

# PREKOMJERNI TURIZAM U EUROPSKIM GRADOVIMA- IZAZOVI I SMJERNICE

---

**Kovačević, Ivan**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2021**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Split / Sveučilište u Splitu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:228:371981>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-30**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of University Department of Professional Studies](#)



**SVEUČILIŠTE U SPLITU**  
**SVEUČILIŠNI ODJEL ZA STRUČNE STUDIJE**

Preddiplomski stručni studij Trgovinsko poslovanje

**IVAN KOVAČEVIĆ**

**ZAVRŠNI RAD**

**PREKOMJERNI TURIZAM U EUROPSKIM  
GRADOVIMA – IZAZOVI I SMJERNICE**

**Split, rujan 2021.**

**SVEUČILIŠTE U SPLITU**  
**SVEUČILIŠNI ODJEL ZA STRUČNE STUDIJE**

Preddiplomski stručni studij Trgovinsko poslovanje

**Kolegij:** Ekologija i održivi razvoj

**ZAVRŠNI RAD**

**Kandidat:** Ivan Kovačević

**Naslov rada:** Prekomjerni turizam u Europskim gradovima – izazovi i smjernice

**Mentor:** dr.sc. Goran Ćorluka, viši predavač

Split, rujan 2021

## Sadržaj

SAŽETAK.....	1
SUMMARY .....	2
1. UVOD .....	3
1.1. Predmet i ciljevi rada.....	3
1.2. Metodologija istraživanja.....	4
1.3. Struktura rada .....	4
2. TURIZAM U BROJKAMA.....	5
2.1. Turizam .....	5
2.2. Turizam u brojkama u svijetu.....	6
2.3. Turizam u brojkama u EU .....	7
2.4. Turizam preko online platformi .....	9
2.4.1. Broj noćenja rezerviran preko online platformi.....	9
2.4.2. Mjeseci s najviše noćenja.....	12
3. PREKOMJERNI TURIZAM .....	15
3.1. Pojmovno određenje prekomjernog turizma .....	17
3.2. Prihvatni kapacitet.....	17
3.3. Uzroci prekomjernog turizma .....	19
3.3.1. Ekonomija dijeljenja.....	18
3.3.2. Pojava masovnog turizma.....	19
3.3.4. Društveni mediji.....	20
3.4. Prekomjerni turizam kroz turističke destinacije.....	21
3.4.1. Barcelona.....	22
3.4.2. Venecija.....	23
3.4.3. Dubrovnik.....	25
3.4.4. Amsterdam.....	28
4. IMPLIKACIJE PREKOMJERNOG TURIZMA .....	30
4.1. Ekonomske implikacije prekomjernog turizma .....	30
4.2. Društvene implikacije prekomjernog turizma.....	31
5. STRATEGIJE / SMJERNICE UPRAVLJANJA PREKOMJERNIM TURIZMOM .....	32
6. ZAKLJUČAK .....	34
LITERATURA.....	34
INTERNETSKI IZVORI .....	36
POPIS TABLICA .....	37
POPIS GRAFIKONA.....	38

## SAŽETAK

Prekomjerni turizam u Europskim gradovima – izazovi i smjernice

Povećanjem populacije, lakšim i jeftinijim putovanjima te jednostavnošću dobivanja informacija preko interneta sve češće smo svjedoci prevelike potražnje za određenim turističkim lokacijama. Navedene lokacije često su nespremne u mnogim aspektima za toliko veliki broj turista, te intenzitet istih u pojedinim mjesecima. Nedugo nakon pojave masovnog turizma pojavljuje se i prekomjerni turizam, pojava koja iako donosi pozitivne ekonomske brojke, najčešće se spominje u negativnom kontekstu i povezuje uglavnom s negativnim učincima na turiste, turističku lokaciju i domaće stanovništvo. Pojam prekomjernog turizma još uvijek nije precizno definiran, ali bi se najbliže mogao definirati kao pojava učinka turizma na destinaciju ili njezine dijelove koji prekomjerno utječe na percipiranu kvalitetu života građana i kvalitetu doživljaja posjetitelja na negativan način.

Temu prekomjernog turizma u ovom radu promatra se kroz aspekt 4 turističke destinacije, probleme s kojima se suočavaju te odluke i rješenja koje donose kako bi turizam za njih bio održiv.

Osim samog nezadovoljstva za lokalno stanovništvo koje donosi za lokalno stanovništvo poput povećanja cijena, sezonalnosti, prenapučenosti, gužvi na cestama i po gradskim centrima, prekomjerni turizam donosi nezadovoljstvo i turistima jer ne mogu u potpunosti iskusiti ljepotu određene turističke atrakcije i time stvara negativnu sliku kod turista.

Sve veće nezadovoljstvo koje donosi prekomjerni turizam za turističku lokaciju treba intenzivno promatrati i donositi odluke koje će umanjiti sve negativne efekte koje prekomjerni turizam donosi.

**Ključne riječi:** Prekomjerni turizam, masovni turizam, stanovništvo, turisti, lokalno stanovništvo, nezadovoljstvo, broj noćenja, broj boravaka, sezonalnost, prihvatni kapacitet

## **SUMMARY**

### Excessive tourism in European cities – challenges and guidelines

With the increase in population, easier and cheaper travel and the ease of obtaining information over the Internet, we are increasingly witnessing an excessive demand for certain tourist locations. These locations are often unprepared in many aspects for such a large number of tourists and the intensity of the same in certain months.

Shortly after the emergence of mass tourism, excessive tourism also appears, a phenomenon that, although it brings positive economic figures, is most often mentioned in a negative context and is associated mainly with negative effects on tourists, tourist location and local population. The concept of excessive tourism is not yet precisely defined, but could be most closely defined as the occurrence of the effect of tourism on the destination or its parts that excessively affects the perceived quality of life of citizens and the quality of visitors' experiences in a negative way.

The topic of excessive tourism in this paper is observed through the aspect of 4 tourist destinations, the problems they face and the decisions and solutions they make to make tourism sustainable for them.

Apart from the dissatisfaction for the local population that brings for the local population such as price increases, seasonality, overcrowding, traffic jams and urban centers, excessive tourism brings dissatisfaction to tourists because they can not fully experience the beauty of a particular tourist attraction and thus creates a negative image among tourists. .

The growing dissatisfaction brought by excessive tourism for a tourist location should be intensively observed and decisions made that will reduce all the negative effects that excessive tourism brings.

**Keywords:** Excessive tourism, mass tourism, population, tourists, local population, dissatisfaction, number of nights, number of stays, seasonality, Acceptance capacity

# 1. UVOD

## 1.1. Predmet i ciljevi rada

Prekomjerni turizam sve je učestalija pojava u modernom turizmu čiji učinci postaju sve zapaženiji, prepoznatljiviji i prisutniji. Iako se terminologija koristi tek u posljednjih nekoliko godina, prekomjerni turizam je pojava koja se na pojedinim lokacijama pojavljuje već desetljećima. Nastanak pojave povezuje se s tehnološkim napretkom usko povezanim s prometom koji omogućava ljudima jednostavan i brz način putovanja na velike udaljenosti, i ubrzani porast i učestalost pojave prekomjernog turizma uz društvene i turističke trendove koji se danas sve jasnije mogu vidjeti po društvenim mrežama, a usko su vezani i uz psihološki učinak na ljude. Osim jednostavnosti putovanja, danas su omogućena i jeftina putovanja, vrsta turističke ponude koja je vidljivo napredovala u posljednjih nekoliko godina, a koja nudi mogućnosti najčešće jeftinih avio putovanja, u cilju maksimalne popunjenosti letova, a interesantna je velikom broju ljudi koji sve češće čekaju na „priliku“ ili u prenesenom značenju cjenovno prihvatljivu avionsku kartu kako bi posjetili dugo željenu turističku destinaciju.

Nagli porast turizma (broja turista), dovodi do pozitivnih ekonomskih brojki za ljude koji žive i rade na područjima turističkih mjesta, te državu kroz poreze i velik postotak zaposlenosti, ali i negativne učinke na samu turističku lokaciju koje osjećaju i turisti, ali i lokalno stanovništvo. Zbog negativnih učinaka koje ćemo analizirati te obraditi kroz ovaj rad, u budućnosti će turizam predstavljati sve veći izazov u cilju dugoročne održivosti istog.

Cilj ovog rada je analizirati učinke prekomjernog turizma, izazove koje donose i smjernice kako iste umanjiti da bi turizam na navedenim lokacijama bio dugoročno održiv, a podoban stanovništvu i samoj turističkoj lokaciji gledano i kroz ekonomske, ekološke, političke i psihološke utjecaje.

Navedeni učinci analizirani će se na primjerima gradova: Barcelona, Venecija, Amsterdam i Dubrovnik, četirima turističkim destinacijama koje su suočene s pojavom prekomjernog turizma te posljedicama iste.

Barcelona je jedan od najpoželjnijih gradova kao turističke destinacije u kojoj rastući broj turističkih dolazaka i noćenja dovodi do drastičnog smanjenja kvalitete življenja što dovodi do negodovanja domicidnog stanovništva. Veliki broj turista, kao i povećanje broja istih pogađa i Veneciju, Amsterdam, a sve više i Dubrovnik u kojima se događaju slična negodovanja domaćeg stanovništva. Iako naizgled svi ovi gradovi imaju isti problem, na sve njih na različite načine djeluje pojava prekomjernog turizma te se svaki od gradova na drugačiji način bori s istim.

## **1.2. Metodologija istraživanja**

Za potrebe izrade ovog završnog rada provedeno je opće istraživanje dostupnih informacija što većeg opsega, a usko vezanih uz pojam prekomjernog turizma, te svih općih informacija i statistika dostupnih za navedene gradove. Istraživanje je temeljeno na prikupljanju važnih informacija vezanih za pojam i definiranje pojma prekomjernog turizma, uzroka koji su doveli do njegovog nastanka, posljedica i utjecaja prekomjernog turizma na okolinu te svih drugih relevantnih informacija vezanih za promatrani pojam. U cilju istraživanja teme rada korištena je stručna literatura, knjige, znanstveni članci, znanstveni radovi autora iz područja turizma od kojih su mnogi usmjereni upravno na proučavanje fenomena prekomjernog turizma. Pored toga korišteni su javno dostupni statistički podaci na web stranicama, informacije o zauzetosti smještajnih jedinica i slično. Izvori statističkih podataka navedeni u ovom radu su preuzeti sa stranica Hrvatskog Državnog zavoda za statistiku, stranica [statista.com](https://www.statista.com)

## **1.3. Struktura rada**

Ovaj diplomski rad podijeljen je u 6 poglavlja, a svako od njih sastoji se od nekoliko potpoglavlja. Uvodno poglavlje opisuje i općenito definira glavne osobine predmeta rada te navodi temeljne probleme i glavne ciljeve. Središnji dio ili razrada rada čine 4 cjeline u kojima se u prvom od njih prikazuju općenite brojke i turizam prikazan kroz brojke, sljedeće poglavlje obrađuje teme turizma i pojavu prekomjernog turizma kroz 4 Europska grada navedena u uvodu, trend rasta turizma u istima. Sljedeće poglavlje obrađuje teme implikacije prekomjernog



turizma kroz ekonomske, socio-ekonomske te prirodne teme, a u posljednjem poglavlju razrade rada se obrađuju smjernice upravljanja prekomjernim turizmom. Kroz zadnji dio rada provodimo zaključak u kojem se zaokružuje cjelina svih prethodnih poglavlja i iznose svi zaključci utvrđeni u radu.

