

# Održivo upravljanje turističkim resursima u gradu Opatiji

---

**Marković, Mateja**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2023**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:980066>

*Rights / Prava:* [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-06**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**  
**Diplomski sveučilišni studij**

**MATEJA MARKOVIĆ**

**Održivo upravljanje turističkim resursima u gradu Opatiji**

**Sustainable management of tourism resources in the city of  
Opatija**

Diplomski rad

Zabok, 2023.

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**  
**Diplomski sveučilišni studij**  
**Održivi razvoj u turizmu**

**Održivo upravljanje turističkim resursima u gradu Opatiji**

**Sustainable management of tourism resources in the city of  
Opatija**

Diplomski rad

Kolegij: **Održivo upravljanje turističkim  
resursima**

Student: **Mateja Marković**

Mentor: **Prof. dr. sc. Zrinka Zadel**

Matični broj: **ds3795**

Zabok, lipanj 2023.



## IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

---

Mateja Marković

ds3795

---

---

### Održivo upravljanje turističkim resursima u gradu Opatiji

---

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor diplomskog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa diplomskim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 2023.

*Marković*

---

Potpis studenta

## Sažetak

U današnje vrijeme održivi razvoj turizma postaje tema o kojoj se sve više priča i raspravlja. Posebno važan aspekt ovakvog oblika razvoja turizma je omogućavanje kvalitetnog razvoja koji će zadovoljiti potrebe sadašnjih generacija, no istovremeno neće ugroziti potrebe budućih generacija. Dodatno, današnji suvremeni turist postaje sve osjetljiviji na negativne učinke koje turizam donosi, a sve je izraženija i briga o okolišu. Potrebno je napomenuti kako su ovi trendovi prisutni i u Republici Hrvatskoj. Fokus ovog rada će biti grad Opatija, jedna od turistički razvijenijih destinacija u Hrvatskoj koja i dalje krije mnoštvo potencijala za daljnji razvoj. Provedena je analiza stanja održivog razvoja turizma, kako u Hrvatskoj općenito, tako i u Gradu Opatiji. Utvrđene su strategije i planovi budućeg razvoja održivog turizma u Opatiji. Utvrđuju se potencijali postizanja održivog razvoja turizma grada Opatije, kao i mišljenja lokalnog stanovništva o istome. Rezultati anketnog istraživanja su pokazala kako većina ispitanika smatra da je održiva komponenta ključna za daljnji razvoj turizma u Opatiji te kako još itekako postoji mjesta za daljnji napredak. Opatija ne nudi samo "paket sunca i mora", ona se može pohvaliti i turističkom tradicijom koja seže daleko u prošlost, a prepoznatljiva je po svojim hotelima, parkovima i manifestacijama. Također je primjetno kako Opatija radi na produljivanju svoje sezone jer se već neke od najpoznatijih manifestacija održavaju izvan ljetne sezone.

Ključne riječi: grad Opatija; održivi razvoj turizma; resursi i atrakcije; održivo upravljanje resursima; destinacijski menadžment

# Sadržaj

<b>Uvod .....</b>	<b>1</b>
Problem i predmet istraživanja .....	1
Hipoteze.....	2
Svrha i ciljevi istraživanja.....	2
Korištene metode .....	2
Kompozicija rada.....	2
<b>1. TURIZAM I ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA .....</b>	<b>4</b>
1.1. Pozitivni i negativni utjecaji turizma na okoliš.....	5
1.2. Definiranje pojma održivog razvoja .....	7
1.3. Ciljevi i djelovanja održivog turizma .....	10
1.4. Praćenje pokazatelja održivosti.....	11
1.5. Održivi turizam u RH .....	13
1.6. Primjeri implementacije održivih ideja u turizmu RH .....	15
<b>2. RESURSI I ATRAKCIJE U TURISTIČKOJ DESTINACIJI.....</b>	<b>19</b>
2.1. Temeljno određenje resursa .....	19
2.2. Temeljno određenje atrakcija.....	27
2.3. Upravljanje turističkim resursima .....	29
2.4. Funkcije destinacijskog menadžmenta .....	31
<b>3. ODRŽIVO UPRAVLJANJE TURISTIČKIM RESURSIMA U GRADU OPATIJI.....</b>	<b>34</b>
3.1. Resursi i atrakcije u Opatiji .....	35
3.2. Ocjena kulturnih resursa u Opatiji .....	40
3.3. Ocjena izgrađenih-prirodnih resursa u Opatiji .....	41
3.4. Ocjena ostalih resursa u Opatiji .....	42
<b>4. POTENCIJALI RAZVOJA ODRŽIVOG TURIZMA U GRADU OPATIJI .....</b>	<b>44</b>
4.1. Uloga strateških dokumenata u održivom razvoju turizma Opatije .....	44
4.2. Ciljevi daljnjeg razvoja u Opatiji .....	46
<b>5. ANKETNO ISTRAŽIVANJE .....</b>	<b>48</b>
5.1. Ciljevi anketnog istraživanja .....	48
5.2. Analiza rezultata istraživanja .....	49
<b>Zaključak .....</b>	<b>60</b>
<b>Bibliografija.....</b>	<b>62</b>
<b>Popis ilustracija .....</b>	<b>66</b>

## **Uvod**

Održivi razvoj podrazumijeva gospodarski i društveni rast usko povezan s ekosustavima u kojima ove komponente djeluju. Trenutno je održivi razvoj jedan od najraširenijih koncepata u akademskim zajednicama, medijima i civilnom društvu, no veoma često nije jasno kako se održivi razvoj može primijeniti u stvarnosti. Koncept održivog razvoja bazira se na zadovoljavanju potreba sadašnjih generacija bez ugrožavanja potreba budućih generacija. Trenutačni trendovi poput snažne industrijalizacije i brzog rasta stanovništva stavili su ionako napregnute kapacitete zemlje pod ozbiljan pritisak. Pitanja okoliša i njegovo onečišćenje evoluirala su od lokalnih briga do globalnih prijetnji i problema.

U ovom će se radu razmatrati pojam održivog razvoja turizma, kao i kako održivi turizam može poslužiti u daljnjem razvoju turizma Grada Opatije. Potrebno je uzeti u obzir koliki značaj turizam ima, kako za gospodarstvo cijele Hrvatske, tako i za gospodarstvo Opatije. Turizam u Opatiji odlikuje se svojim ranim počecima, dok je veći dio turizma ostatka Hrvatske i dalje bio nerazvijen i neprepoznat. Poznata je činjenica da neplaniran razvoj turizma može dovesti do mnogih problema, kako na lokalnoj, tako i na globalnoj razini, a uzevši u obzir važnost turizma za grad Opatiju, planski i održiv razvoj predstavljaju imperativ za daljnji razvoj u budućnosti.

Opatiji su na raspolaganju brojni prirodni i društveni resursi koji su dio tradicionalne i kulturne baštine, no važno je istaknuti kako su svi oni povezani u jedan ekosustav te bi nekontroliranim razvojem mogli snažno negativno utjecati na isti, zbog čega je pitanje održivog razvoja neizbježno i neophodno.

### **Problem i predmet istraživanja**

U današnjem turizmu Republike Hrvatske općenito je i dalje prevladavajući masovni turizam s kojim dolaze i mnoge negativne posljedice, kako po lokalno stanovništvo i okoliš, tako i po gospodarstvo u cjelini. Upravo je zbog toga potrebno fokusirati se na problematiku održivog razvoja i problematiku njegovog provođenja. Bez obzira na vidljive pomake koji su urađeni kroz nekoliko godina unazad, održivi je razvoj i dalje prilično apstraktan i ambiciozan pojam za Hrvatsku. Kao predmet istraživanja je uzet grad Opatija koji svojom bogatom turističkom poviješću i perspektivnom budućnošću postaje jedan od idealnih primjera za provođenje i

implementaciju održivog razvoja. Ovdje vrlo važnu ulogu igra i opatijsko lokalno stanovništvo, koje mora biti uključeno u odluke koje su vezane uz daljnji turistički razvoj njihovog grada.

## **Hipoteze**

Sukladno predmetu i problematici ovog rada mogu se postaviti tri glavne hipoteze koje će biti potvrđene ili opovrgnute u anketnom istraživanju ispitujući lokalno stanovništvo grada Opatije:

H1: Lokalno stanovništvo je uključeno u održivi razvoj resursa u Gradu Opatiji

H2: Lokalno stanovništvo smatra da se turističkim resursima grada Opatije upravlja na održiv način

H3: Lokalno stanovništvo smatra da trenutno neafirmirani turistički resursi mogu postati afirmirani

## **Svrha i ciljevi istraživanja**

Svrha ovog rada je ukazati na važnost održivog razvoja i putem anketnog istraživanja dodatno približiti pojam održivog razvoja lokalnom stanovništvu. Cilj ovog rada je analizirati trenutno sadašnje stanje opatijskog turizma, analizirati njezine resurse kojima kao destinacija raspolaže, utvrditi njihovu atraktivnost te utvrditi koji su sve potencijali daljnjeg turističkog razvoja grada Opatije.

## **Korištene metode**

Prilikom sastavljanja ovog rada korišteni su sekundarni izvori podataka te je izrađen istraživački praktični dio, točnije anketiranje lokalnog stanovništva. Među izvorima koji su korišteni za izradu ovog rada nalaze se internetske stranice, znanstveni i stručni radovi te validna domaća i strana literatura. Anketnim se istraživanjem pokušava na praktičan način u praksi ispitati sve prethodno navedene informacije koje su sakupljene putem važećih sekundarnih izvora podataka. U radu su korištene sljedeće znanstvene metode: induktivna, deduktivna, metoda sinteze, metoda generalizacije, deskripcije, statistička metoda, metoda kompilacije te metoda dokazivanja ili opovrgavanja.

## **Kompozicija rada**

Ovaj je diplomski rad podijeljen u četiri glavne cjeline, ne računajući uvodni dio. U uvodnom se djelu opisuje se predmet i problematika rada, svrha i ciljevi, hipoteze i korištene metode.



Prvi dio rada opisuje sami pojam održivog razvoja i daje temelj za daljnje razrade. Opisuje ciljeve održivog razvoja, kako izgledaju ideje održivog razvoja u Republici Hrvatskoj općenito te kako funkcionira njihova implementacija na primjerima.

Drugi dio rada fokusira se na pojam resursa i atrakcija, njihove osnovne podjele te kako upravljati destinacijom općenito. Ovaj je dio uvertira ključnim pojmovima ovog rada.

Treći dio rada bazira se samo konkretno na grad Opatiju i kako ona upravlja svojim turističkim resursima. Opisuju se sve relevantne atrakcije i resursi te ocjenjuje njihova afirmiranost, a sve se teorijski potkrepljuje opatijskim strateškim dokumentima kojima se vodi u daljnjem razvoju turizma i turističkog proizvoda.

Četvrti dio rada fokusira se na potencijalni razvoj održivog turizma kojeg Opatija može imati te kojim se ciljevima i prioritetima mora voditi kako bi isti i ostvarila.

Posljednji dio rada je anketno istraživanje. Njime će se ispitati stav lokalnog stanovništva o upravljanju turističkim resursima u gradu Opatiji te donijeti zaključak u kojem su navedeni svi sumirani podaci rada, kao i točnost/netočnost prethodno navedenih hipoteza.

# 1. TURIZAM I ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA

Kako bi se pobliže mogao opisati održivi razvoj turizma, prije svega je potrebno pojasniti pojam samog turizma. Jedna od karakteristika turizma je ta da je ono jedna od najbrže rastućih gospodarskih aktivnosti u svijetu u današnje vrijeme te je obilježen iznimno velikom konkurencijom.<sup>1</sup> Zbog više slobodnog vremena (tjedno radno vrijeme se smanjilo), većeg raspoloživog dohotka, demokratizacije društva, globalizacije, gospodarskog razvoja, jeftinijeg i lakšeg putovanja iz jedne destinacije u drugu, kao i mnogih drugih faktora, broj turista iz dana u dan raste. Taj je trend iznimno lako zamijetiti i događa se u posljednjih nekoliko desetljeća. Prema podacima članka UNWTO-a (Svjetski turistički barometar) iz studenog 2022. godine, prati se oporavak turizma od aktualne COVID-19 pandemije te se kao indeks uzima 2019. godina. Trenutno stanje se uspoređuje s pred-pandemijskom godinom s obzirom na to da je turizam u 2020. godini bio snažno pogođen regulacijama, lockdown-ovima te nesigurnošću u globalu. Ustanovljeno je da je do studenog 2022. godine broj međunarodnih turističkih dolazaka dosegao 65% pred-pandemijskog broja, što je još jedan pokazatelj kojom se silinom i brzinom turizam može oporaviti. Utvrđeno je kako je u razdoblju između siječnja i rujna 2022. godine ostvareno 700 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka, više od dva puta više nego isti promatrani period u 2019. godini. Točnije, bilježi se porast za 133% u odnosu na prethodnu 2019. godinu. Europa nastavlja biti predvodnica međunarodnog turizma te je ustanovljeno kako je upravo Europa bila odredište za čak 477 milijuna međunarodnih dolazaka u periodu od siječnja do rujna 2022. godine, što čini 68% ukupnih međunarodnih dolazaka.<sup>2</sup>

Važnost turizma se očituje i u njegovoj prednosti nad drugim oblicima izvoza. Turizam je izvozna aktivnost koja nije ograničena kvotama i tarifama, ne postoje ograničenja koja bi predstavljala prepreku ljudima prilikom odabira mjesta putovanja, kao što ne postoje ni ograničenja koja bi nametala ljudima koju količinu novaca mogu nositi sa sobom i kako istu mogu koristiti na putovanju.

Također, važnost turizma za nacionalno gospodarstvo ogleda se u nekoliko načina. Prije svega ovdje je potrebno napomenuti prihod koji se razdjeljuje iz razvijenijih područja u ona područja koja su manje razvijena. Ova je karakteristika turizma već dobro poznata te se ubraja

---

<sup>1</sup> Škrabo D., Održivo upravljanje turističkim resursima u Vinkovcima, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, 2021., 12. str., dostupno na: <https://repository.fthm.uniri.hr/islandora/object/fthm%3A3290> (pristupljeno 15.4.2023.)

<sup>2</sup> UNWTO svjetski turistički barometar, dostupno na: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>, pristupljeno 13.4.2023

u glavne funkcije turizma. Još neke prednosti koje turizam može donijeti zemljama su smanjenje nezaposlenosti, unapređenje djelatnosti koje su s njime povezane (poljoprivreda, domaćinstva, promet, industrija...), a kroz inducirane učinke i cijelo gospodarstvo u cjelini, rast poduzetništva, oživljavanje lokalnih tradicija te povećanje broja atrakcija i aktivnosti.<sup>3</sup>

### **1.1. Pozitivni i negativni utjecaji turizma na okoliš**

Kako je utjecaj turizma na okoliš izniman, sa sobom nosi i pozitivne i negativne utjecaje. Pozitivni se učinci očituju u poticanju osnivanja nacionalnih parkova i ostalih zaštićenih područja, promicanju očuvanja spomenika prirode i kulture te sveopćem poticanju mjera zaštita okoliša, flore i faune. Važno je naglasiti kako je ravnoteža prirodnog okoliša jedan od najnaglašenijih čimbenika uspješnosti turizma, stoga ne čudi činjenica da se poduzimaju razne mjere regulacije i očuvanja istoga. Uvođenje regulacija i pritom pravila će zasigurno dovesti do promjena turizma na razini destinacije. Mnoge su destinacije morale i moraju pronaći načine kako se prilagoditi novim pravilima uvodeći promjene za većinu turističke i kapitalne infrastrukture. Također, negativni aspekti utjecaja na okoliš već sada imaju utjecaja na strategije i investicije koje su vezane uz turizam.

Neki od negativnih učinaka turizma na okoliš su: povećani rizici od požara, vizualna degradacija i sveopće opterećenje prostora te onečišćenje vode, zraka i tla. Govoreći o onečišćenju zraka, vrijedno je napomenuti kako je turizam odgovoran za oko 5% emisije CO<sub>2</sub>. Istraživanja pokazuju da, ako se turizam promatra kao zemlja, nalazi se na petom mjestu po količini zagađenja okoliša putem CO<sub>2</sub>, dok se ispred njega nalaze samo Kina, Sjedinjene Američke Države, Indija i Rusija.<sup>4</sup> Ako se uspoređuju različite industrije, pomalo je poražavajuća činjenica da stručnjaci tvrde kako je udio turizma u CO<sub>2</sub> približan udjelu koji ima kemijska industrija.<sup>5</sup> No, ono što treba uzeti u obzir je da nije jednaka distribucija onečišćenja u svim turističkim subsustavima i oblicima – neki zagađuju više, dok neki zagađuju manje.

---

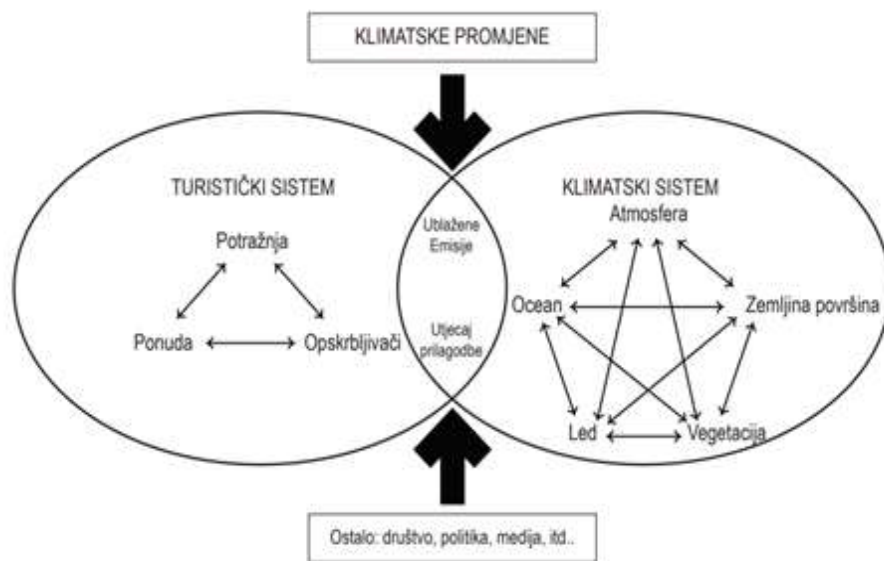
<sup>3</sup> Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i dr., Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011., 262. str.

<sup>4</sup> Perić J., Šverko Grdić Z., Klimatske promjene i turizam, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2017., 58. str., dostupno na: [https://dabar.srce.hr/islandora/object/fthm%3A2486\\_pristupljeno](https://dabar.srce.hr/islandora/object/fthm%3A2486_pristupljeno) 15.3.2023.

<sup>5</sup> Ibidem

Također, potrebno je uzeti u obzir da zagađenje s CO2 nije jedino zagađenje plinovima, u pitanju su i ostali plinovi koji uzrokuju degradaciju okoliša, no s obzirom na to da oni nisu zastupljeni u tolikoj mjeri, pridodaje im se manja pažnja.

Ono što je važno prepoznati u odnosu turizma i okoliša je da su oboje međusobno povezani te se turizam u velikoj mjeri oslanja na okoliš. Svaka neočekivana pojava i promjena unutar sustava okoliša može rezultirati značajnim promjenama u brojnim svjetskim turističkim destinacijama. Kako bi se pojednostavio prikaz tog odnosa, u nastavku je prikazana slika.



**Slika 1.** Međuodnos turizma i klime

Izvor: Perić J., Šverko Grdić Z., Klimatske promjene i turizam, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2017., 59. str., dostupno na: [https://dabar.srce.hr/islandora/object/fthm%3A2486\\_pristupljeno\\_15.3.2023](https://dabar.srce.hr/islandora/object/fthm%3A2486_pristupljeno_15.3.2023).

Na ovoj se slici može primijetiti međuodnos turizma i klime. Naime, turistički se sistem, zajedno sa svojim komponentama ponude, potražnje i opskrbljivača isprepliće sa klimatskim sistemom čije su komponente atmosfera, zemljina površina, vegetacija, led i ocean. Kako klimatski sistem djeluje na turistički sistem, tako i turistički sistem povratno djeluje na klimatski, što može dovesti do razvoja dodatnih klimatskih promjena, no utjecajem društva, medije i politike, mogu se ublažiti emisije i utjecati na prilagodbu klimatskim promjenama.

## 1.2. Definiranje pojma održivog razvoja

Prilikom definiranja pojma održivog razvoja, potrebno je naglasiti da su turizam i održivi razvoj međusobno uvjetovani i međusobno zavisni. Zaštita i održivost svih turističkih resursa su temelj koncepcije održivog razvoja turizma, a karakterizira ih stremljenje zadovoljenju potreba svih generacija. Cilj je zadovoljiti potrebe sadašnjih generacija, a pritom ne ugroziti ili ne smanjiti kvalitetu života budućih generacija. Teorija održivosti u turizmu zbog toga je iznimno važna problematika. Naime, geografska lokacija Hrvatske iznimno je povoljna za razvoj turizma, a regija Mediterana, koja je kolijevka starih kultura i civilizacija te destinacija s pogodnom klimom za odmor i mnogobrojnim spomenicima kulture, je najposjećenija turistička regija u svijetu.<sup>6</sup>

S druge strane, osim što se već na prvi pogled može vidjeti važnost regije Mediterana na svjetskom turističkom tržištu, može se primijetiti kako su turistički razvijene mediteranske države kao što su Turska, Italija, Grčka, Španjolska i Francuska iznimno pogođene negativnim utjecajem turizma na okoliš. Vidljive su nepopravljive štete koje su nanesene njihovom krajoliku u estetskom, ekonomskom, etničkom, ekološkom, graditeljskom i povijesnom smislu.

