

PRAVCI RAZVOJA SUVREMENOG TURIZMA – PRETPOSTAVKE ZA ODRŽIVI TURIZAM U HRVATSKOJ

Sažetak

Turizam je postao najmasovnija pojava u svjetskim relacijama: nudi nove destinacije i nove oblike aranžmana, traži nove oblike organizacije, resurse i strategije. Suvremeni turisti teže novim oblicima turizma, koji imaju kompenzacijski efekt u odnosu na suvremeni dinamični ritam življenja. Sigurnost, zdravlje, ekologija i kultura smatraju se čimbenicima na kojima se temelje suvremeni turistički tijekovi. Uz getoizaciju i alternativni turizam, najnoviji suvremeni turistički trendovi okrenuti su održivom turizmu, koji je višestruko najpogodnija perspektiva. Svjetska turistička organizacija (UNWTO) razvila je djelotvornu tehnologiju razvoja sustava pokazatelja održivosti turizma na razini destinacije, koji pomaže planiranju i evaluaciji svih aspekata održivog turizma na razini različito velikih prostornih jedinica.

Ključne riječi: alternativni i održivi turizam; getoizacija; pravci razvoja.

1. Uvod

Turizam je dinamična, interaktivna kategorija, koja se stalno razvija usporedno s civilizacijom i kulturom [Butler, 2003.]. Ubrzanim razvojem i dinamikom suvremeni turizam potiče stvaranje novih destinacija, novih oblika aranžmana, novih vrsta putovanja, potrebni su novi načini organizacije, inovacije, nove strategije. Ljudsko društvo, koje se ranije držalo jednoga prebivališta, zahvatilo je veliko gibanje, pa se iskorištava svaka prilika da se nekamo otputuje [Krippendorf, 1986.]. Ljudi putuju jer se ondje gdje žive više ne osjećaju dobro. U središtu života nije više rad nego slobodno vrijeme. Današnje potrebe za putovanjem uglavnom je stvorilo društvo. Ljudi zapravo odlaze na put da bi živjeli i preživjeli. Krippendorf (1986.) opisuje kružni tok obnove čovjeka u industrijskom društvu: odlazimo da bismo obnovili energiju te tjelesne i duhovne snage. Putovanje je potreba suvremenog čovjeka, koji teži slobodno vrijeme provesti u sredini različitoj od one u kojoj inače živi i radi, u potrazi za odmorom, opuštanjem, zabavom [Cohen, 1974.].

Nije jednostavno utvrditi što se smatra suvremenom teorijom turizma, pa se time može nazvati sve one teorije koje se turizmom bave u razdoblju poslije Drugoga svjetskog rata do danas. Naime, u tom je vremenu turizam i kao fenomen i kao pojava od znanstveno-teorijskog interesa dobio svoje mjesto u globalnom svjetskom prostoru [Vukonić, 1994.]. Velika većina suvremenih teoretičara suglasna je s time da postoje dva velika razdoblja u turističkom razvoju: razdoblje do pojave masovnog turizma i razdoblje masovnog turizma. Treće razvojno razdoblje neki su „novi oblici turizma“. Masovni turizam karakterizira zauzimanje golemih prostora za turističko korištenje, specifično uređenje takvih prostora te golema količina (turističkih) proizvoda. Masovni turizam ekspanzijom djeluje suprotno vlastitim interesima, pa mu je važno moći naći razvojnu optimalnu alternativu [Vukonić, 1994.].