## **2. TURIZAM U BROJKAMA**

### **2.1. Turizam**

U današnje vrijeme turizam je toliko raširen pojam i uhodana grana da većina ljudi uzima isti kao svakidašnju pojavu. Kroz povijest to i nije bilo tako. Istraživajući pojam turizma često možemo naići na podatke o putovanjima Egipćana, Maja i Feničana još prije nove ere, ali u trgovinske svrhe, dok se riječ turist prvi puta koristi 1772. godine, a riječ turizam 1811. godine. Riječi turist i turizam sastoje se od riječi tour, koja je izvedena iz staroengleske riječi turian, starofrancuske torner, od latinskog tornare; što znači "uključiti se u tok", koja i sama ima korijene starogrčke riječi tornos (τόρνος); što znači "tok". Turizam se kao gospodarska grana razvijao, a krajem 20. stoljeća je doživio izrazit napredak. <sup>1</sup>

Važno je napomenuti da su mnogi autori pokušali znanstveno definirati pojam turizma i turista, pa se često zna reći da postoji toliko definicija pojma turizam koliko i autora koji su se znanstveno bavili turizmom. Ipak, najviše prihvaćena definicija turizma je AIEST-a: „Turizam je skup izvještaj i fenomena koji rezultiraju putovanjem i boravkom na jednom mjestu osoba koje su u njemu stranci, a čiji boravak ne sadrži nikakvu unosnu aktivnost.“ Original te definicije je, međutim, na njemačkom, pa stoga navodimo i taj original. „Turizam je skup iskazivanja i pojava, koje nastaju kao posljedica putovanja i boravka u određenom mjestu, ukoliko se tim boravkom ne osnivaju naseobine za izvršenje dugotrajne ili privremene osnovne djelatnosti.“ Interesantno je navesti da je u toj definiciji AIEST-ova jedina riječ, a sve ostalo je napisao i formulirao dr. W. Hunziker u svojoj raspravi: „Suvremeni pogled na turizam i turistička istraživanja“, koju je objavio 1941. godine u jednoj publikaciji Švicarskog turističkog saveza. <sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Web Stranica Wikipedije: „Turizam“ – Dostupno na: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Turizam>

<sup>2</sup> Svetlačić R (1995), , Marketing aspekti turističkog gospodarstva, Diplomski rad str.18

Dr. I. Antunovac za službenu Aiest-ovu definiciju turizma kaže da je to: „...samo vješto složena formalistička i artifičijelna formulacija, bez ikakve znanstvene i praktične vrijednosti, što nije smetalo milijunima turista da putuju, niti tisućama gospodarskih i drugih organizacijskih subjekata da pružaju dobra i usluge turistima“<sup>3</sup> te „Da bi se izbjeglo prepričavanje vrijednosti sadržaja znanstvenih definicija turizma, počinjemo s tvrdnjom da uopće nema znanstvene definicije ni turizma ni turista, dodatnom tvrdnjom da se slobodno može reći da takva definicija nikada neće ni nastati, jer je stvarnost u vezi s turizmom toliko složena da bi ju bilo nemoguće ukalupiti u neku definiciju.“

Teško je definirati turističku industriju, jer u njoj, za razliku od drugih industrija, ne postoji jedan jasno definiran proizvod već je turizam veliki skup različitih proizvoda i usluga vezan u cjelinu. Turizam uključuje mnoge industrije, uključujući smještaj, prijevoz, atrakcije, putničke tvrtke, uslužne usluge i mnoge druge. U najširem smislu, turizam se definira kao pojava putovanja i boravka ljudi na mjestima izvan uobičajenog okruženja, a u periodu kraćem od jedne uzastopne godine u svrhu razonode, zdravlja, poslovnih i drugih obaveza.

## **2.2. Turizam u brojkama u svijetu**

Globalno, Udio BDP -a koji generira industrija putovanja i turizma u svijetu 2019. godine iznosio je 10.4 %.<sup>4</sup> Gledajući ukupni utjecaj industrije turizma na ukupni svjetski GDP, dolazimo do brojke od 9,2 trilijuna američkih dolara<sup>5</sup>, te statistike da je svako 10. posao na svijetu vezan za turističke djelatnosti.<sup>6</sup> U međuvremenu, na ljestvici zemalja s najvećim udjelom BDP -a od putovanja i turizma, grad i posebna upravna regija Macau generirali su najveći udio BDP -a izravnim putovanjima i turizmom od bilo kojeg svjetskog gospodarstva u postotku 83.9%.<sup>7</sup>

---

<sup>3</sup> Ibidem, str. 19

<sup>4</sup> Web stranica Statista.com: „Share of GDP generated by the travel and tourism industry worldwide from 2000 to 2019“ – Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/1099933/travel-and-tourism-share-of-gdp/>

<sup>5</sup> Web stranica Svjetskog vijeća turista i putovanja: „Travel & Tourism Economic Impact“ – Dostupno na: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf>

<sup>6</sup> Ibidem

<sup>7</sup> Web stranica Svjetskog vijeća turista i putovanja: „Travel & Tourism Economic Impact -Macau“ – Dostupno na: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact/moduleId/704/itemId/241/controller/DownloadRequest/action/QuickDownload>

### 2.3. Turizam u brojkama u EU

Kako se na svjetskoj razini ustaljeno povećavao broj turističkih noćenja tako isti trend vidimo i unutar Europske unije.

U 2019. godini broj noćenja provedenih u turističkim smještajnim jedinicama u Europskoj uniji (EU) dosegao je više od 2,9 milijarde, što je za 2,4% više u odnosu na 2018. godinu. Od 2009. godine bilježi se stalan porast broja noćenja nerezidentnih turista.<sup>8</sup>

U 2019. Španjolska je imala 469 milijuna noćenja, što je za 0,5% više noćenja u odnosu na 2018., te je tom brojkom zadržala vodstvo kao turistička zemlja pred ostalim zemljama EU, ispred Francuske koja je imala 446 milijuna noćenja, Njemačke sa 436 milijuna noćenja, Italije sa 433 milijuna noćenja i Velike Britanije sa 375 milijuna noćenja.<sup>9</sup>

Tablica 1. Broj turističkih noćenja i udio nerezidentnih i rezidentnih noćenja na području Europe u 2019. Godini

---

<sup>8</sup> Web stranica Eurostata-a: „Tourism statistics - annual results for the accommodation sector“ – Dostupno na: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism\\_statistics\\_-\\_annual\\_results\\_for\\_the\\_accommodation\\_sector&oldid=530143#Continuous\\_growth\\_in\\_the\\_tourist\\_accommodation\\_sector](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics_-_annual_results_for_the_accommodation_sector&oldid=530143#Continuous_growth_in_the_tourist_accommodation_sector)

<sup>9</sup> Webstranica Eurostat-a: „Eurostat Newsrelease 18/2020“ – Dostupno na: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/10371904/4-24012020-AP-EN.pdf/225398de-fa6a-4ed9-6052-9167d39f2ea2>

	2019., u milionima			Udio noćenja nerezidentnog stanovništva u ukupnom broju, 2019. (%)	PROMIENA 2019./2018. (%)		
	UKUPNO	Nerezidenti	Rezidenti		UKUPNO	Od kojih	
						Nerezidenti	Rezidenti
EU	3 220.8	1 506.5	1 715.4	47	2.4	2.4	2.4
BELGIJA	42.1	21.1	21.1	50	1.9	2.4	1.5
BUGARSKA	27.1	17.4	9.6	64	0.8	-1.8	6.0
ČESKA	56.8	27.2	29.6	48	2.2	1.5	2.9
DANSKA	34.2	12.9	21.3	38	2.7	2.3	3.0
NJEMAČKA	436.3	88.9	347.4	20	4.0	2.3	4.4
ESTONIJA	6.9	4.4	2.6	63	4.7	4.2	5.5
IRSKA**	33.4	16.8	16.6	50	:	:	:
GRČKA	119.4	99.6	19.7	83	-3.0	-2.9	-3.7
ŠPANIJSKA	469.5	299.3	170.1	64	0.5	-0.6	2.5
FRANCUSKA	446.1	136.0	310.2	30	0.8	-3.4	2.7
HRVATSKA	91.2	84.1	7.1	92	1.8	1.1	10.0
ITALIJA	432.6	217.7	214.9	50	0.9	0.6	1.2
CIPAR	18.0	16.9	1.0	94	4.7	4.2	13.0
LATVIJA	5.5	3.8	1.7	70	2.2	2.3	1.9
LITVA	8.9	4.1	4.8	46	10.0	10.0	9.9
LUKSEMBURG	2.9	2.6	0.3	88	0.2	0.2	-0.0
MADARSKA	32.9	15.5	17.4	47	0.2	1.1	-0.5
MALTA	9.8	9.4	0.5	95	-2.7	-3.2	9.2
NIZOZEMSKA	124.0	52.0	72.0	42	6.8	10.6	4.2
AUSTRIJA	127.5	91.0	36.5	71	1.8	1.9	1.4
POLJSKA	93.4	18.7	74.7	20	5.1	5.2	5.0
PORTUGAL	76.9	51.1	25.8	66	3.4	2.6	5.0
RUMUNJSKA	30.1	5.2	24.8	17	5.6	-1.5	7.3
SLOVENIJA	15.9	11.5	4.4	72	1.6	2.9	-1.7
SLOVAČKA	17.1	6.0	11.1	35	12.6	8.4	15.1
FINSKA	23.1	7.1	16.0	31	3.9	3.4	4.1
ŠVEDSKA	61.9	15.3	46.6	25	4.3	-1.2	6.3
UJEDINJENO KRALJEVSTVO	374.5	167.4	207.2	45	5.7	19.2	-3.2
ISLAND	8.3	7.3	1.0	88	-7.6	-5.8	-18.4
LJHENTŠTAJN	0.2	0.2	0.0	98	5.3	5.9	-19.3
ŠVIČARSKA***	30.3	8.8	21.5	29	-10.4	-12.9	-9.3
CRNA GORA***	55.3	26.7	28.6	48	:	:	:
SJEVERNA MAKEDONIJA	4.2	3.8	0.4	89	:	:	:
SRBIJA	2.2	1.5	0.7	68	3.5	5.5	-0.5
KOSOVO***	9.3	3.7	5.7	40	6.4	7.8	5.5
	0.3	0.2	0.1	67	15.5	11.2	25.7

Brojke se možda neće zbrajati zbog zaokruživanja.

ec.europa.eu/eurostat

: Podaci nisu dostupni

\* Agregat EU procijenjen za potrebe ove publikacije koristeći dostupne podatke

\*\* Podaci za 2018. umjesto 2019. i niska pouzdanost

\*\*\* Podaci za 2019. umjesto 2019

\*\*\*\* Ova oznaka ne dovodi u pitanje stavove o statusu i u skladu je s Vijećem sigurnosti UN -a 1244/1999 i mišljenjem

MSP -a o proglašenju neovisnosti Kosova

Izvorni skup podataka: tour\_occ\_ninat

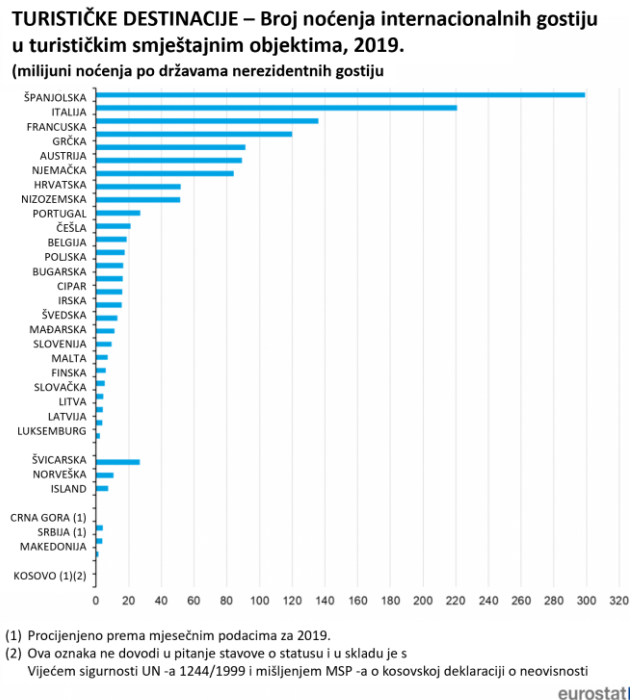
Izvor: Nights spent in tourist accommodation establishments, 2018 and 2019 (thousand nights) - Source:

Eurostat, [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism\\_statistics\\_-\\_nights\\_spent\\_at\\_tourist\\_accommodation\\_establishments](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics_-_nights_spent_at_tourist_accommodation_establishments) [07.08.2021.], prilagodio autor

Ove procjene uključuju i noćenja provedena u poslovne svrhe ili drugih razloga, a potječu iz članka koji je izdao Eurostat, statistički ured Europske unije. Usporedbe radi, Republika Hrvatska je u 2019. godini ostvarila 84,1 milijun turističkih noćenja.