Upravljanje resursima tako da se zadovolje socijalne i ekonomske potrebe, a pritom očuvaju elementi kulturne, biološke i ekološke raznolikosti su uvjeti održivog turizma. U međuvremenu se pojavljuje i relativno nov oblik turizma – ekoturizam, dok se načela održivosti moraju primijeniti na sve vrste turističkih djelatnosti.<sup>7</sup>

Cijela problematika se ne smije sagledavati samo s "odvojenog" aspekta održivog turizma (održivost + turizam), već on mora biti u potpunosti sažet s ciljevima razvoja turizma, koji moraju uključivati podizanje kvalitete života, a pritom se prilagođavati zahtjevima turističke potražnje. Jedna od glavnih koncepcija razvoja mora biti očuvanje izvornih odlika kulturnog naslijeđa i prirode. Ako se glavni održivi ciljevi razvoja turizma ostvare, turizam će postati dio gospodarstva koji će posljedično pokrenuti i sve ostale gospodarske djelatnosti. Primjerice, porast potražnje gostiju za ekološki uzgojenom hranom u hotelima može potaknuti dobavljače da i sami većinu proizvodnje svoje hrane učine ekološkom kako bi zadržali konkurentnost i poziciju na zahtjevnom turističkom tržištu. Dodatno, kada bi svaka dodatna novčana jedinica

---

<sup>6</sup> Sunara Ž., Jeličić S., Petrović M., Održivi turizam kao konkurentska prednost Republike Hrvatske, Visoka škola za menadžment i dizajn „Aspira“, Split, 2013., 3. str. dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/en/104887> (pristupljeno 30.4.2023.)

<sup>7</sup> Kušen, E., Ekoturizam i održiv i razvoj turizma, Okoliš, Zagreb, 2002., 11. str.

zarađena u turizmu prouzročila manje zagađenja okoliša nego prije, tada bi se moglo govoriti o održivom turističkom rastu. Dakle, kada bi svako dodatno noćenje koristilo manje energije nego prije.

Održivi je razvoj turizma već duži niz godina predmet mnogobrojnih istraživanja. Istraživanja u ovom području su iznimno važna jer mogu omogućiti razne spoznaje koje će u konačnici pomoći u razumijevanju realnih mogućnosti koje se mogu ostvariti prilikom razvoja turizma na načelima održivosti. U strategiju održivog razvoja je potrebno ukomponirati turizam i elemente njegove ponude jer je glavni cilj održivog razvoja da se na određenom području ne umanjuje njegova korisnost sadašnjim i budućim generacijama. Taj je cilj moguće postići slijedeći načela ekološke, ekonomske i sociokulturne održivosti koje će zajedno biti ukomponirane u strategiju održivog razvoja. Kao što je prethodno navedeno, ovdje turizam ima mnogobrojne potencijale jer je očuvanost prirodnih resursa važna predispozicija za daljnji razvoj, što dovodi do zaključka da će u središtu razvojnih strategija biti kvaliteta tih istih resursa. Ne smije se zaboraviti da održivi razvoj ne obuhvaća samo ekološku dimenziju, što se mnogim laicima može pričiniti. Ispravan održivi razvoj uključuje i dodatne dvije dimenzije: društvenu i ekonomsku.<sup>8</sup>

Održivi razvoj turizma mora donijeti blagostanje u gospodarstvo te društvene koristi lokalnoj zajednici. U ovom je kontekstu važno vršiti analizu okoline – kako eksterne (izvan destinacije), tako i unutarnje (unutar destinacije) – kako bi se uvidjelo u kojem opsegu razvoj turizma utječe na okolinu. U tom je procesu iznimno važna povratna veza kod svakog procesa, uvidjeti je li strategija kojom se destinacija koristi povoljna ili je potrebno mijenjati neke korake.

Svi spomenuti koraci iznimno su važni kako bi se osigurala dugoročna postojanost destinacije na turističkom tržištu, a postizanje održivog razvoja je krajnji cilj i krajnje sredstvo. Naime, neravnoteža i nesklad između ekološkog, ekonomskog i sociokulturnog okruženja dovode do potrebe za preusmjeravanjem razvoja na onaj održiv razvoj te time održivi razvoj turizma postaje reakcija na cijelu situaciju. Naravno, ekološki su učinci imali najveći utjecaj na cjelokupnu ideju postizanja održivog razvoja te su pokazali koliko je isti zaista nužan. „Razumijevanje održivosti turizma napredovalo je od ranijih ekoloških koncepata prema holističkom pristupu koje ga shvaća kao alat za postizanje ekonomskog razvoja, blagostanja populacije i zaštite okoliša“.<sup>9</sup> Suvremeni razvoj svih oblika turizma je neizbježno usko vezan

---

<sup>8</sup> Kordej-De Villa, Ž., Stubbs, P., Sumpor, M., Participativno upravljanje za održivi razvoj, Ekonomski institut, Zagreb, 2009., 87. str.

<sup>9</sup> Yfantidou, G., Spyridopoulou, E., Kouthouris, C., Balaska, P., Matarazzo, M., Costa, G., The future of sustainable tourism development for the Greek enterprises that provide sport tourism, Tourism Economics,

uz pitanje održivosti te se kroz vrijeme pojavljuje sve veći broj istraživanja koji proučavaju ovu tematiku. Potrebno je napomenuti kako se, koliko u prošlosti, toliko i sada, pojam održivosti često koristio u marketinške svrhe, u cilju da se približi određenom skupu potrošača, a bez stvarne želje za promjenom. Iako mnogo manje, s obzirom na to da suvremena okolina zahtijeva implementaciju nekih od načela održivosti, potrebno je kao potrošač/turist preusmjeriti pažnju na konkretne rezultate poduzeća/gospodarskog subjekta i voditi se krilaticom kako "djela govore više od riječi".

Nastavno, nije samo potrebno pratiti rezultate, već tražiti i daljnje uzroke kao što su primjerice klimatske promjene. Klimatske promjene mijenjaju način ponašanja turista na putovanju te imaju moć promijeniti cjelokupnu strukturu turističke ponude u destinaciji, posebice onim destinacijama gdje prevladavaju prirodni resursi. Iz tog razloga je važno uključiti i sociokulturne elemente u strategije održivog razvoja jer dobrobit zajednice i lokalnog stanovništva mora biti u središtu interesa održivog razvoja, što znači da i sve aktivnosti u vidu implementacije i formuliranja strategije moraju biti usmjerene prema tome. Potrebno je proučavati kako turizam djeluje na održivost pojedine destinacije, a glavni sociokulturni ciljevi moraju biti jačanje identiteta, očuvanje nasljeđa i temeljnih vrijednosti zajednice, poticanje ponosa, zapošljavanje lokalnog stanovništva te uključivanje istoga u daljnji održivi turistički razvoj destinacije.

Ako se promatra ekološki element održivog razvoja, potrebno je stremiti implementiranju aktivnosti sa što manje negativnog ekološkog utjecaja, ponovnom korištenju materijala i recikliranju, educiranju sudionika o važnosti zaštite ekosustava te korištenju biorazgradivih proizvoda, a potrebno je i pridodati pažnju kako se okoliš ne bi previše opteretio i degradirao. Svaku je turističku aktivnost potrebno temeljiti na općim ciljevima održivog razvoja uz fokusiranje na razvoj turističkih aktivnosti manjih opsega. Glavna problematika situacije je kako uravnotežiti ova tri elementa – dakle, očuvati prirodne resurse destinacija, očuvati identitet lokalnog stanovništva te definirati optimalne cijene za usluge kako bi se postigao održiv prihod i kako bi se ostvarili optimalni ekonomski učinci. Jedino je tako moguće postići zadovoljavajuću razinu održivosti destinacije koja će se kroz godine tako moći kvantitativno izraziti i mjeriti te dugoročno održavati.

### 1.3. Ciljevi i djelovanja održivog turizma

Na konferenciji Jean Monnet koja se održala u Briselu 2007. godine doneseni su konkretni ciljevi vezani uz provedbu Agende 21 u Europi. Održivi se razvoj turizma mora bazirati na sljedeća dva elementa: 1) mogućnost nastavka turističkih aktivnosti i 2) sposobnost zajednice i okoliša da apsorbiraju i koriste prednosti učinaka turizma na održiv način.<sup>10</sup>

**Tablica 1.:** Ciljevi i djelovanja održivog turizma

CILJEVI	DJELOVANJA
1) Ekonomska održivost	Osigurati održivost i konkurentnost turističkih destinacija tako da i dalje imaju koristi u dugoročnom planu
2) Boljitak lokalne zajednice	Maksimizirati doprinos turizma u svrhu ekonomskog boljitka domaćina turističke destinacije, kao i povećati proporciju zadržanog lokalnog prihoda
3) Kvaliteta zaposlenja	Povećati broj i kvalitetu lokalnih radnih mjesta koji su povezani s turizmom, uključujući poboljšanja vezana uz povećanje plaća, uvjete rada i dostupnost svima bez diskriminacije, bez obzira na njihovu rasu, spol, invaliditet ili ikoju drugu karakteristiku
4) Društvena pravednost	Tražiti široko i pravilno rasprostranjenu distribuciju ekonomskih i društvenih koristi od turizma u turističkoj destinaciji, uključujući povećanje mogućnosti prihoda i usluga dostupnih potrebitima
5) Zadovoljstvo posjetitelja	Omogućiti sigurno, zadovoljavajuće i ispunjavajuće iskustvo za posjetitelje koje će biti dostupno svima bez diskriminacije na osnovi spola, rase, invaliditeta i sličnog
6) Lokalna kontrola	Uključiti i potaknuti lokalne zajednice u planiranje i donošenje odluka o menadžmentu i budućem razvoju turizma na njihovom području, u konzultaciji s ostalim sudionicima
7) Dobrobit zajednice	Održati i poboljšati kvalitetu života u lokalnim zajednicama uključujući bolju infrastrukturu i dostupnost resursa, sadržaja, pogodnosti te izbjegavanje svih oblika društvene degradacije ili eksploatacije
8) Kulturno bogatstvo	Poštovati i istaknuti povijesno naslijeđe, autentičnu kulturu, tradicije i posebnosti turističke destinacije
9) Fizički integritet	Održati i istaknuti kvalitetu gradskog i seoskog krajolika, izbjeci fizičku i vizualnu degradaciju okoliša

<sup>10</sup> Ministarstvo turizma i sporta, Inovativne akcije u održivom turizmu Strategija EU za jadransko-jonsku regiju (EUSAIR), Zagreb, 2021., 9. str., dostupno: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//2021\\_dokumenti//210303\\_inovativne\\_akcije.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//2021_dokumenti//210303_inovativne_akcije.pdf) (pristupljeno 10.5.2023.)



10) Biološka raznolikost	Podržati očuvanje prirodnih područja, staništa te biljnog i životinjskog svijeta i minimizirati njihovo oštećenje
11) Efikasnost resursa	Minimizirati korištenje rijetkih i neobnovljivih resursa u razvoju i djelovanju turističkih objekata i usluga
12) Čistoća okoliša	Minimizirati zagađenje zraka, vode i tla te upravljati otpadom prouzrokovanim turističkim objektima i posjetiteljima

Izvor: izrada autora po uzoru na: European Sustainable Tourism: Context, Concepts And Guidelines for Action, Global Jean Monnet Conference, Brussels, 2007, 3. str., dostupno na: <https://www.turismoycooperacion.org/OBSERTUR/E/02.pdf>, pristupljeno 20.4.2023.

Iz ove se tablice može zaključiti da navedeni ciljevi mogu biti korišteni kao okvir za razvijanje strategija održivog razvoja turizma koja će se nadalje odvijati u dva smjera u kojima politika turizma može vršiti značajan utjecaj:

- Minimiziranje negativnih učinaka turizma na ekološke i društvene sfere
- Maksimiziranje pozitivnih učinaka i koristi turizma tako da isti pridonosi lokalnim ekonomijama, očuvanju prirodnog i kulturnog naslijeđa te kvaliteti života lokalnog stanovništva i posjetitelja

Tri glavna mehanizma implementacije strategije održivog razvoja turizma bi bila: održive destinacije, održivo poslovanje i odgovornost posjetitelja.<sup>11</sup>

## 1.4. Praćenje pokazatelja održivosti

Kada se govori o pojmu općeg razvoja prirodnog okoliša i onog stvorenog ljudskim utjecajem, neizbježno je susresti se s pojmom održivog razvoja. Iz tog je razloga korisno navesti Brundtlandovu definiciju iz 1987. godine koja je nedvojbeno najcitiranija definicija održivog razvoja: „Održivi razvoj je razvoj koji zadovoljava potrebe sadašnjih generacija, ne ugrožavajući pritom budućnost sljedećih generacija”<sup>12</sup>

<sup>11</sup> European Sustainable Tourism: Context, Concepts And Guidelines for Action, Global Jean Monnet Conference, Brussels, 2007, 3. i 4. str., dostupno na: <https://www.turismoycooperacion.org/OBSERTUR/E/02.pdf>, pristupljeno 20.4.2023.

<sup>12</sup> WCED, Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future, UN dokument, 2021., prvi dio, poglavlje 2, dostupno na: <http://www.un-documents.net/ocf-02.htm>, pristupljeno 2.5.2023.

Definicija se citira u mnogobrojnim dokumentima i istraživanjima, međutim, zbog brojnih mogućnosti potencijalnih interpretiranja, doživjela je i brojne kritike. Bez obzira na napore raznih stručnjaka koji su pokušali što detaljnije i smislenije objasniti ovu definiciju i raščlaniti ju na smislene korake, jako ih je teško provesti u praksi. Naime, održivost u turizmu se razvija iznimno sporo, heterogeno i ograničeno. Kako bi se dočarala istinitost prethodno navedenog, kao primjer se može uzeti nekonzistentnost i zbunjujući sadržaj raznih inicijativa, projekata, modela i selektivnih oblika održivog turizma. Ako se u fokus stave projekti kojima je cilj implementacija modela održivosti, dolazi se do zaključka kako su glavna obilježja održivog razvoja turizma: zbunjenost na strani potražnje, kratkotrajne inicijative te lažna promocija koja dovodi u zabludu – tzv. eng. green wash. Pojam "green wash" se koristi u situacijama kada upravljački tim unutar organizacije daje lažne, neutemeljene ili izravno obmanjujuće izjave ili tvrdnje o održivosti proizvoda ili usluge, ili čak o poslovanju u širem smislu.<sup>13</sup>

Ponekad "green wash" može biti nenamjeren (zbog nedostatka znanja ili razumijevanja od strane uprave), ali ponekad se provodi i namjerno marketinškim naporima. Također, u stručno-znanstvenim se člancima može primijetiti kako se najčešće raspravlja o neadekvatnosti primjenjivosti održivosti turizma na šira i veća područja. Raspravlja se i o učinkovitosti manjih primjena održivosti u turističkoj praksi, no takve je podatke teško konkretizirati i primijeniti na šira i veća područja.

Već je poznato da mnogi autori potiču implementaciju održivog turizma kako bi se ojačao socio-ekološki sustav, no pretežito se dijele na dva različita pristupa. Prvi se pristup ogleda u fokusu na pretežito okolišna pitanja, dok se drugi pristup ogleda u fokusu koji je podjednako raspoređen na sve tri dimenzije (ekonomsku, društvenu i ekološku). Autori Melkić, Marković Vukadin i Roknić u svom djelu "Održivi turizam - samozavaravanje, ideja ili realnost?" dolaze do spoznaje kako je u različitim znanstvenim člancima koji govore o pokazateljima održivosti u turizmu istaknuta različitost u odabiru i ponderiranju pokazatelja. Navedeno dovodi do zaključka kako su pokazatelji održivosti u turizmu i dalje pretežito nekonzistentni te se oslanjaju na prethodna istraživanja ETIS-a (European Tourism Indicator System) i UNWTO-a. Pri pokušaju kvantificiranja i ponderiranja pokazatelja održivosti, istraživači koriste razne metodologije koje koriste na manjim destinacijama, a sve u svrhu njihovog unapređenja.

Nažalost, u Republici Hrvatskoj nema toliko slučajeva pokušaja mjerenja utjecaja turizma na okolinu te se pretežno koriste samo izvještaji AZO-a koji prikazuju generalne procjene stanja

---

<sup>13</sup> Peterdy K., Greenwashing, Corporate Finance Institute, 2022., Kanada, 1. str., dostupno na: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/esg/greenwashing/>, pristupljeno 2.5.2023.

turizma u kojima se pokazatelji turizma djelomično prate i ograničene znanstvene analize koje trenutno nemaju mjesta u službenim politikama.<sup>14</sup>

Važnost utvrđivanja parametara i pokazatelja održivosti očituje se u činjenici da su oni osnova promišljenog i smislenog upravljanja, točnije donošenja odluka. Multisektoralnost i interdisciplinarnost imaju iznimno važnu poziciju kada se govori o uspostavi održivosti jer sami pokazatelji zahvaćaju mnogobrojne sektore i discipline. U ovom se kontekstu može spomenuti ETIS – Europski sustav indikatora za održive destinacije, razvijen od strane Europske komisije, a pokriva sve četiri relevantne dimenzije održivosti: utjecaje na okoliš, utjecaje na društvo i kulturu, utjecaje na ekonomiju i upravljanje destinacijom. Ovaj je sustav indikatora razvijen nastavno na Lisabonski sporazum iz 2007. godine, gdje je naglasak bio na podršci održivom i konkurentnom turizmu. U politici Europske komisije: Europa, svjetska turistička destinacija br. 1 – novi politički okvir za turizam u Europi iz 2010. godine, pomalo je jasnija politika kojom se vode. Naime, dolazi se do zaključka kako: "promoviranje razvoja održivog, odgovornog, visokokvalitetnog turizma; utvrđivanje imidža Europe kao skupa održivih, visokokvalitetnih destinacija te isticanje da je kompetitivnost europske turističke industrije u bliskoj vezi s njenom održivošću jer je kvaliteta turističkih destinacija snažno uvjetovana njezinim prirodnim i kulturnim okolišem te njezinom integriranošću u lokalnu zajednicu".<sup>15</sup> Vodeći se navedenim, može se zaključiti kako je od odlučujuće važnosti imati jasnu percepciju provode li destinacije aktivnosti koje su usmjerene na porast održivosti te ako ih provode, u kojoj mjeri. Također, angažiranost destinacija u navedeni proces održivosti je temeljni pokazatelj putem kojega se može iskazati uključenost sudionika.

## 1.5. Održivi turizam u RH

Današnja istraživanja pokazuju da je glavni motiv u 3% međunarodnih turističkih dolazaka ekoturizam te isti pokazuje trend snažnog rasta između 10% i 20% godišnje, čemu je uzrok rastuća ekološka svijest kupaca. No unatoč brojnim predispozicijama kao što su atraktivnost,

---

<sup>14</sup> Melkić S., Marković Vukadin I., Roknić L., *Sustainable tourism - self-deception, idea or reality?*, Institut za turizam, Zagreb, 2020., 50.-52. str., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/en/file/345924>, pristupljeno 12.5.2023.

<sup>15</sup> Ibidem

raspoloživost i očuvanost prirodnih resursa, održivost turizma u Republici Hrvatskoj i dalje nije na zavidnoj razini. Ako se u obzir uzme samo ekoturizam, on je zapostavljen čak i u velikom broju zaštićenih područja.<sup>16</sup> Poseban problem predstavljaju i dalje aktualne destinacije masovnog turizma čije daljnje poslovanje vrlo brzo može postati neodrživo, a sama destinacija može postati neprivlačna i time zarađivati manje/donositi manje profita. Iz toga je razloga prvotno prema njima potrebno preusmjeriti koncept održivog razvoja.

Može se uočiti i blaga diskriminacija turizma kao sektora. Primjerice, turizam nema prednost koju imaju ostali korisnici prirodnih resursa (šumarstvo, vodoprivreda, rudarstvo...), a također ima ograničen utjecaj u zaštiti prirodnih i društvenih turističkih atrakcija, koje su njihov osnovni razvojni resurs, dok ih ostali sektori neometano i neracionalno mogu koristiti.

Kao jedan od pozitivnih primjera u ostvarivanju ciljeva održivog turizma i u implementaciji strategija održivosti turizma u Republici Hrvatskoj potrebno je spomenuti zelene hotele. Njihove su karakteristike energetska učinkovitost, recikliranje, korištenje obnovljivih izvora energije te smanjivanje ovisnosti o uvozu energenata, što može donijeti izrazite koristi u trenutnoj situaciji krize s energentima s obzirom na situaciju rata u Ukrajini. Zeleni hoteli smanjuju troškove u svim procesima poslovanja, smanjuju štetne utjecaje na okoliš, prikladniji su za korištenje u zdravstvenom turizmu te svime navedenim mogu povećati cjelokupnu konkurentnost.

