Za neke vrste parkovi i rezervati sada su jedino utočište. Nažalost, za vrste koje zahtijevaju velike teritorije ili sudjeluju u migracijskom ponašanju, ova relativno mala područja zaštićenog zemljišta nisu dovoljna. Veliku prijetnju divljim životinjama predstavljaju suveniri poput slonove kljove koji su rezultat krivolova. Nepotrošačke aktivnosti kao što su promatranje i fotografiranje utječu na divlje životinje. Prisutnost turista remeti ponašanje među životinjama. Ostali utjecaji mogu utjecati na prirodne resurse poput: buke iz zrakoplova, automobila i samih turista, oštećenje geoloških formacija od pljeskanja ili penjanja stijena, sakupljanja i vandalizma.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> ANDERECK, Kathleen L. Environmental consequences of tourism: a review of recent research. In: Linking tourism, the environment, and sustainability. Annual meeting of the national recreation and park association. 1995. p. 77-81.



### 2.3.4. Turistički nosivi kapacitet

Kada se ispituju utjecaji masovnog turizma na okoliš, turistički nosivi kapacitet (eng. “*Carrying capacity*“) postaje pojam interesa jer nosivost određuje odnos između okoliša i turizma. Razvila se kao neovisan koncept nosivosti koji određuje koliko je turističke aktivnosti prihvatljivo, odnosno koja utvrđuje i postavlja ograničenja turističkih aktivnosti u svrhu planiranja održivog turizma. Turistička nosivost korištena radi prostornog planiranja tako postaje metoda kontrole turističkog razvoja, odnosno smanjenja i uklanjanja negativnih posljedica turizma na prostor u svrhu planiranja dugoročnog održivog turizma.<sup>9</sup> Turistička nosivost je kriterij i način mjerenja odnosa između pritiska uzrokovanog turizmom za okoliš i njegove sposobnosti da ga se tolerira. Odnos treba biti uravnotežen kako se ne bi prekoračila nosivost kapaciteta. Problem s konceptom nosivosti je što kao mjerenje nije objektivno, osim toga je dvosmisleno. Nosivost određenog resursa određuje odnos između okoliša i turizma. Kada broj posjetitelja premaši nosivost, okoliš je pod pritiskom. Subjektivna priroda otežava mjerenje, ne postoje odgovarajući alati ili mjere za određivanje kada okoliš pati od turizma, odnosno različitih dionika, lokalnog stanovništva i posjetitelja.

Vrsta nosivosti može se podijeliti u skupine. Može se opisati pet vrsta nosivosti:

1. Fizički – odnosi se na mjerenje prostora; na primjer, sjedalo u avionu ili parkirno mjesto. Najjednostavniji tip nosivosti za mjerenje i može se izraziti brojevanjem vrijednostima kao što su postoci.
2. Ekološki ili biološki – odnosi se na razinu korištenja okoliša prije nego što mu nanese štetu. Granica korištenja u ekosustavu je kada okoliš još nije oštećen.
3. Psihološki ili bihevioralni – odnosi se na percepcijsku razinu tolerancije s kojom se turist osjeća ugodno, te na razini da mu ne smeta broj drugih posjetitelja u destinaciji. Kada se ovaj kapacitet prekorači, turist osjeća da veliki broj drugih posjetitelja uništava iskustvo i ugođaj. Granica koju je turist spreman tolerirati prije nego što osjeti da broj drugih posjetitelja smanjuje doživljaj perceptivna je točka i individualna je za svakog turista. Međutim, premalo dodatnih posjetitelja također bi se moglo doživjeti kao negativno iskustvo, stoga gužva nije jedina stvar koja bi trebala biti zabrinuta.
4. Društveni – odnosi se na sposobnost lokalne zajednice da tolerira turizam.

---

<sup>9</sup> Mrđa A., Carić H. i Bojanić Obad Šćitaroci B. (2020.). Spasimo Bišovo [online]; Značaj koncepta turističke nosivosti za prostorno planiranje, dostupno na: <https://spasimobisevo.org/znacaj-koncepta-turisticke-nosivosti-za-prostorno-planiranje/>, [3.5.2022.]

5. Ekonomski – odnosi se na točku u kojoj potrebna ekonomska ulaganja za održavanje razine kvalitete okoliša postaju pretjerana.

Karakteristike turista i destinacije utječu na kapacitet nosivosti i na destinaciju. Turističke karakteristike su važne jer utječu na interakciju između fizičkih mjesta i lokalnog stanovništva u destinacijama, kao i na njihovu veličinu i učestalost. Vrsta turističkih karakteristika može varirati po veličini utjecaja koji posjetitelji imaju na destinaciju i njenu nosivost.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Saara Taiminen, The negative impacts of overtourism on tourism destination from environmental and socio-cultural perspectives, Degree Thesis International Business 2018 [online]. Dostupno na: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/158561/Thesis\\_SaaraTaiminen.pdf?isAllowed=y&sequence=1](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/158561/Thesis_SaaraTaiminen.pdf?isAllowed=y&sequence=1) [3. 5.2022.]

### 3. Održivi razvoj

Temeljna definicija održivog razvoja turizma jest da je informativan, da odražava integritet turističke destinacije, donosi korist lokalnom stanovništvu, čuva prirodne resurse, poštuje lokalnu kulturu i tradiciju, orijentira se na kakvoću, a ne kvantitetu i podrazumijeva kvalitetu odmora, putovanja i novih saznanja. Održivi razvoj temelji se na resursima prirodne i kulturne baštine uz ekološku, ekonomsku, kulturološku i socijalnu komponentu koji sustavno podrazumijevaju dugoročan rast i razvoj za sadašnje i buduće generacije definiranjem ciljeva održivog razvoja turizma, kojima treba:

- zadovoljiti potrebe i unaprijediti kvalitetu života lokalnog stanovništva,
- očuvati socio-kulturni identitet lokalnih zajednica,
- razviti visoko kvalitetan turistički proizvod,
- unaprijediti kvalitetu doživljaja turista,
- čuvati resurse kako bi ih i budući naraštaji mogli koristiti, a time pridonijeti blagostanju čovječanstva u cjelini.<sup>11</sup>

Smjernice za održivi razvoj turizma i prakse upravljanja primjenjive su na sve oblike turizma u svim vrstama destinacija, uključujući masovni turizam i različite segmente specifičnog oblika turizma.

#### 3.1. Važnost održivog razvoja za turizam

Načela održivosti odnose se na ekološke, gospodarske i socio-kulturne aspekte razvoja turizma, a između ove tri dimenzije mora se uspostaviti odgovarajuća ravnoteža kako bi se zajamčila njegova dugoročna održivost. Stoga bi održivi turizam trebao:

- Optimalno iskoristiti resurse okoliša koji su ključni element u razvoju turizma, održavajući bitne ekološke procese i pomažući u očuvanju prirodne baštine i biološke raznolikosti.
- Poštivati socio-kulturne autentičnosti zajednice, čuvanje izgrađene i žive kulturne baštine i tradicijske vrijednosti te doprinos međukulturnom razumijevanju i toleranciji.
- Osigurati održivo, dugoročno gospodarsko poslovanje, pružajući socio-ekonomske koristi svim dionicima koje su pravedno raspoređene, uključujući stabilno zapošljavanje

---

<sup>11</sup> Ljubičić, Davor. "Analiza održivog razvoja turističke destinacije." NAŠE MORE: znanstveni časopis za more i pomorstvo 63.1 Supplement (2016): 29-35.

i prilike za stjecanje dohotka i socijalne usluge za lokalne zajednice, te doprinoseći smanjenju siromaštva.

Održivi razvoj turizma zahtijeva informirano sudjelovanje svih relevantnih dionika, kao i snažno političko vodstvo kako bi se osiguralo široko sudjelovanje i izgradnja konsenzusa. Postizanje održivog turizma kontinuiran je proces i zahtijeva stalno praćenje utjecaja, uvođenje potrebnih preventivnih i/ili korektivnih mjera kad god je to potrebno. Održivi turizam također treba održavati visoku razinu zadovoljstva turista i osigurati značajno iskustvo turistima, podižući njihovu svijest o pitanjima održivosti i promicati među njima prakse održivog turizma.<sup>12</sup>

Prema UNWTO (Svjetske turističke organizacije) navodi se 12 ključnih ciljeva održivog turizma:

1. Ekonomska održivost: Dugoročno postojana održivost i konkurentnost destinacije donose brojne pozitivne učinke.
2. Boljitak lokalne zajednice: Gospodarski utjecajnija turistička destinacija uz potražnju lokalnih i inozemnih turista.
3. Kvaliteta radnih mjesta: Dostupna radna mjesta u turizmu svim stanovnicima, bez izuzetaka, uz pristojne plaće i prihvatljive uvjete rada.
4. Društvena pravednost: Pravilna i pravedna podjela koristi koje turizam za sobom ostavlja, odnosno povećanje prihoda za sve građane i otvaranje novih prilika.
5. Zadovoljstvo posjetitelja: Omogućiti siguran boravak koji će biti otvoren za sve posjetitelje uz odgovarajuću razinu zadovoljstva i ispunjena očekivanja.
6. Lokalno upravljanje: Lokalno stanovništvo sudjeluje u odlukama i planiranju razvojem turizma u njihovom mjestu te surađuje s nadležnima.
7. Blagostanje zajednice: Bolji i kvalitetniji život stanovništva, omogućen pristup resursima te ponašanje u skladu s zadovoljstvom lokalne zajednice i dugoročnih pozitivnih učinaka turizma na istu.
8. Kulturno bogatstvo: Odgovoran pristup i uporaba povijesnih i kulturnih dobara te poštivanje dugotrajne povijesne tradicije uz adekvatno očuvanje.
9. Fizički integritet: Očuvanje izgleda okolišta, kvalitete zelenih površina te briga o očuvanju i stvaranju ljepšeg, čistijeg i prirodnijeg okoliša.

---

<sup>12</sup> Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers, UNEP and UNWTO, 2005, p.11-12.

10. Biološka raznolikost: Smanjiti onečišćenje staništa flore i faune te poticanje građana na isto. Također, obnova i očuvanje ruralnih područja u blizini gradske okolice.
11. Učinkovito korištenje resursa: Maksimiziranje korištenja obnovljivih izvora energije te očuvanje prirodnih rijetkosti i dobara.
12. Čistoća okoliša: Minimiziranje zagađenja, onečišćene vode te uništene zemlje. Pravilno i odgovorno gospodarenje otpadom.<sup>13</sup>

### **3.2. Upravljanje održivim razvojem turističke destinacije**

Turizam uvelike ovisi o ljudima, ali isto tako turizam ovisi o postojećim prirodnim i kulturnim resursima unutar destinacija. Zbog ovih jakih ovisnosti, turizam bi se trebao razvijati u pravom i optimalnom smjeru, uzimajući u obzir istovremeno gospodarsku, društvenu i ekološku dobrobit, odnosno razvijati se na održiv način. Zbog jake ovisnosti koja postoji između turizma i ljudskih, prirodnih i kulturnih resursa, jedini smjer u kojem se mora razvijati kako bi ostala konkurentna jest održivost (deVoldere, 2009., str. V). Održivi razvoj turizma smatra se ključnim elementom za osiguranje visoke razine konkurentnosti, dugoročno, kako za turistička poduzeća tako i za turistička odredišta. Kako bi se osigurao održivi razvoj turizma, donositelji odluka destinacije trebaju stalno pratiti kvalitetu turističkih usluga i proizvoda koji se nude unutar destinacije te napredak koji se ostvaruje, a cijeli ovaj proces je nužno kontinuiran. (Europska komisija, 2003., str. 1.)

Važnost kvalitetnog pristupa u turizmu:

1. Kvaliteta daje prednost nad konkurentima.
2. Kvalitetna izvedba čini destinacije i usluge lakšim za tržište, kako operaterima tako i turistima.
3. Kvalitetan proizvod rezultira lojalnošću kupaca.
4. Bolja kvaliteta znači veći profit.
5. Upravljanje kvalitetom vodi do stabilne turističke ponude i štiti radna mjesta.
6. Poboljšanje kvalitete u destinaciji osigurava bolju kvalitetu života lokalnog stanovništva.
7. Upravljanje kvalitetom poboljšava pristup financiranju.
8. Učinkovito praćenje napretka izbjegava ponavljanje skupih pogrešaka.

---

<sup>13</sup> UNWTO, (2005): Učiniti turizam održivijim: vodič za stvaraoce politika.

9. Pažljivo prikupljanje podataka pruža alat za pravljenje upravljačke odluke.
10. Praćenje napretka u poboljšanju kvalitete osigurava razumijevanje koje potiče proaktivno upravljanje<sup>14</sup>.