U Tablici 1 vidimo da je ukupan broj noćenja u turističkim smještajnim jedinicama iznosio preko 3,2 milijarde u 2019. godini., od čega približno 1,5 milijardu su bili nerezidentnih, dok 1,7 milijardi noćenja je bilo od rezidentnih stanovnika. To bi postotno bilo 46,74% nerezidentno stanovništvo i 53,26% rezidentno stanovništvo. Također možemo vidjeti da su u Republici Hrvatskoj od 91,2 milijuna noćenja, 84,1 noćenja nerezidenata, što bi bilo 92,21%, dok je 7,1 milijuna noćenja rezidenata što bi bilo 7,79%. Koliko je ovo važna gospodarska grana za Republiku Hrvatsku govori i činjenica da turizam čini gotovo 20% BDP-a. Više detaljnih informacija o brojkama vezanim za turizam obraditi ćemo kroz sljedeće teme prekomjernog turizma. Ova je industrija ozbiljno pogođena globalnom pandemijom COVID-19, koja je započela početkom 2020.

Grafikon 1. Broj noćenja internacionalnih gostiju u smještajnim jedinicama po državama, 2019.



Izvor: File:Tourism destinations — nights spent by international guests at tourist accommodation establishments, 2019 (million nights spent in the country by non-residents).png, [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Tourism\\_destinations\\_%E2%80%94\\_nights\\_spent\\_by\\_international\\_guests\\_at\\_tourist\\_accommodation\\_establishments,\\_2019\\_\(million\\_nights\\_spent\\_in\\_the\\_country\\_by\\_non-residents\).png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Tourism_destinations_%E2%80%94_nights_spent_by_international_guests_at_tourist_accommodation_establishments,_2019_(million_nights_spent_in_the_country_by_non-residents).png), prilagodio autor [11.08.2021.]

## 2.4. Turizam preko online platformi

Jako važan faktor modernog turizma su platforme na kojima se rezervira smještaj, izleti, restorani, i sl. Moderan način turizma te moderne tehnologije donijeli su znatno veće mogućnosti i prednosti kako za turiste tako i za firme i privatne osobe koje nude usluge usko vezane za turizam.

Pojavom platformi poput [booking.com](https://www.booking.com) i [airbnb.com](https://www.airbnb.com) većina ljudi na znatno brži i jednostavniji način dolazi do ponude, mogućnosti rezerviranja smještaja i sl. te se na jednostavan način i sami mogu organizirati za turističko putovanje. Dvije navedene platforme su postale toliko često korištene da se i većina hotela, apartmana, vila za odmor i ostalih smještajnih jedinica počela oglašavati na navedenima. Prednost takvih platformi je što nude svojim klijentima s obje strane (potraživačima i ponuditeljima usluge) sigurnost u financijskom smislu u slučajevima prevare, odustajanja klijenata ili bilo kojeg dodatnog razloga radi kojeg ili jedna ili druga strana ne želi ispoštovati svoj dio ugovora.

Kako mrežne platforme pružateljima usluga olakšavaju oglašavanje svojih soba, apartmana, hotela i vila za odmor svojim potencijalnim gostima, tako i gostima olakšava traženje i odabir smještaja. Zbog toga se povećala pozornost za ovaj segment tržišta. Samim time postali su dvije vodeće platforme za ponudu smještaja i dodatnih popratnih sadržaja usko vezanih za turizam, pogotovo na području Europske Unije.

Ovaj članak prati prvo objavljivanje podataka o popunjenosti turističkog smještaja koji se nudi putem četiri velike međunarodne platforme (Airbnb, Booking, Expedia Group i Tripadvisor) nakon što su se dogovorili o razmjeni podataka s Europskom komisijom (Eurostat). Usredotočuje se na podatke o nacionalnoj, regionalnoj i gradskoj razini o noćima gostiju provedenim u 2019.

#### 2.4.1. Broj noćenja rezerviran preko online platformi

U 2019. godini više od 554 milijuna noćenja gostiju provedenih u Europskoj uniji (EU) rezervirano je putem jedne od četiri platforme AirBnB, Booking, Tripadvisor ili Exedia Group ili u prosjeku 1,5 milijuna gostiju nasumičnim danom, što je vidljivo iz tablice 2. Broj noćenja gostiju uzima u obzir broj noćenja provedenih tijekom boravka i broj turista na putovanju. Koncept je sličan "noćima provedenim u turističkim smještajnim objektima" koji se općenito koriste u službenim statistikama turizma, a bit će i pokazatelj žarišnog volumena u ovom članku. Jedan od pet noćenja provedeno je u Španjolskoj (112 milijuna noćenja), a slijedi je Francuska (109 milijuna). Italija (83 milijuna noćenja), Njemačka (40 milijuna) i Portugal (33 milijuna) zaokružuju prvih pet zemalja Europske Unije s najvećim brojem noćenja. Daljnje zemlje s preko 10 milijuna noćenja zabilježenih u 2019. godini bile su Grčka (29 milijuna noćenja), Hrvatska (26 milijuna), Poljska (22 milijuna), Austrija (17 milijuna), Češka i Mađarska (obje 10 milijuna) što je sve vidljivo iz tablice 2.

U EU, u prosjeku dvije od tri noći su bile turisti iz drugih zemalja u odnosu na promatranu zemlju (372 milijuna noćenja ili oko 67%) . Treba napomenuti da je u čak 9 od 31 zemalja EU i EFTA-e broj međunarodnih gostiju premašio 90%, a u četiri zemlje, Lihtenštajnu, Islandu, Malti i Hrvatskoj, međunarodni udio iznosio je 95 % ili više (tablica 2).

Gledajući drugi pokazatelj, 554 milijuna noćenja provedenih u EU -u tijekom 2019. predstavljalo je 53 milijuna boravaka (vidi desnu stranu Tablice 2). To znači da je svake minute

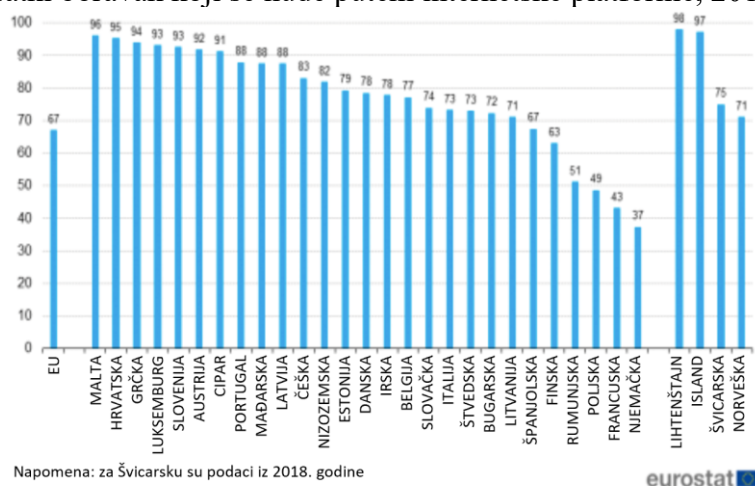
rezervirano 100, a svaki dan gotovo 150 000 noćenja. Najveći broj boravaka zabilježen je u Francuskoj (11,0 milijuna boravaka), Španjolskoj (8,5 milijuna boravaka) i Italiji (7,8 milijuna boravaka). Ove tri destinacije za turiste koji borave u smještajnim kapacitetima koji se nude putem ovih internetskih platformi činile su više od polovice ukupnog broja boravaka što je izračunato iz podataka dostupnih iz tablice 2.

Tablica 2. Broj noćenja rezerviranih preko online platformi po državama u 2019. godini

2019. godina	Broj noćenja			Broj boravaka		
	Ukupno	Rezidenti	Internacionalni	Ukupno	Rezidenti	Internacionalni
<b>EU</b>	554.119.000	182.297.000	371.822.000	53.136.000	21.140.000	31.996.000
<b>BELGIJA</b>	7.385.000	1.687.000	5.698.000	897.000	181.000	716.000
<b>BUGARSKA</b>	3.945.000	1.092.000	2.853.000	365.000	144.000	221.000
<b>ČEŠKA</b>	10.388.000	1.757.000	8.631.000	1.177.000	264.000	913.000
<b>DANSKA</b>	4.771.000	1.027.000	3.745.000	485.000	131.000	354.000
<b>NJEMAČKA</b>	39.957.000	25.017.000	14.940.000	4.604.000	2.915.000	1.689.000
<b>ESTONIJA</b>	1.619.000	335.000	1.285.000	254.000	73.000	181.000
<b>IRSKA</b>	7.193.000	1.587.000	5.606.000	853.000	203.000	650.000
<b>GRČKA</b>	28.756.000	1.723.000	27.033.000	2.572.000	217.000	2.355.000
<b>ŠPANJOLSKA</b>	111.704.000	36.334.000	75.369.000	8.545.000	3.480.000	5.065.000
<b>FRANCUSKA</b>	109.163.000	62.045.000	47.119.000	10.962.000	6.939.000	4.023.000
<b>HRVATSKA</b>	25.945.000	1.203.000	24.742.000	2.016.000	180.000	1.836.000
<b>ITALIJA</b>	82.599.000	22.137.000	60.461.000	7.764.000	2.525.000	5.239.000
<b>CIPAR</b>	4.948.000	429.000	4.519.000	303.000	59.000	244.000
<b>LATVIJA</b>	1.457.000	182.000	1.275.000	193.000	40.000	153.000
<b>LITVA</b>	1.661.000	481.000	1.180.000	271.000	95.000	176.000
<b>LUKSEMBURG</b>	292.000	20.000	272.000	44.000	2.000	42.000
<b>MAĐARSKA</b>	10.008.000	1.240.000	8.768.000	1.142.000	202.000	940.000
<b>MALTA</b>	3.527.000	135.000	3.393.000	216.000	11.000	205.000
<b>NIZOZEMSKA</b>	9.851.000	1.784.000	8.067.000	1.087.000	256.000	831.000
<b>AUSTRIJA</b>	16.891.000	1.374.000	15.517.000	1.441.000	171.000	1.270.000
<b>POLJSKA</b>	22.374.000	11.479.000	10.895.000	3.186.000	1.863.000	1.323.000
<b>PORTUGAL</b>	33.128.000	3.992.000	29.136.000	2.622.000	363.000	2.259.000
<b>RUMUNJSKA</b>	4.550.000	2.222.000	2.329.000	676.000	371.000	305.000
<b>SLOVENIJA</b>	2.624.000	193.000	2.430.000	313.000	28.000	285.000
<b>SLOVAČKA</b>	2.359.000	614.000	1.745.000	300.000	97.000	203.000
<b>FINSKA</b>	3.112.000	1.150.000	1.962.000	453.000	205.000	248.000
<b>ŠVEDSKA</b>	3.910.000	1.057.000	2.852.000	392.000	125.000	267.000
<b>ISLAND</b>	2.293.000	62.000	2.331.000	349.000	10.000	339.000
<b>LIHTENŠTAJN</b>	17.000	1000	17.000	3.000	1.000	2.000
<b>NORVEŠKA</b>	4.141.000	1.197.000	2.944.000	531.000	142.000	389.000
<b>ŠVICARSKA</b>	5.724.000	1.427.000	4.297.000	617.000	155.000	462.000

Izvor: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Share of international guest nights in total annual number of guest nights at short-stay accommodation offered via collaborative economy, 2019 \(%25\).png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Share_of_international_guest_nights_in_total_annual_number_of_guest_nights_at_short-stay_accommodation_offered_via_collaborative_economy,_2019_(%25).png), prilagodio autor

Grafikon 2. Udio međunarodnih noćenja gostiju u ukupnom godišnjem broju noćenja u smještajima za kratki boravak koji se nude putem internetske platforme, 2019. (%)