Prema posljednjim podacima Ministarstva turizma i sporta, u 2015. godini je postojao 41 hotel koji se mogao pohvaliti posjedovanjem certifikata o održivom poslovanju, uz nastojanje da se taj trend nastavi.<sup>17</sup> Trend se u 2022. proširio i na male i obiteljske hotele kada je čak 11 manjih smještajnih objekata dobilo ovaj certifikat, a procjena je da će u skorij budućnosti prestižni brend Eco zelenih hotela osvojiti između 50 - 60 članova Nacionalne udruge obiteljskih i malih hotela.<sup>18</sup>

Sukladno istraživanju vodećeg svjetskog dobavljača globalne poslovne inteligencije (analize tržišta i uvida u ponašanje potrošača) Euromonitor International-a, Hrvatska je ušla među top 20 zemalja po standardima održivosti turizma i novim zelenim standardima, točnije, zauzela je

---

<sup>16</sup> Web stranica Ministarstva turizma i sporta RH, Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, odlomak 2.1.5.2., dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160120\\_1-sast\\_medjmint\\_vijece.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160120_1-sast_medjmint_vijece.pdf) (pristupljeno 13.5.2023.)

<sup>17</sup> Web stranica Ministarstva turizma i sporta RH, U Hrvatskoj trenutno 41 hotel ima 'zeleni' certifikat, 2015., dostupno na: <https://mint.gov.hr/vijesti/u-hrvatskoj-trenutno-41-hotel-ima-zeleni-certifikat/9296> (pristupljeno 20.3.2023.)

<sup>18</sup> Časopis Turizam Info, Eco zeleni certifikati za 11 malih hotela, dostupno na: <https://www.turizaminfo.hr/novosti/eco-zeleni-certifikati-za-11-malih-hotela/> (pristupljeno 20.3.2023.)

13. mjesto u svijetu. Dodatno, u 2021. ova je globalna istraživačka kuća provela istraživanje o top 10 potrošačkih trendova, među kojima se prvi ističe zabrinutost za planetu, zdravlje i dobrobit cjelokupnog društva.<sup>19</sup>

Dobra je vijest također da se kroz Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost uložilo preko 600 milijuna kuna u projekte koji pridonose održivom razvoju turizma, kao što su primjerice, kapitalni projekti u nacionalnim parkovima i parkovima prirode. Potrebno je pritom napomenuti važnost koju u ovom slučaju imaju sredstva osigurana iz EU fondova jer su ona financirala većinu spomenutih ulaganja. Fond za zaštitu okoliša uz pomoć sredstava iz EU fondova itekako može pripomoći mnogobrojnim projektima koji za cilj imaju ostvarenje ciljeva održivog razvoja turizma.<sup>20</sup>

## **1.6. Primjeri implementacije održivih ideja u turizmu RH**

Hrvatska je ozbiljno shvatila koncept održivog razvoja pa se tako može primijetiti da je 1972. godine donesen strateški dokument pod nazivom Rezolucija o zaštiti čovjekove sredine, a uoči konferencije u Stockholmu.<sup>21</sup> Iz navedenog se zaključuje kako je Hrvatska prilično rano krenula s uključivanjem u dogovore koji su vezani uz održiv razvoj. Aktivnosti Hrvatske vezane uz procjenjivanje utjecaja raznih aktivnosti na ekosustave bilježe se još od 70.-ih godina, a svoju zakonsku podlogu dobivaju 1980. godine. Usvajanje „Deklaracije o zaštiti okoliša“ 1992. godine također je važan trenutak za daljnji razvoj održivih ideja u Hrvatskoj, a događa se nastavno na Svjetski skup o okolišu i razvoju u Rio de Janeiru. Trenutno je aktualna Strategija razvoja održivog turizma za razdoblje do 2030. godine ustanovljena od strane ministarstva turizma, a potrebno je i spomenuti Nacionalni plan razvoja održivog turizma od 2021. do 2027. godine. Vezano uz okolišne promjene, vrijedne su spomena i Strategija niskougličnog razvoja RH za razdoblje do 2030. s pogledom na 2050. godinu te Strategija prilagodbe klimatskim

---

<sup>19</sup> Euromonitor International, Top 10 Global Consumer Trends 2021, dostupno na: <https://www.euromonitor.com/top-10-global-consumer-trends-2021/report> (pristupljeno 20.3.2023.)

<sup>20</sup> Cetina, E., Održivi razvoj turizma u Hrvatskoj, Istarsko veleučilište, Pula, 2022, 83. str., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/en/file/412249>, pristupljeno 20.3.2023.

<sup>21</sup> Matešić M., Principi održivog razvoja u strateškim dokumentima Republike Hrvatske, Socijalna ekologija, Vol. 18 No. 3-4, 2009, str. 324, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/54112> (pristupljeno 20.5.2023.)

promjenama u RH za razdoblje do 2040. s pogledom na 2070. godinu. U nastavku se navode neki od dobrih primjera implementacije ovih strategija:

- Brošura „Istra ecoexperience – Sve eko u Istri“

Ova je brošura izdana od strane Istarske županije kako bi se povećala ekološka osviještenost lokalnih turističkih djelatnika i posjetitelja. Neke od karakteristika ove brošure su: njena višejezičnost, tisak na ekološkom papiru te informacije o eko ponudi Istre. Kao dio eko ponude Istre uvršteni su i razni smještajni privatni objekti koji nose oznaku Eco Domus, kampovi koji nose oznaku EU Ecolabel te hoteli s eko oznakom Travelife koja je međunarodno prepoznata. Ova je brošura isto tako korisna jer pruža informacije o zaštićenim područjima Istre koji su pod zaštitom ekološke mreže Natura 2000, kao i o proizvođačima s eko certifikatima, plažama koje se ponose Zelenim i Plavim zastavama, eko manifestacijama, e-punionicama za električne automobile te ostalim eko događajima. Dostupne su informacije i o nacionalnim parkovima, parkovima prirode, eko muzejima, ostalim zaštićenim područjima te životinjskom i biljnom svijetu zaštićenom zakonom.<sup>22</sup>



**Slika 2.** Brošura „Istra ecoexperience – Sve eko u Istri“

Izvor: preuzeto sa stranice: <https://www.istraecoexperience.com/> (pristupljeno 13.5.2023.)

---

<sup>22</sup> Web stranica Istra Ecoexperience, dostupno na: <https://www.istraecoexperience.com/> (pristupljeno 13.5.2023.)

- Program „Eco Domus“

Ovaj je program usmjeren na male turističke objekte i privatne iznajmljivače, a cilj je potaknuti ih na podizanje kvalitete smještaja, na stvaranje inovacija tako da se razlikuju od konkurencije te na povećanje cjelokupne ekološke i društvene odgovornosti u turizmu. Ono što „Eco Domus“ smještaj čini različitim od ostalih je njihov fokus na ekološku i društvenu odgovornost, korištenje proizvoda u svom domaćinstvu koji nose eko certifikate, odgovorno postupanje s otpadom, energijom, vodom, materijalima te sveukupan odnos prema zdravlju i okolišu. Ovaj program duboko poštuje lokalne vrijednosti te sukladno tome nudi informacije gostima o tradicionalnim proizvodima, kulturno-povijesnoj baštini, vrijednostima prirode i krajolika te o autohtonim biljnim vrstama čime ga se može smatrati usklađenim s globalnim smjernicama za održiv turizam.<sup>23</sup>



**Slika 3.** Logo programa "Eco Domus"

Izvor: preuzeto sa stranice: <https://www.turizmoteka.hr/> (pristupljeno 16.1.2023.)

- Projekt ICARUS – Intermodalni transport u Jadransko Jonskoj regiji

Projekt ICARUS jedan je od primjera kako međunarodna suradnja može donijeti itekako mnogo koristi i napretka kada je u pitanju održiv razvoj. Naime, ovaj je projekt nastao kao rezultat suradnje Hrvatske i Italije te mu je u cilju povećati ekološku održivost transportnih

---

<sup>23</sup> Poziv za uključnje u program Eco Domus, Turizmoteka – Turistički informativni servis, 2020., dostupno na: <https://www.turizmoteka.hr/obiteljski-turizam/objavljen-javni-poziv-za-ukljucenje-u-program-certificiranja-eko-prijateljskog-smjestaja-eco-domus/> (pristupljeno 16.1.2023.)

usluga uz istovremen rad na kvaliteti i sigurnosti istih. U cilju je također poboljšanje putničke mreže, lakše povezivanje obala te posljedično smanjenje korištenja automobila koji mnogo više zagađuju okolinu. Masovnom uporabom osobnih automobila nastaju mnoge štetne posljedice, a na ovaj će se način razvijati drugi alternativni "zeleni" načini transporta. Provedena je detaljna analiza potreba i nedostataka vezan uz ovaj "zeleni" način transporta kako bi se dobio bolji uvid u stavke na koje treba staviti poseban fokus, a u planu je i razvoj IT rješenja, rad na promjeni navika putnika te na pokušaju integriranja različitih oblika transporta kao što su primjerice bicikli i željeznički prijevoz.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Web stranica Istarske razvojne agencije, EU projekti, 2019.-2021., dostupno na: <https://ida.hr/hr/bn/eu-projekti/aktualni-eu-projekti/detail/51/icarus-intermodal-connections-adriatic-ionic-ionian-region-upgrowth-seamless-solutions-passengers/>, pristupljeno 16.1.2023.



## 2. RESURSI I ATRAKCIJE U TURISTIČKOJ DESTINACIJI

Sve ono što posjetitelje može privući u neku određenu turističku destinaciju naziva se turističkom atrakcijom.<sup>25</sup> Razlikuju se one prirodne te one koje su stvorene ljudskom rukom, dok im je zajednička karakteristika činjenica da su one temelj turističkog razvoja destinacije, no i činjenica da su one podložne destrukciji i devastiranju. U slučaju destrukcije ili devastiranja tih istih turističkih atrakcija, posljedice za turističku destinaciju mogu biti pogubne. Razlog tomu je ovisnost turizma o atrakcijama te o prirodnim i stvorenim potencijalima. Ukoliko nema atrakcija, nema ni turizma.<sup>26</sup> Zbog prethodno navedene važnosti turističkih atrakcija, može se zaključiti kako je od ključne važnosti njima kvalitetno upravljati, ne samo u sadašnjem stanju, već je potrebno imati i plan u kojem će smjeru teći daljnji razvoj.

Atrakcija ne mora biti samo neka kulturno-povijesna baština ili nacionalni park, ona može biti i manifestacija, događaj ili mjesto – bilo koji element koji zbog svoje osobitosti privlači veći broj turista i posjetitelja. Prilikom odabira neke destinacije, turisti će prvenstveno birati turističke atrakcije. Kao primjer može se navesti želja turista za posjetom Eiffelovom tornju u Parizu – njega je prije svega privukao Eiffelov toranj, dok će tek naknadno tražiti smještaj, proučiti prometnu povezanost, odlučiti se za željeno prometno sredstvo do destinacije i ostale elemente. Ovo je također primjer iz kojeg se može zaključiti da samo destinacije koje imaju potencijalne ili realne turističke atrakcije mogu razviti turizam u svom području; one su temeljni turistički resurs. Ukratko, definicija turističke atrakcije je da su one dio turističke destinacije koje svojim obilježjima potiču i nadahnjuju turiste i posjetitelje da posjete određenu receptivnu destinaciju.

### 2.1. Temeljno određenje resursa

Turistički resursi su jedni od važnijih čimbenika turističke destinacije i kao takvi postaju ključni u turističkom razvoju destinacije i njenoj konkurentnosti na zahtjevnom turističkom

---

<sup>25</sup> Čorić N., Upravljanje atrakcijama u turizmu, Veleučilište u Šibeniku, 2019., 1. str. dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/vus%3A1288/datastream/PDF/view> (pristupljeno 19.2.2023.)

<sup>26</sup> Čorić N., Upravljanje atrakcijama u turizmu, Veleučilište u Šibeniku, 2019., 8. str., dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/vus%3A1288/datastream/PDF/view> (pristupljeno 19.2.2023.)

tržištu. S obzirom na to da se turističku destinaciju može zamisliti kao funkcionalno zaokruženo turističko područje, resursi se mogu promatrati kao mali segmenti unutar istoga, a da isti istovremeno služe za zadovoljenje potreba potrošača/turista. Ovdje do izražaja dolazi već spomenuti naziv: faktor turističke ponude. Bolje rečeno, svi resursi neke turističke destinacije mogu postati faktor turističke ponude ako se njima kvalitetno upravlja.

Najčešća asocijacija ljudi kada se spomenu turistički resursi su prirodni i društveni – dakle, resursi koji nisu stvoreni ljudskom rukom te oni koji su stvoreni ljudskom rukom (pod posljednji pojam ljudi najčešće svrstavaju kulturno-povijesnu baštinu). Međutim, podjela resursa je znatno šira. Prema UNWTO-u, resursima se također mogu smatrati: prirodni turistički resursi, klimatski uvjeti, infrastruktura, kulturno povijesna baština te turistički sadržaji i usluge.<sup>27</sup> To su sva dobra (društvena i/ili prirodna) dobra koja se uz prethodno valoriziranje mogu koristiti za daljnji razvoj turizma u destinaciji. Ako se turistički resursi ne valoriziraju na turističkom tržištu ili još nisu valorizirani, može se govoriti o njima kao o turističkim potencijalima, dok valorizirani turistički resursi postaju turističke atrakcije.<sup>28</sup>

Nadalje, resursi su jedni od temeljnih čimbenika proizvodnje uz ostale pridružene čimbenike poduzetništva, rada i kapitala, a ovdje je moguće pridružiti i dodatne čimbenike kao što su istraživanje i razvoj, obrazovanje i tehnologija. Važno je naglasiti kako resursi u najvećem udjelu nisu neograničeni, već naprotiv, mogu biti i iznimno rijetki, a sve ovisno o prostoru u kojem su pozicionirani. Smatra se kako nijedan resurs u praksi nije neograničen, niti se može koristiti u neograničenim količinama, upravo iz razloga jer se konstantno troše i koriste.

Kako broj stanovništva zemlje i njihove potrebe sve više rastu, a tako i njihova povećana potrošnja, sve to iziskuje povećanje proizvodnje, što posljedično dovodi do problema ograničenosti resursa. Kvalitetna proizvodnja dobara je osigurana korištenjem više resursa, kako u pogledu količine, tako i u pogledu raznolikosti.

Međutim, unatoč činjenici da na svijetu postoje mnoge nacije koje imaju pristup raznim resursima, ti se resursi ne koriste u svom punom potencijalu. To je zbog nedostatka stručnjaka, zastarjele tehnologije, neadekvatnog financiranja inicijativa, nepovoljnih razvojnih trendova itd. Postoje određene nacije koje nemaju dovoljno prirodnih resursa povrh neučinkovitog korištenja resursa. Uvozom potrebnih prirodnih resursa iz zemalja koje su njima bogate, oni su u stanju proizvesti veliku količinu robe i ponuditi usluge visokog standarda zahvaljujući znanju, tehnologiji, kapitalu i drugim izvedbenim i temeljnim čimbenicima. Zbog današnje velike

---

<sup>27</sup> The World Tourism Organisation, UNWTO Tourism highlights. World Tourism Organisation, 1999.

<sup>28</sup> Kušen E., Turizam i prostor, Klasifikacija turističkih atrakcija, Institut za turizam, Zagreb, 2001. i 2002., str.6.

proizvodnje, mnoge rezerve resursa su na rubu iscrpljenosti, što je dovelo do korištenja zamjena, kao što su umjetne sirovine za proizvodnju robe te sadržaj koji je izrađen ljudskom rukom, kao što su umjetni otoci, vodeni parkovi itd.

Za potpunije razumijevanje samog pojma turističkih resursa potrebno je napraviti uvid u njihovu podjelu te će se za početak upotrijebiti funkcionalna struktura baze turističkih resursa.

**Tablica 2.** Funkcionalna struktura baze turističkih resursa

<b>Temeljni turistički resursi</b>
Potencijalni
Realni
<b>Ostali direktni turistički resursi</b>
Smještajni i ugostiteljski objekti
Popratni turistički sadržaji
Ljudski resursi u turizmu
Područja turističkog razvoja
Turističke lokacije
Turističke destinacije
Putničke agencije
Organizacija turizma (turističke zajednice i udruge)
Informacije o turizmu i promocija
Turistički informacijski sustav
Znanje lokalnog stanovništva o turizmu
Turistička atraktivnost destinacija u okruženju
<b>Indirektni turistički resursi</b>
Razina očuvanosti okoliša
Geografski položaj
Prometna povezanost
Komunalna i socijalna infrastruktura
Kvaliteta prostornog planiranja
Izgled zgrada, ulica i parkova
Politička stabilnost
Ostalo

Izvor: izrada autorice prema uzoru na Kušen E.: A system of tourism attractions., Institut za turizam, Zagreb, 2010., 413. str., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/en/file/95362> (pristupljeno 13.3.2023.)

Kao prva podjela u ovoj strukturi je ona temeljna podjela turističkih resursa na potencijalne i realne. Potencijalni su oni turistički resursi koji još nisu dovoljno prepoznati ili valorizirani na turističkom tržištu, dok su realni turistički resursi već dio turističke ponude i oni sudjeluju u

stvaranju realnog bruto domaćeg proizvoda. Nadalje, turistički se resursi mogu podijeliti na ostale direktne turističke resurse koji također na neki način doprinose razvoju turističkog proizvoda određene turističke destinacije. Za kraj, navode se indirektni turistički resursi čiji doprinosi turističkom razvoju destinacije nisu izravno vidljivi, no kroz neizravne načine itekako djeluju na isti.<sup>29</sup> Kao primjer se može izdvojiti prometna povezanost – neka turistička destinacija može imati natprosječno vrijedne turističke resurse i atrakcije, no ako turistima nije omogućen ili im je otežan dolazak u tu istu destinaciju, i sam turistički razvoj iste će biti iznimno otežan.

Nadalje, turistički se resursi mogu podijeliti na osnovi obnovljivosti i na temelju njihovih funkcija.

**Tablica 3.** Podjela turističkih resursa prema obnovljivosti i funkcijama

<b>Turistički resursi prema obnovljivosti</b>
Obnovljivi
Neobnovljivi
<b>Turistički resursi prema funkcijama</b>
Primarni
Sekundarni

Izvor: izrada autorice prema Krivošejev V., Rabasović B., Uvod u turizam sa osnovama ruralnog turizma, Udruženje domaćina Valjevo, Srbija, 2020., 91. str., dostupno na: [https://e-nastava.vipos.edu.rs/pluginfile.php/4161/mod\\_resource/content/1/udzbenik%20UVOD%20U%20TURIZAM.pdf](https://e-nastava.vipos.edu.rs/pluginfile.php/4161/mod_resource/content/1/udzbenik%20UVOD%20U%20TURIZAM.pdf) (pristupljeno 15.3.2023.)

Obnovljivi su resursi oni resursi koji se po svojem nestanku ili devastaciji mogu ponovno obnoviti prirodnim putem ili djelovanjem čovjeka.<sup>30</sup> Razina njihove obnovljivosti također može ovisiti o razini devastacije ili oštećenja. Primjerice, neka se oštećena umjetnička slika može čovjekovim utjecajem restaurirati i tako vratiti svoju originalnu vrijednost, no ukoliko je neka umjetnička slika (na primjer, Mona Lisa) u potpunosti uništena, nemoguće je stvoriti kopiju koja bi imala jednaku turističku vrijednost kao originalna slika. Nadalje, govoreći o prirodnim resursima, razina njihove obnovljivosti također ovisi o razini devastacije. Primjerice, kod oštećenja šuma je moguće ponovno pošumljavanje čovjekovim utjecajem ili prirodnim putem,

<sup>29</sup> Kušen E., A system of tourism attractions,, Institut za turizam, Zagreb, 2010., 413. str., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/en/file/95362> (pristupljeno 13.3.2023.)

<sup>30</sup> Krivošejev V., Rabasović B., Uvod u turizam sa osnovama ruralnog turizma, Udruženje domaćina Valjevo, Srbija, 2020., 91. str., dostupno na: [https://e-nastava.vipos.edu.rs/pluginfile.php/4161/mod\\_resource/content/1/udzbenik%20UVOD%20U%20TURIZAM.pdf](https://e-nastava.vipos.edu.rs/pluginfile.php/4161/mod_resource/content/1/udzbenik%20UVOD%20U%20TURIZAM.pdf) (pristupljeno 15.3.2023.)

no potpunim uništenjem atrakcije kao što su Plitvička jezera, čovjek nije u mogućnosti stvoriti takav identičan turistički proizvod svojim utjecajem.

Uz pojam devastacije, potrebno je spomenuti i pojam degradacije – smanjenje vrijednosti određenog resursa koje se ogleda kroz smanjenje njegove atraktivnosti i značaja. Degradacija je najvećim postotkom uzrokovana ljudskim utjecajem i neprimjerenom uporabom turističkih resursa, za što je jedan od najvećih uzroka pretjerana komercijalizacija.<sup>31</sup> Upravo je iz tog razloga jedan od najvažnijih zadataka menadžmenta turizma (uz izgradnju i razvoj), očuvanje, preventivna zaštita i rekonstrukcija turističkih resursa putem različitih mjera. Cilj je osigurati da svi resursi ostanu neoštećeni te da održivom uporabom budu na korist, kako posjetiteljima, tako i lokalnom stanovništvu.