UNWTO predlaže da DMO (*Destination management organisation*) treba uključiti u sve lokalne relevantne dionike kako bi se zajamčio održivi razvoj turizma. Destinacijski menadžment ovisi o javnim institucijama i/ili velikim privatnim tvrtkama, što može izazvati različite vrste problema. Javno financiranje (subvencije, bespovratna sredstva, pružanje usluga, raspodjela poreza, itd.) čini se prikladnim za osiguranje ravnotežne moći između uključenih dionika, ali implicira snažnu ovisnost o političkim odlukama koje turizam ne može kontrolirati. Financiranje temeljeno na privatnim doprinosima može biti izvor neravnotežne moći između uključenih dionika, što na kraju stvara veliku ovisnost o maloj skupini velikih tvrtki s dominantnim položajem i rezultira poteškoćama pri uključivanju lokalnih zajednica bez izravne koristi od turizma (Mason 2016.). S obzirom na važnost uravnotežene zastupljenosti različitih skupina s različitim interesima i motivacijama, snažan udio javnog financiranja pokazuje se ključnim. Destinacijski menadžment može se smatrati koordinatorom i voditeljem zajedničke strategije, djelujući kao „koalicija različitih interesa za rad na zajedničkom cilju, osiguravajući održivost i integritet destinacije u sadašnjosti i budućnosti“, kao što sugerira UNWTO (2007). Mogu djelovati na različitim teritorijalnim razinama, a njihovo djelovanje potencijalno ima kumulativni učinak na ista odredišta, što implicira jasnu definiciju zadataka i komplementarnosti među njima. Koordinaciju i upravljanje destinacijom, zajedno s razvojem i upravljanjem događanjima i atrakcijama, trebalo bi rješavati na lokalnoj razini. Sukladno tome, konceptualni model za integraciju zajedničkih resursa fokusiran je na lokalnoj razini destinacije u procesima razvoja turizma, što se čini prikladnijim za planiranje korištenja osjetljivih resursa uzimajući u obzir različite interese različitih uključenih dionika. Pretpostavlja se da se uloga destinacijskog menadžmenta s vremenom pomaknula s pristupa usmjerenog na promicanje vođenog kratkoročnim ekonomskim ciljevima na suvremeni holistički pristup usmjeren na dugoročnu konkurentnost, uzimajući u obzir održivo korištenje resursa kao i potreba za upravljanjem i rješavanjem potencijalnih sukoba između različitih skupina s različitim interesima i motivacijama. To podrazumijeva dugoročnu perspektivu za konkurentnost turističke destinacije, uključujući širok raspon dionika uključenih u razvoj turizma: politike i regulatorne institucije (nacionalne i regionalne vlade, agencije za gospodarski razvoj, lokalne

---

<sup>14</sup> Cismaru, Laura. "European tools for managing and monitoring the sustainable development of tourist destinations." *Review of General Management* 21.1 (2015): 101-113.

vlasti, tijela odgovorna za upravljanje parkovima prirode ili kulturnih objekata itd.), privatne tvrtke u različitim sektorima (prijevoz, atrakcije i događanja, smještaj, restorani, usluge slobodnog vremena, maloprodajni operateri, različite vrste posrednika, itd.) ili različite lokalne organizacije (lokalna partnerstva, agencije za poslovnu podršku, organizacije za obrazovanje i obuku, mediji, nevladine organizacije ili organizirane grupe stanovnika). Uključivanje zajednice u procese planiranja i donošenja odluka kako bi se osiguralo postizanje gospodarskih koristi od turizma ključno je za ovu vrstu destinacijskog menadžmenta, orijentiranu na promicanje pravednog poslovanja kroz marketing i pomoć u razvoju proizvoda, potpomognutom procjenom socio-ekonomskih, kulturnih i ekoloških utjecaja. Velik broj uključenih dionika, potencijalni sukobi interesa i različite vrste percepcija, kao i znanja koja koegzistiraju unutar lokalnih zajednica mogu predstavljati prepreke za učinkovitost destinacijskog menadžmenta, kako je raspravljao Morrison (2019.). Glavni principi destinacijskog menadžmenta orijentirani su na specifičnim interesima tvrtki koje posluju u turizmu (a ne na šire korisnike zajedničkih resursa), kako bi se osiguralo da se njihovi interesi uzmu u obzir prilikom planiranja korištenja resursa, kao i marketinga proizvoda i usluga.<sup>15</sup>

### **3.3. Održivi razvoj na odabranim primjerima**

#### **3.3.1. Održivi razvoj Dubrovnika**

Dubrovnik ima očuvanu prirodu, okoliš, bogatu kulturnu baštinu i autohton i globalno prepoznatljiv identitet. Kako bi se očuvala privlačnost destinacije, ali istovremeno i interesi lokalne zajednice, potrebno je razvijati turizam usmjeren na očuvanje prostora i zadržavanje izvornosti destinacije. Suvremeni turizam u Dubrovniku ima obilježja masovnosti, što negativno utječe ne samo na život lokalnog stanovništva, nego i na potražnju, koja u krajnjemu može izgubiti zanimanje za destinaciju. U kreiranju razvoja održivog turizma u Dubrovniku vrlo važnu ulogu ima prostorno planiranje. Jer, turizam je veliki „potrošač“ prostora, a prostorno i urbanističko planiranje osobito je kreativan proces kojim se oblikuju ambijentalne i prostorne vrijednosti, turistički i slični sadržaji. Nužno je prilagođavati se zahtjevima vremena jer je turizam dinamična pojava pa je potrebno ponudu prilagođavati turističkim trendovima kako se ne bi ostalo na marginama aktualnih događanja. Pri tom, dakako, treba voditi računa o trima bitnim elementima održivosti: ekologiji, ekonomiji i javnom/društvenom interesu. Odgovorno upravljanje razvojem turizma znači uravnoteženo korištenje prostorom kako bi se

---

<sup>15</sup> Romao, Joao, et al. "Destination management and sustainable development through the common lens of the Commons." REGION 8.1 (2021): 75-95.

smanjio velik pritisak turističke potražnje na uže gradsko područje i bolje turistički valorizirale resursno-atraktivne osnove na širem prostoru Grada Dubrovnika i omogućio kvalitetniji i prihvatljiviji suživot turista i lokalnog stanovništva.

Problemi s kojima se susreće Grad Dubrovnik su:

- Ekološki problemi zagađenja mora, obale, otoka i okoliša.
- Neadekvatna komunalna infrastruktura.
- Visoke cijene zemljišta, nekretnina te investicija.
- Pretjerana koncentracija turističkog prometa u ljetnoj sezoni.
- Neadekvatna turistička politika.

Lokalno stanovništvo i inozemni turisti koriste ograničene prirodne resurse. Glavni problem je zagađenje zraka, vode i tla. Osim postojećih građana, dodatno onečišćenje mogu donijeti i turisti, pogotovo ako nisu upoznati s brigom zemlje za održivi razvoj. Turisti se na odredištu zadržavaju kraće, a eventualna šteta negativno će se odraziti na život lokalne zajednice. Kako potražnja raste sezonski, “niču“ nove zgrade. Šume su posječene radi prilagodbe građevinskom zemljištu, a zelenih površina u gradu i okolici sve je manje. Grade se vile koje nisu uklopljene u teren i okoliš već postojećih kamenih kuća te ne poštuju prostorna obilježja.

Održivi razvoj turizma Grada Dubrovnika temelji se na sljedećim sastavnicama:

- visokovrijednom prostoru neiskorištenom u turističkom smislu - vrlo vrijedan, čist i nenarušen prirodni okoliš kao glavna snaga održivog razvoja turizma Grada Dubrovnika bogata je osnova za razvoj mnogih atraktivnih turističkih proizvoda i usluga temeljenih na prirodnim osobitostima i ljepotama kroz formiranje ekoturističke ponude, strogo uvažavajući zaštitu okoliša i nenarušeni prirodni sklad,
- snagama, utjecajima i blizini svjetske turističke destinacije, svjetske atrakcije i svjetskog branda Grada Dubrovnika u smislu integracije ponude Grada Dubrovnika i povezivanju ponude ruralnih područja koja gravitiraju Dubrovniku s turističkim lancima i postojećom ponudom poznate svjetske destinacije – povijesnog središta Dubrovnika. Namjera je da se unutar integralne turističke destinacije gradi zasebni turistički lanac (ruralni turizam, kulturni turizam ruralnih područja, avanturistički turizam, touring izletnički turizam, i drugo) kao atraktivna dodatna ponuda Grada Dubrovnika. Imidž integralne turističke destinacije cjelokupnog područja grada Dubrovnika mora se zajednički pozicionirati pod krovnom markom cijelog područja ili klastera, a unutar



područja gradi se imidž sub-regija ili mikrolokacija zavisno o specifičnim turističkim proizvodima koji će se razvijati i temelje se na postojećoj resursnoj osnovi,

- lokalnom stanovništvu kao nositelju razvoja koji zajedno s javnim sektorom, institucijama i privatnim sektorom (turistički resorti) mora biti nositelj kreiranja i implementacije zajedničke vizije daljnjeg turističkog razvoja na održivi način,
- jasnom, konkretnom i usuglašenom razvojno-upravljačkom modelu (upravljačka struktura kroz poseban DMO – Destination Management Organisation) koji će imati zadatak okupljati sve turističke dionike područja i zajednički s njima razvijati i implementirati zajedničku održivu turističku viziju i daljnji razvojni model turizma područja Grada Dubrovnika.<sup>16</sup>

### 3.3.2. Održivi razvoj Valencije

3S - sunce, more i plaža od velike je gospodarske važnosti u Španjolskoj, a posebno u regiji Valencije. Plaže su prirodni krhki resursi koji uvelike doprinose gospodarskoj produktivnosti zemlje. U cijelom svijetu postoji tendencija erozije obale pojačana klimatskim promjenama, porastom razine mora i različitim ljudskim aktivnostima u obalnom području. Sredozemne obale su, nažalost, vrlo dobar primjer kako ljudske aktivnosti i gospodarski poslovi mogu utjecati na obalni okolišni sustav. Tijekom posljednjih desetljeća ljudska su djelovanja snažno utjecala na ravnotežu obalnog područja. Glavni ljudski poremećaji duž obale Valencije su sljedeći: vađenje pijeska i šljunka iz rijeka i plaža, izgradnja brana koje smanjuju fluvijalne sedimentne unose, izgradnja molova i lukobrana povezanih s lukama i obalnim rekreacijskim aktivnostima koje ometaju prijenos nanosa uzduž obale, uništavanje priobalnih dina za izgradnju marina, hotela, golf terena i turističkih naselja. Svi ovi čimbenici utječu na dinamiku primorskog sustava. Oni izravno ili neizravno smanjuju unos sedimenta. Glavni izazov za društvo u Valenciji, uključujući obalne znanstvenike, menadžere i političare, jest razviti rješenja za održivi obalni razvoj. Tijekom posljednjih desetljeća erozija obale je na mnogim mjestima povećana kao posljedica ljudske aktivnosti. Ubrzana erozija, nestajanje plaža, povećana učestalost poplava, degradirani ekosustavi i sl. sve su to simptomi nemogućnosti pružanja kompetentnog upravljanja obalnim zemljištem s kojim se susreće Valencija. U nekim obalnim područjima dine su sravnjene kako bi se izgradile kuće i ceste, povećavajući rizik od olujnog

---

<sup>16</sup> InTourAct, Institut za razvoj i međunarodne odnose, Lokalni Akcijski Plan za integrirani i održivi turizam – Grad Dubrovnik, Zagreb, lipanj, 2014. godine.

ispiranja i prodora oborinske vode. Ljudski utjecaj povećao se tijekom prošlog stoljeća.<sup>17</sup> Obalni problemi su jedna od manifestacija ekoloških problema i imaju ekološku, ekonomsku i socijalnu dimenziju. Sredozemna obala, nažalost, vrlo je dobar primjer kako ljudske aktivnosti i ekonomska pitanja mogu utjecati na obalni ekološki sustav. Budući da klimatska izvanredna situacija zahtijeva promjene u turističkoj strategiji turističke destinacije tako je u Španjolskoj odlučeno „novo zeleno“ oporezivanje koje povećava porez na energiju u svrhu zaštite okoliša i gdje će najbolja prilagođena destinacija biti najkonkurentnija. Kako bi sve komponente javnog i privatnog sektora bile konkurentne, predane su ispunjavanju ciljeva održivog razvoja grada Valencije. Ciljevi održivog razvoja grada Valencije univerzalni su poziv na akciju za okončanje siromaštva, zaštitu planeta i poboljšanje života.

### 3.3.3. Održivi razvoj Barcelone

Četvrti najposjećeniji europski grad, s populacijom od 1,6 milijuna unutar gradskih granica, Barcelona je veliko kulturno, gospodarsko i financijsko središte. Zanimljivo je kako Barcelona ima vrlo malu pokrivenost zelenih površina radi velike populacije u gradu. Razvoj grada Barcelone u turizmu ima negativan utjecaj na održivi razvoj, temeljenu na konkretnim interesima političkih i gospodarskih elita, što je rezultiralo komodificiranjem života u gradu. Promocija Barcelone kao brenda, što je čini najvećim turističkim bogatstvom na svijetu, nastavlja se od Ljetnih olimpijskih igara 1992. od strane javno-privatnog konzorcija *Tourisme Barcelona*. Turizam koji je u početku bio percipiran kao stvaratelj radnih mjesta, sada je zamjeran od strane lokalnog stanovništva zbog širenja društvenih nejednakosti i sukoba koje turizam nosi. U Barceloni problem je loša kvaliteta života stanovnika:

- Sve veća privatna infrastruktura vezana uz turizam rezultirala je protjerivanjem stanovnika grada iz svojih domova zbog poskupljenja nekretnina, pa ih je moguće prenamijeniti u turistički smještaj.
- Visoke razine privatizacije također su rezultirale smanjenjem broja komunitarnih područja.
- Rezultiralo je pogoršanjem kvalitete života mještana, lošim životnim i zdravstvenim uvjetima.

---

<sup>17</sup> Sanjaume, E., and J. E. Pardo-Pascual. "Erosion by Human Impact on the Valencian Coastline (E of Spain)." *Journal of Coastal Research*, Coastal Education & Research Foundation, Inc., 2005, pp. 76–82.

Cijelo gospodarstvo Barcelone se oblikovalo tako da opslužuje veliki broj turista koji posjećuju grad svake godine. Plaže u Barceloni pune su turista, koji su uglavnom odgovorni za zagađenje plastikom. Komercijalne djelatnosti za dnevne potrebe lokalnog stanovništva su nedostupne zbog turista te su zamijenjene terasama, restoranima i noćnim klubovima. Gospodarstvo uvelike ovisi o turizmu s manje mogućnosti za razvoj drugih sektora. Privatizacija prometne industrije za proizvodnju elitističkog kvalitetnog turizma, umjesto održivog turizma, rezultirala je kolapsom javnog prijevoza i dostupnosti. Visoku razinu buke i onečišćenja zraka uzrokuju zrakoplovi, kruzeri i privatni promet. Veliki broj noćnih klubova doprinosi povećanju onečišćenja bukom u gradu s velikom gustoćom naseljenosti i uskim, zakrčenim ulicama. Gradsko područje Barcelone drugi je najveći krivac kada je riječ o pražnjenju plastičnog otpada u Mediteranu, prema izvješću Svjetskog fonda za divlje životinje iz 2019. godine. Između Barcelone i Vilanove i la Geltrú, smeće čini 38% ulova ribara. Zagađenje zraka u Barceloni odgovorno je za loše zdravlje ljudi, zakiseljavanje vode i tla, oštećenje ekosustava, zgrada i usjeva. Odgovorno je za gotovo polovicu svih slučajeva astme kod djece u Barceloni. Međunarodno zrakoplovstvo ima veliku ulogu u razvoju turizma Barcelone. Razvoju su pridonijeli nepostojeći porezi na zrakoplovstvo, jeftine karte, povećanje zrakoplovnih veza i javna ulaganja u zračne luke. Zanimljiva je činjenica da turist koji u Barcelonu stigne zrakoplovom u prosjeku potroši 605,7 kg emisije CO<sub>2</sub>, dok turist koji stigne vlakom potroši samo 52,9 kg emisije CO<sub>2</sub>. 82% turista stiže u Barcelonu avionom, ali ovaj sustav mobilnosti ima snažne negativne utjecaje na okoliš. Procjenjuje se da prijevoz zrakoplovom predstavlja 75% emisije ugljika iz turizma u Barceloni. U 2018. godini, više od 3 milijuna turista posjetilo je Barcelonu na obilascima brodova za krstarenje, čime je grad najveća europska destinacija za krstarenje. U jednom danu, sedam brodova s 18.000 putnika i 6.000 članova posade bude usidreno u luci. Većina putnika posjeti grad oko pet sati, trošeći u prosjeku 57 eura svaki, a na svoje se brodove vraćaju noću. Tako je u lipnju 2019. godine Barcelona proglašena najzagađenijom lukom u Europi. Brodovi za krstarenje proizveli su 32,8 tona sumporovog oksida, pet puta više od svih automobila u Barceloni. Sve je veće nezadovoljstvo među lokalnim stanovništvom, a to prikazuju kroz prosvjede naročito protiv kruzera i turista s kruzera. Gorivo ulje koje koriste brodovi za krstarenje sadrži 2000 puta više sumporovog oksida nego u običnom dizelu. Krstarenja su činila 28,5% kancerogenog dušikovog oksida u Barceloni i 3,5% onečišćenja grada česticama. Otrovnne čestice otkrivene su čak 400 km od luke, a udar se pogoršao jer su brodovi ostavljali motore upaljenim dok su bili u pristaništu. Više od polovice stanovništva Barcelone izloženo je štetnim razinama buke preko 65 decibela tijekom cijelog dana (08:00-22:00 sati). Turizam daje veliki doprinos onečišćenju bukom, koje potječe od

noćnih klubova i sve većeg voznog parka privatnih vozila. U gradu ima oko 1.900.000 vozila, što je 0,4 vozila po stanovniku. Količina smeća koju proizvedu stanovnici Barcelone iznosi čak 500 kilograma po glavi stanovnika svake godine, što je više od 60% ukupnog smeća posljednjih godina, a najveći dio toga duguje rastućem otpadu koji stvaraju turisti. Imigracija, nezaposlenost, kao i siromaštvo doveli su do visoke razine beskućništva. Niz sirotinjskih četvrti, stambenih naselja i degradiranih višeobiteljskih objekata mogu se naći diljem Barcelone. Navedene mjere u nastavku rade na poboljšanju kvalitete života lokalnog stanovništva Barcelone i pomažu u povećanju dohotka po glavi stanovnika:

- Gradska uprava Barcelone radi na socijalnom uključivanju tako što svaki dan na ulicama ima profesionalni tim koji identificira beskućnike u početnim fazama njihovih problema.
- Gradska uprava Barcelone uvela je novi plan mobilnosti koji se temelji na stvaranju superblokova u urbanističkom prostornom planu, a planira 500 superblokova kako bi riješila dio ekoloških problema. Tajna je u spajanju devet stambenih blokova u jedan superblok čiji bi se glavni prometni pravci protezali s njihove vanjske strane, a unutar blokova promet bi bio dopušten samo određenim vozilima i iznimno usporen, do 10 km/h. Superblokovi imaju za cilj smanjiti promet za 21%, osloboditi 60% ulica i poboljšati kvalitetu zraka.
- Unutarnje ceste otvaraju se zajednici, olakšavajući veću lokalnu razmjenu, pješački, biciklistički i javni prijevoz te ozelenjavanje.
- Radi se na promicanju i obrani društvenog i ekološkog razvoja na način da se pritišću korporacije i Vladine agencije da primjenjuju održivu poslovnu praksu i provode propise o zaštiti okoliša.
- Gradska uprava Barcelone stvorila je mrežu s više od 250 punionica koje su otvorene za javnu upotrebu i više od 300 električnih vozila koja se koriste za različite komunalne usluge.
- Osmišljeni su i razni poticaji za stanovnike Barcelone, poput zelenih i plavih površina za osiguravanje besplatnih parkirnih mjesta za sve vozače električnih automobila, te do 75% poreznih olakšica pri registraciji vozila.
- Uključuje provođenje kampanje političkog pritiska i programe obrazovanja za okoliš kako bi se stvorilo održivo društvo.

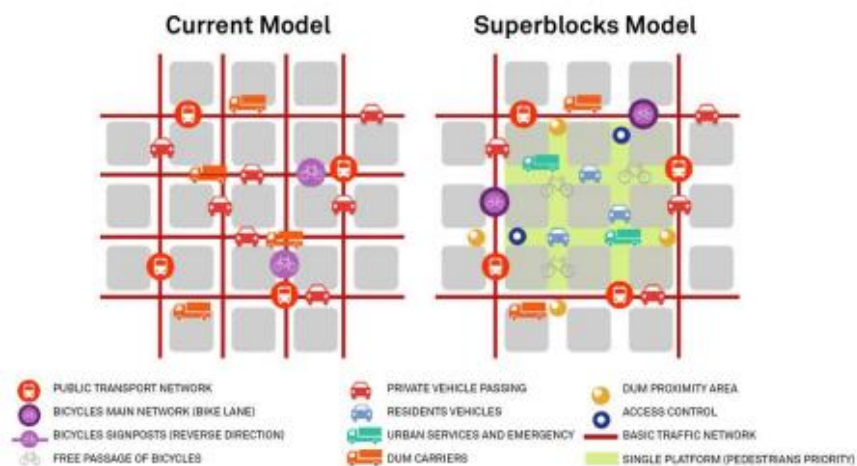
- Barcelona i više od 100 općina kaznili su banke s nekretninama u knjigama koje su bile prazne više od dvije godine.<sup>18</sup>

Slika 1. Pogled iz zraka na superblokove, Barcelona.



Izvor: Garfield, L. (2017) Spain's plan to create car-free 'superblocks' is facing protests, Business insider [online fotografija]. Dostupno na: <http://www.businessinsider.com/barcelona-superblocks-protest-2017-1> [Pristupljeno: 11.1.2022]

Slika 2. Sadašnja regulacija prometa (lijevo) prilagođena je pješacima, a regulacija prometa u superblokovima (desno) omogućuje korištenje svih prava koje grad nudi i prilagođena je lokalnom stanovništvu.



<sup>18</sup> Sustainable development goals, Environmental Impacts of Tourism in Barcelona: Can Circular Economy Make the City Sustainable?, 2020. [online], dostupno: <https://earth5r.org/barcelona-spain-circular-economy/>, [11.1.2022.]

Izvor: Garfield, L. (2017) Spain's plan to create car-free 'superblocks' is facing protests, Business insider [online fotografija]. Dostupno na: <http://www.businessinsider.com/barcelona-superblocks-protest-2017-1> [Pristupljeno: 11.1.2022]

## 4. Analiza učinaka prekomjernog turizma na odabranim primjerima

### 4.1. Analiza Dubrovnika kao turističke destinacije pod utjecajem masovnog turizma

Dubrovnik je grad na samom jugu Republike Hrvatske te predstavlja administrativno središte Dubrovačko - neretvanske županije. Stara gradska jezgra dodana je na popis UNESCO-ve Svjetske kulturne baštine 1979.godine. Dubrovnik je svoj uspon doživio kroz 15. i 16. stoljeće kada je postao pomorska i trgovačka sila. Također, brojni hrvatski pjesnici, pisci i umjetnici potiču upravo iz ovog povijesno – turističkog središta. Klimatske prilike su povoljne što potvrđuje brojka od 250 sunčanih dana u godini te kupališna sezona koja traje od travnja do listopada.<sup>19</sup> Razvoj turizma u Dubrovniku započeo je u zadnjoj četvrtini 19. stoljeća. Prvi hotel u Dubrovniku bio je hotel Miramar koji je sagrađen još u šezdesetim godinama 19. stoljeća. Mnogi turisti stizali su parobrodima i nisu se pretežno dugo zadržavali u Dubrovniku, ne dulje od usputnog izletničkog razgledavanja te nakon toga su parobrodom putovali dalje. Prvi moderni hotel sagrađen u Dubrovniku bio je hotel Imperial, otvoren 29. siječnja 1897. godine. Imperial je bio luksuzno uređeni hotel s vlastitom električnom energijom, centralnim grijanjem te toplom i hladnom vodom, a njegovim otvorenjem Dubrovnik je riješio problem nedostatka smještaja za strane putnike te osigurao preduvjete za početni razvoj turizma.<sup>20</sup>

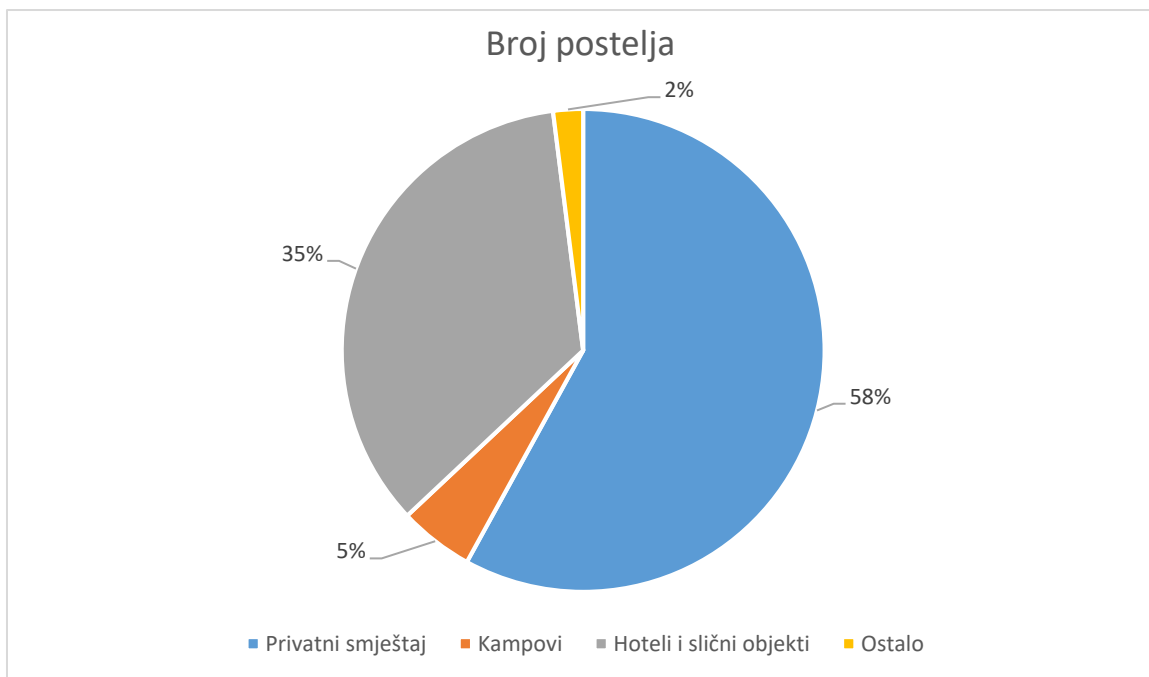
Turistička ponuda predstavlja količinu roba i usluga koje se nudi turistima na određenom turističkom tržištu, u određeno vrijeme i po određenoj cijeni.<sup>21</sup> Turistička ponuda Dubrovnika svake godine uslužuje brojne turiste, iako je uglavnom sezonska. Među smještajnim mogućnostima dominiraju hotelski objekti visokih kategorija i privatni smještajni oblici (apartmani).

---

<sup>19</sup> Lopižić, I. (2015): Grad Dubrovnik kao jedinica lokalne samouprave [online], Zagrebačka pravna revija, 4 (3), str. 340, dostupno na: [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=235083](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=235083), [11.1.2022.]

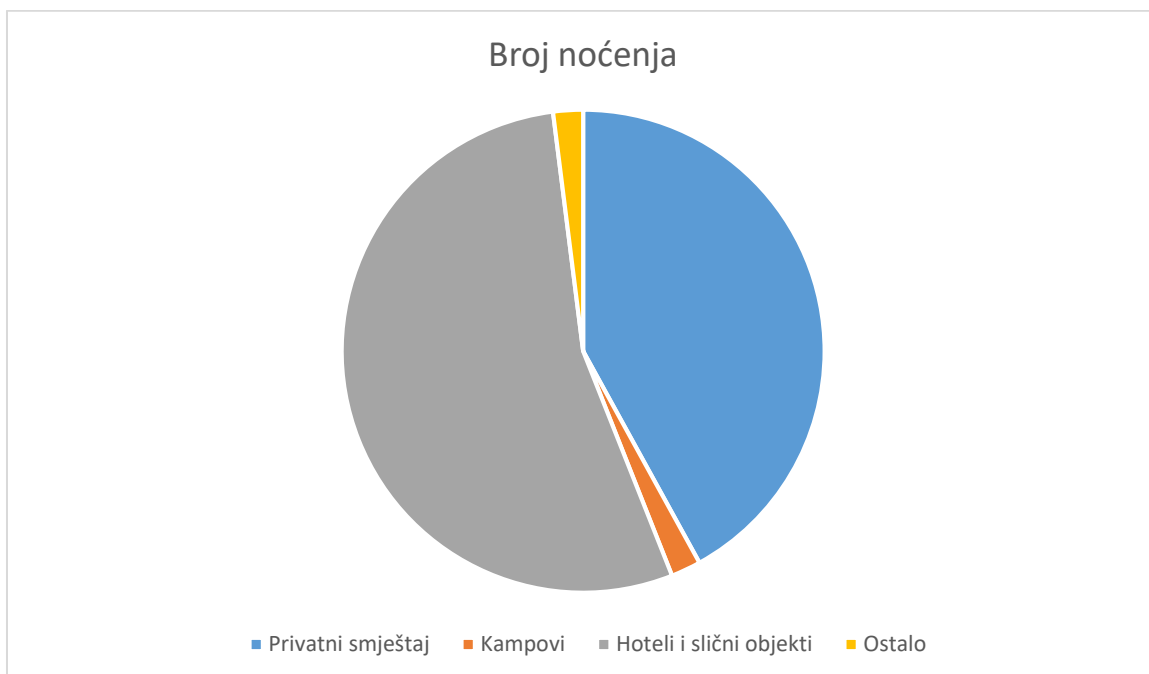
<sup>20</sup> Lucianović, L. (2015) Oni su stvarali dubrovačko hotelijerstvo sredinom devetnaestog stoljeća, Glas Grada [online], dostupno na: <https://www.glasgrada.hr/oni-sustvarali-dubrovačko-hotelijerstvo-sredinom-devetnaestog-stoljeca-andro-mitrovic> (11.1.2022.)

<sup>21</sup> Petrić, L. (2007): Osnove turizma, Ekonomski fakultet, Split, str. 88.



**Graf 1:** Smještajni kapaciteti u Dubrovniku, 2017.godina

Izvor: Hrvatska gospodarska komora: Turizam Dubrovačko – neretvanske županije 2017. godine [online], dostupno na: <https://www.hgk.hr/documents/turizam-dnz-i-ix20175a30fbd2070c0.pdf>, [11.1.2022.]