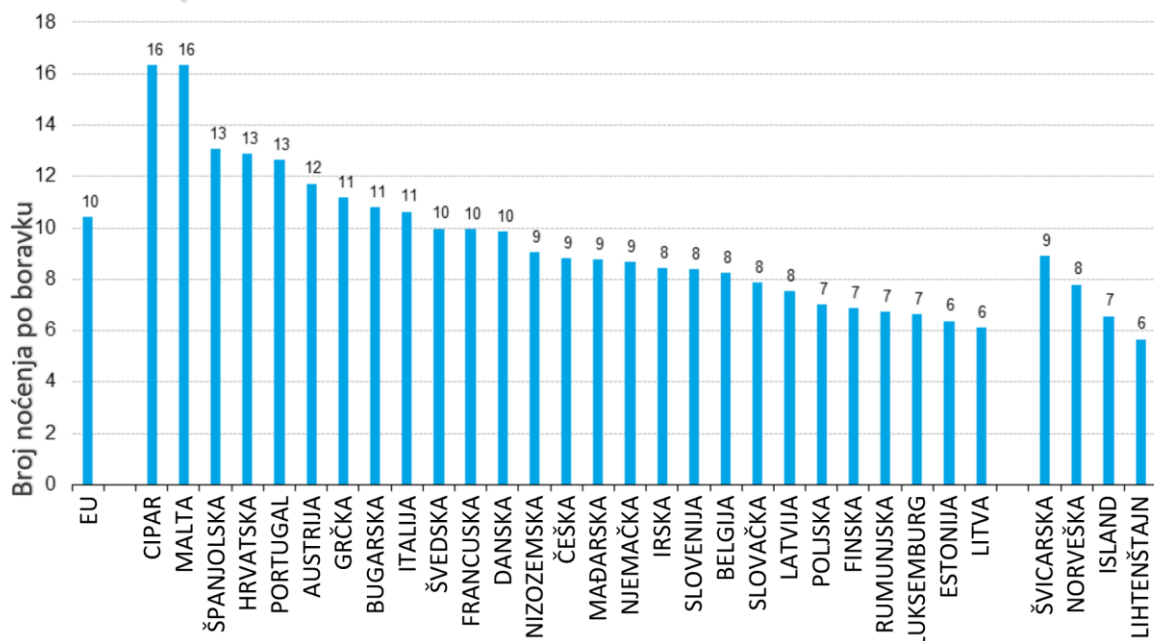
Izvor: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Share\\_of\\_international\\_guest\\_nights\\_in\\_total\\_annual\\_number\\_of\\_guest\\_nights\\_at\\_short-stay\\_accommodation\\_offered\\_via\\_collaborative\\_economy\\_2019\\_\(%25\).png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Share_of_international_guest_nights_in_total_annual_number_of_guest_nights_at_short-stay_accommodation_offered_via_collaborative_economy_2019_(%25).png), prilagodio autor [12.08.2021.]

U prosjeku je u EU tijekom 2019. godine jedna rezervacija u prosjeku predstavljala 10,4 noćenja gostiju (prikazano na grafikonu 3). Treba napomenuti da broj noćenja po boravku ne treba brkati s prosječnim trajanjem boravka. Najveći broj noćenja po boravku zabilježen je u južnim zemljama Cipar i Malta (16 noćenja po boravku), Španjolskoj, Hrvatskoj i Portugalu (13 noćenja). Zadnje zemlje po broju boravaka na odredištu su Litva, Estonija, Island, Luksemburg, Rumunjska i Lihtenštajn koje su u prosjeku imale do 7 noćenja po boravku.

Grafikon 3. Prosječan broj noćenja po boravku u smještajnim jedinicama ponuđenima preko online platformi za 2019. godinu



## Prosječan broj noćenja po boravku u smještajnim jedinicama ponuđenima preko Online platformi



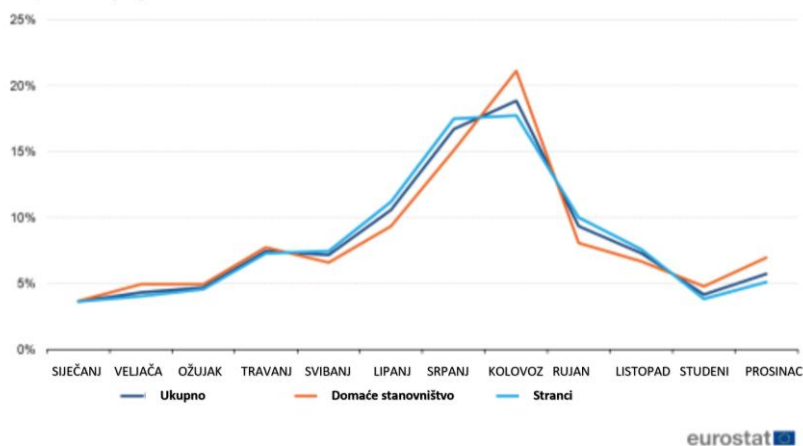
Izvor: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Average\\_number\\_of\\_guest\\_nights\\_per\\_stay\\_at\\_short-stay\\_accommodation\\_offered\\_via\\_collaborative\\_economy\\_platforms\\_2019\\_\(nights\).png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Average_number_of_guest_nights_per_stay_at_short-stay_accommodation_offered_via_collaborative_economy_platforms_2019_(nights).png), prilagodio autor

### 2.4.2. Mjeseci s najviše noćenja

Više od jedne trećine noćenja gostiju u EU provedene su u srpnju i kolovozu. Sezonska kretanja u turizmu dosežu vrhunac u dva ljetna mjeseca srpnju i kolovozu, a to se ne razlikuje ni kod smještaja rezerviranih putem internetskih platformi. 36 % noćenja gostiju provedenih tijekom 2019. dogodilo se u srpnju (17 %) i kolovozu (19 %). Mjeseci s najmanje noćenja bili su siječanj, veljača i studeni, od kojih svaki čini oko 4 % ukupnog broja noćenja provedenih tijekom 2019. Što se tiče boravka, sezonski uzorak bio je nešto manje izražen, pa je 28 % noćenja rezervirano tijekom najprometnijih mjeseci srpnja (13 %) i kolovoza (15 %) što je vidljivo na grafikonu 4.

Grafikon 4. Mjesečna distribucija broja noćenja za 2019. godinu

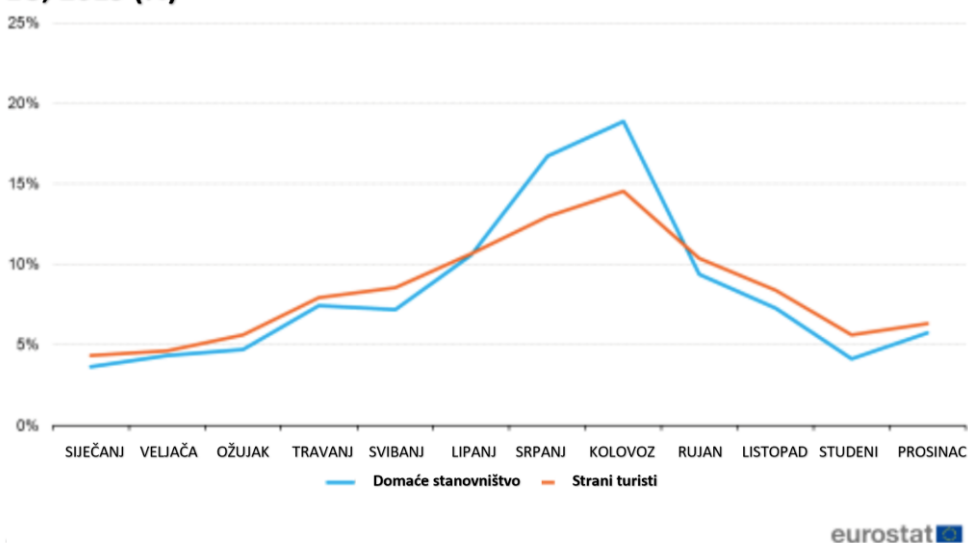
**MJESEČNA DISTRIBUCIJA NOĆENJA  
REZERVIRANIH PREKO ONLINE PLATFORMI,  
EU, 2019 (%)**



Izvor: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Monthly\\_distribution\\_of\\_the\\_annual\\_number\\_of\\_guest\\_nights\\_at\\_short-stay\\_accommodation\\_offered\\_via\\_collaborative\\_economy\\_platforms\\_by\\_origin\\_of\\_the\\_guest\\_EU\\_2019\\_\(%25\).png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Monthly_distribution_of_the_annual_number_of_guest_nights_at_short-stay_accommodation_offered_via_collaborative_economy_platforms_by_origin_of_the_guest_EU_2019_(%25).png), prilagodio autor [09.08.2021.]

Grafikon 5. Mjesečna distribucija boravaka za 2019. godinu

**MJESEČNA DISTRIBUCIJA BORAVAKA  
REZERVIRANIH PREKO ONLINE PLATFORMI,  
EU, 2019 (%)**



Izvor: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Monthly\\_distribution\\_of\\_the\\_annual\\_number\\_of\\_stays\\_and\\_guest\\_nights\\_at\\_short-stay\\_accommodation\\_offered\\_via\\_collaborative\\_economy\\_platforms\\_EU\\_2019\\_\(%25\).png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Monthly_distribution_of_the_annual_number_of_stays_and_guest_nights_at_short-stay_accommodation_offered_via_collaborative_economy_platforms_EU_2019_(%25).png), prilagodio autor [09.08.2021.]

U svim zemljama EU -a i EFTA -e, srpanj i kolovoz dva su najprometnija mjeseca, no razina sezonalnosti (mjereno kao udio srpnja i kolovoza u ukupnim noćima gostiju provedenim tijekom godine) najviša je u Hrvatskoj (62 % godišnjih noćenja gostiju zabilježena u srpnju ili kolovozu), Bugarskoj (50 %), Grčkoj (48 %) i Sloveniji (46 %), što je vidljivo u grafikonu 5.

U Luksemburgu (21 %), Belgiji i Češkoj (oboje 25 %), dva ljetna mjeseca bila su manje dominantna.

Što se tiče mjeseci s najvećim brojem noćenja po boravku prednjače srpanj i kolovoz, a to je zbog činjenica da cijele obitelji (s djecom koja imaju školski raspust u ljetnim mjesecima) uzmu najduži godišnji odmor te se tada u prosjeku može vidjeti čak 13 do 14 noćenja po boravku. U svim zemljama EU -a broj noćenja ostvarenih u 2019. bio je veći nego godinu prije. U prosjeku za EU, zabilježen je rast od 14 %. 2019. godine u odnosu na 2018. godinu.

### **3. PREKOMJERNI TURIZAM**

Procvatom turizma pojavljuje se i pojam "prekomjerni turizam". Iako je sam pojam prekomjernog turizma tek odnedavno u svakodnevnoj upotrebi, problemi koji se vežu za njega prisutni su već desetljećima na pojedinim turističkim destinacijama. Pojavom prekomjernog turizma te problemima koje donosi počeli su se baviti i brojni znanstvenici.

U ovom poglavlju fokusirati ćemo se na prihvatni kapacitet kao mjeru za prekomjerni turizam, te na analizu najvažnijih trendova koji su utjecali na pojavu prekomjernog turizma i ukazati na karakteristike istog.

Da bismo definirali pojam prekomjernog turizma, potrebno je objasniti i pojam ponude i potražnje. „Na tržištu dobara na jednoj strani se nalazi mnoštvo proizvođača, poduzeća koja nude dobra koja su u stanju. Na nacionalnoj razini, u toj ponudi sudjeluju domaći gospodarski subjekti, mnogobrojna poduzeća iz različitih djelatnosti koja prodaju svoje proizvode na domaćem tržištu te strani subjekti čija se roba uvozi i prodaje na domaćem tržištu. Na drugoj strani nalaze se brojni potrošači koji prema svojim mogućnostima i ukusu kupuju dobra koja zadovoljavaju njihove potrebe.“<sup>10</sup> Iz ovog citata se da zaključiti da ponuda i potražnja konstantno traže ravnotežu, te proizvođači i ponuđači pokušavaju svoju količinu ponude i cijene prilagoditi potražnji kako bi iskoristili svoje kapacitete u potpunosti.