Nadalje, turistički se resursi prema funkcijama dijele na primarne i sekundarne.<sup>32</sup> Primarni su turistički resursi oni koji izravno privlače posjetitelje svojom atraktivnošću i postojanjem (kao primjer se mogu ponovno navesti Plitvička jezera), dok su sekundarni turistički resursi oni koji pružaju podršku primarnim i čine ih dostupnima i još atraktivnijima te zadovoljavaju osnovne turističke potrebe. Kao primjer istih mogu se navesti ceste, parkinzi, smještajni objekti i sadržaji u destinaciji. Kvaliteta primarne i sekundarne ponude mora biti u ravnoteži kako bi se pojedino mjesto i njegovi resursi uspješno valorizirali. Čak i ako su usluge sekundarne ponude kvalitetnije od usluga primarne, za njih je nemoguće naplatiti adekvatnu cijenu. Adekvatno korištenje resursa nemoguće je i kada je primarna turistička ponuda kvalitetnija, odnosno na višoj razini od sekundarne. Takve okolnosti, bez obzira na atraktivnost resursa, rezultiraju nemogućnošću zadovoljenja turističkih potreba, što malo ili nimalo utječe na gospodarski razvoj područja. Sekundarna turistička ponuda obogaćuje primarnu, čime može postati i gospodarsko dobro.

Elementi prema kojima se ocjenjuje turistička vrijednost resursa:<sup>33</sup>

1. Položaj

2. Potražnja

---

<sup>31</sup> Krivošejev V., Rabasović B., Uvod u turizam sa osnovama ruralnog turizma, Udruženje domaćina Valjevo, Srbija, 2020., 92. str., dostupno na: [https://e-nastava.vipos.edu.rs/pluginfile.php/4161/mod\\_resource/content/1/udzbenik%20UVOD%20U%20TURIZAM.pdf](https://e-nastava.vipos.edu.rs/pluginfile.php/4161/mod_resource/content/1/udzbenik%20UVOD%20U%20TURIZAM.pdf) (pristupljeno 15.3.2023.)

<sup>32</sup> Krivošejev V., Rabasović B., Uvod u turizam sa osnovama ruralnog turizma, Udruženje domaćina Valjevo, Srbija, 2020., 85. str., dostupno na: [https://e-nastava.vipos.edu.rs/pluginfile.php/4161/mod\\_resource/content/1/udzbenik%20UVOD%20U%20TURIZAM.pdf](https://e-nastava.vipos.edu.rs/pluginfile.php/4161/mod_resource/content/1/udzbenik%20UVOD%20U%20TURIZAM.pdf) (pristupljeno 15.3.2023.)

<sup>33</sup> Čavlek, N., Prebežac, D., Turizam- ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 130.str.

3. Prometna povezanost

4. Odnos resursa i turističkih tokova

5. Konkurencija

Sljedeća podjela koju treba spomenuti kod distinkcije turističkih resursa je ona prema postanku ili prema genskom podrijetlu gdje se mogu uočiti dvije skupine resursa: prirodni i društveni (antropogeni). Prirodne resurse čine svi oni resursi koji nas okružuju te se kao takvi najčešće navode: tlo, flora i fauna, vode, klima, minerali i slično. Društvene resurse s druge strane čine ljudi, točnije lokalno stanovništvo, razina obrazovanja, industrijalizacije i urbanizacije, kao i kulturno-povijesne građevine te baština (koja može biti etnosocijalna, znanstvena i kulturna).

**Tablica 4.** Podjela turističkih resursa prema genskom podrijetlu

<b>Prirodni turistički resursi</b>	
klimatski	različiti tipovi klime, vrste i količina oborina, vjetrovi, insolacija, relativna temperatura i vlažnost zraka
geomorfološki	planine i planinski lanci, kanjoni, klisure, pećine, polja u kršu, vulkani, krški oblici, špilje
hidrografski	mora, oceani, jezera, rijeke, gejziri, slapovi, termalne i podzemne vode
biogeografski	biljni i životinjski svijet
pejsažni	planinski, nizinski i primorski pejsaži
<b>Društveni turistički resursi</b>	
kulturno-povijesni	očuvani ostatci prošlih civilizacija, urbanističke cjeline, spomenici, umjetnička djela
etnosocijalni	običaji, pjesme, igre, rukotvorine, narodne nošnje i odijela, mentalitet, lokalna gastronomija, materijalna i duhovna kultura lokalnog stanovništva
umjetnički	muzeji, galerije, knjižnice, zbirke, gliptoteke, dostignuća u likovnoj, književnoj, kazališnoj i glazbenoj umjetnosti, arhitektura
manifestacijski	ustanove koje se bave organiziranjem obrazovnih ili obrazovno-rekreacijskih aktivnosti/manifestacija
ambijentalni	prostorne cjeline nastale čovjekovim radom i umijećem – trgovi, ulice, naselja, morske i zračne luke

U ovoj se tablici mogu primijetiti različite podvrste prirodnih i društvenih resursa.

Resursi povezani s klimom: jedna od najznačajnijih komponenti turističke privlačnosti mjesta jer ugodna klima utječe i na opuštenost samih turista i stanovnika. Na sposobnost destinacije da privuče turiste zbog svojih rekreacijskih sadržaja značajno utječe klima. Lako je zaključiti da je klima jedan od najznačajnijih aspekata koji utječu na prisutnost turista s obzirom da može imati i pozitivne i negativne učinke na čovjeka. Temperatura, učestalost sunčanih dana i količina oborina samo su neki od čimbenika povezanih s klimom koji mogu potaknuti ili odvratiti nekog od putovanja.

Geomorfološki resursi (reljef, podzemni i površinski oblici): ključni su za razvoj infrastrukture i kapaciteta za prihvata posjetitelja. Turiste privlače različiti tipovi reljefa zbog svojih kvaliteta i karakteristika. Budući da nisu svi jednako privlačni i privlačni, ne mogu se ni svi reljefni oblici jednako vrednovati.

Hidrografski resursi jedan su od najprivlačnijih aspekata putovanja, uz klimatske resurse. Osim što se koriste za rekreaciju, vode često nude atraktivna vizualna svojstva. Svjetske vode i obale najprivlačnija su mjesta za opuštanje, zabavu, rekreaciju i općenito zadovoljenje potreba ljudi na putovanjima. Dostupnost kupanja i drugih rekreacijskih mogućnosti, nakon čega slijedi kulturni i povijesni značaj obalnih zajednica, primarna je privlačnost za putnike koji putuju na more. Duljina turističke sezone je ograničena jer je kupalište glavna atrakcija, ali ovisi i o regionalnim i mikroregionalnim čimbenicima. Termalni izvori, rijeke i jezera sljedeće su najpopularnije turističke atrakcije nakon mora.

Biogeografski resursi: Flora i fauna imaju značajnu ulogu u usmjeravanju turista na njihovim putovanjima, a tako i u proizvodnji hrane i sirovina za industrijsku preradu. Korištenje flore u turizmu uključuje estetske, ukrasne, sanitarne i rekreacijske svrhe. Zbog potencijala za stvaranje slobodnih aktivnosti, izletišta i lovnih turista, šume su značajne u industriji. Područja s raznolikim divljim životinjama pružaju mogućnosti za sport, slobodno vrijeme i zabavne aktivnosti poput jahanja, ribolova i lova.

Pejzažni resursi: skup različitih prirodnih i društvenih resursa pomoću kojih svaka osoba može imati poseban doživljaj destinacije. Zbog razlika u dobi, podrijetlu, stupnju obrazovanja i kulturi, krajolik ne privlači sve posjetitelje na isti način. Također, što je pojedina regija na

višem stupnju razvijenosti, viša će biti i vrijednost njenog pejzaža. S obzirom na sve veću razinu urbanizacije i globalizacije, danas je od iznimne važnosti očuvati prirodne krajolike, zbog čega postoji devet različitih tipova zaštićenih područja.

**Kulturno-povijesni resursi:** zbog svoje umjetničke vrijednosti i povijesnog značaja, ostaci prošlih civilizacija, spomenici i umjetnine vrlo su privlačni turistički resursi. Kulturno povijesni resursi će teško biti primarni razlog za dolazak turista u neku destinaciju, no vrlo su često kvalitetan dodatni/sekundarni motiv. U današnje vrijeme sve više turista teže zadovoljenju kulturnih, a ne samo rekreativnih potreba te se sukladno tome razvija novi trend putovanja u kulturno bogate destinacije.

**Etnosocijalni resursi:** narodni plesovi, pjesme, nošnje, rukotvorine i gastronomija imaju značajnu ulogu u turizmu jer otkrivaju kulturu i način života stanovnika, a turisti modernog vremena žele upoznavati nove kulture i doživjeti njihov način života. Zbog činjenice da su neke narodne umjetnosti rijetke ili izumrle u industrijaliziranim industrijskim zemljama, ti resursi ili atrakcije dostupni su turistima na različite načine i od velikog su značaja.

**Umjetnički resursi:** glazbena i likovna djela te kulturno povijesni spomenici, može ih se pronaći u muzejima i ostalim kulturnim ustanovama. Mogu se svrstati u resurse s tematskom dimenzijom te inače nisu primarni, već dopunski motiv koji privlači turiste i dopunjuje turističke sadržaje.

**Manifestacijski resursi:** povećavaju razinu privlačnosti destinacije te su kategorizirani u zdravstvene, sportske, vjerske i kulturne resurse. Svrha im je nadopuniti turističke sadržaje u destinaciji i povećati potrošnju posjetitelja, no nemaju svi manifestacijski resursi jednak stupanj atraktivnosti. Najpopularniji oblici manifestacijskih resursa su atletskog i rekreativnog karaktera te su vidljivi u današnjim globalnim trendovima.

**Ambijentalni resursi:** resursi nastali čovjekovim djelovanjem, a koji su svojim izgledom, funkcijom i tehnikom izvedbe posebno privlačni turistima. Najčešće ostvaruju velik broj turističkih posjeta, ali su rijetko primarni razlog dolaska turista u destinaciju. Velika prednost ovakvih resursa je produljivanje sezone u destinaciji te se stoga smatraju važnim resursom u turističkoj djelatnosti.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Hrvatin, A., Turistička karta i turistički potencijal Pazina, Sveučilište u Zagrebu Geodetski fakultet, Zagreb, 2011., (str. 17-20.), dostupno na: <https://www.bib.irb.hr/index.php/948577> (pristupljeno 1.4.2023.)



## 2.2. Temeljno određenje atrakcija

Postoje različite vrste atrakcija, no one koje se koriste u turističke svrhe imaju specifičan naziv – turističke atrakcije. Turističkim se atrakcijama mogu smatrati sve atrakcije koje mogu biti razlog dolaska turista i posjetitelja te na taj način one postaju temeljni turistički resursi turističke destinacije. Glavna podjela turističkih atrakcija je ona koja ih dijeli na potencijalne i realne. Realne atrakcije privlače turiste i potencijalno su nevalorizirane, s tim da se u budućnosti mogu iskoristiti.<sup>35</sup>

Potencijalne turističke atrakcije mogu postati realne samo kada posjetiteljima mogu omogućiti opću pristupačnost u vidu signalizacije, razgledavanja, tiskanih informacija te fizičkog i javnog pristupa. Plasirati se na turističko tržište i promovirati je moguće samo realnim turističkim atrakcijama.

Ključni faktori za razvoj turističkih atrakcija su:<sup>36</sup>

- kvaliteta,
- autentičnost,
- proširenje aktivnosti,
- snaga privlačnosti

S obzirom na to da je turizam iznimno ovisan o okolišu, potrebno je brinuti o njemu te se pritom voditi smjernicama održivog razvoja. Kako bi se turističke atrakcije razvile na održiv način, nužno je kvalitetno upravljati prostorom i okolišem. Kada se neka atrakcija želi valorizirati, potrebna je čovjekova intervencija.

Čimbenici koji utječu na upravljanje turističkim atrakcijama su:<sup>37</sup>

- Niske cijene zemljišta
- Pokrivanje početnih troškova sponzorstvom

---

<sup>35</sup> Konjić, M., Marketing turističkih destinacija, Sveučilišni centar Varaždin, 2020., 22. str., dostupno na: <https://repositorij.unin.hr/islandora/object/unin:2863>, pristupljeno 2.4.2023.

<sup>36</sup> Cetinski, V., Juričić, B., Uloga sustava kvalitete i eco-labelling sustava u benchmarkingu turističke destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2005., str. 82, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/267208>, pristupljeno 2.4.2023.

<sup>37</sup> Richards, B., Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja, Potecon, Zagreb, 1997., str. 24

- Stvaranje jedinstvenog doživljaja predmetne turističke atrakcije
- Definirano ciljno tržište i proračun dostatan za aktivnosti na tom tržištu
- Lokacija dostupna ciljnom tržištu
- Zapošljavanje stručnog osoblja
- Poslovni plan koji će osuvremeniti atrakcije

Uz prethodno navedene čimbenike, na uspjeh upravljanja turističkim atrakcijama može pomoći i dobra prilagodba motivima turističkih dolazaka. Naime, ako se uzme u obzir određena vrsta turističke atrakcije, može se primijetiti da je ona u skladu s određenim motivima putovanja te na taj način omogućuje razvoj samo određenih vrsta turizma. Niže je prikazana temeljna funkcionalna podjela turističkih atrakcija.

**Tablica 5.** Temeljna funkcionalna podjela turističkih atrakcija

<b>Turističke atrakcije</b>	
Geološke značajke	otoci, krš, reljef...
Klima	mediteranska, kontinentalna, planinska...
Voda	rijeke, mora, jezera, oceani...
Flora	prirodna i uzgojena vegetacija, arboretumi...
Fauna	divlje i domaće životinje, zoološki vrtovi...
Zaštićena prirodna baština	nacionalni parkovi, parkovi prirode...
Zaštićena kulturna baština	pokretna, nepokretna, neopipljiva...
Stil života i rada	ručni rad, folklor, običaji i tradicija...
Povijesni događaji i povijesne osobe	povijesne osobe, povijesne obitelji, važni događaji u povijesti...
Posebni događaji/manifestacije	kulturni, vjerski, sportski...
Vjerske i kulturne institucije	muzeji, kazališta, crkve...
Prirodne toplice	spa centri, terme...
Sportsko - rekreacijski sadržaji	tereni, igrališta, teretane...
Turističke staze i ceste	za hodanje, bicikljanje, vožnju...
Atrakcije atrakcija	tematski parkovi, zabavna vozila, casina...
Turističke para-atrakcije	poslovni, edukacijski i medicinski sadržaji...

Izvor: izrada autorice prema Kušen E., A system of tourism attractions, Institut za turizam, Zagreb, 2010., str.418 i 422, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/en/file/95362> (pristupljeno 13.3.2023.)

Ova klasifikacija uključuje podjelu redosljedom koji odražava približan slijed geneze tih atrakcija te poredak odražava i druge podjele turističkih atrakcija, kao što su prirodne i

društvene, opipljive i neopipljive, originalne i nadograđene, vezane uz slobodno vrijeme i ne-slobodno vrijeme. Također, sve se navedene vrste mogu podijeliti na još bezbroj podvrsta.

### 2.3. Upravljanje turističkim resursima

Inovativnost i kvaliteta turističkog proizvoda postaju odlučujući čimbenici natjecanja na turističkom tržištu. Rezultati poslovanja turističke organizacije se ogledaju u unapređenju i razvoju turističke destinacije, a za te iste rezultate je odgovoran destinacijski menadžment, koji ima šansu, ali i odgovornost učiniti ih što boljima. U novijoj literaturi nije donesena definicija idealnog modela upravljanja destinacijom i resursima, no mogu se primijeniti razni modeli upravljanja s obzirom na kompleksnost i stupanj turističke razvijenosti. Upravljanje turističkom destinacijom je dugotrajan proces koji mora osigurati postizanje visoke kvalitete života lokalnog stanovništva i očuvanje kulturnog identiteta cijele turističke destinacije. Ovi dugoročni ciljevi moraju biti ukomponirani s visokim životnim standardom stanovništva, optimalnim gospodarskim razvojem destinacije, ekološkom očuvanošću i očuvanošću kulturno-povijesne baštine.<sup>38</sup>

U rad destinacijskog menadžmenta su uključeni različiti sektori i dionici, kao što su lokalne zajednice, državne agencije te poslovna udruženja. Svi ovi sudionici zajedničkim radom, a različitim perspektivama, mogu ostvariti zacrtane ciljeve destinacije. Cjelovit destinacijski menadžment podrazumijeva redovito planiranje, provedbu, kontrolu i evaluaciju provedenih aktivnosti. Prema definiciji D. Magaša: "Destinacijski menadžment treba gledati kao turističke aktivnosti koje angažiraju lokalne interese unutar svrsishodne poslovne suradnje s nositeljima ponude, u svrhu stvaranja destinacijskog proizvoda."<sup>39</sup>

Posao destinacijskog menadžmenta očituje se u poduzimanju potrebnih mjera kako bi ljudi svojim radom i zajedničkim naporima što više doprinijeli ciljevima turističke destinacije, a sve u cilju dugoročnog egzistiranja na tržištu i među konkurencijom. Menadžment turističke organizacije zadužen je za organizaciju turizma unutar destinacije. Točnije, on razdjeljuje i

---

<sup>38</sup> Rudančić A., Značaj i uloga destinacijskog menadžmenta, *Acta Economica Et Turistica*, Vol. 4 No. 1, 2018., 99. str., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/296325> (pristupljeno 1.4.2023.)

<sup>39</sup> Magaš, D., *Destinacijski menadžment-modeli i tehnike*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2008., 2.str.,dostupno na: <https://dabar.srce.hr/en/islandora/object/fthm%3A2723> (pristupljeno 2.4.2023.)

razgraničuje odgovornosti za izvršenje zadataka između jedinica lokalne samouprave i turističkih organizacija. Krajnović A. navodi: "Ciljevi razvitka turističke destinacije predstavljaju željena buduća stanja koja se najčešće razlikuju od postojećih, ostvarena kao rezultat planirane i svrhovite akcije"<sup>40</sup>. Bez destinacijskog menadžmenta daljnji razvoj turizma nije moguć te sukladno tome, o njemu ovisi i budućnost turizma. Dakle, koordinacija svih sudionika koji upravljaju destinacijom je neizbježna za uspješno konkuriranje. U Hrvatskoj destinacijom upravlja Hrvatska turistička zajednica te lokalna turistička zajednica destinacije. U slučaju da područje jedinice lokalne samouprave nema svoju turističku zajednicu, moguće je sporazumno udruženje lokalne i regionalne turističke zajednice u svrhu provođenja aktivnosti usmjerenih razvoju turističkog proizvoda i promidžbi destinacije. Njihova je obveza koristiti financijska sredstva u skladu s planovima te na kraju godine predati plan i program rada. Kod izrade plana rada, potrebna je suradnja lokalne i regionalne turističke zajednice, kao i regionalne i Hrvatske turističke zajednice. Putem svojih mrežnih stranica turističke zajednice mogu mijenjati ili nadopuniti svoje programe rada, no te izmjene moraju biti objavljene najkasnije osam dana od dana donošenja tih istih odluka. Prihodi turističke zajednice pomoću kojih se upravlja destinacijom su prihodi od: turističkih pristojbi, članarina, obavljanja gospodarskih djelatnosti, proračuna lokalne i regionalne samouprave, državnog proračuna, dobrovoljnih priloga i donacija, imovine u vlasništvu te fondova Europske unije i ostalih fondova.<sup>41</sup> Stručni nadzor nad radom turističke zajednice vrši skupština turističke zajednice koja može unajmiti i treću stranu, točnije, neovisnog revizora koji će vršiti nadzor.

Slučaj u kojem je skupština turističke zajednice dužna nadzor povjeriti neovisnom revizoru je kada turistička zajednica broji godišnje prihode veće od 3 000 000 kuna (otprilike današnjih 400 000 €). Članovi turističke zajednice dobivaju na uvid izvješće od strane skupštine ili revizora, koji onda na temelju istoga donose daljnje odluke ili rješavaju nepravilnosti/nezakonitosti. Svako izvješće mora biti objavljeno na mrežnim stranicama turističke zajednice te mora biti trajno dostupno.<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> Krajnović, A., Mogućnost i implementacija sustava upravljanja kvalitetom u hrvatskoj turističkoj destinaciji, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2006, 21. str.

<sup>41</sup> Statut turističke zajednice grada Opatije, 2020., dostupno na: <https://www.visitopatija.com/storage/userfiles/files/STATUT%20TZGO.pdf> (pristupljeno 2.4.2023.)