**Graf 2:** Noćenja u smještajnim kapacitetima u Dubrovniku, 2017.godina



Izvor: Hrvatska gospodarska komora: Turizam Dubrovačko – neretvanske županije 2017. godine [online], dostupno na: <https://www.hgk.hr/documents/turizam-dnz-i-ix20175a30fbd2070c0.pdf>, [11.1.2022.]

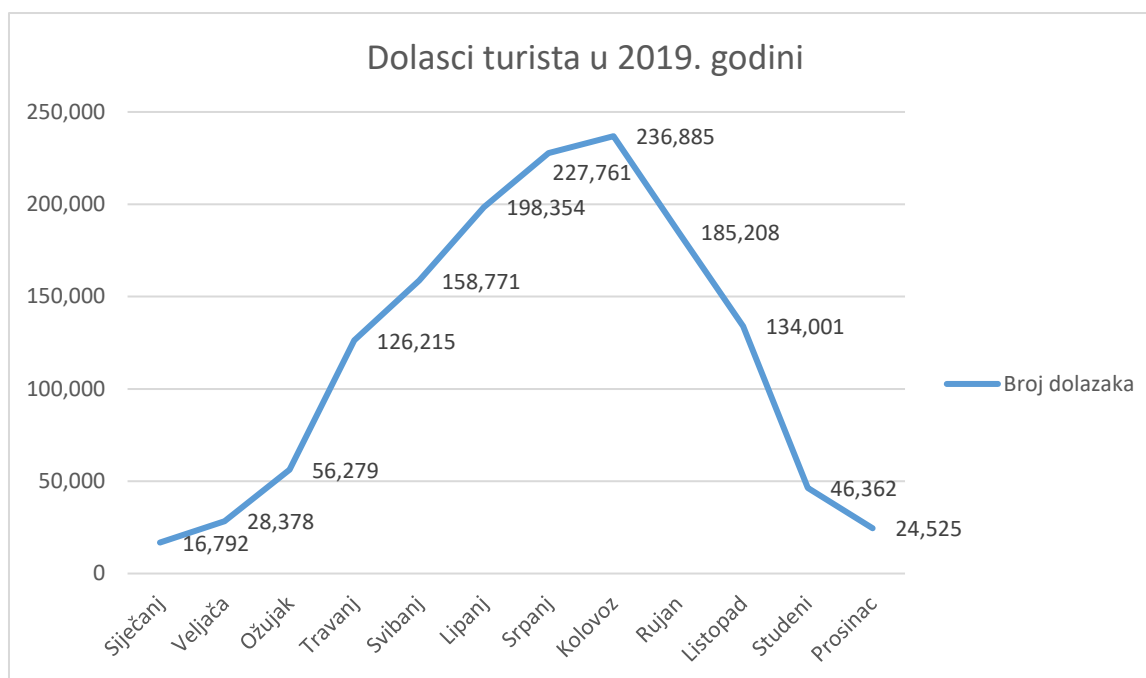
Prvi grafički prikaz govori o ponudi smještajnih objekata, a drugi o strukturi noćenja u tim smještajnim objektima. Vidljivo je kako prevladava privatni smještaj (58%), ali s druge strane gosti pretežito borave u hotelima (54% noćenja). Prema podacima Državnog zavoda za statistiku u 2017.godini grad bilježi 3.441.276 noćenja, a od toga 1.841.918 u hotelskim smještajnim kapacitetima. Osim smještaja kao sastavnog dijela turističke ponude, Dubrovnik se može pohvaliti prethodno pojašnjenim prirodnim i kulturnim dobrima, kao i manifestacijama.

Turistička potražnja u Dubrovniku povećava se iz godine u godinu. Tablica 1 prikazuje u 2019. godini ostvaren rekordan broj noćenja od 4.295.071, odnosno broj noćenja je povećan za 3,74% u odnosu na 2018. godinu. Trend rasta nastavlja se i u prethodnim godinama što je vidljivo i u tablici.

**Tablica 1:** Dolasci i noćenja turista u Dubrovniku u razdoblju od 2015. do 2019. godine

	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
<b>Dolasci ukupno</b>	889.681	987.567	1.174.878	1.272.346	1.439.531
<b>Noćenja ukupno</b>	2.984.357	3.371.075	3.886.065	4.140.142	4.295.071

Izvor: Vlastita obrada prema: Državni zavod za statistiku: Dolasci i noćenja turista u Dubrovniku [online], dostupno na: <https://www.dzs.hr/>, [11.1.2022.]



**Graf 3:** Dolasci turista po mjesecima, Dubrovnik, 2019.godina

Izvor: Vlastita obrada prema podacima: Turistička zajednica grada Dubrovnika

Graf 3 prikazuje izraženu sezonalnost kroz ljetne mjesece. Kolovoz bilježi najveći broj dolazaka (236.885), dok je najmanje uspješan mjesec siječanj (16.792). Ukupan broj dolazaka kroz 2019. godine je 1.439.531. U strukturi dolazaka prema dobi najveći udio čine posjetitelji u dobnoj skupini od 25 do 34 godine te najveći broj noćenja ostvaruju turisti koji dolaze iz Ujedinjenog Kraljevstva, a potom Njemačke, SAD-a, Francuske, BIH, Poljske i Slovenije. Tijekom srpnja i kolovoza registrirano je ukupno 50,95% ukupnih noćenja, dok se preostalih 49,05% odnosi na ostatak godine.<sup>22</sup> Dubrovnik broji 42.615 stanovnika prema popisu iz 2011. godine. Kada se uspoređi broj dolazaka i broj stanovnika može se zaključiti kako su nosivi kapaciteti grada dovedeni u pitanje.

U Dubrovniku je dostignuta jedna od najviših europskih razina kulturnog turizma. Turisti koji u Dubrovnik putuju iz kulturnih razloga daleko su brojniji (26%) od državnog prosjeka (10%).<sup>23</sup> Dubrovnik je kao grad daleko manje živahan nego prije tridesetak godina ili samo desetak godina, jer se polako, ali sigurno rasprodaje agencijama za nekretnine, što neminovno dovodi do povećanja sezonalnosti, prenaseljen je tijekom sezone i pust tijekom zimskih mjeseci. Statistike pokazuju da je vrhunac sezone (od travnja do rujna) rezultira četiri puta više

<sup>22</sup> Zračna luka Dubrovnik: Mjesečni promet zračne luke Dubrovnik [online], dostupno na: [https://www.airport-dubrovnik.hr/storage/upload/plans/Godisnje\\_izvjesce\\_2019\\_17336.pdf](https://www.airport-dubrovnik.hr/storage/upload/plans/Godisnje_izvjesce_2019_17336.pdf), [11.1.2022.]

<sup>23</sup> Institut za turizam (2007), TOMAS Kulturni turizam Zagreb [online], dostupno na: [http://www.iztg.hr/UserFiles/File/novosti/2009\\_TOMAS\\_Kulturni\\_turizam\\_2008\\_Sazetak\\_i\\_Prezentacija.pdf](http://www.iztg.hr/UserFiles/File/novosti/2009_TOMAS_Kulturni_turizam_2008_Sazetak_i_Prezentacija.pdf), [11.1.2022.]

posjetitelja kulturnih atrakcija nego u ostatku godine. Općenito, 80% turista koji posjete Dubrovnik posjete Dubrovnik u špici sezone (oko 500.000 posjetitelja), dok 20% (125.000 posjetitelja) posjeti grad izvan sezone. Poznato je da prevelika prioritizacija turizma ima negativan utjecaj na lokalni razvoj jer privilegiranje turističkih atrakcija može dovesti u nepovoljniji položaj ljudi koji žive, rade, plaćaju poreze i ostaju na nekom području. Ogromni komercijalni imperativi koji su fokus premjestili s domaćina na gosta rezultirali su povećanom zagušenošću i zagađenjem povijesne jezgre grada tijekom sezone i potpunom pustošom u izvansezonskim razdobljima. Kao i kod mnogih složenih pitanja oko turizma, problem inscenirane autentičnosti i otpora korupciji pravih kulturnih praksi nije novost kako Nicholson-Lord navodi: „Možda najuvredljivije za one koji primaju, turizam je moćno kulturno otapalo; uzima običaje i vjerovanja koja su lokalno ukorijenjena i osebujna, stavlja ih u globalni stroj za miješanje i pretvara ih u ukapljeni otpad na koji je masovno tržište pripremljeno da odgovori. Jedna od posljedica je fenomen poznat kao 'scenska autentičnost', u kojem se kulturna tradicija, jednom slavljena zbog nje same i zbog vjerovanja u njezinu intrinzičnu vrijednost, pretvara u turistički spektakl i tako, podmuklo, u performans.“<sup>24</sup>

Sezonalnost je jedan od glavnih uzroka problema, odnosno jedan od glavnih razloga masovnog turizma u Dubrovniku. Sezona traje sredinom travnja i traje do listopada, dok neki smatraju da počinje ranije i završava kasnije. Sezonalnost također znači da se raspoloživi turistički resursi i sadržaji ne koriste pravilno izvan sezone jer tamo nema previše turista, dok su kapaciteti ljeti pod naprezanjem. Ovaj neprikladan način turizma dodatno opterećuje grad tijekom razdoblja masovnog turizma. Masovni turizam u Dubrovniku može se primijetiti u središtu sezone, a to bi bilo od lipnja do kolovoza kada grad zna biti pretrpan. Znak je ogroman broj gostiju i kada su promet, centar grada i plaže pretrpani. Isto tako, problemi su i ograničeni turistički prostori u centru grada i prometne gužve. Dubrovnik je ranije bio prirodno izolirano mjesto za ograničeni turizam te nije pogodan za masovni turizam. Do Dubrovnika nema željezničke pruge, a putevi za obližnje gradove su uski, kao i ceste i ulice unutar grada. Drugim riječima, grad je lakše dostupan zračnim prometom i brodovima, a ne automobilima. Stoga prekomjerno iskorištavanje ograničenog fizičkog prostora i umjetno korištenje zemljišta može uzrokovati probleme u smislu masovnog turizma kada je previše smještaja i objekata izgrađeno na ograničenim prostorima na stijenama i planinama. Cijeli je grad izgrađen na planinama, stijenama i brdima, u uskim dolinama smještenim uz uvale. Čak je i međunarodna zračna luka

---

<sup>24</sup> McGuigan, J. (2004) Rethinking Cultural Policy, 2002:24; 2004:108, Maidenhead: Open University Press

izgrađena na planini. Ne može se vidjeti puno otvorenog krajolika, a nova otvorena područja nastaju umjetno miniranjem stijena kako bi se izgradile nove male staze, ceste, restorani ili smještaj. Razvoj je tada uglavnom miniranje kamenja radi izgradnje novih smještajnih objekata i malih trgovina umjesto izgradnje boljih kolnika, cesta i autocesta, a veći infrastrukturni naponi su istisnuti. Kao posljedica toga, grad neće dobiti dovoljno kapaciteta da primi sadašnju razinu turističke potražnje od brodova, zrakoplova, automobila i autobusa tijekom razdoblja masovnog turizma. Veliki brodovi za kružna putovanja smatraju se jednim od glavnih uzroka problema za obalna odredišta s problemom masovnog turizma, uključujući Dubrovnik. Do sedam velikih kruzera dnevno dolaze u dubrovačku luku, svaki s tisućama putnika koji se iskrcavaju. Ovaj problem ima dvije strane. Djelomično, putnici s kruzera ostaju u Dubrovniku najviše pet sati i žele u tim satima u žurbi posjetiti Stari grad. S druge strane, u hotelima ima na tisuće čarter turista koji imaju sličnu putnu svrhu. To rezultira problemima, uglavnom prometnim zagušenjima u centru grada i ograničenim turističkim prostorom u Starom gradu. Djelomično troše premalo novca kao turisti u navedenim satima što nanosi više štete nego koristi gradu. Uznemirujuć je podatak da procijenjen broj koji centar Dubrovnika može primiti najviše 7000 ljudi. Međutim, nekih dana broj je dvostruko veći. Grad je okružen zidinama sa samo 3 ulaza i izlaza. To predstavlja kritične probleme sigurnosti i evakuacije. Prema riječima gradskog zastupnika 3.500 ljudi može se sigurno evakuirati u slučaju nužde. U pojedinim danima broj posjetitelja samo s kruzera prelazi 8.000.

#### **4.2. Analiza Valencije kao turističke destinacije pod utjecajem masovnog turizma**

Španjolska je jedna od vodećih zemalja u turizmu i vitalnog je značaja jer ukupan doprinos turizma bruto domaćem proizvodu bio je 158,9 milijardi eura u 2016. godini. Prognoza pokazuje porast BDP-a od 15,0% do 2027. godine. Osim toga, turizam je osigurao 2.652.500 radnih mjesta, što predstavlja 14,5% nacionalnog zapošljavanja. Referentnim brojem očekuje se porast od 0,9% na 2.981.000 radnih mjesta do 2027.<sup>25</sup> Valencija je jedna od najtraženijih destinacija u Europi s mediteranskom, autentičnom i bogatom povijesti. Destinacija ima 300 sunčanih dana godišnje i prosječnu temperaturu od 17 stupnjeva. Valencija je treći po veličini grad u Španjolskoj koja nudi mnoga i raznolika turistička iskustva svojim posjetiteljima svake godine. Razlog dolaska turista u Valenciju je povijest i tradicija koja se može naći u starom gradu Valencije. Drugi razlog je moderni i napredni novi razvoj koji su obilježili veći dio grada. Valencija je sastavni dio Španjolske, ali i dalje zadržava svoj jedinstveni i osebujni karakter.