Ubrzani tehnološki razvoj te aktivni angažmani država i krupnog kapitala u turističkim zemljama u svrhu povećanja prihoda od turizma doveli su do nesklada između razvoja svjetskoga gospodarstva, kretanja životnog standarda stanovništva i razvoja turizma. Turizam se razvija brže od svjetske ekonomije i životnog standarda. Da bi se moglo govoriti o suvremenim pravcima razvoja turizma, nužno je spomenuti motive za poduzimanje putovanja. Moderne turiste, osim prirodnih ljepota, klime i povijesno-kulturnih spomenika, privlače i mnogi drugi motivi, posebice: bijeg od buke i onečišćenja, bijeg od monotonije svakodnevnog života, fizički odmor i obnova kondicije, komunikacija s drugim ljudima, otkrivanje drugih krajeva, otkrivanje samog sebe, doživljaj druge zemlje, druženje s prijateljima i rođacima, pustolovina, društveni prestiž i slično. Većina turista na pitanje zašto putuju navodi iste razloge kojima se turizam promiče u svim vrstama medija i izvora informacija, a međunarodne turističke studije pokazale su da se navike u biti ne razlikuju od zemlje do zemlje. Međutim, od početka 70-ih godina 20. stoljeća može se ustanoviti zamjetno okretanje prema aktivnom odmoru. Turistima nije više dovoljno odmara- nje, nerad, već sve važnije postaje susresti drage ljude, družiti se i zabaviti, uživati, što je „rađanje nove turističke kulture“ [Krippendorff, 1986., str. 80]. Modernizacija je utjecala na sve manje tjelesnog rada i napora, a time i na sve više bolesti izazvanih nekretanjem: bolesti srca i krvnih žila, šećernu bolest i brojne zloćudne bolesti kao posljedice loših navika, poput pušenja, alkohola, droge. Putovanje tako postaje nadoknada za ono što čovjeku nedostaje u svakodnevnom životu: za kretanje, promje- nu svakodnevne rutine. Ipak, poboljšanje je samo privremeno, a nakon izleta čovjek se rado vraća u sigurne i poznate svakodnevne prilike [Krippendorff, 1986.]. U suvremenom društvenom životu uspjeh pojedinog proizvoda/usluge nastaje zbog toga što potrošačima, radnicima i upravi nudi učinkovitost, isplativost, predvidljivost i kontrolu [Ritzer, 1999.]. Isplativost je važna u svim segmentima modernoga ljud- skog društva, a tehnološki napredak podupire krilaticu „vrijeme je novac“. Putova- nje tako postaje jedini put u slobodu, možda jedini segment ljudskog života koji još

nije pod kontrolom s obzirom na to da je putovanje subjektivni, iskonski doživljaj. Putovanje je dvostruka sloboda: čovjek ne radi i nije kod kuće (Krippendorf, 1986.). Samoinicijativnost i samostalnost nužne su da bi se izbjegla jednoličnost. Zbog sve zahtjevnije turističke potražnje, mnoge turističke destinacije nastoje povećati kvalitetu usluge i osigurati svojim gostima i dodatne usluge, posebno iz područja zabave, rekreacije, sporta, obrazovanja, avanture itd. Teško je naći neku ljudsku aktivnost koja na neki način ne ulazi u turističke aktivnosti. U industrijskom društvu veća je demografska i socijalna mobilnost, što omogućava povećanje produktivnosti radnika i rast potrošnje [Štifanić, 2002.].

Osim promjena u demografskoj strukturi stanovništva na promjene u karakteru i strukturi turističke potražnje utječu i promjene sustava vrijednosti. Uslijed modernizacije i rasta životnog standarda povećan je kriterij kojim se određuje kvaliteta života. Također, sve više ljudi postaje ekološki svjesno. Traži se individualniji pristup organizaciji putovanja i odmora. Postoji trend niske lojalnosti prema određenoj lokaciji, ali i relativno visoke lojalnosti prema marki proizvoda destinacije. Izbor mjesta za odmor također je važan pokazatelj životnog stila. Mjesta koja se biraju za odmor sve više moraju imati emocionalnu privlačnost, pa čak i *celebrity* vrijednost. Stvara se životni stil čiji je cilj stvaranje okvira simboličkog okoliša elite širom svijeta, što ukida povijesnu ulogu svakog mjesta. Širom svijeta otvaraju se internacionalni hoteli koji su slični svuda u svijetu da bi se poticalo odvajanje iz svijeta koji ih okružuje, VIP saloni u zračnim lukama te sustav putnih aranžmana i usluga kojima se stvara zatvoreni krug korporativne elite. Ti simboli međunarodne kulture nemaju identitet povezan s bilo kojim posebnim društvom već s članstvom u menadžerskim krugovima informatičkoga gospodarstva širom globalnoga kulturnog spektra [Castells, 2000., str. 442-443].