<sup>42</sup> Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, čl. 60, dostupno na: <https://zakon.hr/z/342/Zakon-o-turisti%C4%8Dkim-zajednicama-i-promicanju-hrvatskog-turizma> (pristupljeno 15.4.23)

## 2.4. Funkcije destinacijskog menadžmenta

U teoriji se menadžment može povezati s nužnošću povećanja produktivnosti i učinkovitosti. Rastuća svijest o ovisnosti i složenosti funkcije menadžmenta dovela je do sustavnog pristupa upravljanju različitim sustavima. Zadaci destinacijskog menadžmenta su isti kao i zadaci menadžmenta poduzeća, a u nekim se literaturama turistička destinacija može naći pod imenom virtualno poduzeće. Poslovanje turističke organizacije mora biti temeljeno na aktivnostima koje će ostvarivati dobit, ali i održivi razvitak. Među tri funkcije turističke destinacije mogu se navesti poduzetnička funkcija, javno samoupravna funkcija i funkcija u koju ne pripadaju prve dvije navedene funkcije.

Nositelji ponude su dio poduzetničke funkcije i njihova je osnova svrha dobit. Zadaća javno samoupravne funkcije su javno administrativni poslovi, najčešće u području infrastrukturnih i suprastrukturnih komunalnih problema. Funkcije u koje ne pripadaju prve dvije navedene funkcije su one koje omogućuju sinergiju i interakciju među nositeljima ponude te se još nazivaju javno koordinacijske funkcije.

Nastavno, navode se sljedeće javno koordinacijske funkcije imajući u vidu karakteristike turističkog proizvoda.<sup>43</sup>

- izrada ideje vodilje i strategije konkurentnosti – time sudjeluje u donošenju odluka svih predstavnika značajnijih skupina pružatelja usluga u destinaciji, izrađuje analizu konkretne situacije i provodi konkurentnu strategiju;
- razvoj i oblikovanje ponude – razvija i inicira javne ponude, koordinira ponude u destinaciji, stvara paušalne aranžmane i kontrolira cjelokupnu kvalitetu;
- marketing - stvara marketinške strategije i zaštitne znakove, nastoji povećati prodaju putem sustava rezervacija, promocija te informacija potencijalnim gostima;
- zastupanje interesa - informira stanovništvo vezano uz turizam, koordinira interes struke te zagovara turističke interese pred institucijama i javnosti.

---

<sup>43</sup> Magaš, D., Destinacijski menadžment-modeli i tehnike, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2008., 10.str., dostupno na: <https://dabar.srce.hr/en/islandora/object/fthm%3A2723> (pristupljeno 10.4.23.)

Također, potrebno je napomenuti kako se destinacijski menadžment prilikom izvršenja svojih javno koordinacijskih funkcija koristi planiranjem, organiziranjem, kontrolom i dovođenjem u vezu svih sudionika bitnih za daljnji razvoj destinacijskog proizvoda.

Glavna svrha upravljanja turističkom destinacijom:<sup>44</sup>

1. Stvoriti prikladno okruženje za razvitak turizma u destinaciji, a to podrazumijeva:

- planiranje razvitka u prostoru (objekti i infrastruktura)
- razvoj potrebnih ljudskih resursa i kadrova
- razvoj destinacijskog proizvoda
- razvoj tehnologija i sustava podrške

2. Marketingom treba privući posjetitelje u destinaciju i to:

- promocijom, uključivo stvaranjem imidža i brenda destinacije
- kampanjama privlačenja investicija i poduzetnika
- razvojem informacijskih službi
- olakšavanjem bookinga
- upravljanje odnosa s kupcima

3. Na razini operativnih zadataka potrebno je podignuti kvalitetu doživljaja posjetitelja destinacije:

- poboljšanjem kvalitete na svim segmentima destinacijskog proizvoda
- stvaranjem novog proizvoda
- razvojem manifestacija
- razvojem i upravljanjem atrakcijama
- obukom i edukacijom
- poslovnim savjetovanjem
- istraživanjem

---

<sup>44</sup> Švelj, Đ., Upravljanje marketingom u cilju turističkog razvoja destinacije na primjeru Tučepi, Sveučilište u Splitu, Split, 2015., str. 54, dostupno na: <https://repositorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A19> (pristupljeno 15.4.23.)

U današnje vrijeme sve više do izražaja dolaze organizacije čiji je posao stvaranje, razvitak i rukovođenje turističkim proizvodom, a koji su ujedno neovisni o već pristupnim turističkim organizacijama. U ovom je slučaju najčešće riječ o DMO-u (destinacijskoj menadžment organizaciji), DMC-u (lukrativnoj destinacijskoj menadžment kompaniji) te o DMaO-u (destinacijskoj marketing organizaciji).

Destinacijske menadžment kompanije DMO organizacijske su strukture u destinaciji koje su zadužene za obavljanje određene funkcije u turističkoj destinaciji, bilo da su zakonski propisane ili dogovorene od nositelja ponude.<sup>45</sup> Osobe koje vrše poslove kreiranja, razvijanja i upravljanja proizvodom su destinacijski menadžeri. Oni uz povećanje finalne cijene kreiraju paket aranžmane, upravljaju turističkom bazom, provode SWOT analizu, vrše promociju destinacije, prilagođavaju cijene te su u potrazi za posrednicima i novim distribucijskim kanalima.

DMO funkcije mogu se podijeliti na interne i eksterne. U interne funkcije se ubrajaju: informiranje, planiranje i ponuda. Informiranje obuhvaća davanje informacija gostima, lokalnom stanovništvu i medijima. Planiranje obuhvaća izbor i oblikovanje misije, organiziranje poslovanja te kreiranje osnovnih grupa proizvoda. Ponuda obuhvaća fokusiranje na goste i njihovu zabavu, objekte, infrastrukturu i njihovu koordinaciju te kontrolu i unapređenje kvalitete. U eksterne se funkcije ubrajaju: lobiranje, marketing i podrška prodaji. Funkcija lobiranja vezana je uz kreiranje pozitivnog imidža, približavanje turizma političkim strukturama te suradnju s ostalim sektorima. Funkcija marketinga obuhvaća branding, promociju, istraživanje tržišta i digitalni marketing, dok funkcija podrške prodaji označava razvoj kvalitetnog informacijskog sustava i suradnja s DMC-om.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> Škrabo D., Održivo upravljanje turističkim resursima u Vinkovcima, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2021., 43. str., dostupno na: <https://repository.fthm.uniri.hr/islandora/object/fthm%3A3290> (pristupljeno 15.4.2023.)

<sup>46</sup> Škrabo D., Održivo upravljanje turističkim resursima u Vinkovcima, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2021., 43. str., dostupno na: <https://repository.fthm.uniri.hr/islandora/object/fthm%3A3290> (pristupljeno 15.4.2023.)

### 3. ODRŽIVO UPRAVLJANJE TURISTIČKIM RESURSIMA U GRADU OPATIJI

Među suvremenim pristupima lokalnom upravljanju smatra se pristup koji je temeljen na ekosustavima. To je "sveobuhvatni, analitički pristup koji se temelji na nizu statističkih i znanstvenih metoda koje opisuju i mjere funkcioniranje i kapacitet lokalne jedinice za održavanje ekološkog sustava".<sup>47</sup> Međutim, s obzirom na to da su inovativni pristupi još uvijek pomalo apstraktan pojam uzevši u obzir hrvatske uvjete (nedostatak znanja, informacija i alata), u nastavku će se opisivati pristup temeljen na upravljanju.

U mnogo se zemalja može vidno primijetiti napredak vezan uz upravljanje, no sam pojam dobrog upravljanja može imati nekoliko značenja. Jedan od oblika dobrog upravljanja je održivost, koja se smatra jednom od glavnih ishoda dobrog upravljanja. Naime, prema autorima Kordej-De Villa, Ž., Stubbs, P. i Sumpor, M., "upravljanje pretpostavlja partnerstvo i interakciju između građana i lokalne samouprave"<sup>48</sup>. Zaključeno je kako ne postoji definicija dobrog upravljanja koja je opće prihvaćena, no uviđena je snažna veza između dobrog upravljanja i provođenja razvojne politike koja posljedično dovodi do održivosti. Također, istraživanja su pokazala kako je promicanje dobrog upravljanja nesumnjivo jedan od glavnih pokretača ekonomskog razvoja destinacije.

Vještina Opatijske lokalne zajednice vezana uz održivo upravljanje ovisi o angažmanu svih razina vlasti. Vlast mora naglašavati prioritete, voditi i poticati lokalni razvoj te promicati partnerstva. Smatra se kako bi, zbog poznatih ograničenja lokalne samouprave, kako u Opatiji, tako i u Hrvatskoj općenito, bilo korisno uzeti u obzir primjere dobre prakse u razvijenim europskim zemljama, isto kao i smjernice međunarodnih institucija.

Analizom situacije u Hrvatskoj općenito, došlo se do zaključka koliki je problem manjak pouzdanih informacija na lokalnoj razini. Učenjem iz primjera Europske unije, ovaj se problem može riješiti prikupljanjem velikog broja i vrsta podataka te sastavljanjem pokazatelja. Sukladno navedenom, potrebno je unaprijediti kapacitete lokalnih jedinica koji su vezani uz prikupljanje i distribuciju informacija.<sup>49</sup>

---

<sup>47</sup> Kordej-De Villa, Ž., Stubbs, P., Sumpor, M., Participativno upravljanje za održivi razvoj, Ekonomski institut, Zagreb, 2009., 51. str

<sup>48</sup> Ibidem

<sup>49</sup> Kordej-De Villa, Ž., Stubbs, P., Sumpor, M., Participativno upravljanje za održivi razvoj, Ekonomski institut, Zagreb, 2009., 55.-59. str.



Kao još neke od poteškoća kod uspostavljanja integrirane lokalne razvojne politike su: ovisnost o financijskim poticajima, nemogućnosti pružanja javnih usluga, nemogućnosti financiranja razvojnih projekata te obeshrabrivanje regionalne suradnje. Posljednja je stavka pretežno uvjetovana određivanjem strateških ciljeva uz istodobno neuvažavanje lokalnih uvjeta, niskom razinom kulture pregovaranja i komuniciranja (izraženo u pregovorima opozicijskih stranaka), nepostojećim odgovarajućim sustavima vrednovanja i praćenja te lošom usuglašenošću planiranja proračuna i razvojnih strategija.

Nadvladati ove probleme postaje imperativ s obzirom na to da su istraživanja pokazala da su lokalne razine vlasti najprikladnije za operacionaliziranje modela održivosti. Kao dokaz se navode rezultati europskih projekata kao što su SUDECIR i DISCUS te mnogi drugi dokumenti na europskoj i svjetskoj razini.<sup>50</sup>

### 3.1. Resursi i atrakcije u Opatiji

Grad Opatija se nalazi u zaljevu Preluk, zbog čega se u starim dokumentima ovaj grad može pronaći pod nazivom "Opatija svetog Jakova kod Preluka". Ovaj zaljev odlikuje posebnost da je to mjesto gdje Mediteransko more najdublje prodire u europski kontinent. Neke od pozitivnih karakteristika ovog grada su: povoljna klima u kojoj se isprepliću mediteranska i kontinentalna klima, povoljan položaj ispod planine Učke, relativna stalnost temperature, povoljan geografski položaj (blizina većih turističkih emitivnih područja), bogata flora, neizloženost jakim vjetrovima, stalno strujanje zraka itd.<sup>51</sup> Uz sve ove navedene karakteristike, Opatija se može pohvaliti i raznim resursima koje ju odlikuju.

Naime, prije svega je potrebno spomenuti opatijske parkove i njihovu veličanstvenu arhitekturu. **Parkovi "Angelina" te "Margarita"** dva su velika parka locirana u Opatiji. U njima se mogu pronaći raznolike egzotične vrste te ostale biljke porijeklom iz Australije, Sjeverne i Južne Amerike, Indije, Azije i slično. Tako će turisti svojim posjetom ovim parkovima moći vidjeti razne vrste palmi, kao i bambus, akacije, japanske mušmule, kamelije,

---

<sup>50</sup> Kordej-De Villa, Ž., Stubbs, P., Sumpor, M., Participativno upravljanje za održivi razvoj, Ekonomski institut, Zagreb, 2009., 55.-59. str.

<sup>51</sup> Valušek B., Opatija : povijest, kultura, umjetnost, prirodne ljepote, turizam : [turistička monografija], Zagreb : Turistička naklada, 2008., 11.-15. str.

lovorvišnje i slično. Blaga opatijska klima omogućuje rast ovih vrsta, a raznolikost istih je moguće potvrditi postojanjem kalifornijskog i libanonskog cedra, japanske banane i maslina na istome mjestu.<sup>52</sup>

**Amerikanski vrtovi** prostiru se na oko 8 000 m<sup>2</sup> te su prepoznatljivi kao bogat perivoj u srcu Opatije. Nalaze se blizu centra Opatije, a pored gradske plaže Slatine. Ovi su vrtovi mnogo godina bili zatvoreni za javnost, no 2019. godine su ponovno postali dostupni posjetiteljima. Mogu se pohvaliti ljepotom svoje vegetacije i pogledom na Kvarner koji oduzima dah. Sve biljke u njemu su šišane u obliku kugle ili stupa, pravilno organizirane te sađene mrežastim poretkom.<sup>53</sup>

**Park prirode Učka** lociran je na obali sjevernog Jadrana, povezuje kontinentalni dio Hrvatske i Istru te obuhvaća planinu Učku i dio Ćićarije. Posebnost ovog parka je prisutnost brojnih endemskih i zaštićenih biljnih i životinjskih vrsta, primjerice, crnog daždevnjaka, bjeloglavog supa i Učkarskog zvončića. Vrijedno je spomenuti kako je Učkarski zvončić vrsta koja se može pronaći samo ondje i nigdje drugdje u svijetu. Posjetiteljima će biti zanimljiv i vidikovac Vojak, koji privlači ne samo svojim izgledom koji asocira na srednjovjekovnu kulu, već i predivnim pogledom koji se pruža s njega.<sup>54</sup>

**Park Sv. Jakova**, čije ime polazi od zaštitnika grada Opatije, jedan je od najstarijih opatijskih parkova. Prostire se na 4 709 m<sup>2</sup>, a u njemu se nalazi preko 44 biljnih vrsta. S obzirom na to da je ovaj park jedan od najstarijih parkova Opatije, od 2010. godine zaštićen je kao kulturno dobro od strane Ministarstva kulture.<sup>55</sup>

**Šetalište Carmen Sylva** svoje ime duguje kraljici Elizabeti, točnije, njenom umjetničkom imenu. Ovo je povijesno šumsko šetalište smješteno blizu obale, a izgrađeno je krajem 19. stoljeća. Šetalište je privlačno turistima i šetačima zbog šumskih mirisa, svježeg morskog zraka i prilike za boravak u prirodi.<sup>56</sup>

**Plaže** koje se ističu kao atrakcije u Opatiji te koje su uvijek rado posjećene od strane turista i lokalnog stanovništva su plaža Tomaševac, Slatina, Lido Bevanda Beach Resort i plaža za pse.<sup>57</sup>

---

<sup>52</sup> Ibidem

<sup>53</sup> Novak I., Amerikanski vrtovi skriveni usred grada, članak, Jutarnji list, 2022., dostupno na: <https://www.jutarnji.hr/domidizajn/d-d-vrt/amerikanski-vrtovi-skriveni-usred-grada-zelena-oaza-mira-s-jedinstvenim-pogledom-na-kvarner-15153790>, pristupljeno 3.4.2023.

<sup>54</sup> Web stranica parka prirode Učka, dostupno na: <https://www.pp-ucka.hr/opce-informacije/>, pristupljeno 3.4.2023.

<sup>55</sup> Turistička zajednica grada Opatije, dostupno na: <https://www.visitopatija.com/>, pristupljeno 3.4.2023.

<sup>56</sup> Turistička zajednica grada Opatije, dostupno na: <https://www.visitopatija.com/>, pristupljeno 3.4.2023.

<sup>57</sup> Ibidem

Nadalje, potrebno je spomenuti opatijske hotele koji itekako pripadaju opatijskim turističkim resursima. Prvi opatijski hotel koji ujedno i započinje tradiciju opatijskog hotelijerstva je **hotel Kvarner**, prvi palace-hotel na istočnoj jadranskoj obali. Ovaj je hotel ugostio mnogo poznatih elitnih gostiju, uključujući Franza Ferdinanda, Franju Josipa I., A. P. Čehova te češkog kompozitora i violinista Jana Kubelika koji je u velikoj Kristalnoj dvorani održao svoj koncert. Također, vrijedno je spomenuti posjete njemačkog carskog para, Isadore Duncan, vojvode Adolfa od Luxembourga te većine pripadnika austrijske carske kuće u vili Amaliji, koja je ujedno depadansa spomenutog hotela. Opatijski hoteli su zajedno zasigurno ugostili mnogo elitnih gostiju, posebice uzevši u obzir njihovu brojnost – 34 hotela. Ono čime se hoteli u Opatiji ističu je činjenica da su se i u povijesti odlikovali komforom koji mogu ponuditi svojim gostima – primjerice, hotel Palace je već 1913. godine imao zimski vrt, centralno grijanje, morsku vodu za kupke i telefon. Ni danas nije drugačija priča, mnogo sadržaja za goste kao što su restorani, caffe-i, saune, bazeni i ostalo su u sklopu hotela. Uz sadržaje, opatijski se hoteli mogu pohvaliti svojom monumentalnošću i veličinom, zbog kojih su spomenuti i nagrađeni u nekoliko poznatih časopisa.<sup>58</sup> U ovom je slučaju neizostavno spomenuti **Villu Angiolinu** – najstariju opatijsku vilu iz 1844. godine smještenu u poznatom opatijskom parku. Ona je u početku bila ljetnikovac obitelji Scarpa, no danas je simbol razvoja turizma u Opatiji kojeg svi posjetitelji mogu posjetiti s obzirom na to da je ovdje danas prostor za muzejske izložbe. Pod turističke resurse grada Opatije još se mogu spomenuti i **Park Angiolina** – najposjećeniji park u Opatiji lociran ispred Vile Angioline, obalni put Lungomare i ostalo.<sup>59</sup>

Opatija svoje kulturne sadržaje može ponuditi u **Švicarskoj kući i umjetničkom paviljonu Juraj Šporer**. Švicarska kuća jedno je od najvažnijih izložbenih prostora u Opatiji gdje su se do 2019. godine posjetitelji mogli upoznati s opatijskom poviješću, danas je pod upravom ustanove Festival Opatija. Umjetnički paviljon Juraj Šporer izgrađen 1900. godine danas je izložbeni paviljon koji se koristi za prezentacije, izložbe, radionice, domjenke, koncerte, bankete i slično, a ako je potreban veći prostor, na raspolaganju je i mali park ispred paviljona.<sup>60</sup>

**Šetalište Franza Josepha I.**, poznatije kao šetnica Lungomare, iznimno je prepoznatljivo šetalište koje se ističe dužinom od 9 kilometara i starošću od 126 godina. Ovo šetalište prostire se uzduž obale uz more te spaja Volosko, Opatiju, Ičiće, Iku i Lovran. Danas se ova šetnica može proći pješice, kao i u virtualnom svijetu pomoću interaktivne karte.<sup>61</sup>

---

<sup>58</sup> Valušek B., Opatija : povijest, kultura, umjetnost, prirodne ljepote, turizam, 28.-33. str.

<sup>59</sup> Turistička zajednica grada Opatije, dostupno na: <https://www.visitopatija.com/>, pristupljeno 3.4.2023.

<sup>60</sup> Turistička zajednica grada Opatije, dostupno na: <https://www.visitopatija.com/>, pristupljeno 3.4.2023.

<sup>61</sup> Ibidem

**Skulptura Djevojka s galebom** nalazi se na šetalištu Franza Josepha I. te predstavlja simbol grada Opatije i cijelog Kvarnera. Dio je skupine umjetničkih resursa grada Opatije, a prikazuje djevojku koja u ruci drži galeba, a pogled joj je upućen prema moru. Prije ove skulpture, na njenom je mjestu do 1956. godine stajala skulptura Madonna del Mare, no ista je oštećena u oluji i premještena u Villu Angiolina.<sup>62</sup>

Potrebno je spomenuti i poznatu **Ulicu slavnih**, projekt koji je započeo 2005. godine s ciljem odavanja priznanja osobama koje su svojim znanstvenim, kulturnim, sportskim i drugim uspjesima doprinijele promidžbi Hrvatske u svijetu. Upravo se ove godine poslije Uskrsa planira započeti sa sanacijom ove Ulice, a plan je dovršiti obnovu do 1. lipnja 2023. godine.<sup>63</sup>

Kako bi posjetitelji imali priliku iskusiti raznoliku ponudu grada Opatije, organiziraju se mnoge popularne manifestacije. **Liburnia film festival** nosi titulu najstarijeg hrvatskog festivala dokumentarnog filma. Prosjek njegovog održavanja je četiri dana, a posebnost u tome da je ovo jedini festival u čijoj su projekciji isključivo hrvatski filmovi. Glavna zadaća Liburnia film festivala je kreiranje svijesti o unaprjeđivanju hrvatske filmske i medijske kulture pomoću stvaranja novog kvalitetnog kulturnog sadržaja.