Neke od osnovnih karakteristika turističkog tržišta su:

- Turistička ponuda odvojena je od potražnje
- Turistička ponuda može komunicirati s turističkom potražnjom, uz pomoć turističkih posrednika koji su locirani unutar tržišta potražnje
- Turistička potražnja putuje turističkoj ponudi
- Na turističkom tržištu i novac putuje ka turističkoj ponudi jer se statične turističke usluge mogu koristiti i plaćati samo na licu mjesta.<sup>11</sup>

Kad se na tržištu turizma dogodi povećana potražnja od ponude, u ovom slučaju fizičke ograničenosti prihvata broja turista na određenoj lokaciji, dolazi do pojave prekomjernog turizma

---

<sup>10</sup> Petrić L, Šimundić B, Pivčević S (2013): Ekonomika turizma, Ekonomski fakultet, Split, str. 48

<sup>11</sup> Ibidem, str. 50

### 3.1. Pojmovno određenje prekomjernog turizma

Svjedoci smo sve učestalijeg spominjanja “prekomjernog turizma” u medijskim člancima, vijestima, emisijama o ekonomiji pa i u svakodnevnom razgovoru. Pojam prekomjernog turizma još uvijek nije precizno definiran ni utvrđen, a glavni razlog je što govorimo o relativno jako mladom i novom pojmu koji se u velikoj većini pojmovnika ni rječnika još uvijek nije ni definirao. Jedna od često spominjanih definicija je: “Prekomjerni turizam je pojava učinka turizma na destinaciju ili njezine dijelove, koji prekomjerno utječe na percipiranu kvalitetu života građana i/ili kvalitetu doživljaja posjetitelja na negativan način”.<sup>12</sup>

### 3.2. Prihvatni kapacitet

Prihvatni kapacitet brojčano je mjerilo i jedno je od temeljnih činjenica na kojima je jasno vidljiva pojava prekomjernog turizma te održivog razvoja turizma. Navedeni pojam je ranije promatran na području znanosti biologije u kojoj se procjenjivalo koliko neke životinjske vrste može opstati na određenom definiranom prostoru na neodređeni period bez negativnog efekta.

Prihvatni kapacitet u turističkom smislu jako je važan i promatra se kroz probleme koje sa sobom nosi: Prenapučenost određenih područja, previsoka cijena nekretnina, konstantno proširivanje i poboljšavanje prometnica, zagađenje zraka, logistika školskih, zdravstvenih i drugih ustanova, globalno zatopljenje i mnogi drugi. Prihvatni kapacitet može se koristiti za određivanje granica unutar kojih se ljudski razvoj može ostvarivati, a da prirodni ekosustav istovremeno prevladava sve štetne posljedice koje pritom nastaju, ili za definiranje količine ljudi

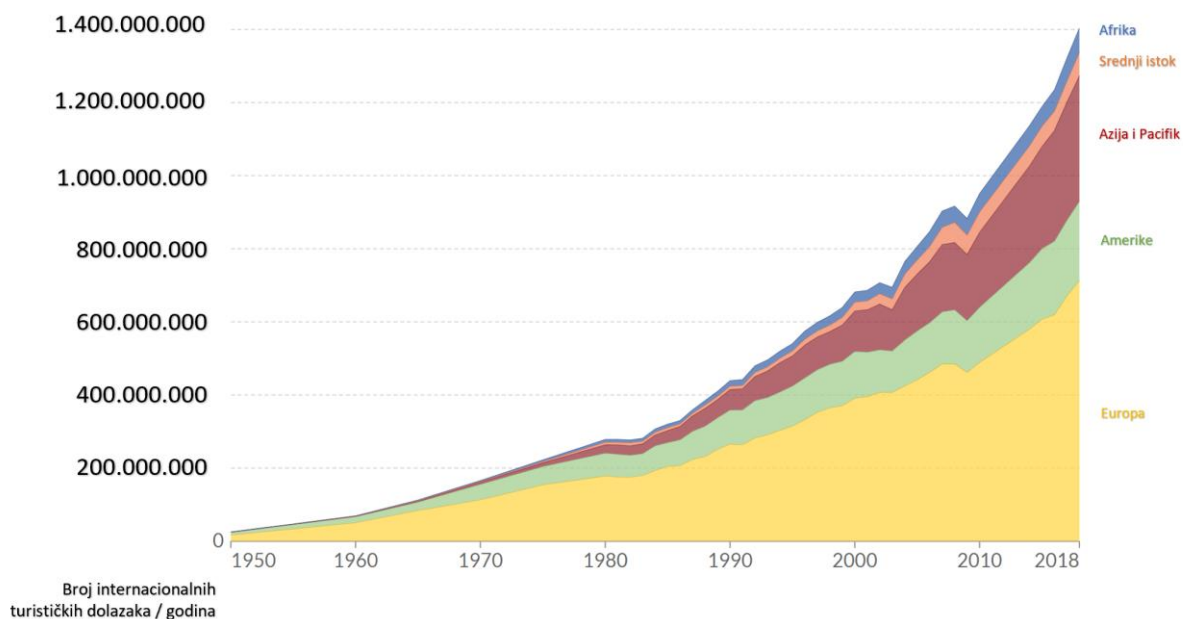
U turizmu je potreba za prihvatnim kapacitetom nastala kada se počelo shvaćati da se razvojem turizma, pogotovo prekomjernim dolazi do negativnih tj. dugoročno štetnih posljedica za promatrani prostor te ljude koji gravitiraju tom prostoru, bilo u poslovne, stambene ili bilo koje druge svrhe.

---

<sup>12</sup> Web Stranica UNWTO-a: „Overtourism“ – Dostupno na: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070#:~:text=UNWTO%20as%20%E2%80%9Cthe%20maximum%20number,unacceptable%20decrease%20in%20the%20quality>, (preuzeto Kolovoz 2021.)

Trend porasta turizma vidljiv je već gotovo stoljeće, a posebno je vidljiv kroz brojke u posljednjem desetljeću. Procjene su da je 1950. godine bilo ukupno oko 25 milijuna turističkih dolazaka internacionalnih turista na svjetskoj razini<sup>13</sup>, dok je samo 68 godina poslije ukupno preko 1,4 milijarda turističkih dolazaka internacionalnih turista na svjetskoj razini.

Grafikon 6. Broj internacionalnih turističkih dolazaka po godinama i regijama



Izvor: <https://ourworldindata.org/tourism>, prilagodio autor [14.08.2021.]

Gledajući rast prikazan na Grafikonu 6, vidljiv je rast matematički definiran kao eksponencijalan rast u kojem se, kako vrijeme prolazi sve brže povećava ukupan broj turističkih dolazaka. Izuzev perioda u kojem je cijela zemaljska kugla pogođena COVID-19 zdravstvenom situacijom, te popratnim zabranama putovanja, zadržavanja u zatvorenim prostorima i svih ostalih negativnih pojava koje utječu na turizam, predviđa se da će prestankom istog krivulja rasta broja noćenja nastaviti svoj eksponencijalan rast te da će u 2030. godini brojka premašiti 2.200.000.000 dolazaka.<sup>14</sup>

Širenje turističke ponude na već poznatim turističkim lokacijama i turistički rast u cijelom svijetu donijeti će niz posljedica koje će donijeti negativne rezultate za turističke destinacije, te

<sup>13</sup> Web stranica Our World in Data: „Tourism“ – Dostupno na: <https://ourworldindata.org/tourism>, (preuzeto Kolovoz 2021.)

<sup>14</sup> Web Stranica Our World in Data: „Tourism“ – Dostupno na: <https://ourworldindata.org/tourism/>, (preuzeto Kolovoz 2021.)

će se navedene lokacije u budućnosti morati nositi s mnogim problemima za koje možda i nisu spremni, a uzrokovane su prekomjernim turizmom.

Prekomjerni turizam uzrokuje različite društvene i ekonomske učinke vezane za okoliš i infrastrukturu, a jedna od osnovnih smjernica za umanjeње negativnih učinaka prekomjernog turizma te razvoja turizma u budućnosti je koncept prihvatnog kapaciteta.

Po definiciji WTO-a, prihvatni kapacitet predstavlja “maksimalan broj turističkih korisnika koji simultano posjećuje isto turističko mjesto, a bez za njega neprihvatljivih poremećaja fizičke, ekonomske i sociokulturne okoline, kao i bez neprihvatljivih smanjenja kvalitete zadovoljstva posjetitelja turističke lokacije.

Nužno je spomenuti da osim broja turista, koncept prihvatnog kapaciteta treba sagledavati i ostale faktore poput: 1) Ponašanje turista, 2) aktivnost turista, 3) distribucija turista na određenom području, 4) stanje turističke infrastrukture i još mnoge druge faktore koji utječu na sveukupni dojam.

### **3.3. Uzroci prekomjernog turizma**

Mnogi su uzroci koji su u sinergiji doveli do pojave prekomjernog turizma.

Neki od poznatih uzoraka su: ekonomija dijeljenja, pojava masovnog turizma, društveni trendovi, snižavanje troškova putovanja, avioputovanja

#### **3.3.1. Ekonomija dijeljenja**

Ekonomija dijeljenja je pojam koji označava socioekonomski ekosustav koji se temelji na dijeljenju ljudskih, fizičkih i intelektualnih resursa. Sastoji se od zajedničkog kreiranja, proizvodnje, distribucije, trgovine i potrošnje dobara i usluga od strane različitih ljudi i/ili organizacija. Ekonomija dijeljenja se prvenstveno oslanja na uporabu modernih tehnologija, a u svrhu zamjene usluga i/ili dobara koje nisu u potpunosti iskorištene i daju mogućnosti dvjema različitim stranama da razmjene svoja dobra i/ili usluge. Najčešće su to forumi ili peer-to-peer aplikacije koje direktno povezuju dvije strane u vidu razmjene dobara ili usluga poput smještaja.

Razmjena se najčešće vrši opcijama usluga za uslugu ili dobro za dobro, bez novčanog plaćanja ili s minimalnim novčanim plaćanjima. Najčešće ju koriste dvije strane koje mogu ponuditi

uslugu ili dobro sličnih vrijednosti, npr. smještaj za dvije osobe na tjedan dana u centru Budimpešte za tjedan dana smještaja za dvije osobe u centru nekog drugog turističkog grada u Europi.

Ekonomija dijeljenja nalazi primjenu u puno uslužnih djelatnosti poput prijevoza, smještaja, usluga, turističkih izleta i njen raspon se napredovanjem tehnologija i aplikacija namijenjenih za iste pronalazi u sve više različitih segmenata svakodnevnog života. Smatra se da će ekonomija dijeljenja s vremenom zauzimati sve veći postotak korisnika sličnih ponuda te bi time trebala postajati sve raširenija. Moramo napomenuti da ekonomija dijeljenja osim ekonomskog ima i pozitivne društvene i socijalne učinke, jer povezuje do sada najčešće nepoznate ljude i stvara socijalnu koheziju, te stvara inovativnost i zajedničko snalaženje u novonastalim situacijama. Osim toga, pozitivne učinke ima i na zagađenje okoliša jer se zajedničkim korištenjem npr. prijevoznih usluga, znatno umanjuje zagađenje zraka štetnim plinovima prijevoznih sredstava.

### 3.3.2. Pojava masovnog turizma

Iako se može često čuti da ljudi u svakodnevnom govoru poistovjećuju “masovni” i “prekomjerni” turizam, značenje im nije isto. Pojam “masovni turizam” koristi se za unaprijed organizirane izlete ljudi koji zajednički putuju sa zajedničkim ciljem putovanja, bilo to rekreacija, razgledavanja ili bilo što drugo, a odvija se najčešće pod organizacijom turističkih agencija.<sup>15</sup> Takva vrsta turističkih putovanja omogućila je većem broju ljudi mogućnost turističkih putovanja, najviše u financijskom smislu, što je rezultiralo povećanim brojem turističkih putovanja te je to dovelo do pojma masovni turizam.

Masovni turizam za pojedine gradove poput Barcelone, Pariza i sličnih velikih gradova ne predstavlja nikakav problem, dok se pojedine male turističke destinacije teže nose s pojavom masovnog turizma

### 3.3.3. Društveni trendovi

---

<sup>15</sup> Milivojević R., (2019), Prekomjerni turizam i njegovi učinci na razvoj turističkih destinacija, Zagreb: Ekonomski fakultet, str. 17



Mnogobrojni društveni trendovi koji su prisutni izuzetno utječu na pojavu prekomjernog turizma. Jedan od najvažnijih turističkih trendova je jačanje srednje klase u cijelom svijetu te sve veći udio stanovnika koji se može nazivati srednjom klasom. Jačanje srednje klase dovodi do situacije da sve veći broj ljudi ima financijske mogućnosti, ali i slobodno vrijeme kada može ići na turistička putovanja.