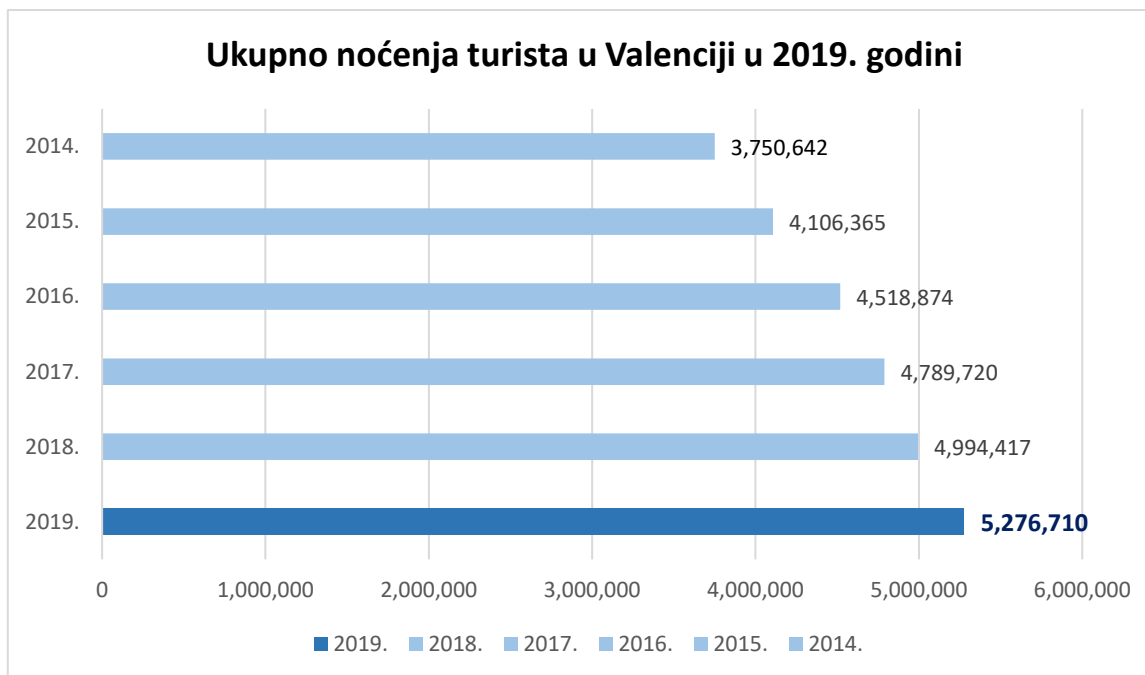
---

<sup>25</sup> World Travel & Tourism Council, 2017 [online]. Dostupno na: <https://wttc.org/>, [12.1.2022.]

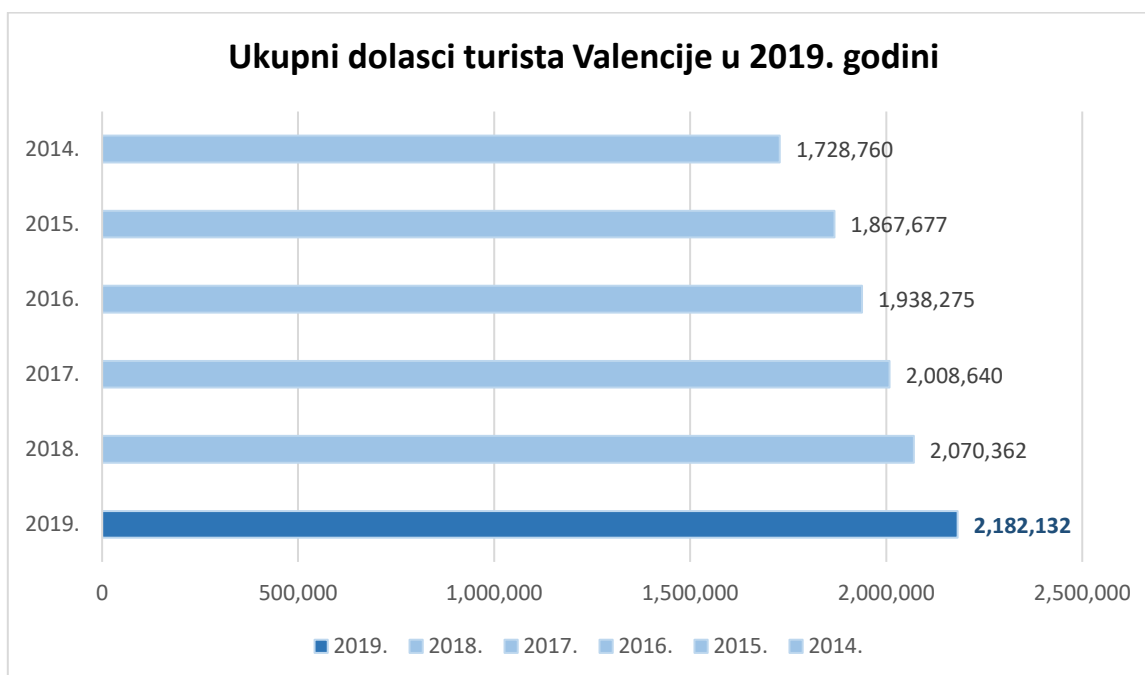
Nekada se smatrao jednim od najsiromašnijih gradova u Španjolskoj, ali je posljednjih godina obilježio veliki rast i razvoj. Probleme koje je imala Valencija je recesija koja je trajala 80-ih i 90-ih godina. Godine 1988. problemi u prilagođavanju turističke ponude promjenama međunarodne turističke potražnje, kao što su promjene u preferencijama putovanja, zapanjujući odmor, složenije i raznolikije motivacije za putovanja te sve veća konkurencija iz egzotičnijih turističkih područja stvorili su klimu neizvjesnosti. U roku od godinu dana općepriзнata je turistička kriza i na nacionalnoj i na lokalnoj razini. Došlo je do značajnog smanjenja noćenja i blagog smanjenja dolazaka posjetitelja zbog čimbenika poput aprecijacije pezete i španjolske inflacijske razlike. Recesija je dovela do propitivanja tradicionalnog modela sunce, plaža i more i ideje da uspješan turizam znači kvantitativni rast potražnje, što je dovelo do prijedloga za diversifikaciju turističke ponude i tržišta. U Španjolskoj je kriza bila široko rasprostranjena i sezona 1990. smatrana je najgorom u desetljeću. Trend uočen u prethodnoj godini je povećan, a broj posjetitelja posebice britanskih nastavio se smanjivati. To se djelomično pripisuje porastu tečaja pezete u odnosu na druge valute, inflaciji i gospodarskoj recesiji u važnim zemljama koje stvaraju turiste, poput Velike Britanije. Situacija se popravila 1991. godine, a egzogeni čimbenici, poput smanjene popularnosti drugih destinacija poput Grčke i Turske, povezani su s povećanjem broja dolazaka i noćenja u hotelima. 1992. i 1993. godine slika turizma u Španjolskoj se poboljša, manje Španjolaca putovalo je u inozemstvo, a povoljan tečaj nakon devalvacije pezete učinio je Španjolsku konkurentnijom kao zemlja.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Vera-Rebollo, José Fernando, Josep Ivars-Baidal, and Marco Antonio Celdrán Bernabéu. „Evolución y metabolismo de un lugar transformado por el turismo de masas. Una interpretación del modelo turístico de Torrevieja desde la teoría de la dependencia de la trayectoria (Path Dependence).“ (2016).



**Graf 4:** Ukupno ostvarenih noćenja turista u Valenciji, 2019. godina



**Graf 5:** Ukupni dolasci turista Valencije u 2019. godini

Izvor: Visit Valencia, Tourism Statistics 2019 [online], dostupno na: <https://fundacion.visitvalencia.com/sites/default/files/media/downloadable-file/files/folleto-estadisticas-2019%20%281%29.pdf>, [12.1.2022.]

U 2019. godini turizam je ponovno odigrao ključnu ulogu u strategiji gospodarskog razvoja i promocije Valencije. Na grafu 4 može se zaključiti da prema podacima Nacionalnog instituta

za statistiku, broj noćenja u gradu prvi je put premašio 5 milijuna godišnje, uz stopu rasta od 5,7%. Povećanje je ponovno podržano međunarodnim noćenjima koja su porasla za 8,7%, a prednjače Italija, Nizozemska, Ujedinjeno Kraljevstvo, Njemačka, Francuska i SAD. Ukupno je na međunarodnom tržištu ostvareno 3.556.243 noćenja, a na domaćem tržištu 1.720.467 noćenja. Sa svoje strane, broj putnika je također povećan za 5,4%, s 1.259.228 stranih posjetitelja i 922.904 domaćih posjetitelja. Isto tako, poboljšana je i profitabilnost turističke djelatnosti, s prosječnom stopom popunjenosti od 77%, što je tri boda u odnosu na prethodnu godinu. Prihod po raspoloživoj sobi i prosječna cijena iznosili su 67,7 eura (+12%) i 86,5 eura (+7,4%), respektivno; a prosječan boravak je bio 2,42 noći. U zračnoj luci, ukupan broj dolazaka porastao je za 9,9% (4.268.754), prema AENA (Španjolska uprava za zračne luke i zračnu navigaciju). Zabilježen je porast u oba međunarodna dolaska, s 3.149.708 (+10,6%); i domaćih dolazaka s 1.119.046 (+7,9%). Konačno, u luci su ostvarena 203 zaustavljanja, uz povećanje od 5,7%, te 435.616 putnika, 4,3% više nego prošle godine.<sup>27</sup>

Angažman Valencije s globalizacijom i europskim integracijama odvijao se usred složene regionalne politike, obilježene žustrim raspravama o kulturnim razlikama, političkoj autonomiji i službenoj dvojezičnosti (kastilski španjolski i valenciano/katalonski). Kombinacija jedinstvenih urbanističkih i arhitektonskih projekata i održavanja velikih događanja opravdana je njihovom navodnom ogromnom sposobnošću privlačenja turista i stvaranja potrošnje u gradu zbog povećane atraktivnosti i vidljivosti kako na domaćem tako i na međunarodnom tržištu. Koncepti kao što su revitalizacija, rast i obnova bili su dio razmatranja kojima je cilj Valencije učiniti međunarodnim i spektakularnim gradom. Turistički utjecaj ove strategije može se vidjeti u imidžu grada kao turističkog središta, povećanju posjetitelja, pa čak i u pojavi specifičnih oblika turizma poput nautičkog. Tradicionalno, grad Valenciju su promovirale institucije kroz svoje tradicionalne festivale i povijesno nasljeđe. Međutim, u posljednjih deset godina politika imidža općinske vlasti oslanjala se gotovo isključivo na Grad umjetnosti i znanosti kao najveće dostignuće ultramodernosti, kreativnosti, inovativnosti i avangarde Valencije. Njezin se horizont koristio kao neosporna ikona novog vremena. Ovaj novi pristup doveo je do zanemarivanja lokalnih obilježja i potrošio njihov kulturni potencijal, zasjenivši bilo koji drugi kulturni događaj. To je rezultiralo određenom nepovezanošću s kulturnim praksama mnogih stanovnika koji se ne identificiraju s tim projektima ili ih povezuju s negativnim konotacijama

---

<sup>27</sup> Visit Valencia, Tourism Statistics 2019 [online]. Dostupno na: <https://fundacion.visitvalencia.com/sites/default/files/media/downloadable-file/files/folleto-estadisticas-2019%20%281%29.pdf>, [12.1.2022.]

korupcije. Stanovnici ovaj novi imidž smatraju “nepovezan za Valencijsku autentičnost”, što znači da gradu još uvijek nedostaje istinski i prihvaćeni brend koji odražava njegov identitet. Rast dolazaka turista i noćenja je impresivan unatoč recesiji, ograničeni smještajni kapaciteti na početku procvata i konkurencija drugih, atraktivnijih obližnjih destinacija, poput Barcelone. Tu promjenu potaknula je ne samo transformacija imidža grada nego i poboljšane veze (jeftini letovi Ryanaira i veza brzih vlakova s Madridom) i Erasmus turizam, sajmovi, konferencije i kongresi, itd. Tijekom posljednjih 20 godina, grad je promijenio svoj turistički model. Istaknut je kao visoko preporučeno odredište na brojnim turističkim web stranicama, a osim glavnih gradova, jedan je od deset gradova koje morate posjetiti zbog svojih festivala i kulturnih aktivnosti kao destinacija u nastajanju u Europi. Broj turista se dramatično povećao do 2019. i posjetitelji iz inozemstva su sve veći dio ukupnog broja. U Valenciji može se izraziti visoka sezonalnost u ljetnim mjesecima. Kroz ovaj proces grad se otvarao novim segmentima potražnje kao što je kruzerski turizam. Ova vrsta turizma pojavila se u gradu zahvaljujući poboljšanju položaja na međunarodnim tržištima vezano uz novi imidž koji se projicira, ali i zahvaljujući podršci javnog pokreta (Fondacija za turizam Valencije i lučka uprava Valencije) koja je poboljšala infrastrukturu luke koristeći prednosti vanjskih čimbenika kao što su gužve u prometu u drugim europskim mediteranskim lukama, uključujući Barcelonu, Palma de Mallorcu i Livorno. Tablica 2 prikazuje broj putnika na kružnim putovanjima koji se trostruko povećao tijekom posljednjih 13 godina, a njihova prisutnost u gradu postala je mnogo vidljivija.

**Tablica 2:** Evolucija kruzerskog turizma u gradu Valenciji

	<b>2005.</b>	<b>2006.</b>	<b>2007.</b>	<b>2008.</b>	<b>2009.</b>	<b>2015.</b>	<b>2018.</b>
<b>Kruzeri</b>	110	80	155	164	143	174	194
<b>Putnici</b>	106.724	86.774	179.209	199.335	184.909	371.374	421.518
<b>Prosječan broj putnika</b>	970	1.085	1.156	1.215	1.293	2.134	2.173

Izvor: Lučka uprava Valencije [online], dostupno na: <https://www.valenciaport.com/en/>, [12.1.2022.]