**RetrOpatija** još je jedna od opatijskih manifestacija, a nosi i nadimak „party stoljeća“. Na ovoj se manifestaciji u organizaciji Turističke zajednice grada Opatije mogu poslušati swing i jazz izvedbe, električna disko glazba, rokovi i rifovi te mnogi drugi glazbeni stilovi iz 20. stoljeća koji vraćaju u neka prošla vremena.<sup>64</sup>

**Dan grada Opatije** slavi se 25. srpnja na blagdan Svetog Jakova, koji je ujedno zaštitnik grada. Dan grada obilježava se svečanom sjednicom Gradskog vijeća na kojoj se dodjeljuju nagrade grada Opatije, kao i svečanom procesijom i misnim slavljem u župnoj crkvi sv. Jakova.<sup>65</sup> Na ovoj manifestaciji turisti i posjetitelji mogu prisustvovati raznim umjetničkim i sportskim događajima, koncertima te dodjelama gradskih nagrada koje se dodjeljuju za doprinose ugledu grada i njegovom razvitku.

**Ljetna pozornica Opatija** smještena je u već prethodno spomenutom parku Angiolina. Osim povoljnog smještaja uz obalu i predivnog ambijenta, svojim posjetiteljima može ponuditi i ugodnu atmosferu te kvalitetan program. Kapacitet ove pozornice iznosi 2 500 sjedećih mjesta,

---

<sup>62</sup> Valušek B., Opatija : povijest, kultura, umjetnost, prirodne ljepote, turizam, 21.-39. str.

<sup>63</sup> Turistička zajednica grada Opatije, dostupno na: <https://www.visitopatija.com/>, pristupljeno 3.4.2023.

<sup>64</sup> Šantić, I., Perspektive za razvoj turizma grada Opatije, Veleučilište u Karlovcu, 2022., 11. str., dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/vuka:2424/datastream/PDF/view>, pristupljeno 03.04.2023.

<sup>65</sup> Šantić, I., Perspektive za razvoj turizma grada Opatije, Veleučilište u Karlovcu, 2022., 11. str., dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/vuka:2424/datastream/PDF/view>, pristupljeno 03.04.2023.

a izgrađena je 1954. godine kao jedna od rijetkih otvorenih pozornica na Mediteranu.<sup>66</sup> Ova je manifestacija dio veće ustanove pod nazivom Festival Opatija čiji je cilj poboljšati i obogatiti kulturni život posjetitelja i lokalnog stanovništva. Dokaz ovome može se primijetiti u činjenici da se na ovoj manifestaciji održavaju mnoge umjetničke izvedbe, umjetničke i glazbene forme, mjuzikli, koncerti različitih žanrova i ostalo.

**Opatijski vremeplov** relativno je novo-osmišljeni projekt od strane Turističke zajednice grada Opatije kojemu je cilj približiti posjetiteljima opatijsku povijest i na zanimljiv ju način prikazati. Polazište ovog programa je ispred hotela Milenij na šetnici Lungomare, a može se posjetiti kroz četiri mjeseca – od lipnja do rujna svake srijede – te je za vjerovati kako će se taj trend i dalje nastaviti zbog primijećene zainteresiranosti, kako lokalnog stanovništva, tako i turista.<sup>67</sup>

**Advent u Opatiji** je poseban zimski događaj koji turistima i posjetiteljima može pružiti specifičan doživljaj, a to je iskustvo zimskog adventa tik uz more. Mjesto održavanja ove manifestacije je umjetnički paviljon Juraj Šporer, no isti se održava i na još nekoliko prepoznatljivih lokacija u gradu kao što je Ljetna pozornica, koja se u tom slučaju pretvara u klizalište. U program Adventa su uključeni mnogi pružatelji usluga, kao što su hoteli, restorani i tržnice, koji svoju cjelokupnu ponudu prilagođavaju ovom eventu, zbog čega ono postaje jedno od najznačajnijih zimskih događaja/manifestacija u Hrvatskoj.<sup>68</sup>

**Marunada** je tradicionalni gastronomski festival čije ime polazi od maruna, vrsti kestena koja se može pronaći samo u Opatiji. Održava se desetljećima od 1973. godine i jedan je od najpoznatijih gastronomskih festivala u Hrvatskoj koji svojim posjetiteljima može pružiti raznovrsnu gastronomsku ponudu čiji je glavni sastojak upravo kesten. Održava se svake godine u mjesecu listopadu u Opatiji i Lovranu, gradiću u neposrednoj blizini Opatije.<sup>69</sup>

**Festival čokolade** još je jedan od specifičnih manifestacija jer je riječ o najstarijoj i najvećoj manifestaciji ovog tipa u Hrvatskoj koja svojim posjetiteljima nudi raznovrsne čokoladne delicije na nekoliko lokacija u gradu. Specifičnost se očituje i u tome da nema fiksni datum održavanja kao što je to kod ostalih manifestacija grada Opatije. Ova manifestacija pobuđuje velik interes posjetitelja te se svake godine organiziraju izleti putničkih agencija za posjet

---

<sup>66</sup> Opatija Riviera, <https://www.opatija-convention.com/ljetna-pozornica-2/>, pristupljeno 03.04.2023.

<sup>67</sup> Šantić, I., Perspektive za razvoj turizma grada Opatije, Veleučilište u Karlovcu, 2022., 12.-13. str., dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/vuka:2424/datastream/PDF/view>, pristupljeno 03.04.2023.

<sup>68</sup> Šantić, I., Perspektive za razvoj turizma grada Opatije, Veleučilište u Karlovcu, 2022., 12.-13. str., dostupno na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/vuka:2424/datastream/PDF/view>, pristupljeno 03.04.2023.

<sup>69</sup> Ibidem

upravo ovom festivalu. Ove će se godine održati 17. festival čokolade u periodu od 10.-12.11.2023.<sup>70</sup>

**Balinjerada** je najpoznatiji zabavni opatijski event te ga karakterizira utrka na „balinjerama“, ležajevima na kojima se natjecatelji spuštaju velikom brzinom niz glavnu ulicu. Najčešće se održava u zimskim mjesecima, no postoje slučajevi kada je ista organizirana u ljetnim mjesecima, kao što je to bio primjer prošle i ove godine (10.6.2023.).<sup>71</sup>

Sve ove manifestacije broje velik broj posjetitelja te su i medijski vrlo popraćene.

### 3.2. Ocjena kulturnih resursa u Opatiji

U tablici niže navedeno je nekoliko kulturnih resursa grada Opatije zajedno s njihovim pripadajućim ocjenama sukladno stupnju afirmiranosti.

**Tablica 6.** Ocjena kulturnih resursa grada Opatije

RESURS	OCJENA KULTURNIH RESURSA			
	Afirmirana atrakcija	U procesu afirmacije	Neafirmirana atrakcija	Nije atrakcija
Umjetnički paviljon Juraj Šporer		X		
Villa Angiolina	X			
Švicarska kuća		X		
Hrvatska ulica slavnih	X			
Djevojka s galebom	X			

<sup>70</sup> Turistička zajednica grada Opatije, dostupno na: <https://www.visitopatija.com/festival-cokolade/> (pristupljeno 14.6.2023.)

<sup>71</sup> Turistička zajednica grada Opatije, dostupno na: <https://www.visitopatija.com/ljetna-balinjerada-zapamcenje-n437>, pristupljeno 14.6.2023.

Hotel Kvarner				X
Crkva sv. Jakova	X			

Izvor: izrada autorice

Villa Angiolina, Hrvatska ulica slavnih, kip Djevojke s galebom i Crkva svetog Jakova su afirmirane atrakcije i njihova je važnost za turizam grada Opatije prepoznata, kako od strane turista, tako i od strane lokalnog stanovništva. Vrlo su poznate atrakcije te će ih se lako pronaći u svim promidžbenim letcima grada Opatije. Umjetnički paviljon Juraj Šporer i Švicarska kuća još nisu toliko prepoznate i važne u očima turista, no umjetničkim se izložbama i sličnim kulturnim događanjima pokušava ove resurse pretvoriti u afirmirane atrakcije.

### 3.3. Ocjena izgrađenih-prirodnih resursa u Opatiji

U tablici niže navedeni su izgrađeni-prirodni resursi grada Opatije, kao i ocjena njihove afirmiranosti. Naime, ovdje su uvršteni svi resursi kojima je temelj atraktivnosti priroda, no i dalje je vidljiv utjecaj čovjeka i njegov rad, tj. bez čijeg rada trenutna afirmiranost ne bi mogla biti ni moguća.

Tablica 7. Ocjena izgrađenih-prirodnih resursa grada Opatije

RESURS	OCJENA IZGRAĐENIH-PRIRODNIH RESURSA			
	Afirmirana atrakcija	U procesu afirmacije	Neafirmirana atrakcija	Nije atrakcija
Park Angiolina	X			

Park Margarita			X	
PP Učka		X		
Park sv. Jakova	X			
Šetalište Carmen Sylve		X		
Šetalište Lungomare	X			
Amerikanski vrtovi		X		
Plaže	X			

Izvor: izrada autorice

Prepoznatljive su atrakcije Park Angiolina, Park sv. Jakova, šetalište Lungomare i plaže, dok PP Učka, Šetalište Carmen Sylve i Amerikanski vrtovi još nisu toliko prepoznati od strane turista, no zbog svog potencijala u procesu su afirmacije. Park Margarita još je uvijek neafirmirana atrakcija, no uz ispravno i održivo upravljanje te kvalitetnu promidžbu, moguće ga je smjestiti na višu razinu.

### 3.4. Ocjena ostalih resursa u Opatiji

U tablici niže izabrano je nekoliko manifestacijskih resursa i ocijenjena je njihova afirmiranost, a najviše je u obzir uzeta posjećenost turistima i interes koji turisti iskazuju za istima. Ovi resursi mogu biti značajan sekundarni, a možda i primarni razlog zbog kojih turisti posjećuju ovaj grad.

**Tablica 8.** Ocjena manifestacijskih resursa grada Opatije

<b>RESURS</b>	<b>OCJENA MANIFESTACIJSKIH RESURSA</b>
---------------	--



	Afirmirana atrakcija	U procesu afirmacije	Neafirmirana atrakcija	Nije atrakcija
Opatijski vremeplov		X		
Marunada	X			
Festival čokolade	X			
Balinjerada		X		
Liburnia Film Festival		X		
Advent u Opatiji	X			
Retropatija	X			

Izvor: izrada autorice

Manifestacije koje same po sebi privlače velik broj posjetitelja su prije svega Advent, a onda i Marunada, Festival čokolade i Retropatija. Opatijski vremeplov svake godine nailazi na odlične reakcije turista i lokalnog stanovništva, no još uvijek nije prepoznatljiva afirmirana atrakcija kao što je primjerice, Advent. Balinjerada i Liburnia Film Festival također su resursi u procesu afirmacije s obzirom na to da i dalje preteže interes lokalnog stanovništva. Isto tako, turistima mogu pružiti dodatan sadržaj u destinaciji, no zasigurno još nisu primarni motivi za posjet.

## 4. POTENCIJALI RAZVOJA ODRŽIVOG TURIZMA U GRADU OPATIJI

Potencijali razvoja održivog turizma grada Opatije mogu se temeljiti na dugoročnim strateškim ciljevima razvoja:

1. Održivi razvoj, optimalna alokacija resursa i briga za njihovo očuvanje
2. Uspješno gospodarstvo s naglaskom na cjelogodišnji turizam najviše kategorije
3. Visoka kvaliteta života stanovništva i dobri uvjeti rada zaposlenika<sup>72</sup>

U izradi ovih ciljeva u obzir su uzeti uvjeti u okruženju i analiza sadašnjeg stanja, a naglasak se stavio na valorizaciju potencijala koji nisu dovoljno iskorišteni, a koji tako mogu iz komparativnih prijeći u konkurentske prednosti.

### 4.1. Uloga strateških dokumenata u održivom razvoju turizma Opatije

U Provedbenom programu grada Opatije za razdoblje od 2022. do 2025. godine donose se programi i strategije daljnjeg razvoja. Već u samoj viziji ovog programa može se vidjeti kakvo se buduće stanje očekuje u gradu Opatiji do 2025. godine: " Opatija je grad održivog razvoja čiji stanovnici uživaju u visokoj kvaliteti života, a pritom je sigurna i konkurentna turistička destinacija koja osigurava stalni gospodarski rast i razvoj."<sup>73</sup> Kako bi se ovo postiglo, potrebno je usuglasiti provedbu politika i postići zadane specifične ciljeve. U ovom su slučaju u obzir treba uzeti i viziju Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine: "Hrvatska je u 2030. godini konkurentna, inovativna i sigurna zemlja prepoznatljivog identiteta i kulture, zemlja očuvanih resursa, kvalitetnih životnih uvjeta i jednakih prilika za sve."<sup>74</sup>

---

<sup>72</sup> Strategija razvoja grada Opatije 2014. -2020., str. 334., dostupno na: <https://opatija.hr/grad-opatija/strateski-dokumenti/>, pristupljeno 6.4.2023.

<sup>73</sup> Provedbeni program grada Opatije za razdoblje od 2022. do 2025. godine, str. 8, dostupno na: <https://opatija.hr/wp-content/uploads/2022/01/Grad-Opatija-PLAN-PROVEDBE.pdf>, pristupljeno 31.3.2023.

<sup>74</sup> Web stranica Ministarstva turizma i sporta RH, Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, dostupno na: <https://mint.gov.hr/strategija-razvoja-turizma-11411/11411> (pristupljeno 31.3.2023.)

Također, potrebno je spomenuti i misiju kojom se u Strategiji razvoja grada Opatije: " Grad Opatija kao jedinica lokalne samouprave koja vodi poslove prostornog i urbanističkog planiranja te osigurava uspješnost odvijanja komunalnih djelatnosti; vodi brigu o uvođenju uspješnih programa od značaja za rad i razvoj djece i mladih, njihovom slobodnom vremenu, obrazovanju i profesionalnom razvoju; podupire programe socijalne skrbi i vodi računa o osobama treće dobi, posebno o potrebama starih i nemoćnih; stvara uvjete za kulturni razvoj, brigu o okolišu, te osigurava zaštitu i spašavanje; odgovorno upravlja javnim dobrima te transparentno prezentira informacije o radu javnog menadžmenta i subjekata u vlasništvu grada; donosi i provodi mjere od značaja za rast gospodarstva i za turistički razvoj uz uvažavanje povijesnog nasljeđa i suvremenih svjetskih trendova; te sustavno djeluje na unaprjeđenju kvalitete života i rada svojih građana. "<sup>75</sup> Već se ovom misijom može primijetiti kako je koncept održivog razvoja prožet u svim navedenim komponentama, a također se vode politikama EU programskog razdoblja i politikama Strategije razvoja republike Hrvatske 2030, koje predstavljaju strateško polazište. Kao ciljeve u programskom razdoblju od 2021. do 2027. godine navode zelenu tranziciju i digitalnu transformaciju. Kao jedan od tri ključna izazova koji je vezan uz razvoj grada Opatije ističe se "Održivi razvoj te upravljanje prostorom i resursima"<sup>76</sup>.

Jedna od inicijativa Europske komisije je tzv. Sporazum gradonačelnika, čiji je pristupnik vrlo brzo postao i grad Opatija. Cilj ove inicijative je povezati gradonačelnike koji će, kroz razmjenu iskustava, poboljšati energetske učinkovitost svog grada. Ovaj je sporazum nastao kao odgovor na globalno zatopljenje, a ti se isti gradonačelnici povezivanjem u trajnu mrežu obvezuju na smanjenje emisija ugljikovog dioksida u svojim gradovima za više od 20% - prema prijedlogu Europske energetske politike (2007.g.).<sup>77</sup>

Sukladno navedenom, donesen je i Akcijski plan energetske održivog razvitka Grada Opatije, čiji je cilj bio smanjiti emisije CO<sub>2</sub> za preko 20 % do 2020. godine, a u planu je isti revidirati ili po potrebi izmijeniti svake dvije godine. Detaljnije gledajući, glavni ciljevi ove akcije su:

- smanjenje emisije CO<sub>2</sub> na području grada primjenom raznih i brojnih projekata i mjera Energetske učinkovitosti i Obnovljivih izvora energije
- doprinos sigurnosti energetske opskrbe i njenoj diverzifikaciji
- povećanje proizvodnje energije iz obnovljivih izvora

---

<sup>75</sup> Provedbeni program grada Opatije za razdoblje od 2022. do 2025. godine, str. 8, dostupno na: <https://opatija.hr/wp-content/uploads/2022/01/Grad-Opatija-PLAN-PROVEDBE.pdf>, pristupljeno 31.3.2023.

<sup>76</sup> Provedbeni program grada Opatije za razdoblje od 2022. do 2025. godine, str. 12, dostupno na: <https://opatija.hr/wp-content/uploads/2022/01/Grad-Opatija-PLAN-PROVEDBE.pdf>, pristupljeno 31.3.2023.

<sup>77</sup> Akcijski plan energetske održivog razvitka grada Opatije, str. 1., pristupljeno 05.04.2023.

- smanjenje potrošnje energije u sektoru Zgradarstva, prometa i Javne rasvjete na području Grada.<sup>78</sup>

Kao konkretan dokaz ove akcije i provođenja ostvarenja njenih ciljeva je nedavno raspisan Javni poziv za sufinanciranje izrade projektne dokumentacije sunčanih elektrana za proizvodnju električne energije u kućanstvima na području Grada Opatije u 2023. godini.<sup>79</sup>

## 4.2. Ciljevi daljnjeg razvoja u Opatiji

Cilj gospodarskog razvoja Opatije mora biti stvaranje dugoročno održivog poslovnog modela koji, uz odgovarajuće makroekonomsko okruženje u Hrvatskoj, osigurava sustav u kojem se odvija učinkovit i produktivan rad, proizvodnja i izvoz. Industrijska politika, politika zaštite okoliša i obrazovanja mladih te posebice razvoj poduzetništva i obrtništva su segmenti koji se moraju razvijati uz već pretpostavljen razvoj tercijarnih i kvartalnih djelatnosti. Time se osigurava postizanje željenih razvojnih ciljeva. Razvoj Opatije treba u potpunosti obuhvatiti sve prirodne resurse, uvjete i druge potencijale, što znači skladan razvoj turizma i drugih proizvodnih grana kao što su poljoprivreda (ekopoljoprivreda), ribarstvo i druge srodne djelatnosti. Time se proširuje opseg gospodarske djelatnosti, bolje se iskorištavaju gospodarski, ljudski i drugi resursi te se smanjuje opasnost od turističke monokulture.<sup>80</sup>

Umjesto ekonomije obujma, gigantizma i kvantitativnog rasta, razvoj Opatije treba temeljiti na kvaliteti okoline i općenito visokoj kvaliteti života.

S obzirom na to da razvoj mora imati karakteristike visoke kvalitete, razvoj treba isključiti svaku gospodarsku aktivnost koja ne može poboljšati ili ojačati ukupnu turističku ponudu Opatije. Ovakav se stav može shvatiti na način da će se u budućnosti uglavnom razvijati vrste gospodarskih aktivnosti kojima će turizam biti primarna djelatnost. Osim cjelovitijeg kvantitativnog korištenja postojećih resursa, veliku pozornost treba posvetiti njihovom kvalitativnom korištenju u budućem razvoju.

---

<sup>78</sup> Akcijski plan energetske održivosti razvika grada Opatije, str. 3., pristupljeno 05.04.2023.

<sup>79</sup> Web stranica grada Opatije, dostupno na: <https://opatija.hr/javni-poziv-za-sufinanciranje-izrade-projektne-dokumentacije-suncanih-elektrana-za-proizvodnju-elektricne-energije-u-kucanstvima/>, pristupljeno 05.04.2023.

<sup>80</sup> Strategija razvoja grada Opatije 2014. -2020., 189. str., dostupno na: <https://opatija.hr/grad-opatija/strateski-dokumenti/>, pristupljeno 6.4.2023.

Uzevši u obzir gospodarsku osnovu, obrazovanu radnu snagu i sveučilišni potencijal Opatije, primjetno je da su u daljnjem razvoju potrebni novi iskoraci. Cilj je razvijenu osnovu podići na znatno višu razinu.

Nadalje, ako će Opatija svoj razvoj temeljiti na ciljevima održivosti, a sukladno s time povećavati konkurentnost, atraktivnost i kvalitetu svoje turističke ponude, brinuti o obrazovanju i dobrobiti ljudskih resursa i lokalnog stanovništva općenito, bit će u mogućnosti ostvariti sve svoje strateške ciljeve. Potrebno je učestalo promovirati koncepciju razvoja te kontinuirano educirati sve sudionike kako bi gospodarski i održiv razvoj mogli postati jedna cjelina. Gospodarski razvoj i održivi razvoj mogu zvučati kao pojmovi koji se međusobno pobijaju, no u stvarnosti, oba se razvoja moraju ostvarivati usporedo. Navedeno se može ostvariti primjenom novih tehnologija, utjecanjem na korištenje resursa koji štete okolišu te u konačnici i sam razvoj učiniti održivim. Put do održivosti nije kratak ni jednostavan, no već manjim akcijama i aktivnostima koje će biti konzistentne može se dovesti Opatiju do suvremenog novog razvoja koji će biti temeljen na komponentama održivosti.