Osim ranije navedenog društvenog trenda, izuzetno važan društveni trend je i porast ukupnog broja stanovništva u cijelom svijetu. UN je dao procjene da se svake godine svjetska populacija povećava za preko 83 milijuna, a kroz desetljeće bi se i ta brojka trebala drastično povećati. Procjene su da će do 2050. na svijetu biti gotovo 10 milijardi ljudi.

Sinergija povećanog broja stanovništva sa faktorom jačanja i širenja sloja srednje klase dolaziti će do daljnjeg razvoja i potražnje za turističkim putovanjima koja će dovesti do sve češćih pojava prekomjernog turizma.

Još jedan društveni trend je starenje stanovništva, ali i dulji životni vijek zbog kojih bi u budućnosti trebalo sve više računati na utjecaje koje će donijeti turisti starije životne dobi. Sve većim starenjem stanovništva, povećavati će se i udio starijeg stanovništva u ukupnom broju turista. Toj grupi turista potrebno će biti prilagoditi razne stvari da bi oni bili zadovoljni korisnici navedenih usluga.

#### 3.3.4. Društveni mediji

Iako je pojava interneta, a s njim i društvenih medija relativno nova, njihov utjecaj vidimo na gotovo sve aspekte ljudskog života, pa tako i turizma. Razvoj interneta i omogućavanje gotovo svakom čovjeku pristup internetu doveli su do modernizacije saznavanja informacija. Što se tiče turizma, svjedoci smo naglog porasta internetskih stranica koje nude turističke aranžmane. Ovom načinu su se okrenule i velike i male turističke agencije jer imaju mnoge prednosti pred fizičkim lokacijama: Dostupnost informacija u bilo kojem trenutku bilo gdje na svijetu, jednostavniji marketing za agencije, lakša usporedba informacija za potencijalne kupce. Osim navedenih faktora, treba napomenuti da se rezervacije smještaja, putnih karata, turističkih aranžmana mogu napraviti u nekoliko klikova, gotovo potpuno automatizirano i bez potrebe za ljudskim agentima.

Neke od najpoznatijih webstranica vezanih za turizam poput Booking.com, [AirBnB.com](https://www.airbnb.com) daju mogućnost rezerviranja smještaja gotovo bilo gdje u svijetu. Osim njih postoji velik broj

besplatnih webstranica i aplikacija na kojima se u potpunosti besplatno mogu dobiti savjeti i preporuke za izlete, restorane, mjesta koja preporučaju drugi turisti za običi te ocjene i recenzije svih navedenih mogućnosti.

Internetske stranice i aplikacije iako naizgled samo pomažu tj. daju samo korisne informacije i unaprjeđuju korisničko iskustvo, postepeno su postali sredstvo dokazivanja, preko kojeg turist fotografijama i popratnim tekstovima želi pokazati određenom krugu ljudi gdje je bio. Tim činom utječe i na krug ljudi kojem je prikazana određena fotografija, video i tekst te i na njihovu želju da posjete istu destinaciju, a to sve dovodi do povećane turističke potražnje. Osim navedenih uzroka prekomjernog turizma treba spomenuti i filmsku industriju, primjer serije Game of Thrones koja se snimala na području Dubrovnika nakon koje je grad postao još više turistički privlačan, a najviše se to vidjelo na povećanom broju dolazaka turista iz Sjedinjenih Američkih Država.

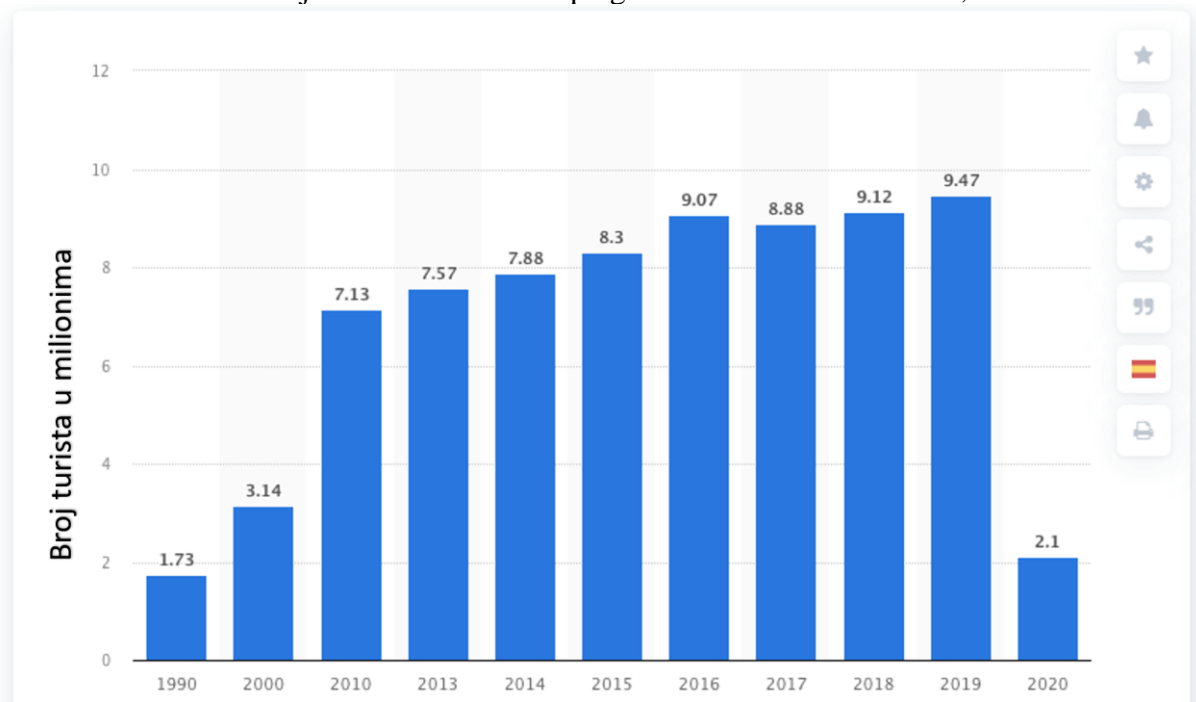
### **3.4. Prekomjerni turizam kroz turističke destinacije**

Prekomjerni turizam i njegovi učinci u ovom radu prikazani su na temelju 4 turističke destinacije: Dubrovnik, Barcelona, Amsterdam i Venecija. Dubrovnik, Venecija i Barcelona spadaju u najpopularnije destinacije na Mediteranu, a pretpostavke su da se potražnja za turističkim aranžmanima i smještajima na istim neće smanjiti ni u budućnosti. S druge strane, Amsterdam ima drukčiji tip turističke ponude i poznat je po svojim kanalima, 40 muzeja, kazalištima i predivnim kućicama uz kanal, “coffee shop” lokalima u kojima je dozvoljeno konzumiranje marihuane te po tzv. Ulici crvenih svjetala. I “coffee shop” lokali i “ulica crvenih svjetala” spadaju u domenu ilegalnih radnji u gotovo svim državama na svijetu te zbog toga privlači mlađu populaciju. Možemo reći da Barcelona, Venecija i Dubrovnik imaju dugu turističku povijest i bogatu tradiciju razvoja turizma koji svoje korijene vuku iz povijesti tih gradova. Venecija i Dubrovnik su bili na sjecištima trgovačkih puteva te su već stoljećima bili destinacije trgovačkih putnika, a kasnije i turista.

#### **3.4.1. Barcelona**

Možemo reći da je Barcelona jedna od najpoželjnijih turističkih destinacija u Europskoj Uniji, pa i u svijetu. Prema podacima [statista.com](https://www.statista.com), vidljivim na slici 6, 1990. godine Barcelonu je posjetilo 1,73 milijuna turista, 2000. godine ta brojka se već gotovo udvostručila na 3,14 milijuna turista, a 2016. godine prešla 9 milijuna turista. To je porast od 524% u roku od 26 godina.

Grafikon 7. Broj turista u milionima po godinama od 1990. – 2020., Barcelona



Izvor: <https://www.statista.com/statistics/452060/number-of-tourists-in-barcelona-spain/>, uredio autor

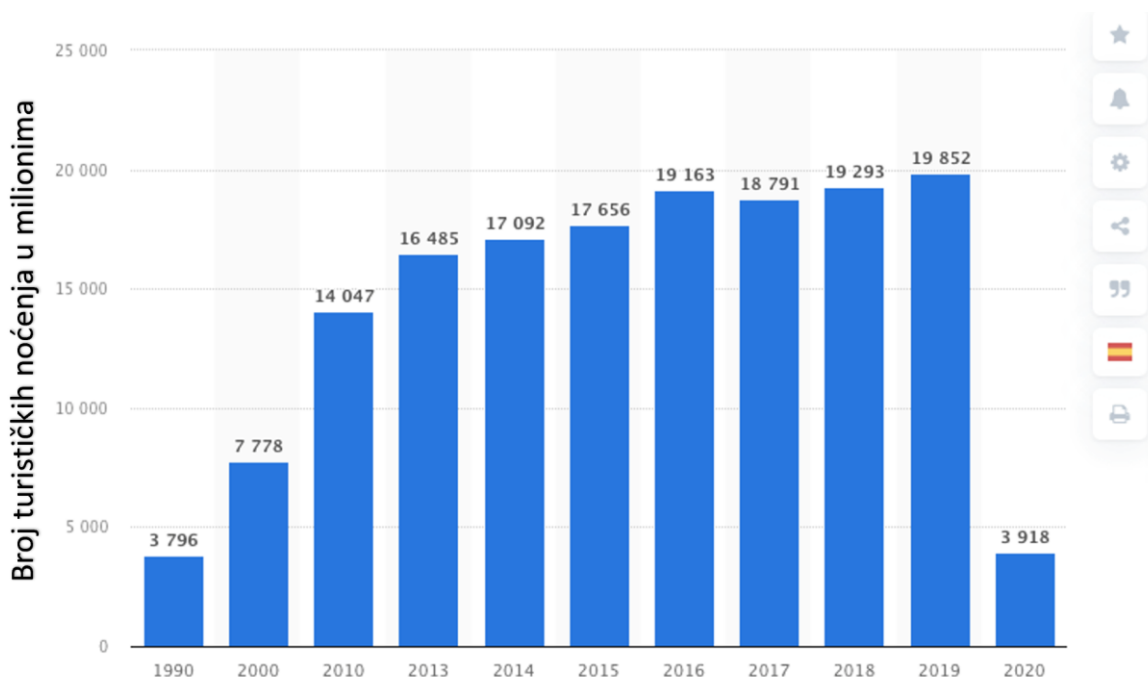
[16.08.2021.]

S druge strane, na grafikonu 8 možemo vidjeti da je prosječan broj noćenja u Barceloni po godinama jako mal. Usporedimo li s brojem turista, 1990. godine na 1,73 milijuna turista (vidljivo na grafikonu 7), bilo je 3,796 milijuna noćenja što iznosi u prosjeku 2,2 noćenja po turistu. 2016. godine na 9,03 milijuna turista bilo je 19,163 milijuna noćenja što iznosi 2,122 noćenja po turistu. Dakle, možemo reći da je konstantan trend noćenja u Barceloni u prosjeku malo iznad 2 noći po turistu.

Možemo zaključiti da Barcelona, grad koji ima puno turističkog sadržaja za ponudu i dom je 1,6 milijuna ljudi, zbog sve većeg broja turista postaje sve zakrčeniji i prenapučeniji turistima. Važno je napomenuti da je to grad koji je relativno mal, znatno manji od Londona, Pariza i drugih velikih gradova te da su za njega ove brojke izrazito velike.