Ljudsko i prirodno djelovanje doprinijelo je uništavanju valencijskih plaža. Uništavanje uključuje opskrbu riječnim sedimentom, nizak raspon plime, prevlast valova niske energije, oskudica velikih oluja, uzdužni priobalni drift i ljudsko djelovanje. Postoji značajna prevalencija pješčanih plaža. Ipak, i na sjevernom dijelu Valencijskog zaljeva i u strukturnom segmentu, između Sant Antoni i grada Alicantea, prevladavaju pješčane i šljunčane plaže. Većina plaža u Valenciji doživjela je značajne morfološke promjene tijekom posljednjih



desetljeća zbog ljudskih intervencija - dobrovoljnih ili nevoljnih - u obalni sustav. Implementacija umjetnih barijera za longitudinalni transport (luke, molovi, prepone, itd.) uzrokovala je uzlazne sedimentne akumulacije i nizbrdo ubrzala eroziju plaža, kao i obično. Urbana okupacija (osobito izgradnjom šetnica, obično na vrhu dina) uništila je nesigurnu transverzalnu ravnotežu plaža. S druge strane, umjetna hrana za pijesak promijenila je izvornu teksturu mnogih segmenata plaže i točno izmijenila prethodnu morfologiju krajolika. Osim toga, značajno smanjenje opskrbe novim riječnim sedimentom u obalnom sustavu, također ljudskim djelovanjem, dovelo je do promjene paradigme na obalama Valencije prema manjkavoj sedimentnoj ekonomiji koja ugrožava njegovu buduću održivost.<sup>28</sup>

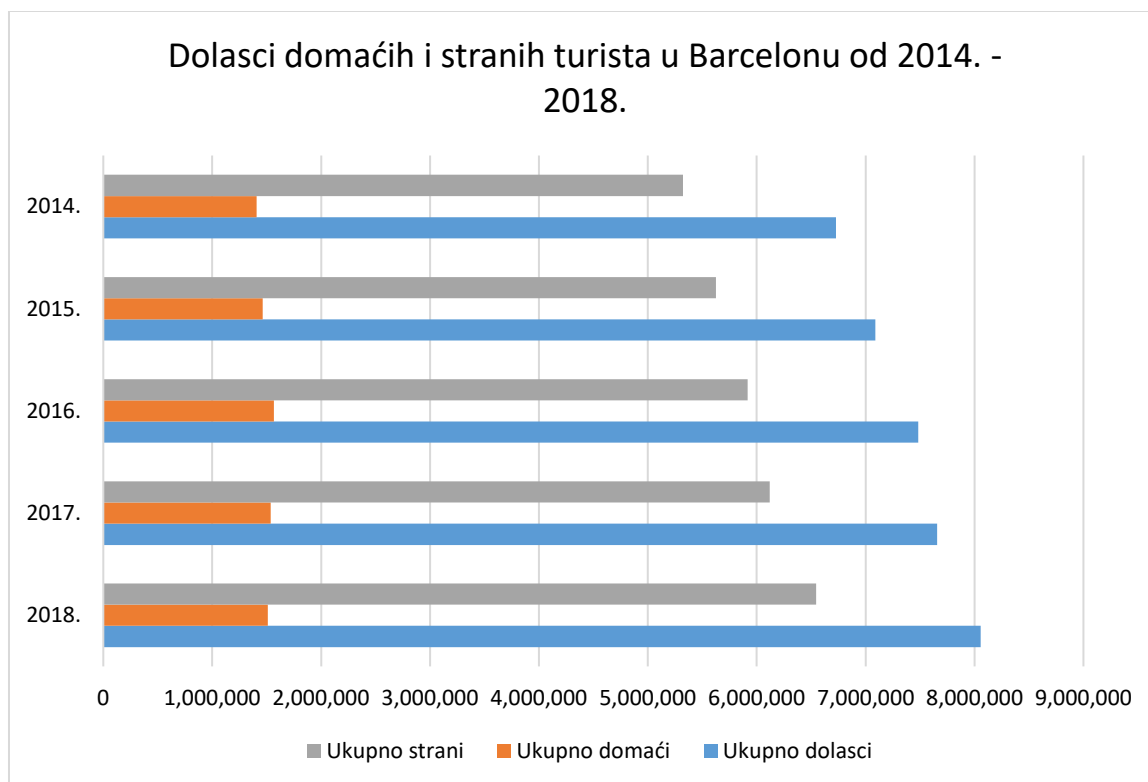
### **4.3. Analiza Barcelone kao turističke destinacije pod utjecajem masovnog turizma**

Barcelona je glavni grad autonomne zajednice Katalonije u Španjolskoj i glavno trgovačko i industrijsko središte u Španjolskoj, jedna od najvećih luka i najveći grad na Sredozemnom moru. Smještena je u maloj obalnoj nizini nedaleko od francuske granice u podnožju planine Collserola. Grad ima bogatu kulturnu baštinu i danas je važno kulturno središte i glavno turističko odredište. Barcelona je najposjećeniji grad u Španjolskoj i na prvom je mjestu u Španjolskoj po ukupnom broju noćenja, a slijede Madrid, Alicante, Malaga i Girona. Jedna je od gradova koji se po površini čini savršeni: nalazi se na rubu Mediterana, ima prekrasnu klimu, dovoljno je velika da ima dosta događanja, a njene avenije ispunjene su veličanstvenom arhitekturom. U Barceloni ima ukupno 1,6 milijuna stanovnika, mnogi više biraju grad kao destinaciju za odmor, zapravo puno više – gotovo 32 milijuna svake godine. Posebno poznata područja od interesa su arhitektonska djela Antonija Gaudija i Lluísa Domènecha I Montanera, koja su proglašena UNESCO-ovom svjetskom baštinom. Grad je također poznat po domaćinstvu Ljetnih olimpijskih igara 1992., kao i svjetskim konferencijama, izložbama i mnogim međunarodnim sportskim turnirima. Jedan je od vodećih svjetskih turističkih, gospodarskih, sajmova i kulturnih centara, a njegov utjecaj u trgovini, obrazovanju, zabavi, medijima, modi, znanosti i umjetnosti doprinosi njegovom statusu jednog od najvećih svjetskih gradova. Barcelona se ponovno pozicionirala u 2019. kao prva nacionalna destinacija po broju noćenja, dosegnuvši 21,4 milijuna, a druga, odmah iza Madrida, po broju putnika s 8,5 milijuna. Prosječan boravak u destinaciji rezultira od 2,5 dana. Noćenja u gradu porasla su za +5,4% u odnosu na 2018. Potražnja je snažno potaknuta međunarodnim noćenjima koja su porasla za

---

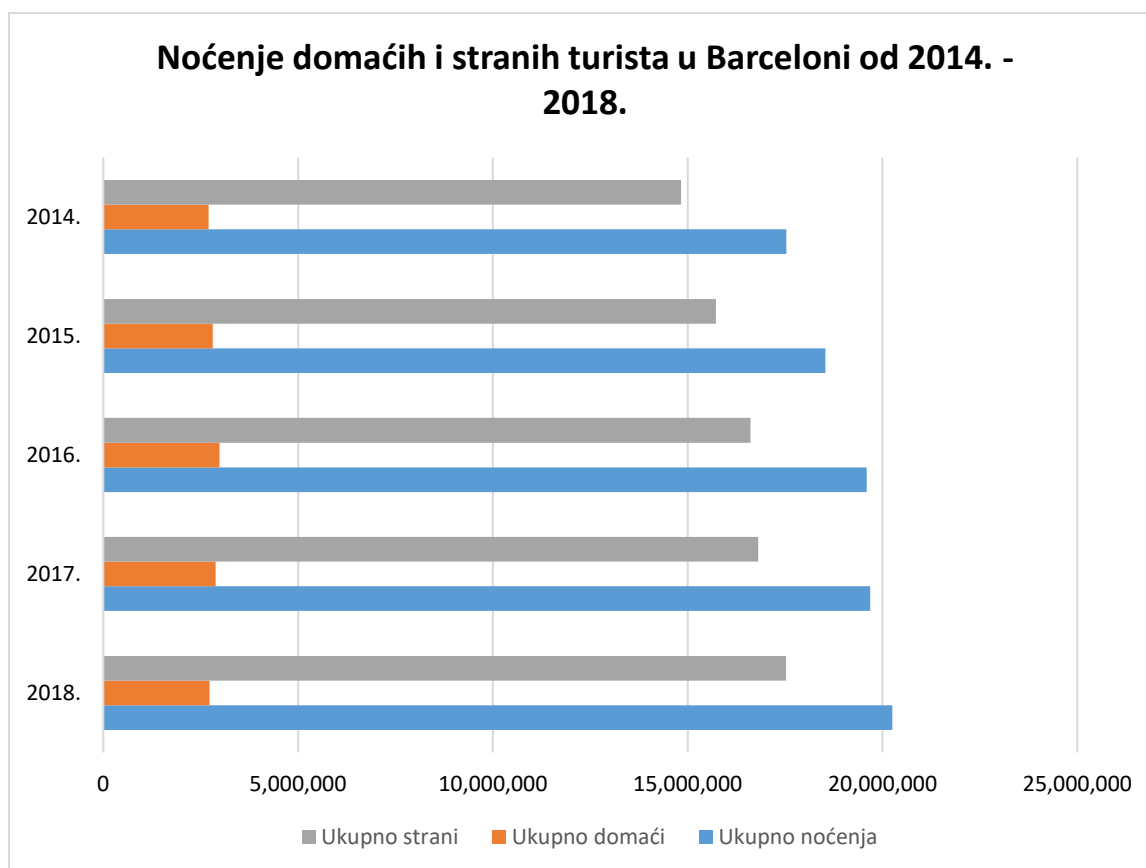
<sup>28</sup> Pardo-Pascual J.E., Sanjaume E. (2019) Beaches in Valencian Coast. In: Morales J. (eds) The Spanish Coastal Systems. Springer, Cham [online]. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-93169-2\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-319-93169-2_10), [12.1.2022.]

+7,5% u 2019., učvrstivši Barcelonu kao međunarodno odredište gdje 88,1% ukupno je noćenja odgovaralo stranim putnicima. Naprotiv, nacionalna potražnja smanjena je za nekih -5,9%, što predstavlja samo 11,9% boravaka. Iako je grad imao dobru godinu u turizmu, Barcelona u 2019. gubi privlačnost kao destinacija poslovnog turizma, zaostaje za nekim pozicijama na glavnim ljestvicama najpopularnijih destinacija za održavanje ovakve vrste događanja.<sup>29</sup>



**Graf 6:** Dolasci domaćih i stranih turista u Barcelonu 2014. - 2018.

<sup>29</sup> Colliers International, 5 Keys Madrid vs Barcelona, str. 5, June 2020 [online], dostupno na: <file:///C:/Users/Jelena/Downloads/5%20keys%20Madrid%20vs%20Barcelona.pdf>, [14.1.2022.]



**Graf 7:** Noćenje domaćih i stranih turista u Barceloni od 2014. - 2018.

Razvoj turizma od 2013. do 2018. godine nastavak je dugoročnog razvoja nakon Olimpijskih igara 1992. godine. Održavanje Olimpijskih igara u Barceloni bila je popularna u cijelom svijetu i danas potiče značajan porast broja turista. Dvadeset godina nakon Olimpijskih igara, počevši od 1993. do 2012. broj stranih turista porastao je s 1,5 milijuna na 5,8 milijuna. U istom razdoblju, broj turista koji su posjetili Barcelonu krucerima porastao je sa 152.082 na 2,5 milijuna, čime je Barcelona četvrta najveća luka za krstarenje na svijetu nakon Miamijs, Port Canaverala i Evergladesa. Prema podacima Španjolskog instituta za statistiku (špa. Instituto Nacional de Estadística), pozitivni trendovi u turizmu nastavili su se i u prvoj polovici 2019. godine. Barcelonu je u prvih šest mjeseci 2018. godine posjetilo 3.880.398 osoba, dok ju je u istom vremenskom razdoblju 2019. godine posjetilo 4.148.857 osoba, što je porast od 6,91%. Broj ostvarenih noćenja u prvoj polovici 2018. iznosio je 9.570.188, dok je u prvoj polovici 2019. ostvareno 10.315.501 noćenja, što je porast od 7,78%.<sup>30</sup>

<sup>30</sup> Instituto Nacional de Estadística, Travellers and overnight stays by tourist sites 2018/19 [online], dostupno na: <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2078>, [14.1.2022.]

Danas je Barcelona omiljeni grad u Španjolskoj, a grad se tek pojavio na turističkoj karti tek kada je Barcelona bila domaćin Olimpijskih igara 1992. godine. Bitan element Barcelone je njena privlačnost, s obzirom na njen položaj, klimu, gastronomiju i kulturu. No, druge su aspekte mnogo više osmislile lokalne vlasti i turistička zajednica, koje su uporno tražile još više turista unatoč očitom nedostatku kapaciteta grada. Barcelona ima najveću luku na Mediteranu, što je čini glavnim mjestom za velike brodove za krstarenje. Godine 1990. u Barcelonu je stiglo samo 115.000 putnika s kruzera. Do 2017. ta brojka iznosila je 2,7 milijuna, stigavši na jedan od devet terminala za krstarenje. Grad je bio matična luka za Allure of the Seas 2015. godine, u to vrijeme najvećeg broda za krstarenje na svijetu s maksimalnim kapacitetom od nešto manje od 6.500 putnika. A 2019. godine Barcelona je zaslužila neželjenu titulu najzagađenije luke u Europi. Problem masovnog turizma u Barceloni je što svi stižu odjednom. Velik je broj jednodnevnih izletnika koji su na krstarenju te provode samo nekoliko sati u destinaciji i imaju ograničen radijus gdje se kreću. Izvan glavnih turističkih kafića i štandova sa suvenirima troši se malo novca, a gužva je neugodna kako za lokalne stanovnike, tako i ta ostale turiste. U slučaju posjetitelja s kruzera, mnogi će rezervirati organizirane izlete preko kruzera, što u gradu ostavlja još manje novaca.

Čak i oni koji rezerviraju smještaj ovdje provode u prosjeku samo dvije noći, što dopušta malo mogućnosti da se osjete Barcelonu dalje od ovih istih žarišta, i nemaju priliku zagrebat i ispod površine. Tome je pridonijela i činjenica da je Barcelona po broju stanovnika jedan od najnaseljenijih gradova u Europi, s preko 15.800 stanovnika po četvornom kilometru. U 2017. godini prijavljeno je 125.000 legalno registriranih kreveta u hotelima i turističkim apartmanima, te 50.000 ilegalnih kreveta.<sup>31</sup> Velika potražnja za turističkim smještajem, zajedno s mogućnošću iznajmljivanja soba i apartmana putem stranica kao što je Airbnb, znači da najamnine rastu, a stanovnici se bore kako bi si priuštili smještaj za svakodnevni život. Stoga masovni turizam ne utječe samo na kvalitetu života stanovnika, već i na njihovu sposobnost da žive u tom području. Iako turizam donosi znatne prihode gradu, koji trenutno čini oko 12% gospodarstva Barcelone, loša preraspodjela stvorenog bogatstva i loša kvaliteta radnih mjesta velik su problem grada.<sup>32</sup> Jedan od razloga zašto je prekomjerni turizam u Barceloni postao poznat javnosti je lokalni odaziv. Katalonci nisu poznati po svom foteljaškom aktivizmu, izašli

---

<sup>31</sup> Barcelona and Palma ranked worst in Europe for cruise ship pollution – The Local [online], dostupno na: <https://www.thelocal.es/20190606/barcelona-and-palma-ranked-worst-in-europe-for-cruise-ship-pollution>, [14.1.2022.]