## **5. ANKETNO ISTRAŽIVANJE**

U svrhu ovog istraživanja izrađena je online anketa pod nazivom "Mišljenje lokalnog stanovništva o održivom upravljanju turističkim resursima u gradu Opatiji". Anketno je istraživanje jedno od najpraktičnijih oblika istraživanja te je iz ovog razloga korišteno u ovom radu. Anketno istraživanje označava postupak kojim se određenim skupinama ljudi postavljaju točno precizirana pitanja na koja oni trebaju dati svoje iskrene odgovore, a ti se odgovori u konačnici podvrgavaju detaljnijim analizama i iz njih se izvode zaključci. Prednosti online pisane ankete su osigurana anonimnost ispitanika, jednostavnost i brzina prikupljanja podataka, lakši pristup određenoj ciljnoj skupini te nemogućnost utjecaja ispitivača na odgovore ispitanika.

Nadalje, potrebno je spomenuti kako je prva ideja empirijskog istraživanja trebala biti temeljena na intervjuiranju turističke zajednice grada Opatije kroz 5 kratkih pitanja koja bi također mogla na praktičan način opisati trenutno stanje, no na kraju je zaprimljena informacija kako nije moguće dati odgovor na ista zbog trenutnog manjka radne snage i zbog kompleksnosti cijele teme, zbog čega je u konačnici odlučeno da će se istraživanje temeljiti na anketnom ispitivanju lokalnog stanovništva.

### **5.1. Ciljevi anketnog istraživanja**

Cilj ovog anketnog istraživanja je otkrivanje stava lokalnog stanovništva grada Opatije o problematici o kojoj je riječ u ovom radu, a to je održivo upravljanje turističkim resursima. U nekim slučajevima, a posebice u slučajevima koji su vezani uz održiv razvoj, jako često u teoriji sve namjere zvuče idealno, no njihove koristi ili posljedice najbolje vidi i osjeti lokalno stanovništvo. Kroz ovo se istraživanje ispituje koliko su oni zapravo upoznati s pojmom i ciljevima održivog upravljanja te koliko su involvirani u sam proces održivog razvoja. To pomaže, uz teorijski dio, dati cjelokupnu sliku i stanje situacije iz više kutova i perspektiva. Nadalje, još jedan cilj ovog anketnog istraživanja je dobiti odgovore na hipoteze koje su navedene u uvodnom dijelu, a koje glase:

H1: Lokalno stanovništvo je uključeno u održivi razvoj resursa u Gradu Opatiji

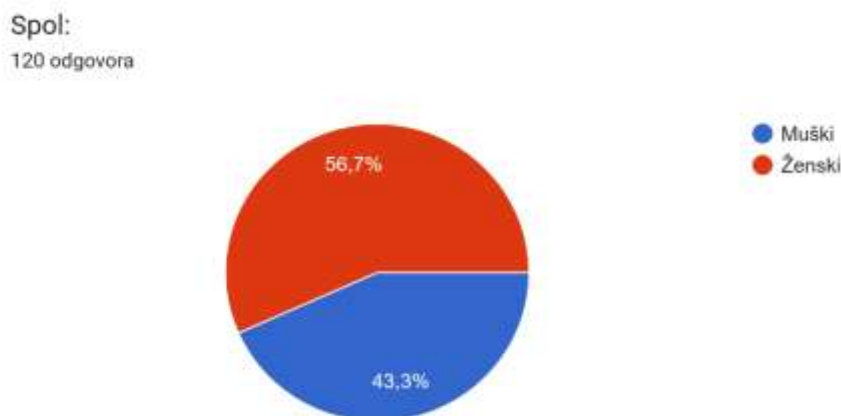
H2: Lokalno stanovništvo smatra da se turističkim resursima grada Opatije upravlja na održiv način

H3: Lokalno stanovništvo smatra da trenutno neafirmirani turistički resursi mogu postati afirmirani

Dakle, ove će hipoteze putem istraživanja biti potvrđene ili opovrgnute.

## 5.2. Analiza rezultata istraživanja

U anketnom je istraživanju sudjelovalo 120 osoba s prebivalištem na području grada Opatije. Cilj je bio dobiti što optimalniji uzorak kako bi i sami rezultati bili što relevantniji. Od ukupno 120 osoba, sudjelovalo je 68 osoba ženskog spola (56,7%) i 52 osobe muškog spola (43,3%), čime se po prilici dobila podjednaka raspodjela odgovora po spolu.

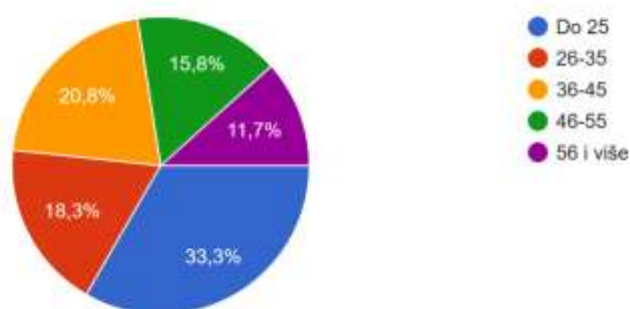


**Grafikon 1.** Struktura ispitanika – spol

Izvor: obrada rezultata istraživanja

Dob ispitanika je uključivala 40 osoba u dobi do 25 godina (33,3%), 22 osobe u dobi od 26 do 35 godina (18,3%), 25 osoba u dobi od 36 do 45 godina (20,8%), 19 osoba u dobi od 46 do 55 godina (15,8%) te 14 osoba starijih od 56 godina (11,7%).

Dob:  
120 odgovora



**Grafikon 2.** Struktura ispitanika – dob

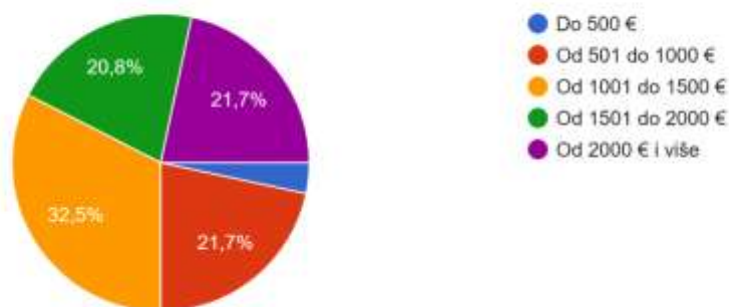
Izvor: obrada rezultata istraživanja

Također se vršila analiza mjesečnog primanja kućanstva, tj. koliko prihoda ukupno ostvari kućanstvo pojedinog ispitanika. Najveći broj ispitanika, njih 39 (32,5%), ostvaruje primanja od 1001 do 1500 € mjesečno, dok najmanji broj ispitanika, njih 4 (3,3%), ostvaruje primanja do 500 € mjesečno.



### Mjesečna primanja kućanstva:

120 odgovora



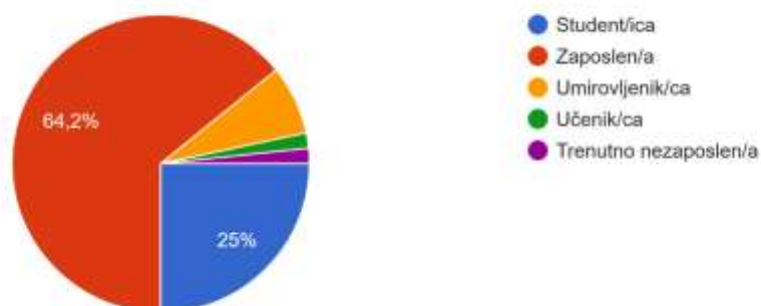
**Grafikon 3.** Struktura ispitanika – mjesečna primanja kućanstva

Izvor: obrada rezultata istraživanja

Isto tako, izvršena je analiza ispitanika u vidu njihovog zanimanja i razine obrazovanja. Od ukupno 120 ispitanika, najviše je zaposlenih (64,2%), a najmanje trenutno nezaposlenih i učenika (1,7% svaki). Nadalje, od ukupnog broja ispitanika, najveći je broj onih koji su završili srednju školu (53 ljudi, tj. 44,2% ispitanika), a najmanji broj onih s doktorskim studijem (4 osobe, tj. 3,3%).

### Zanimanje:

120 odgovora

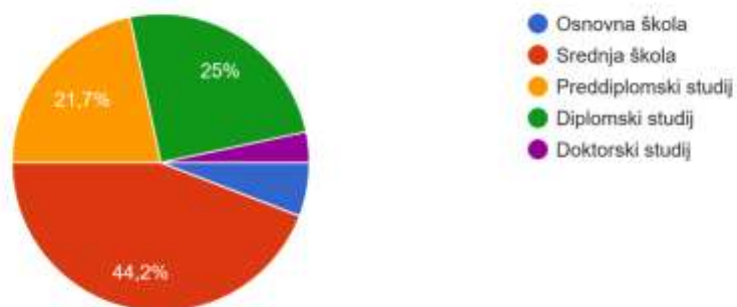


**Grafikon 4.** Struktura ispitanika – zanimanje

Izvor: obrada rezultata istraživanja

### Razina obrazovanja

120 odgovora



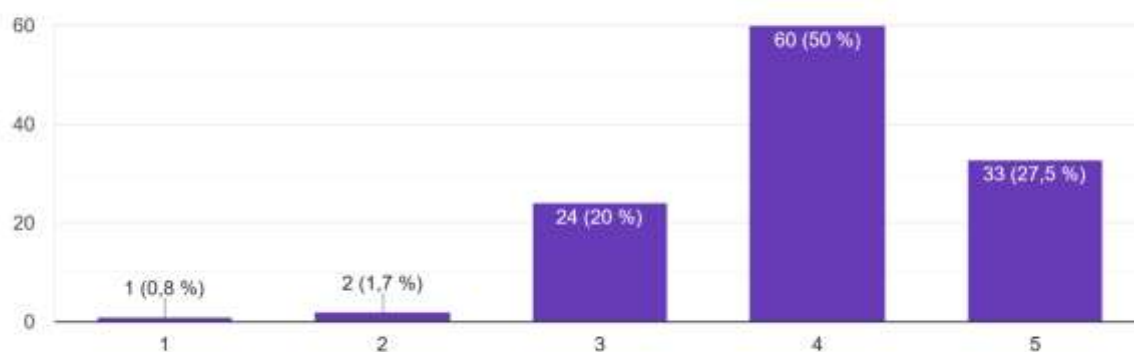
**Grafikon 5.** Struktura ispitanika – razina obrazovanja

Izvor: obrada rezultata istraživanja

Nadalje, na početku anketnog istraživanja postavljena su 4 pitanja u kojima je stanovništvo moglo izraziti razinu svog zadovoljstva opatijskim turizmom, opatijskim sadržajima i uvjetima života. Odgovori su bili označeni brojevima od 1 do 5 u kojima je broj 1 predstavljao stav "Izuzetno nezadovoljan/a", a broj 5 "Izuzetno zadovoljan/a".

### Ocijenite turizam grada Opatije.

120 odgovora

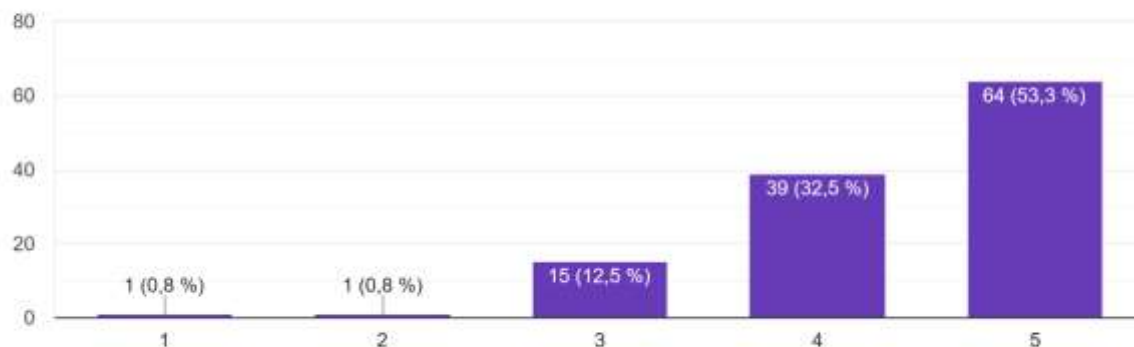


**Grafikon 6.** Ocjena zadovoljstva lokalnog stanovništva turizmom grada Opatije

Izvor: obrada rezultata istraživanja

Ocijenite zadovoljstvo prirodnim resursima grada Opatije (šetališta i parkovi, krajolik, okoliš...)

120 odgovora

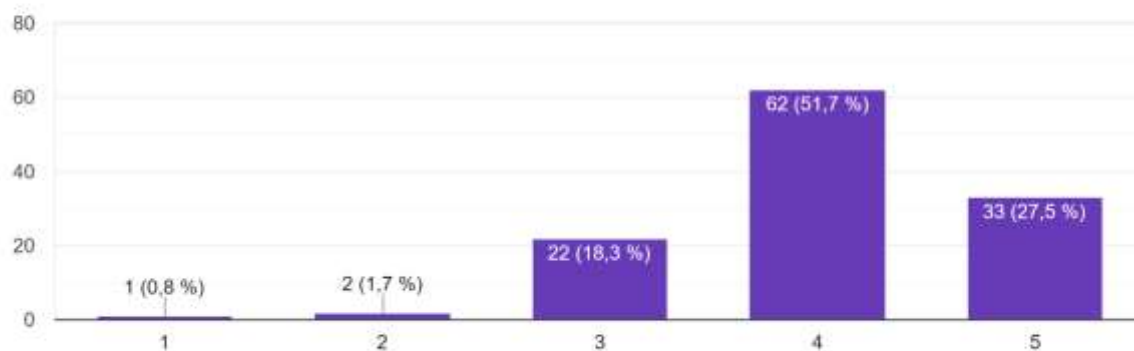


**Grafikon 7.** Ocjena zadovoljstva lokalnog stanovništva prirodnim resursima grada Opatije

Izvor: obrada rezultata istraživanja

Ocijenite zadovoljstvo društvenim resursima grada Opatije (događaji, povijesno-kulturna baština, gastronomija...)

120 odgovora

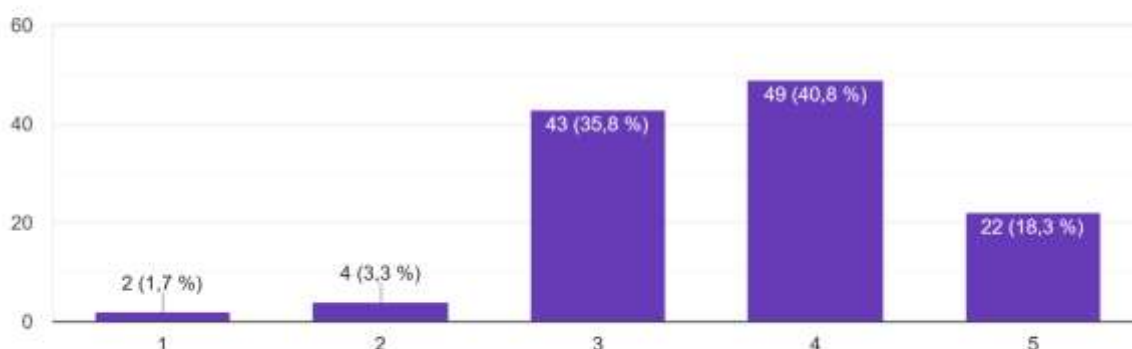


**Grafikon 8.** Ocjena zadovoljstva lokalnog stanovništva društvenim resursima grada Opatije

Izvor: obrada rezultata istraživanja

Ocijenite zadovoljstvo uvjetima života u gradu Opatiji (životni standard, promet, parkirališta, čistoća, uređenost...)

120 odgovora



**Grafikon 9.** Ocjena zadovoljstva lokalnog stanovništva uvjetima života u gradu Opatiji

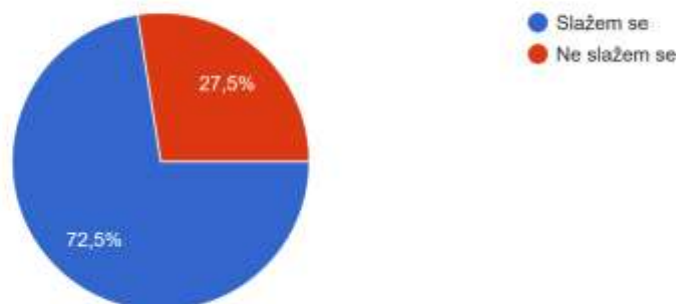
Izvor: obrada rezultata istraživanja

Iz ovih je rezultata moguće zaključiti kako je većina stanovništva vrlo ili iznimno zadovoljna turizmom u Opatiji i njenim resursima, no primjetno je odstupanje kod ocjenjivanja uvjeta života, gdje najviše preteže vrlo dobro mišljenje, no prevladava i dosta neutralnih odgovora.

Također, mogli bi se reći da je lokalno stanovništvo većinskog mišljenja da je razvoj turizma pomogao u podizanju životnog standarda, čak njih 87 od ukupno 120 (72,5%).

Smatrate li da je dosadašnjim razvojem turizma u Opatiji povećan životni standard stanovništva?

120 odgovora



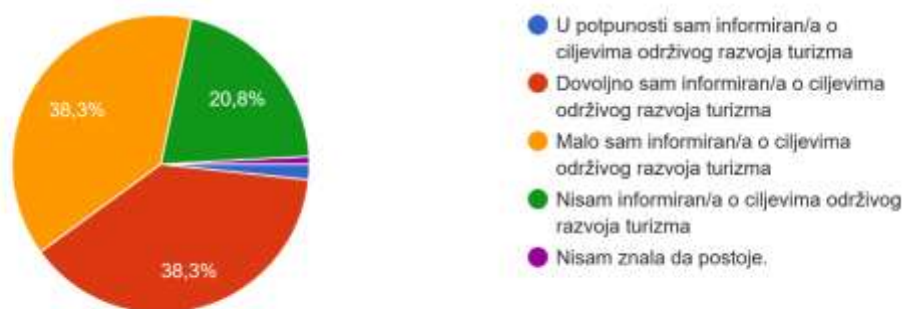
**Grafikon 10.** Struktura odgovora – povećan životni standard

Izvor: obrada rezultata istraživanja

Prilikom ispitivanja o stupnju upoznatosti s ciljevima održivog razvoja, zaključeno je da najveći broj ispitanika malo ili dovoljno upoznat s istima, no preteže nedovoljna upoznatost, odgovori s krajnostima nisu često birani. U jednom je odgovoru, pod otvoreni dio pitanja "Ostalo" jedna osoba napisala da nije ni znala da postoje.

Smatrate li da ste dovoljno upoznati s ciljevima održivog razvoja turizma?

120 odgovora



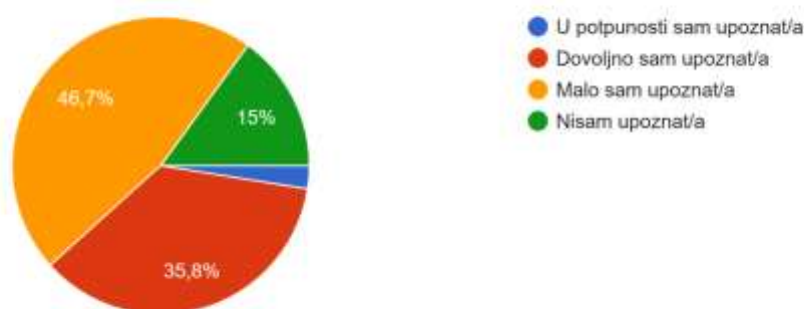
**Grafikon 11.** Struktura odgovora – upoznatost s ciljevima održivog razvoja

Izvor: obrada rezultata istraživanja

Lokalno stanovništvo također u većini nije toliko dobro upoznato s radom lokalne turističke zajednice, čemu pridonosi činjenica da je čak njih 46,7% odabralo odgovor "Malo sam upoznat/a".

Smatrate li da ste dovoljno upoznati s radom turističke zajednice Opatije?

120 odgovora



**Grafikon 12.** Struktura odgovora – upoznatost s radom turističke zajednice grada Opatije

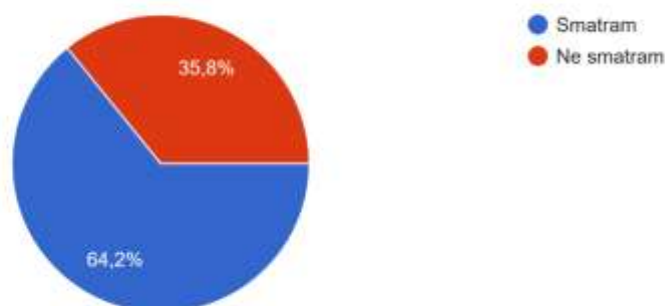
Izvor: obrada rezultata istraživanja

Većina lokalnog stanovništva smatra da postoje neafirmirani resursi koji mogu postati afirmirani. Njih 64,2% se složilo s tom tvrdnjom, od kojih je u otvorenom pitanju 96,7% izrazilo da smatraju da mogu ti isti neafirmirani resursi mogu postati afirmirani ispravnim upravljanjem. Jedna je osoba (0,8%) odgovorila da neafirmirani resursi ne bi mogli postati afirmirani ni ispravnim upravljanjem, dok je 2,5% neodlučno.

Ovim se pitanjem potvrđuje jedna od hipoteza ovog rada: *Lokalno stanovništvo smatra da trenutno neafirmirani turistički resursi mogu postati afirmirani.*

Smatrate li da postoje resursi koji su trenutno neafirmirani, a imaju turističkog potencijala?