Trend rasta broja turista u Barceloni dovodi do prekomjernog turizma koji se posljednjih godina, do pandemije COVID-19 rapidno povećavao, doveo je do prekomjernog turizma u Barceloni u kojoj je to postala sve učestalija tema. Turistički razvoj Barcelone nastavak je na prepoznatljivost koju je Barcelona svjetski dobila 1992. godine kada je bila domaćin Olimpijskih igara.<sup>16</sup> Nakon njih te velikog broja novinskih članaka o Barceloni, primjetan je znatan porast broja turističkih dolazaka. Također je porastao i broj kruzera te turista koji s njima dolaze. Broj turista koji dolazi s kruzera premašio je brojku od 2.500.000 2012. godine, što postavlja Barcelonu na 4. mjesto najposjećenijih kruzerskih luka na svijetu.

Grafikon 8. Broj turističkih noćenja u milionima po godinama, 1990. – 2020., Barcelona



Izvor: <https://www.statista.com/statistics/452060/number-of-tourists-in-barcelona-spain/>, prilagodio autor

[16.08.2021.]

### 3.4.2. Venecija

Grad Venecija, jedan od svjetski najpoželjnijih turističkih lokacija, smješten je u Italiji uz more. Venecija na poznata po nekoliko svojih nadimaka, od kojih je najpoznatiji “Plutajući grad”. Razlog tome je jednostavan, ona se sastoji od čak 118 otočića razdvojenih i spojenih s nebrojeno mnogo kanala i mostova. Ipak, građevine koje se nalaze u tom gradu, nisu građene na otočićima,

<sup>16</sup> Duran P. (2005), „The impact of the Games on tourism: Barcelona: the legacy of the Games, 1992-2002“. Barcelona: Centre d’Estudis Olímpics UAB. – Dostupno na: <http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp083.pdf> , (preuzeto Kolovoz 2021.)

nego na drvenim platformama koje pridržavaju drveni stupovi zabodeni u pjesak na dnu mora. Grad ima čak 417 mostova, od čega su 72 privatna, te 177 kanala koji se prostiru dužinom cijelog grada.<sup>17</sup>

Veneciju je u 2019. godini posjetilo više od 5,5 milijuna turista, a važno je napomenuti da iako je cijela Venecija na površini od 414 km<sup>2</sup>, većina turista gravitira području manjem od 9 km<sup>2</sup>.

Iako postoji više od 2650 ulica unutar grada Venecije, postoji samo jedan most koji povezuje grad s kopnom. Ponte della Liberta most je dug 3,85 km koji povezuje Veneciju i Mestre u Italiji. Most se sastoji od dva traka za tračnice i dvostruka traka automobilskeg prometa.

Procjene su da Venecija može istovremeno primiti čak 170.000 ljudi ukupno, domicidnog stanovništva i turista, ali po dolasku u Veneciju, turisti moraju parkirati automobile ili se iskrcati iz vlakova i autobusa kako bi ušli u grad. Nadalje, postoje samo četiri mosta koji se protežu kroz Veliki kanal koji presijeca središte grada. Veličina Venecijanskih ulica također je vrlo problematična za pješake. Unutar grada, šetnice se ponekad sužavaju do širine ramena. Ove male ulice stvaraju uska grla, gdje samo vrlo mali broj ljudi može proći kroz područje odjednom. Neke od ovih uskih ulica zauzimaju i stolovi i stolice u restoranima,

pa čak i prodavači i štandovi s robom. Kao takvo, usko grlo uzrokuje probleme s mobilnošću i moglo bi predstavljati vrlo ozbiljan problem u slučaju evakuacije.

Dakle, iako su procjene da broj ljudi u Veneciji može biti 170.000, realno ta brojka stvara velike probleme i u slučaju bilo kakve katastrofe, havarije ili opasnosti nastali bi veliki problemi pri evakuaciji ljudi iz grada.<sup>18</sup>

Sljedeći problem Venecija je trend iseljavanja homicidnog stanovništva. Na grafikonu 9 vidimo da je 1953. godine Venecija brojala preko 172.000 stalnog rezidentnog stanovništva, dok je

---

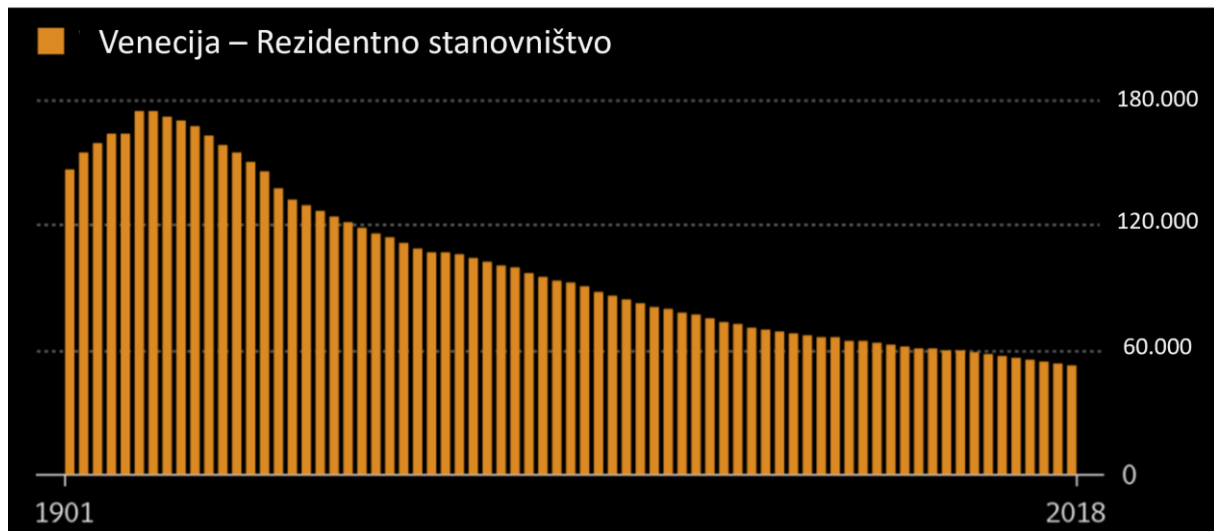
<sup>17</sup> Web stranica Worldstrides: „10 Facts About Venice“ – Dostupno na: <https://worldstrides.com/blog/2016/12/10-facts-venice/>, (preuzeto Kolovoz 2021.)

<sup>18</sup> Web Stranica Responsible Travel-a: „Overtourism in Venice“ – Dostupno na: <https://www.responsibletravel.com/copy/overtourism-in-venice#:~:text=Some%2020%20million%20visitors%20flood,numbers%20into%20a%20tiny%20footprint.> , (preuzeto Kolovoz 2021.)

danas ta brojka oko 53.000 stanovnika, što bi značilo da se u posljednjih 70 godina iselilo preko dvije trećine ukupnog stanovništva.

Razlog toliko naglog iseljavanja stanovništva Venecije pronalazimo u prevelikim gužvama koje se događaju u gradu te prenapuhanim cijenama smještaja, hrane, pića, parkinga i bilo kojih drugih usluga potrebnih za normalan svakodnevni život.

Grafikon 9. Rezidentno stanovništvo Venecija 1901. – 2018. godine.



Izvor: Overtourism.

Impacts and policies. The case of Venice, Janine Eberle, str. 7,

[https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/153158/Eberle\\_Janine.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/153158/Eberle_Janine.pdf?sequence=1&isAllowed=y)  
[17.08.2021.], prilagodio autor

### 3.4.3. Dubrovnik

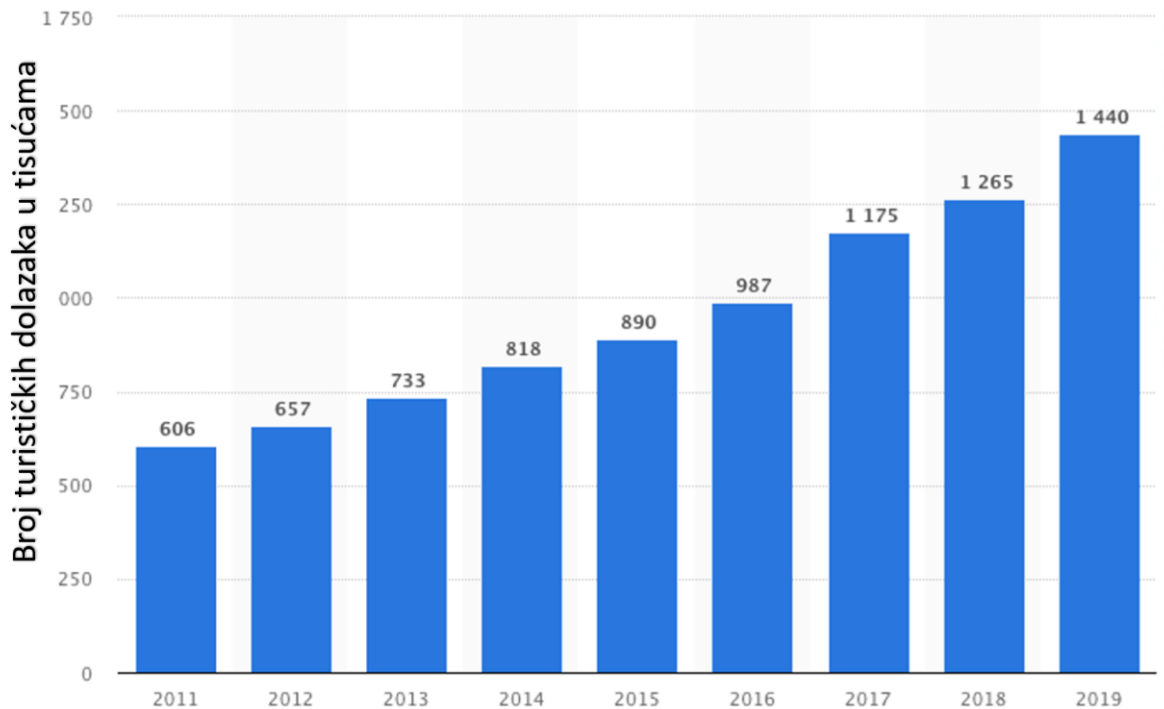
Kao što možemo primjetiti na grafikonu 10 i Dubrovnik ima uzlaznu putanju kad je riječ o ukupnom broju dolazaka turista iz godine u godinu.

2011. godine, registriрани broj turističkih dolazaka u Dubrovnik bio je oko 606.000, godinu nakon 657.000, što je porast za oko 8%, 2013. godine imamo porast za 11% u odnosu na 2012. godinu. 2017. godine u Dubrovniku je prvi put premašena brojka od 1 milijun turista, te je te godine zabilježen porast ukupnog broja turističkih dolazaka u Dubrovnik za čak 20% u odnosu na prethodnu (2016. godinu). 2019. godine brojka registriranih turističkih dolazaka približila se 1.5 milijun. Ako usporedimo 2019. godinu i 2011. godinu, dolazimo do povećanja ukupnog broja turističkih dolazaka za čak 231%.<sup>19</sup>

<sup>19</sup> Web Stranica Statista-e: „Dubrovnik Tourist Arrivals“ – Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/886613/dubrovnik-tourist-arrivals/>, (preuzeto Kolovoz 2021.)

Za broj noćenja, u rekordnoj 2019. godini, zabilježeno je preko 4,4 milijuna noćenja što bi iznosilo u prosjeku 2,31 noćenje po dolasku.

Grafikon 10. Broj turističkih dolazaka u Dubrovnik 2011-2019. godine.

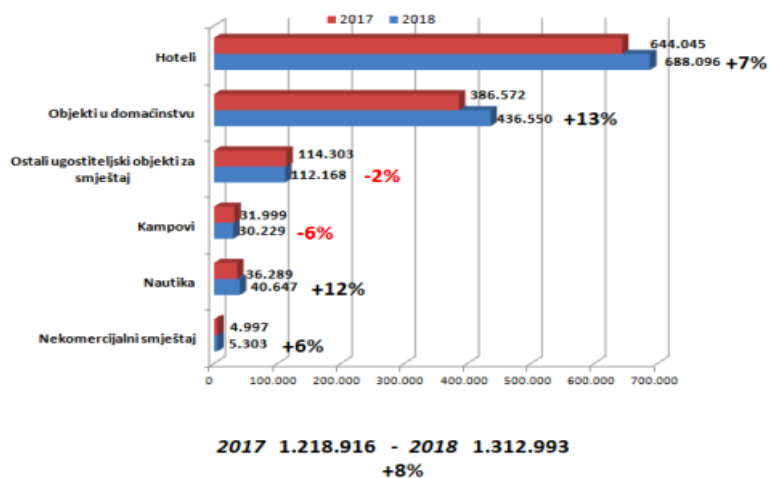


Izvor: <https://www.statista.com/statistics/886613/dubrovnik-tourist-arrivals/>, prilagodio autor [17.08.2021.]