U suvremenom svijetu sigurnost, zdravlje, ekologija i kultura smatraju se čimbenicima na kojima se temelje suvremeni turistički tijekovi. Oni su trendovi koji vode globalizaciji svjetskoga turističkog proizvoda. Moderni turisti postaju sve zahtjevniji, putuju češće i sve se više okreću specifičnim oblicima turizma u potrazi za novim doživljajima [Cohen, 2008.]. Postoje mnogi oblici turizma, no tri su suvremena turistička trenda 21. stoljeća o kojima se sve češće govori: „getoizacija“, „alternativni turizam“ i „održivi turizam“ [Castells, 2000.]. Riječ je o krajnostima u turističkim trendovima modernoga društva. *Getoizacija* su odmori u umjetno stvorenim rezervatima nalik jedni drugima, klubovima podignutim po mjeri turista, koji sadrže umjetno podignute brojne hotelske komplekse, turističke gradove i naselja. Turisti su izolirani, imaju sve što žele, zaštićeni su od vanjskog svijeta. Sve se odvija po poznatom i ustaljenom redu, nema iznenađenja, nema nepoznanica, nema inovacija. Jedini susret s domaćim stanovnicima jest preko osoblja koje ih poslužuje. S druge strane, pojam alternativnih putovanja nije sasvim jasno određen. *Alternativni turi-*

zam suprotstavlja se pojmu masovnog turizma i odnosi se na niz različitih vrsta putovanja: obrazovnih, pustolovnih, pješačenja, pojedinačnih putovanja. Cilj je odvojiti se i udaljiti od masovnog turizma i, ako je moguće, otići negdje gdje još nitko nije bio. Alternativni turisti i nehotice postaju prethodnicom masovnog turizma koji su željeli izbjeći [Krippendorf, 1986.]. Udaljeno mjesto koje su posjetili kao pojedinci sa svakim sljedećim posjetom gradi i oblikuje turističku ponudu i prilagođava se turistima. Idućeg ljeta to mjesto već je uvršteno u turistički katalog i može se rezervirati od kuće. U alternativni turizam moglo bi se svrstati i trend razmjene kuća i stanova između stanovnika različitih mjesta. Stalno se pomiču granice: nije dovoljno samo putovati i spavati u hotelima, sada se turizam širi na tržište nekretnina, kupuju se kuće u privlačnim, prestižnim mjestima. Taj trend predstavlja otvaranje granica i prigodu bogatijima da kupe nešto neponovljivo.

2. Održivi turizam

Najnoviji suvremeni turistički trendovi okrenuti su ekološkom pristupu turizmu. Zaokretom u odnosu prema čovjekovoj okolini, turistički svijet zahtijeva razumno korištenje prirodnim resursima u turizmu i barem tolerantno ponašanje prema njemu u nastojanju da se očuva i obnavlja. To racionalističko stajalište pretpostavlja određeni stupanj obrazovanja onih koji su potencijalni i pogotovo stvarni korisnici turističkog resursa [Vukonić, 1994., str. 142]. Suvremeni turizam koji je nastao kao bijeg od svakodnevice svojom organizacijom i strukturom stvara iste nepovoljne ekološke uvjete koji su bili razlogom turističkog putovanja [Krippendorf, 1986.]. Današnja industrijalizacija uključuje neograničeno iskorištavanje prirode, svih sirovina, vodâ, zraka. Novija ekološka istraživanja otkrivaju da je jedan od bitnih elemenata industrijalizacije bespoštedno iskorištavanje nekih dijelova zajedničkog vlasništva svih ljudi [Prelog, 1973., str. 42]. Dulje vrijeme pažnja mnogih zemalja i turističkih poduzeća bila je isključivo usmjerena na ekonomske aspekte razvoja turizma. Posljedice su uništavanje prostora, prirodnog ambijenta i kulturno-povijesnih znamenitosti, komercijalizacija, zanemarivanje specifičnosti i distinktivnosti i slično. U tom pravcu razvio se pokret održivog turizma.