<sup>32</sup> Managing Tourism in Barcelona – Harold Goodwin [online], dostupno na: <http://haroldgoodwin.info/RTPWP/01%20Managing%20Tourism%20in%20Barcelona.pdf>, [14.1.2022.]

su na ulice i pokazali svijetu kako se osjećaju. Stoga su organizirani marševi i skupovi puni plakata, a najpoznatiji je natpis: „Turisti idite kući!“, lokalni stanovnici smatraju da ovo nije turizam već invazija te turiste zovu pogrdnim i uznemirujućim nazivima poput teroristi. Izbijanje skandala sve su češći pa su primjerice u srpnju 2017. godine maskirani prosvjednici napali turistički autobus, razrezali gume i vikali da turizam ubija susjedstva. Za većinu prosvjednika to je bitka s vlastima, s poduzećima, pa čak i sa samim kapitalizmom. Ono čemu prigovaraju je nedostatak regulacije i poticaji koji su omogućili da njihov grad postane sve nesposobniji za život. Barcelonaci s prekomjernim turizmom žive dugi niz godina, od 2009. godine stanovnici barcelonske četvrti Starog grada poslali pritužbu na kojima su prikazani turisti neprimjerenog sadržaja. Vlasti su počele razvijati strategije za upravljanje održivim turizmom, zabrinute kako bi negativni stavovi mogli utjecati na posjetitelje grada i njegov imidž u inozemstvu. Neke turističke destinacije koje su pod velikim utjecajem prekomjernog turizma poduzele su drastične mjere za suzbijanje prekomjernog turizma, od odvajanja turista i stanovnika do strogog kontroliranja broja posjetitelja. Međutim, Barcelona cilja na smještaj. Lokalna uprava trenutno ne izdaje nove dozvole za turistički smještaj, a uvedeni su i novi propisi kako bi se smanjio broj kratkoročnih privatnih iznajmljivanja, što bi učinkovito spriječilo da ih turisti koriste.<sup>33</sup> Vlada je za početak provela samo oskudne mjere za kontrolu brojki u najgorim žarištima. Primjerice, ulazak u parkove u bilo kojem trenutku dopušteno je s ograničenjem od 400 turista, dok stanovnici mogu ući bilo kada bez ograničenja. Gradsko vijeće Barcelone pokrenuo je Strateški plan za turizam 2020., koji prepoznaje ovisnost grada o turizmu, ali priznaje da se mora odmaknuti od stalne promocije i povećanja broja, te se više usredotočiti na upravljanje kako bi se osigurao održivi turizam. Postoje novi narativi o marketingu destinacije, osmišljeni kako bi se smanjio pritisak u najpopularnijim dijelovima grada, osigurala veća kvaliteta radnih mjesta u turizmu, suzbili ilegalni smještaj i pooštrili utjecaj na okoliš i probleme mobilnosti uzrokovane kruzerima. Vlasti u međuvremenu prijete smanjenjem broja putnika na kruzerima i ograničavanjem širenja gradske zračne luke.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Tourism crisis: Barcelona to limit the number of visitors – TourismReview [online], dostupno na: <https://www.tourism-review.com/tourism-crisis-in-barcelona-leading-to-a-new-law-news5276>, [14.1.2022.]

<sup>34</sup> Barcelona is threatening to shut down tourists – Forbes [online], dostupno na: <https://www.forbes.com/sites/alexledsom/2019/07/12/barcelona-is-ready-to-shut-out-tourists/#1e85f4a5546d>, [14.1.2022.]

## **5. Kritički osvrt i prijedlozi za održiviji razvoj turizma u promatranim destinacijama**

U prethodnom poglavlju razrađeni su i objašnjeni temeljni učinci masovnog turizma te analiziran njihov utjecaj na primjerima Dubrovnika, Valencije i Barcelone. Ovo poglavlje ima za cilj identificirati specifičnosti održivog turizma u tim destinacijama i predložiti mogućnosti prevladavanja njegovih učinaka. Stoga, ovo poglavlje predviđa buduće izazove održivog turizma u Dubrovniku, Valenciji i Barceloni te opisuje ključnu ulogu dionika u održivom i masovnom turizmu.

### **5.1. Dubrovnik**

Dubrovnik je grad svjetske baštine pod zaštitom UNESCO-a i poznat je kao biser Jadranskog mora, njegovo povijesno središte grada okruženo je originalnim srednjovjekovnim kamenim zidinama. Pritisak s kojim se susreće Dubrovnik dovodi do razmišljanja kako stati na kraj zagađenju i prenapučenosti turista u destinaciji. Prijedlog koji bi trebao biti prihvaćen je maksimalno zaštititi kulturnu baštinu uvođenjem različitih mjera koje bi bile prihvatljive i za lokalno stanovništvo i turiste, poput mjere reguliranja i ograničenja broja turista u određenom prostoru. Cilj je više upravljati rastućim turizmom u Dubrovniku uz odgovoran i održiv pristup. Stoga potreban je održivi razvoj turizma, održivo korištenje resursa i održivi razvoj ljudi. Za takvo što, potrebno je uvesti određene mjere poput izgradnje kapaciteta za privatno – javna partnerstva, poticanje međusobne komunikacije, koordinacije i suradnja među dionicima. Potreban je razvoj inovativnih rješenja kroz optimizaciju, distribuciju i diverzifikaciju. Tako bi se dionici mogli predstaviti i zajedno raditi u uvažavanju i usklađivanju ideja, perspektiva potreba i interesa dionika. U konačnici, neuspjesi turističkog sustava ne leže nužno u njegovim elementima tj. turistima, prijevoznicima, pružateljima smještaja, već u upravljanju interakcijama između njih. Tko je odgovoran za upravljanje nosivim kapacitetom Dubrovnika? Je li to samo pitanje priljeva turizma ili je riječ o sezonalnosti, logistici i kontroli gužve u znamenitostima kulturne baštine? Jesu li turisti odgovorni za povećanje prihoda od turizma i socio-ekonomsku podjelu u lokalnim društvima? Što su udruge turističkog sektora poduzele za rješavanje antiturističkih skupova? Koliko god su pitanja provokativna, ona se bave ključnim izazovima s kojima se suočava razvoj turizma i održivi razvoj sektora. Proširenje programa edukacije stanovništva u turizmu, osim ugostiteljske i strukovne obuke, dodatno bi pridonijelo njihovoj profesionalizaciji, ne samo na razini usluga, već i za njihovo upravljanje koje postaju vitalne za održiv i društveno odgovoran razvoj. Promicanje raspršivanja posjetitelja unutar

grada i šire - pruža doprinos susjednim atrakcijama Dubrovnika i na takav način izbjegava se gužva. Uvođenjem i razvojem različitih kongresa gdje je vrhunac sezone od listopada do svibnja potiče se na turizam izvan sezone. Potrebno je potaknuti nove rute i atrakcije gdje bi turisti posjetili dubrovačko ruralno područje kao što je lokalna seoska kuća i vinarije u razdoblju od lipnja do rujna. Pregledom i prilagodbom regulative u Dubrovniku može se poboljšati raspored dolazaka kruzera, ograničavanje jednodnevnih posjetitelja s kruzera u grad, dobra koordinacija dolazaka i odlazaka autobusa i taksija, provođenje nove prometne regulacije, izbjegavanje problema prometnih gužvi i problema s parkiranjem oko povijesne jezgre, postavljanje kamera i strojeva za brojanje i reguliranje ulaza u povijesnu jezgru i izbjegavanje gužve u povijesnoj jezgri. Za poboljšanje gradske infrastrukture i sadržaja potrebno je proširiti pješačke staze i povećati sigurnost stanovnika i turista. Postavljanjem mjera praćenja izbjegava se uništavanje kulturne baštine, prati se broj posjetitelja na mjestima kulturne baštine i prevelik broj posjetitelja na različitim atrakcijama.

## **5.2. Valencija**

Turizam je apsolutno strateška aktivnost za Valenciju koja se mora prilagoditi novoj stvarnosti nametnutoj digitalnom revolucijom, geopolitičkim promjenama u okruženju i novim zahtjevima turista, koji ne traže samo kvalitetu i jedinstvenost, već sve više traže poštovanja i turistička iskustva. Iako nema izražen masovni turizam kao Dubrovnik i Barcelona, Valencija ima problem sa zagađenošću plaže koja je utjecaj prirodnog i ljudskog djelovanja. U razvoju turizma, gradske vlasti trebale bi potaknuti tvrtke pomažući im da se integriraju u lokalno gospodarstvo i društveno tkivo te da budu konkurentniji. Valencija je bogata prirodnim i kulturnim baštinama te materijalnim i nematerijalnim vrijednostima koje je nužno zaštititi. Potrebno je promicati i pružiti ljudima dostojanstven rad i otvaranje kanala kako bi svi, uključujući i skupine u nepovoljnom položaju, imali realnu opciju za gospodarski i društveni napredak u turizmu, uz učinkovite i transparentne uvjete. Osim promicanja, stvaranje poduzeća i turističkih proizvoda, Valencija mora poticati i podržavati stvaranje lokalnih lanaca vrijednosti, posebno u ruralnim područjima, te uspostaviti čvrste veze između turizma i poljoprivrede ili tradicionalnih djelatnosti. Vjerojatno najveća prijetnja baštini je nedostatak svijesti. S jedne strane, sami stanovnici moraju biti svjesni vrijednosti svoje baštine, jačati društvene veze i osjećaj vlasništva, pripadnosti i lokalnog ponosa. Posjetiteljima i turistima je potrebna informacija i interpretacija koja im pomaže, ne samo razumjeti destinaciju, već im pomaže i da je cijene, a taj lokalni identitet mora biti prisutan u svakoj turističkoj ponudi

(ruralnoj, kulturnoj, prirodnoj itd.) koju destinacija stavlja na tržište. Potrebno je organizirati aktivnosti u suradnji s gradskim vlastima za uključivanje stanovništva i posjetitelja u održavanje i čišćenje javnih površina, plaža, parkova itd. Dva su prirodna resursa ključna za dugoročnu gospodarsku i ekološku održivost: obalni prostor i pijesak na plaži. Aktivisti za zaštitu okoliša protive se i intenzivnim i ekstenzivnim (masovnim) turističkim modelima, kao i projektima stvaranja plaže morskim pijeskom, dok sektor nekretnina i građevina uz obalu bilježi najbrži rast u povijesti. Ovo je jasna slika neodrživog razvoja jer su dva ključna prirodna resursa ograničena: obalni prostor i pijesak na plaži. Dugoročno, drugi prirodni resursi, poput slatke vode, također mogu ometati gospodarski rast, međutim, kratkoročno je bitno ograničiti urbani razvoj i uspostaviti razumnu strategiju za preokretanje generaliziranih procesa erozije koji utječu na obalu Valencije. Turistički proizvod - "sunce i plaža", najvažniji je proizvod za gospodarstvo Valencije, temelji se na krhkom prirodnom resursu - plažama. U razvoju obalnih područja Valencije zahvatili su se ozbiljni problemi poput gubitka pijeska iz erodiranih područja. Budući da su plaže kritični čimbenik u produktivnosti turističkog sektora u mnogim obalnim područjima, ovi procesi erozije stvaraju značajnu kratkoročnu gospodarsku štetu i ugrožavaju stabilnost okoliša i buduću gospodarsku vrijednost obalnog područja. Aktualni procesi erozije zahvaćaju ne samo određene točke duž obale, već i šira područja u blizini obale gdje je smanjena potencijalna turistička privlačnost. Obnova fluvijalnog grubog zanošenja sedimenta ključna je za rješavanje generaliziranog problema erozije. Nakon obnavljanja plaže, u lukama uz obalu treba postaviti pješčane obilaznice. Za održivi razvoj, urbani rast mora biti uvelike ograničen na mnogo nižu stopu i moraju se uspostaviti daleko stroži mehanizmi zaštite za preostala netaknuta područja. Nakon navedene obnove potrebno je razviti proizvode koji promiču vrijednosti ribolova i zaštite morskog okoliša promicanjem sporazuma o suradnji između specijaliziranih tvrtki, ekoloških udruga i lokalnih ribara.

### **5.3. Barcelona**

Barcelona je jedna od najdinamičnijih gradova na svijetu, nalazi se među vodećim europskim gradovima na ljestvici kvalitete života. To je moderan i otvoren grad, koji nudi širok raspon kulturnih i turističkih atrakcija. Kroz analizu prethodnog poglavlja može se zaključiti da je potrebno unaprijediti održivi turizam u skladu s regijom i s pozitivnim učincima lokalne zajednice. Rad na zajedničkoj odgovornosti institucija doprinijet će rastu turističkog gospodarstva i turista u učinkovitom korištenju prirodnih resursa, održavanju kvalitete okoliša i očuvanju materijalne i nematerijalne kulturne baštine. Teško je zamisliti Barcelonu bez turizma, grad ima pozitivne i negativne učinke turizma, neki su učinci smetnja i predstavljaju



neugodnost za lokalnu zajednicu, što otežava razumijevanje i pozitivno sagledavanje na velikom turističkom potražnju. Neugodnosti koje doživljavaju pojedini mještani, a koje stvaraju osjećaj nelagode na kraju stvaraju negativnu sliku o destinaciji i daju povratnu informaciju u određenim raspravama i javnim (i/ili objavljenim) mišljenjima novinara, intelektualaca i stručnjaka koji mogu iznositi svoje mišljenje rezultira konstruiranjem društvene podjele u pogledu za ili protiv turizma. Status Barcelone kao turističkog grada doveo je do niza funkcionalnih i društvenih prilagodbi što je značilo da su u relativno kratkom vremenskom razdoblju njezini stanovnici morali naučiti živjeti s tim. Destinacija mora biti konkurentna i održiva te moraju biti izvedive u vremenu i prostoru stoga je potrebna promijena u lokalnoj vlasti. Kako bi se osigurao uspjeh destinacije, zadržala njezina jedinstvenost, dodana vrijednost cijelom lancu vrijednosti, jamčila i promovirala nova iskustva, te pretvorila turizam u inovativnu djelatnost s dodanom vrijednošću, potrebno je potvrditi obveze održivosti i odgovornosti koje je potpisao grad i najvažnije od svega, prenijeti kroz konkretne prijedloge za djelovanje. Potreban je skup zajedničkog znanja koji bi bilo ključan za informiranje rasprave i osiguranje da se rasprava temelji na dokazima uz generiranje, dijeljenje, širenje i prijenos znanja o turističkim aktivnostima u destinaciji, kako bi podržali proces donošenja odluka, ispitali strateška pitanja i obogatili javnu raspravu. U raspravi potrebno je prikupiti što više prijedloga u promijeni: potpunosti smještaja, sezonalnosti, dolascima zračnih prijevoznika, količini dostupnosti smještaja, mišljenju stanovnika po četvrtima, trendovima maloprodajnih cijena i plaća u sektoru (cijene raste brže od plaća), te radnim uvjetima (sezonalna zapošljavanja). Kako bi se dugoročno osiguralo odgovorno upravljanje turizmom potrebno je zaštititi potrebe stanovnika i uključiti stanovnike i lokalne investitore u kreiranje turističke politike, akcijske planove i preraspodjlu koristi. Za zrele turističke destinacije poput Barcelone, kako bi se osiguralo da će ostati atraktivno odredište među svom konkurencijom, mora se plasirati na nove načine. Trebala bi ponuditi personalizirana, jedinstvena i nezaboravna iskustva na temelju svojih autentičnih resursa. Uključivanje lokalnog stanovništva u aktivnosti za turiste ne samo da će poboljšati osjećaj autentičnosti, već će mještanima dati i mogućnost većeg sudjelovanja, što će poboljšati njihovu potporu razvoju turizma. Isto tako problemi s krstarenjem, najveće tvrtke moraju preispitati trenutni pristup o održivosti ako žele sačuvati i idealno poboljšati svoju poziciju na vrlo konkurentnom tržištu. Budući da održivost unutar industrije krstarenja i obveza prvenstveno su vođene komercijalnim imperativima gdje nastoje poboljšati svoju učinkovitost u širokom rasponu ekonomskih, društvenih i ekoloških pitanja, a ne održati održivost i integritet prirodnih ekosustava i smanjiti zahtjeve za ograničenim prirodnim resursima. Glavni poslovni

modeli industrije krstarenja usmjereni su na kontinuirani rast i potrošnju, što implicira slab pristup održivosti.