120 odgovora



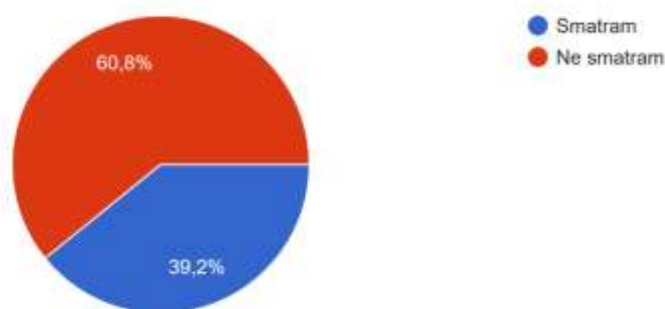
**Grafikon 13.** Struktura odgovora – afirmiranost resursa

Izvor: obrada rezultata istraživanja

Većina se ispitanika složila da Opatija postiže svoj maksimum u vidu turizma, što je naznaka da na isti gledaju na pozitivan način, no postavlja daljnje pitanje ima li mjesta u tom slučaju za napredak.

Smatrate li da Opatija trenutno postiže svoj maksimum u vidu turizma?

120 odgovora



**Grafikon 14.** Struktura odgovora – maksimum u vidu turizma

Izvor: obrada rezultata istraživanja

Većina se ispitanika složila s tvrdnjom da je turistička zajednica grada Opatije najodgovornija za daljnji razvoj turizma (67,5%) i većina je ispitanika relativno zadovoljna njenim radom (90%). 10% ispitanika koji nisu zadovoljni radom turističke zajednice grada Opatije, u otvorenom pitanju navodi razloge za svoj odgovor, od kojih najviše njih smatra da se treba više aktivirati i da je potrebna bolja promocija grada.

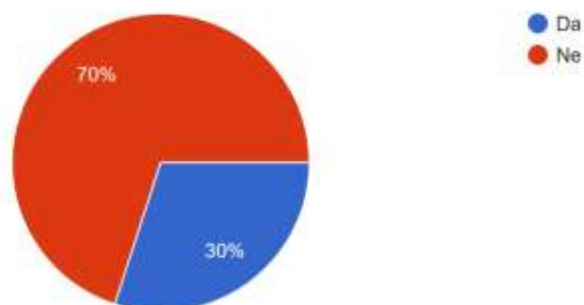
U sljedećem je pitanju većina ispitanika odgovorila da je turistička ponuda u Opatiji zadovoljavajuća (njih 74,2%), dok se preostalih 25,8% nije složilo s time.

Nadalje, 85% ispitanika smatra da mora biti uključeno u odluke koje su vezane uz daljnji održivi razvoj turizma u Opatiji, no u sljedećem pitanju njih 70% smatra da nije dovoljno uključeno u odluke koje se odnose na daljnji održivi razvoj turizma u Opatiji, uključujući one koje se odnose na održivo upravljanje turističkim resursima.

Ovim se pitanjem opovrgava prva hipoteza ovog rada: *Lokalno stanovništvo je uključeno u održivi razvoj resursa u Gradu Opatiji*

Smatrate li da ste dovoljno uključeni u odluke koje se odnose na daljnji održivi razvoj turizma u Opatiji?

120 odgovora



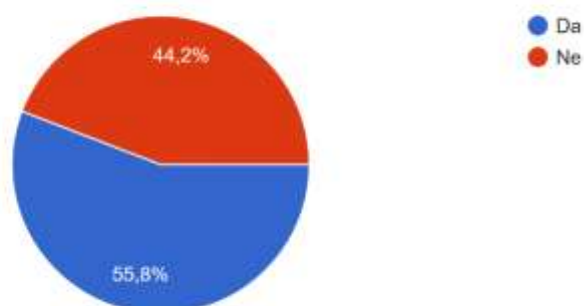
**Grafikon 15.** Struktura odgovora – involviranost u održivom razvoju

Izvor: obrada rezultata istraživanja

U sljedećem se pitanju većina ispitanika slaže (njih 75,8%) da daljnji razvoj resursa i turizma u Opatiji nije moguć bez održive komponente, a u posljednjem pitanju podjednak je broj odgovora koji smatraju da se resursima u Opatiji upravlja i ne upravlja na održiv način.

Smatrate li da se resursima u Opatiji upravlja na održiv način?

120 odgovora



**Grafikon 16.** Struktura odgovora – održivo upravljanje resursima

Izvor: obrada rezultata istraživanja



Međutim, zbog prevladavajućeg broja ispitanika koji smatraju da se resursima upravlja na održiv način, potvrđena je posljednja hipoteza ovog rada: *Lokalno stanovništvo smatra da se turističkim resursima grada Opatije upravlja na održiv način.*

## Zaključak

Održivi razvoj jedna je od glavnih koncepcija kasnog 20. i početka 21. stoljeća. Javlja se kao reakcija na ljudske aktivnosti, koje, iako se provode zbog razvoja gospodarstva i društva općenito, i dalje imaju negativan utjecaj. Definiranje održivog razvoja uključuje dvije važne komponente: ljudske potrebe i ograničenja okoliša. Za WCED, odgovor na potrebe i želje ljudi ujedno znači jednakost i pravednost u dostupnosti resursa, dijeljenju troškova i koristima od razvoja. Održivi razvoj ključni je koncept na temelju kojeg treba planirati budući razvoj Opatije. Ovaj koncept mora povezivati ciljeve kvalitetnog gospodarskog rasta i razvoja, poboljšanja kvalitete okoliša te poboljšanja uvjeta života ljudi, posebice lokalnog stanovništva.<sup>81</sup> Grad Opatija mora primjenjivati koncepciju održivog razvoja koja se zalaže za gospodarski i društveni napredak, kao i za mudro i učinkovito upravljanje prirodnim resursima. S obzirom na to da se razvoj ovih komponenata mora razvijati usporedno, potrebno je primijeniti nove tehnologije, izbjegavati korištenje neobnovljivih izvora energije, kao i svih onih resursa koji izravno ili neizravno narušavaju kvalitetu okoliša.

Upravljanje održivim razvojem iz ovih razloga zahtijeva uporabu različitih znanja i vještina, koje se stječu kroz različite studije društvenih i prirodnih znanosti. Prilikom određivanja strategija, grad Opatija mora razmatrati one koje će razvoj proizvoda učiniti održivim jer nije svaka strategija prihvatljiva i dugoročno korisna. Održivost nije nešto što se postiže brzo, ono je rezultat aktivnosti koje dugoročno dovode do razvoja koji je temeljen na načelima održivosti.

Iz istraživačkog dijela ovog rada dobiven je uvid u stavove lokalnog stanovništva o trenutnom stanju turizma grada Opatije i njegovoj održivosti. Može se primijetiti da je stanovništvo generalno zadovoljno turizmom i resursima Opatije, kao i radom turističke zajednice, što daje dobre temelje za sva daljnja potencijalna poboljšanja. No s druge strane, ispitanici smatraju da su nedovoljno ili nimalo uključeni u odluke vezane uz održivo upravljanje turističkim resursima, što je dovelo do opovrgavanja jedne od hipoteza koja je navodila da je lokalno stanovništvo uključeno u održivi razvoj resursa. Bez obzira na to što stanovništvo smatra da su nedovoljno involvirani u održivi razvoj, i dalje smatraju da se resursima upravlja na održiv način, čime je potvrđena jedna od hipoteza. Također je primjetno da je lokalno stanovništvo optimistično što se tiče daljnjeg napretka, čime je potvrđena hipoteza koje navodi

---

<sup>81</sup> Strategija razvoja grada Opatije 2014. -2020., 188. str., dostupno na: <https://opatija.hr/grad-opatija/strateski-dokumenti/>, pristupljeno 6.4.2023.

da lokalno stanovništvo smatra da trenutno neafirmirani turistički resursi mogu postati afirmirani.

Stavke koje se neizbježno uključuju u pojam održivog razvoja su očuvanje okoliša, optimalno korištenje i alokacija resursa, uvođenje suvremenih tehnologija i razlikovanje pojma razvoja i rasta. Također je potrebno sudjelovati samo u aktivnostima koje ne ugrožavaju buduće generacije, a koncept održivog razvoja mora biti integriran u sve pore društva i gospodarstva. Potrebno je uzeti u obzir da održivi razvoj nije stanje koje se odjednom postiže, već je to niz malih kontinuiranih promjena. Upravo zbog toga svi oni koji sudjeluju u upravljanju turističkim resursima grada Opatije trebaju svoje strateške ciljeve i planove uskladiti s koncepcijom održivog razvoja.

## Bibliografija

- Akcijski plan energetske održivosti razvoja grada Opatije, dostupno na:  
<https://arhiva.opatija.hr/files/file/novosti/2012/SEAP-Opatija-final.pdf>, pristupljeno 05.04.2023.
- Cetina, E., Održivi razvoj turizma u Hrvatskoj, Istarsko veleučilište, Pula, 2022., dostupno na:  
<https://hrcak.srce.hr/en/file/412249>, pristupljeno 20.3.2023.
- Cetinski V., Juričić B., ULOGA SUSTAVA KVALITETE I ECOLABELLING SUSTAVA U BENCHMARKINGU TURISTIČKE DESTINACIJE, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2005., 82. str., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/267208>, pristupljeno 2.4.2023.
- Časopis Turizam Info, Eco zeleni certifikati za 11 malih hotela, dostupno na:  
<https://www.turizaminfo.hr/novosti/eco-zeleni-certifikati-za-11-malih-hotela/>, pristupljeno 20.3.2023.
- Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i dr., Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011., 130., 132. i 262. str.
- Čorić N., Upravljanje atrakcijama u turizmu, Veleučilište u Šibeniku, 2019., 1. i 8. str., dostupno na:  
<https://zir.nsk.hr/islandora/object/vus%3A1288/datastream/PDF/view>, pristupljeno (19.2.2023.)
- Euromonitor International, Top 10 Global Consumer Trends 2021, dostupno na:  
<https://www.euromonitor.com/top-10-global-consumer-trends-2021/report>, pristupljeno 20.3.2023.
- European Sustainable Tourism: Context, Concepts And Guidelines for Action, Global Jean Monnet Conference, Brussels, 2007, 3. i 4. str., dostupno na:  
<https://www.turismoymcooperacion.org/OBSERTUR/E/02.pdf>, pristupljeno 20.4.2023.
- Hrvatina, A., Turistička karta i turistički potencijal Pazina, Sveučilište u Zagrebu Geodetski fakultet, Zagreb, 2011., (str. 17.-20.), dostupno na: <https://www.bib.irb.hr/index.php/948577> (pristupljeno 1.4.2023.)
- Konjić M., Marketing turističkih destinacija, Sveučilišni centar Varaždin, 2020., 22. str., dostupno na:  
<https://repositorij.unin.hr/islandora/object/unin:2863>, pristupljeno 2.4.2023.
- Kordej-De Villa, Ž., Stubbs, P., Sumpor, M., Participativno upravljanje za održivi razvoj, Ekonomski institut, Zagreb, 2009., 51., 55.-59., 87. str.
- Krajnović, A., Mogućnost i implementacija sustava upravljanja kvalitetom u hrvatskoj turističkoj destinaciji, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2006, 21. str.
- Kušen, E., Ekoturizam i održivi razvoj turizma, Okoliš, Zagreb, 2002., 11. str.
- Kušen E., Turizam i prostor, Klasifikacija turističkih atrakcija, Institut za turizam, Zagreb, 2001. i 2002., str.6.
- Kušen E., A system of tourism attractions, Institut za turizam Zagreb, 2010., 413., 418. i 422. str., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/95362>, (pristupljeno 13.3.2023.)

- Magaš D., Destinacijski menadžment : modeli i tehnike, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2008., 2. i 10. str., dostupno na:  
<https://dabar.srce.hr/en/islandora/object/fthm%3A2723>, (pristupljeno 2. i 10.4.2023.)
- Matešić M., Principi održivog razvoja u strateškim dokumentima Republike Hrvatske, Socijalna ekologija, Vol. 18 No. 3-4, 2009, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/54112> (pristupljeno 20.5.2023.)
- Melkić S., Marković Vukadin I., Roknić L., Sustainable Tourism – Self-Deception, Idea or Reality?, Communication Management Review, Vol. 05 No. 01, Zagreb, 2020., 50.-52. str. dostupno na:  
<https://hrcak.srce.hr/en/file/345924>, pristupljeno 12.5.2023.
- Novak I., Amerikanski vrtovi skriveni usred grada, članak, Jutarnji list, 2022., dostupno na:  
<https://www.jutarnji.hr/domidizajn/d-d-vrt/amerikanski-vrtovi-skriveni-usred-grada-zelena-oaza-mira-s-jedinstvenim-pogledom-na-kvarner-15153790>, pristupljeno 3.4.2023.
- Opatija Riviera, <https://www.opatija-convention.com/ljetna-pozornica-2/>, pristupljeno 03.04.2023.
- Peterdy K., Greenwashing, Corporate Finance Institute, 2022., Kanada, 1. str. dostupno na:  
<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/esg/greenwashing/>, pristupljeno 2.5.2023.
- Perić J., Šverko Grdić Z., Klimatske promjene i turizam, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2017., dostupno na: <https://dabar.srce.hr/islandora/object/fthm%3A2486>, pristupljeno 15.3.2023.
- Provedbeni program grada Opatije za razdoblje od 2022. do 2025. godine, dostupno na:  
<https://opatija.hr/wp-content/uploads/2022/01/Grad-Opatija-PLAN-PROVEDBE.pdf>, pristupljeno 31.3.2023.
- Richards, B., Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja, Potecon, Zagreb, 1997., 24. str.
- Rudančić A., ZNAČAJ I ULOGA DESTINACIJSKOG MENADŽMENTA; Model upravljanja turističkom destinacijom Opatija, Acta Economica Et Turistica, Vol. 4 No. 1, 2018., 99. str., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/296325>, (pristupljeno 1.4.2023.)
- Statut turističke zajednice grada Opatije, 2020., dostupno na:  
<https://www.visitopatija.com/storage/userfiles/files/STATUT%20TZGO.pdf> (pristupljeno 2.4.2023.)
- Strategija razvoja grada Opatije 2014. -2020., dostupno na: <https://opatija.hr/grad-opatija/strateski-dokumenti/>, pristupljeno 6.4.2023.
- Sunara Ž., Jeličić S., Petrović M., Održivi turizam kao konkurentska prednost Republike Hrvatske, Visoka škola za menadžment i dizajn „Aspira“, Split, 2013., 3. str. dostupno na:  
<https://hrcak.srce.hr/en/104887>, (pristupljeno 30.4.2023.)
- Šantić, I., Perspektive za razvoj turizma grada Opatije, Veleučilište u Karlovcu, 2022., dostupno na:  
<https://zir.nsk.hr/islandora/object/vuka:2424/datastream/PDF/view>, pristupljeno 03.04.2023.

- Ševelj, Đ., Upravljanje marketingom u cilju turističkog razvoja destinacije na primjeru Tučepi, Sveučilište u Splitu, Split, 2015., 54. str., dostupno na: <https://repositorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A19> (pristupljeno 15.4.23.)
- Škrabo D., Održivo upravljanje turističkim resursima u Vinkovcima, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2021., 12. i 43. str. dostupno na: <https://repository.fthm.uniri.hr/islandora/object/fthm%3A3290>, pristupljeno 15.4.2023.
- Turistička zajednica grada Opatije, dostupno na: <https://www.visitopatija.com/>, pristupljeno 3.4. i 14.6.2023.
- Turizmoteka – Turistički informativni servis, 2020., dostupno na: <https://www.turizmoteka.hr/obiteljski-turizam/objavljen-javni-poziv-za-uključenje-u-program-certificiranja-eko-prijateljskog-smjestaja-eco-domus/>, pristupljeno 16.1.2023.
- UNWTO svjetski turistički barometar, dostupno na: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>, pristupljeno 13.4.2023.
- UNWTO Tourism highlights. World Tourism Organisation, 1999.
- Valušek B., Opatija : povijest, kultura, umjetnost, prirodne ljepote, turizam : [turistička monografija], Zagreb : Turistička naklada, 2008., 11.-15. str.
- WCED, Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future, UN dokument, 2021., prvi dio, poglavlje 2, dostupno na: <http://www.un-documents.net/ocf-02.htm>, pristupljeno 2.5.2023.
- Web stranica grada Opatije, dostupno na: <https://opatija.hr/javni-poziv-za-sufinanciranje-izrade-projektne-dokumentacije-suncanih-elektrana-za-proizvodnju-elektricne-energije-u-kucanstvima/>, pristupljeno 05.04.2023.
- Web stranica Istarske razvojne agencije, EU projekti, projekt Icarus, 2019.-2021., dostupno na: <https://ida.hr/hr/bn/eu-projekti/aktualni-eu-projekti/detail/51/icarus-intermodal-connections-adriatic-ionic-region-upgrowth-seamless-solutions-passengers/>, pristupljeno 16.1.2023.
- Web stranica Istra Ecoexperience, dostupno na: <https://www.istraecoexperience.com/>, (pristupljeno 13.5.2023.)
- Web stranica Ministarstva turizma i sporta, Inovativne akcije u održivom turizmu Strategija EU za jadransko- jonsku regiju (EUSAIR), Zagreb, 2021., 9. str., dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//2021\\_dokumenti//210303\\_inovativne\\_akcije.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//2021_dokumenti//210303_inovativne_akcije.pdf) , pristupljeno 10.5.2023.
- Web stranica Ministarstva turizma i sporta RH, Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, dostupno na: <https://mint.gov.hr/strategija-razvoja-turizma-11411/11411> (pristupljeno 31.3.2023.)

Web stranica Ministarstva turizma i sporta RH, Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, odlomak 2.1.5.2., dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160120\\_1-sast\\_medjmint\\_vijece.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160120_1-sast_medjmint_vijece.pdf) (pristupljeno 13.5.2023.)

Web stranica Ministarstva turizma i sporta RH, U Hrvatskoj trenutno 41 hotel ima 'zeleni' certifikat, 2015., dostupno na: <https://mint.gov.hr/vijesti/u-hrvatskoj-trenutno-41-hotel-ima-zeleni-certifikat/9296> (pristupljeno 20.3.2023.)

Yfantidou, G., Spyridopoulou, E., Kouthouris, C., Balaska, P., Matarazzo, M., Costa, G., The future of sustainable tourism development for the Greek enterprises that provide sport tourism, Tourism Economics, Vol. 25, No. 5, Komotini (Grčka), 2016., str. 1155-1162., dostupno na: <https://doi.org/10.1177/1354816616686415> (pristupljeno 1.5.2023.)

Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, na snazi od 01.01.2020., dostupno na: <https://zakon.hr/z/342/Zakon-o-turisti%C4%8Dkim-zajednicama-i-promicanju-hrvatskog-turizma> (pristupljeno 15.4.2023.)

# Popis ilustracija

## Tablice

Tablica 1.	Ciljevi i djelovanja održivog turizma.....	10
Tablica 2.	Funkcionalna struktura baze turističkih resursa.....	21
Tablica 3.	Podjela turističkih resursa prema obnovljivosti i funkcijama.....	22
Tablica 4.	Podjela turističkih resursa prema genskom podrijetlu.....	24
Tablica 5.	Temeljna funkcionalna podjela turističkih atrakcija.....	28
Tablica 6.	Ocjena kulturnih resursa grada Opatije.....	40
Tablica 7.	Ocjena izgrađenih-prirodnih resursa grada Opatije.....	41
Tablica 8.	Ocjena manifestacijskih resursa grada Opatije.....	42

## Grafikoni

Grafikon 1.	Struktura ispitanika – spol.....	49
Grafikon 2.	Struktura ispitanika – dob.....	50
Grafikon 3.	Struktura ispitanika – mjesečna primanja kućanstva.....	51
Grafikon 4.	Struktura ispitanika – zanimanje.....	51
Grafikon 5.	Struktura ispitanika – razina obrazovanja.....	52
Grafikon 6.	Ocjena zadovoljstva lokalnog stanovništva turizmom grada Opatije.....	52
Grafikon 7.	Ocjena zadovoljstva lokalnog stanovništva prirodnim resursima grada Opatije.....	53
Grafikon 8.	Ocjena zadovoljstva lokalnog stanovništva društvenim resursima grada Opatije.....	53
Grafikon 9.	Ocjena zadovoljstva lokalnog stanovništva uvjetima života u gradu Opatiji.....	54
Grafikon 10.	Struktura odgovora – povećan životni standard.....	54
Grafikon 11.	Struktura odgovora – upoznatost s ciljevima održivog razvoja.....	55
Grafikon 12.	Struktura odgovora – upoznatost s radom turističke zajednice grada Opatije.....	55
Grafikon 13.	Struktura odgovora – afirmiranost resursa.....	56
Grafikon 14.	Struktura odgovora – maksimum u vidu turizma.....	57
Grafikon 15.	Struktura odgovora – involviranost u održivom razvoju.....	58
Grafikon 16.	Struktura odgovora – održivo upravljanje resursima.....	58

## Slike

Slika 1.	Međuodnos turizma i klime.....	6
Slika 2.	Brošura „Istra ecoexperience – Sve eko u Istri“.....	16
Slika 3.	Logo programa "Eco Domus".....	17