Održivi turizam obuhvaća sve forme turizma koje respektiraju sav prirodni, izgrađeni i kulturni okoliš zemlje domaćina i interese svih uključenih strana. Planiranje takvog turizma trebalo bi uvažiti prava i potrebe domaćeg stanovništva, njihovih resursa, životnog stila i kulture i njihovo pravo da utječu na sudbinu lokalnih resursa. Ne tako davno [Wang, 2000.] vjerovalo se da je dovoljno što lokalno stanovništvo turističkih područja od turizma najviše zarađuje, pa se nerijetko nije vodilo računa o njihovim interesima. Održivi turizam može se gledati iz više perspektiva, a najvažnije bi bile gospodarska i sociokulturna. Iz gospodarske perspektive takav

turizam može biti nesiguran izvor prihoda. Lokalno stanovništvo može se oduprijeti turističkom razvoju ako u njemu ne nađe korist za sebe, pa bi na taj način takvi resursi zauvijek ostali izgubljeni za turističku upotrebu. S druge strane, važno je da turizam ne ostane jedini izvor prihoda lokalnog stanovništva nego da postane poticaj za diverzificirano gospodarstvo. Sociokulturne promjene odnose se na kontakt turista i lokalnih stanovnika koji je prepušten slučaju, čime se izazivaju negativni sociokulturni učinci [Vukonić, 1994.]. Taj termin pobliže objašnjava turizam kakav želimo u budućnosti. Održivi turizam traži prije svega odgovornost za vlastiti rad i ponašanje prema okolini svakog pojedinca, društva, države. Potrebno je respektirati prirodnu, strukturalnu i kulturnu okolinu zemlje domaćina jednako kao i interese lokalnog stanovništva, turističkih posjetitelja, turističkoga gospodarstva, državnih turističkih organa i udruženja itd. Da bi se to ostvarilo, potrebno je voditi brigu i o obrazovanju, stručnoj izobrazbi i informaciji svih subjekata koji djeluju u turizmu [Vukonić, 1994., str. 123].

Svjetska turistička organizacija (*United Nations World Tourism Organization*, UNWTO) definira održivi turizam kao onaj koji zadovoljava potrebe turista i receptivnih regija u aktualnom momentu, pri čemu se čuvaju i unapređuju mogućnosti za budućnost [UNWTO, 1998.]. Tri su dimenzije održivosti: ekološka, društvena i ekonomska održivost. Održivim turizmom može se smatrati samo onaj tip turizma koji „pomiruje“ sve tri dimenzije istodobno. Drugim riječima, održivi turizam ne degradira prirodne i kulturne resurse, nije u koliziji s potrebama i željama lokalnog stanovništva ni samih turista te jamči i određen povrat uložених sredstava [Kožić i Mikulić, 2011.]. Međutim, u literaturi ne postoji jedinstvena definicija održivog turizma već različiti autori navode velik broj sadržajno različitih definicija [Butler, 1999.].