## 6. Zaključak

Turistički utjecaji su brojni i složeni uključuju ekonomske, socio-kulturne i ekološke komponente i vidljivi su u svim turističkim destinacijama. Ti su utjecaji još očitiji na UNESCO-ovim zaštićenim mjestima. Pregledom literature može se zaključiti da postoji niz znanstvenih istraživanja uočenih pozitivnim i negativnim utjecajem masovnog turizma. Na masovnim turističkim destinacijama turizam može postati više, ali nikad potpuno održiv. Može doći do poboljšanja, ali je nemoguće istovremeno postići ekonomsku, društvenu i ekološku održivost. Ako se želi razvijati koncept održivog masovnog turizma, potrebno je razdvojiti sve dijelove. Razdvajanje tri dijela također bi omogućilo detaljniju analizu svakog dijela. Usredotočujući se samo na održivost okoliša, to bi pitanje postalo mnogo više naglašeno nego općenito o održivom i masovnom turizmu. Gotovo svaki oblik turizma može se, i često se naziva, održivim. S tim temeljnim pitanjem povezano je i pitanje kako bi se održivost mogla pratiti i mjeriti ako i kada se uspostavi i prihvati zadovoljavajuća definicija održivog turizma.

Gospodarstvo Dubrovnika, Valencije i Barcelone temelji se na turizmu, a gradovi se sve više pokušavaju prilagoditi potrebama turista. Često razvoj infrastrukture i kapaciteti grada nisu u mogućnosti pratiti užurbani način razvoja turističke sezone te se narušava kvaliteta života i do izražaja dolazi nezadovoljstvo lokalnog stanovništva.

Marginalizirana su istraživanja stavova lokalnog stanovništva u naseljenim mjestima pod zaštitom UNESCO-a. Održivost više nije opcija već apsolutna predanost. Kvaliteta turističkih iskustava ovisi o jamčenju dobrobiti ljudi koji žive u gradu, osiguravanju ravnoteže između turističkog grada i mnogih drugih načina njegovog doživljaja.

U ovom radu, pitanje masovnog turizma i rezultirajućih "antituričkih" osjećaja, kritički su ispitani i raspravljani sa svrhom postavljanja okvira za konstruktivniju raspravu i učinkovite mjere. Niti jedna od ovdje iznesenih teza nije dovoljna za rasvjetljavanje cijelog spektra vanjskih učinaka turizma. Pojam masovnog turizma uključuje niz razvojnih eksternih učinaka povezanih s turizmom i stoga je složena i višestruka tema koja nije ni nova ni nedovoljno istražena. Previše pojednostavljujući argumente iznesene u ovom radu, masovni turizam se uglavnom odnosi na nedovoljno upravljanje turizmom.

Svaki čovjek može svojim djelovanjem smanjiti negativan utjecaj masovnog turizma i održivosti destinacije, a svi dionici turizma moraju osigurati da se fenomen poput turizma ne iskorištava u negativnom kontekstu nego da bude lider u zaštiti i očuvanju cijele prirode.

## Popis literature

The 2nd International Geography Symposium GEOMED 2010, The effects of mass tourism: A case study from Manavgat (Antalya – Turkey) Ayhan Akis, *Procedia Social and Behavioral Sciences* 19 (2011) 289–296

Maslow, A.H. (1943). "A theory of human motivation". *Psychological Review*. 50 (4): 370–96

John J. Pigram, Salah Wahab, (2005) *Tourism, Development and Growth: The Challenge of Sustainability*, str. 320

The 2nd International Geography Symposium GEOMED 2010, The effects of mass tourism: A case study from Manavgat (Antalya – Turkey) Ayhan Akis, *Procedia Social and Behavioral Sciences* 19 (2011) 289–296

Ljubičić, Davor. "Analiza održivog razvoja turističke destinacije." *NAŠE MORE: znanstveni časopis za more i pomorstvo* 63.1 Supplement (2016): 29-35

*Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*, UNEP and UNWTO, 2005, p.11-12

UNWTO, (2005): *Učiniti turizam održivijim: vodič za stvaraoce politika*

Cismaru, Laura. "European tools for managing and monitoring the sustainable development of tourist destinations." *Review of General Management* 21.1 (2015): 101-113

Romao, Joao, et al. "Destination management and sustainable development through the common lens of the Commons." *REGION* 8.1 (2021): 75-95

InTourAct, Institut za razvoj i međunarodne odnose, Lokalni Akcijski Plan za integrirani i održivi turizam – Grad Dubrovnik, Zagreb, lipanj, 2014. godine

Sanjaume, E., and J. E. Pardo-Pascual. "Erosion by Human Impact on the Valencian Coastline (E of Spain)." *Journal of Coastal Research*, Coastal Education & Research Foundation, Inc., 2005, pp. 76–82

ANDERECK, Kathleen L. Environmental consequences of tourism: a review of recent research. In: *Linking tourism, the environment, and sustainability*. Annual meeting of the national recreation and park association. 1995. p. 77-81.

LEE, Jung Wan; SYAH, Ahmad Mujafar. Economic and environmental impacts of mass tourism on regional tourism destinations in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 2018, 5.3: 31-41.

Sustainable development goals, Environmental Impacts of Tourism in Barcelona: Can Circular Economy Make the City Sustainable?, 2020., dostupno: <https://earth5r.org/barcelona-spain-circular-economy/>, [11.1.2022.]

Lopižić, I. (2015): Grad Dubrovnik kao jedinica lokalne samouprave, *Zagrebačka pravna revija*, 4 (3), str. 340,  
dostupno na: [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=235083](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=235083), [11.1.2022.]

Lucianović, L. (2015) Oni su stvarali dubrovačko hotelijerstvo sredinom devetnaestog stoljeća, *Glas Grada*, dostupno na: <https://www.glasgrada.hr/oni-sustvarali-dubrovacko-hotelijerstvo-sredinom-devetnaestog-stoljeca-andro-mitrovic> (11.1.2022.)

Petrić, L. (2007): *Osnove turizma*, Ekonomski fakultet, Split, str. 88

Zračna luka Dubrovnik: Mjesečni promet zračne luke Dubrovnik [online], dostupno na: [https://www.airport-dubrovnik.hr/storage/upload/plans/Godisnje\\_izvjesce\\_2019\\_17336.pdf](https://www.airport-dubrovnik.hr/storage/upload/plans/Godisnje_izvjesce_2019_17336.pdf), [11.1.2022.]

Institut za turizam (2007), *TOMAS Kulturni turizam Zagreb* [online], dostupno na: [http://www.iztg.hr/UserFiles/File/novosti/2009\\_TOMAS\\_Kulturni\\_turizam\\_2008\\_Sazetak\\_i\\_Prezentacija.pdf](http://www.iztg.hr/UserFiles/File/novosti/2009_TOMAS_Kulturni_turizam_2008_Sazetak_i_Prezentacija.pdf), [11.1.2022.]

McGuigan, J. (2004) *Rethinking Cultural Policy*, 2002:24; 2004:108, Maidenhead: Open University Press

World Travel & Tourism Council, 2017. [online], dostupno na: <https://wttc.org/>, [12.1.2022.]

Vera-Rebollo, José Fernando, Josep Ivars-Baidal, and Marco Antonio Celdrán Bernabéu. "Evolución y metabolismo de un lugar transformado por el turismo de masas. Una interpretación del modelo turístico de Torrevieja desde la teoría de la dependencia de la trayectoria (Path Dependence)." (2016).

Visit Valencia, *Tourism Statistics 2019* [online], dostupno na: <https://fundacion.visitvalencia.com/sites/default/files/media/downloadable-file/files/folleto-estadisticas-2019%20%281%29.pdf>, [12.1.2022.]

Pardo-Pascual J.E., Sanjaume E. (2019) Beaches in Valencian Coast. In: Morales J. (eds) The Spanish Coastal Systems. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-93169-2\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-319-93169-2_10), [12.1.2022.]

Colliers International, 5 Keys Madrid vs Barcelona, str. 5 [online], dostupno na: <file:///C:/Users/Jelena/Downloads/5%20keys%20Madrid%20vs%20Barcelona.pdf>, [14.1.2022.]

Instituto Nacional de Estadística, Travellers and overnight stays by tourist sites 2018/19 [online], dostupno na: <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2078>, [14.1.2022.]

Barcelona and Palma ranked worst in Europe for cruise ship pollution – The Local [online], dostupno na: <https://www.thelocal.es/20190606/barcelona-and-palma-ranked-worst-in-europe-for-cruise-ship-pollution>, [14.1.2022.]

Managing Tourism in Barcelona – Harold Goodwin [online], dostupno na: <http://haroldgoodwin.info/RTPWP/01%20Managing%20Tourism%20in%20Barcelona.pdf>, [14.1.2022.]

Tourism crisis: Barcelona to limit the number of visitors – TourismReview [online], dostupno na: <https://www.tourism-review.com/tourism-crisis-in-barcelona-leading-to-a-new-law-news5276>, [14.1.2022.]

Barcelona is threatening to shut down tourists – Forbes [online], dostupno na: <https://www.forbes.com/sites/alexledsom/2019/07/12/barcelona-is-ready-to-shut-out-tourists/#1e85f4a5546d>, [14.1.2022.]

Spasimo Bišovo; Značaj koncepta turističke nosivosti za prostorno planiranje [online], dostupno na: <https://spasimobisevo.org/znacaj-koncepta-turisticke-nosivosti-za-prostorno-planiranje/>, [3.5.2022.]

Saara Taiminen, The negative impacts of overtourism on tourism destination from environmental and socio-cultural perspectives, Degree Thesis International Business 2018 [online], dostupno na: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/158561/Thesis\\_SaaraTaiminen.pdf?isAllowed=y&sequence=1](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/158561/Thesis_SaaraTaiminen.pdf?isAllowed=y&sequence=1)[3.5.2022.]

## **Popis tablica**

Tablica 1: Dolasci i noćenja turista u Dubrovniku u razdoblju od 2015. do 2019. godine

Tablica 2: Evolucija kruzerskog turizma u gradu Valenciji

## **Popis slika**

Slika 1. Pogled iz zraka na superblokove, Barcelona.



## **Popis grafova**

Graf 1: Smještajni kapaciteti u Dubrovniku, 2017.godina

Graf 2: Noćenja u smještajnim kapacitetima u Dubrovniku, 2017.godina

Graf 3: Dolasci turista po mjesecima, Dubrovnik, 2019.godina

Graf 4: Ukupno ostvarenih noćenja turista u Valenciji, 2019.godina

Graf 5: Ukupni dolasci turista Valencije u 2019. godini

Graf 6: Dolasci domaćih i stranih turista u Barcelonu 2014. - 2018.

Graf 7: Noćenje domaćih i stranih turista u Barceloni od 2014. - 2018.

## RADNO ISKUSTVO

**2013 – 2014** – Zagreb, Hrvatska

**Službenica pošte**

Hrvatska pošta

Praktikant- pomoćnik za transakcije; Hrvatska Pošta d.d.

**10/2015 – 01/2016** - Zagreb, Hrvatska

**Prodavačica prostora za oglašivanje**

24 sata

**02/2017 – 07/2017** - Zagreb, Hrvatska

**Skladišna radnica na sortiranju i otpremi robe**

Polleo Sport

**08/2017 – 03/2019** - Zagreb, Hrvatska

**Administrativna radnica**

PricewaterhouseCoopers d.o.o.

Pripravnik / konzultant u EU timu; PriceWaterhouseCoopers

**2018 – 2020** - Velika Gorica, Hrvatska

**Animatorica**

Dječja igraonica Petar Pan

**09/2021 – 11/2021** - Velika Gorica, Hrvatska

**Popisivačica**

Državni zavod za statistiku

Popisivačica na Popisu stanovništva 2021

**11/2021 – TRENUTAČNO** - Zagreb, Hrvatska

**Administrativna radnica**

FINA

Administrativna asistentica u Odjelu kontrolinga u procesu planiranja i procesu izrade izvještaja

## OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

**2003 – 2004** - Velika Gorica, Hrvatska

**Učenica**

Umjetnička škola Franje Lučića

**2011 – 2012** - Velika Gorica, Hrvatska

**Ekonomist**  
Ekonomska škola

**2012 – 2015** - Zagreb, Hrvatska

**Tehničar PT prometa**  
Poštanska i telekomunikacijska škola

**2012 – 2015** - Zagreb, Hrvatska

**Daktilografija**  
Poštanska i telekomunikacijska škola

**2015- TRENUTAČNO** - Zagreb,  
Hrvatska **Ekonomski  
fakultet, smjer Turizam**  
Sveučilište u Zagrebu

## JEZIČNE VJEŠTINE

MATERINSKI JEZIK/JEZICI: hrvatski

DRUGI JEZICI:

engleski

Slušanje B2	Čitanje B2	Govorna produkcija B2	Govorna interakcija B2	Pisanje B2
----------------	---------------	-----------------------------	------------------------------	---------------

njemački

Slušanje A2	Čitanje A2	Govorna produkcija A1	Govorna interakcija A1	Pisanje A2
----------------	---------------	-----------------------------	------------------------------	---------------

## DIGITALNE VJEŠTINE

MS Office (Word Excel PowerPoint) / Internet / Rad na raunalu / SAP /  
Timski rad

## VOZAČKA DOZVOLA

Vozačka dozvola: B

## VOLONTIRANJE

**2019 – TRENUTAČNO**

**Sklonište za životinje**

Velika Gorica

**2021 – TRENUTAČNO**

**Urednica portala Frendica.online**