3. Prema unapređenju održivog turizma – primjer

Metodologija UNWTO-a predstavlja dijagram toka koji se sastoji od dvanaest ključnih koraka grupiranih u tri faze i usmjerena je na razvoj sustava pokazatelja održivosti turizma na razini destinacije [Kožić i Mikulić, 2011.]. Međutim, pod pojmom destinacije ne mora se nužno podrazumijevati samo pojedino turističko mjesto već to može biti i cijela regija ili država u cjelini [UNWTO, 2004.]. Navedena metodologija predlaže tri faze i više koraka u razvoju sustava pokazatelja. Inicijalna faza istraživanja i organiziranja obuhvaća četiri koraka: definiranje (opis) destinacije, primjena participativnog procesa (uključivanje svih dionika), identifikacija turističke imovine i rizika (destinacije) te dugoročna vizija (turističkog razvoja) destinacije.

Faza razvoja pokazatelja obuhvaća izbor prioriteta i pitanja (turističke) politike (destinacije), identifikaciju željenih pokazatelja, pregled izvora podataka te postupka selekcije (podataka i pokazatelja). Faza implementacije obuhvaća četiri koraka:

vrednovanje izvedbenih postupaka (odabir najadekvatnijih rješenja), prikupljanje i analizu podataka, odgovornost i komuniciranje (svih sudionika) te praćenje i vrednovanje primjene pokazatelja [Kožić i Mikulić, 2011.]. Kožić i Mikulić (2011.) smatraju da je za djelotvorno upravljanje razvojem u smjeru održivosti nužna detaljna informacijska podloga koja će pomoći donosiocima odluka. Djelotvoran informacijski sustav imao bi sljedeće prednosti: omogućio bi uvid u stupanj održivosti turizma (na razini prostorne jedinice, ali i područja održivosti); ukazivao bi na moguće snage/prilike te slabosti/prijetnje važne za donošenje odluka u području turističko-razvojne politike; pomogao bi izradi konkretnih instrumenata u funkciji upravljanja održivim razvojem turizma (dokumenti prostornog uređenja i zakonodavstvo vezano uz očuvanje okoliša, strateški dokumenti općeg gospodarskog razvoja Hrvatske, ali i specifične turističko-razvojne strategije) – zakonā, pravilnikā, inicijativā i aktivnostī za očuvanje identiteta (lokalnog i/ili regionalnog) destinacija te kvalitete života lokalnog stanovništva; konačno, osiguralo bi se sustavno i kontinuirano praćenje razine održivosti kroz vrijeme te evaluacija poduzetih mjera planiranih za poboljšanje održivosti turizma. Uslijed nepotpunosti pojedinih aspekata održivosti, ali i podataka za pojedine regije i destinacije, izgleda da je u aktualnom trenutku najlakše provodljiva uspostava sustava pokazatelja održivosti turizma na razini cjelokupne države i na razini županija [Kožić i Mikulić, 2011.].

Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj koju je proveo Institut za turizam u suradnji s Pomorskim fakultetom u Rijeci prva je studija koja se na sustavan način bavi kruzing turizmom kao specifičnim dijelom nautičkog turizma u Hrvatskoj. Razvoj međunarodnog kruzing turizma u Hrvatskoj dogodio se, pojavio i jednostavno „naslonio” na postojeće resurse. Budući da se kruzing turizam i u svijetu nalazi u fazi uzleta, taj oblik turizma može imati učinke koje je teško sagledati [Institut za turizam, 2007.]. Premda je ova studija više otvorila pitanja nego dala odgovore na pitanja vezana uz strategiju razvoja tog oblika turizma, jasno je da u njegovu razvoju Hrvatska nije potpuno autonomna nego u velikoj mjeri ovisi i o stavovima broderskih kompanija i njihovim razvojnim opcijama. Međutim, dobrom organizacijom ponude i sustava kruzinga te odgovarajućeg marketinga i planiranja razvoja može se bitno utjecati na razvoj tog oblika turizma s gledišta održivog turizma [Institut za turizam, 2007.]. Jasno, metodologija UNWTO-a može u tome znatno pomoći.

4. Zaključak

U trendu suvremenih pravaca razvoja turizma, uz getoizaciju i alternativni turizam, koji zapravo sami sebe limitiraju, najnoviji suvremeni turistički trendovi okrenuti su ekološkom pristupu turizmu. Održivi turizam višestruko je najpogodnija perspektiva, i s gledišta turista, i s gledišta lokalnog stanovništva, i s gledišta očuvanja i obnavljanja prirode. Svjetska turistička organizacija (UNWTO) razvila je djelotvornu tehnologiju razvoja sustava pokazatelja održivosti turizma na razini destinacije koji pomaže planiranju i evaluaciji svih aspekata održivog turizma na razini različito velikih prostornih jedinica.

Literatura

- [1] Butler, Richard W. (1999.), Sustainable tourism: a state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, I (1), str. 7-25.
- [2] Butler, Richard W. (2003.), *Tourism Area Life Cycle: Theoretical and Conceptual Implications*. Clevedon: View Publications.
- [3] Castells, Manuel (2000.), *Uspon umreženog društva*. Zagreb: Golden marketing.
- [4] Cohen, Erik (1974.), Who is a Tourist?: A Conceptual Clarification. *The Sociological Review*, XXII (4), str. 527-555.
- [5] Cohen, Erik (2008.), The Changing Faces of Contemporary Tourism. *Society*, XLV (4): str. 330-333.
- [6] Institut za turizam (2007.), *Studija održivog razvoja krizing turizma u Hrvatskoj*. Zagreb: Institut za turizam.
- [7] Kožić, Ivan, Mikulić, Josip (2011.), Mogućnosti uspostave sustava pokazatelja za ocjenu i praćenje održivosti turizma u Hrvatskoj. *Priredna kretanja i ekonomska politika*, CXXVII: str. 57-80.
- [8] Krippendorff, Jost (1986.), *Putujuće čovječanstvo*. Zagreb: SNL Zavod za istraživanje turizma.
- [9] Prelog, Milan (1973.), *Prostor – vrijeme*. Zagreb: Društvo historičara umjetnosti Hrvatske.
- [10] Ritzer, George (1999.), *Mekdonaldizacija društva*. Zagreb: Jesenski i Turk.
- [11] Štifanić, Mirko (2002.), *Sociologija turizma*. Rijeka: Adamić.
- [12] UNWTO (United Nations World Tourism Organization) (1998.), *Guide for local authorities on developing sustainable tourism*. Madrid: World Tourism Organization.
- [13] UNWTO (United Nations World Tourism Organization) (2004.), *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook*. Madrid: World Tourism Organization.

- [14] Vukonić, Boris. (1994.), *Turizam – u susret budućnosti*. Zagreb: Mikrorad d.o.o. i Ekonomski fakultet Zagreb.
- [15] Wang, Ning (2000.), *Tourism and Modernity: A Sociological Analysis*. Oxford: Pergamon Press.

Development Trends of Modern Tourism – Prerequisites for Sustainable Tourism in Croatia

Summary

Tourism has become the most widespread phenomenon in international relations: offering new destinations and new forms of arrangements, looking for new forms of organization, resources and strategies. Modern tourists are seeking for new forms of tourism, which have a compensatory effect in relation to the dynamic pace of modern living. Safety, health, environment and culture are considered to be factors that underlie modern tourist flows. With ghettoization and alternative tourism, the latest modern tourism trends are focused on the ecological approach to tourism, which is the most multiple appropriate perspective. The World Tourism Organization (UNWTO) has developed an effective technology development of sustainability indicators at the level of tourism destinations, which helps the planning and evaluation of all aspects of sustainable tourism at different large spatial units.

Keywords: alternative and sustainable development; ghettoisation; directions in development.

Mr. sc. Nives Vidak, viši predavač
Sveučilište u Dubrovniku, Branitelji Dubrovnika, HR - 20000 Dubrovnik
nives.vidak@nidu.hr
Dr. sc. Joško Sindik, znanstveni suradnik
Institut za antropologiju, Gajeva 32, HR - 10000 Zagreb
jsindik@inantro.hr