Važno je napomenuti da je broj domaćeg stanovništva po popisu iz 2011. godine iznosio manje od 43.000 (Grafikon 10).

Što se broja noćenja tiče ovisno o vrsti smještaja (Grafikon 11), možemo vidjeti na primjeru 2018. godine, da je od ukupno 1.312.993 noćenja, 688.096 pripalo noćenjima u hotelima, 436.550 na noćenja u objektima u domaćinstvu, ali također možemo vidjeti da i nautički turizam ima svojih 40.647 noćenja te se drastično povećava (12% u odnosu na prethodnu godinu), što znači da se još jedna domena turističke ponude što se noćenja tiče jača.

Grafikon 11. Broj noćenja po vrsti objekata za 2017. i 2018. godinu, Dubrovnik



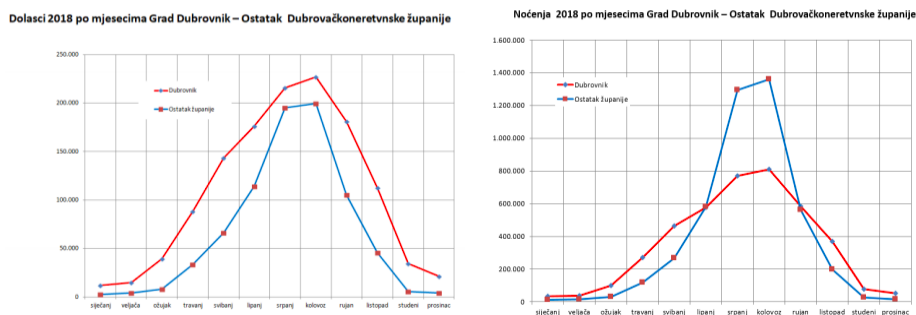
Izvor: <https://www.dubrovnik.hr/uploads/posts/13314/4.2.Izvjescje-2018.pdf>, str. 4, [18.08.2021.]

Grafikon 12. Noćenja po dobnim skupinama turista u 2018. godini, Dubrovnik



Izvor: <https://www.dubrovnik.hr/uploads/posts/13314/4.2.Izvjescje-2018.pdf>, str. 8, [18.08.2021.]

Grafikon 13. Dolasci i noćenja po mjesecima za Grad Dubrovnik i ostatak Dubrovačkoneretvanske županije



Izvor: <https://www.dubrovnik.hr/uploads/posts/13314/4.2.Izvjescje-2018.pdf>, str. 13, [19.08.2021.]



Na grafikonu 13 s lijeve strane vidimo raspodjelu broja dolazaka i noćenja po mjesecima za Grad Dubrovnik i ostatak Dubrovačko-neretvanske županije. Vidimo da je značajan broj turističkih dolazaka već od travnja pa sve do listopada, dok u ostatku godine gotovo da nema turista. Također, iz desne krivulje na grafikonu 13, jasno je vidljiv porast potražnje smještaja u ostatku Dubrovačko-neretvanske županije u odnosu na grad Dubrovnik, a razlog je što su u tim mjesecima svi smještajni kapaciteti u samom gradu prepunjeni te je potrebno tražiti smještaj na drugim lokacijama kako bi se moglo turistički boraviti koja gravitira gradu Dubrovniku.

#### 3.4.4. Amsterdam

Amsterdam je jedini od promatranih gradova koji se ne nalazi na Mediteranu, ali ima svoje prednosti prvenstveno kroz jednu od najvećih i naprometnijih zračnih luka na svijetu. Kao što je već spomenuto, grad Amsterdam privlači turiste ponudom usluga koje su u većini svijeta zabranjene poput konzumiranja marihuane u coffe shop-ovima ili usluga koje se mogu dobiti u tzv. Ulici Crvenih Svjetiljki. Osim toga grad je poznat i po svojim kanalima, muzejima i drugim popratnim sadržajem koji turistima čini njihov dolazak ispunjenim i zanimljivim. Amsterdam zbog svoje posebnosti i mnogobrojnih mostova i kanala koji su pod UNESCO zaštitom nazivaju "Venecija sjevera".<sup>20</sup>

Amsterdam je jedan od najpoželjnijih turističkih destinacija na području Europske unije. Godišnje ga posjeti preko 5,3 milijuna turista i preko 16 milijuna dnevnih izletnika. Najveći broj turista dolazi iz Europske Unije, a od ostalih regija, najčešće su to turisti iz Sjedinjenih Američkih Država.

Cijela Danska je 2019. godine imala preko 46 milijuna turista, od čega gotovo polovica turista pripada Amsterdamu. Sami Amsterdam je imao oko 21 milijun turističkih dolazaka. Predviđa se da će 2030. biti preko 42 milijun turističkih dolazaka u Amsterdam godišnje ukoliko se ne dogode promjene ili određene zabrane. Ta brojka je zabrinjavajuća jer je to 50 puta ukupan broj stanovništva Amsterdama.

---

<sup>20</sup> Web Stranica About Netherlands: „Why is Amsterdam called Venice of the North?“ – Dostupno na: <https://aboutthenetherlands.com/why-is-amsterdam-called-the-venice-of-the-north/>, (preuzeto Kolovoz 2021.)  
Web stranica CNN-a: „How Amsterdam is fighting back against mass tourism?“ – Dostupno na: <https://edition.cnn.com/travel/article/amsterdam-overtourism/index.html>, (preuzeto Kolovoz 2021.)

## **4. IMPLIKACIJE PREKOMJERNOG TURIZMA**

Prekomjerni turizam svojim učincima djeluje na gotovo sve sfere života ljudi koji žive na području na kojem se pojavio. U ovom radu obraditi ćemo ekonomsku i društvenu sferu.

### **4.1. Ekonomske implikacije prekomjernog turizma**

Prekomjerni turizam ima i pozitivne i negativne efekte na ekonomiju. Dolaskom više turista, što dovodi do njihovog ukupnog većeg trošenja tj. većih prihoda za domaće stanovništvo, povećanje zaposlenosti, priljev stranog novca, te se zarađeni novac može dalje trošiti unutar destinacije i time može potaknuti naknadne ekonomske aktivnosti i time povećati ukupni učinak priljeva novca od turizma.

Negativnih efekata bi dugoročno moglo biti znatno više. Neki od njih su uništena ekologija mikrolokacije, prenapučenost, izrazito povećanje cijena nekretnina koje dovodi do “slabljenja kupovne moći” domaćeg stanovništva koje će s generacijama biti prisiljeno na preseljavanje iz mikrolokacije i traženja lokacije na kojoj si mogu priuštiti kupovinu ili najam nekretnine. Osim toga, povećanjem broja turista interes za lokacijom raste među stranim ulagačima i fondovima koji kupuju nekretnine i pretvaraju ih u “strano” vlasništvo, pa s time zarađeni novac neće ostajati na promatranoj lokaciji, već će biti izvezen na strana tržišta.

Prekomjerni turizam negativno utječe i na kupovnu moć lokalnog stanovništva i to ne samo kroz cijene nekretnina, već i kroz svakodnevne osnovne potrepštine poput cijene hrane i pića mnogostruko veće nego na područjima koja nisu zahvaćena prekomjernim turizmom. Česta je pojava i nestajanja bilo kojih vrsta poslova izuzev turizma pa su visokoškoolovani kadrovi primorani preseljavati jer za njih osim za one usko vezane za financije i turizam nema posla. Dugoročno to dovodi do nestajanja industrije i prevelike ovisnosti lokacije o turizmu.

Treba navesti i kruzere te turiste koji dolaze njima kao jedan od negativnih ekonomskih učinaka prekomjernog turizma. U Dubrovniku dolasci turista s kruzera stvaraju ogromne gužve u gradskoj jezgri, a većinom ti isti turisti dođu isključivo običi turistički jezgru grada, često s vodićem organiziranim od strane kruzera kojim putuju, te time gradu ne donose očekivanu financijsku korist, a stvaraju negodovanje ostalih turista i lokalnog stanovništva zbog gužvi koje naprave po gradskoj jezgri.

## 4.2. Društvene implikacije prekomjernog turizma

Društvene implikacije prekomjernog turizma odnose se na učinke prekomjernog turizma neke turističke lokacije na lokalno stanovništvo, ali i na turiste. Na društvene učinke utječu svi prethodno navedeni učinci prekomjernog turizma.

Prekomjerni turizam donosi prometno zakrčenje i gužve na prometnicama, što znatno usporava i onemogućava svakodnevni normalan način života lokalnog stanovništva. Osim toga, prekomjerni turizam često donosi i ponudu noćnih izlazaka za mlađu populaciju koji znaju potrajati do ranih jutarnjih sati, a buka iz noćnih klubova i buka koju stvaraju mladi koji idu prema svojim smještajnim jedinicama u ranim jutarnjim satima nakon izlazaka često ugrožava miran san lokalnom stanovništvu. Također, ponuda za lokalno stanovništvo se porastom turizma umanjuje, tako da lokalno stanovništvo sve više gubi svoj identitet i način svakodnevnog života. Primjer su i lokalni restorani, kafići, te ostale lokacije koje su nekoliko godina unazad bili popunjeni velikom većinom lokalnim stanovništvom i bili su centri društvenih događanja za lokalno stanovništvo, danas su zbog prevelike turističke potražnje usluga pretvoreni u elitne restorane, noćne barove i drugo što si lokalno stanovništvo više ne može novčano ili iz bilo kojeg drugog razloga priuštiti. To izaziva veliko nezadovoljstvo i frustracije kod lokalnog stanovništva te dovodi do negodovanja.

Dodatno nezadovoljstvo lokalnom stanovništvu donosi ne samo prekomjerni turizam već i način ponašanja turista koji dolaze. Naime, često se turisti dolaskom na turističku destinaciju žele u potpunosti odmoriti, pa smo često svjedoci narušavanja javnog reda i mira u kasnim noćnim satima u smještajnim jedinicama, prekomjernom konzumiranju alkohola, pa čak i opijata što pri usmenoj opomeni lokalnog stanovništva na nepoštivanje reda dovodi i do verbalnih konflikata.

Prekomjernim turizmom, gradovi na koje utječe postaju primamljivi za život i lopovima, dilerima te ostalim kriminalnim vrstama, što također utječe na sigurnost i kvalitetu života lokalnog stanovništva.

## **5. STRATEGIJE / SMJERNICE UPRAVLJANJA PREKOMJERNIM TURIZMOM**

U ovom radu već smo pokazali kakve utjecaje prekomjerni turizam ima na ekonomiju, prirodu i stanovništvo, a da bi se u budućnosti ublažili negativni efekti prekomjernog turizma treba početi djelovati. Prekomjerni turizam predstavlja ozbiljan problem za dugoročnu održivost turizma i opstanak istog, ali postoje strategije koje naizgled djeluju u potpunosti kontradiktorno logici razvoja turizma, ali bi pomogle dugoročnosti i održivosti istog. Barcelona, Dubrovnik, Venecija i Amsterdam su svaki za sebe počeli donositi određene strategije limitiranja dolaska broja turista. Venecija to pokušava limitirati na dnevnoj razini metodom ograničavanja broja turista na dnevnu brojku kolika je i ukupna brojka domicidnog stanovništva, dok Barcelona, Dubrovnik i Amsterdam žele limitirati ukupan broj turista na razini cijele godine.

Također, povećanjem cijene ili naplatom ulazaka na područja turističkih lokacija, ograničio bi se broj turista koji obilaze turističke lokacije, te bi time život domaćeg stanovništva postao lakši, s manje prometnih gužvi i manje drugih faktora koji čine nezadovoljstvo življenja na turističkim lokacijama pogođenim prekomjernim turizmom. Osim toga, novcem dobivenim od naplate ulaznica moglo bi se ulagati više u čistoću i razvoj turističke lokacije te time dodatno pospješiti njegovu vrijednost. Sezonalno uvođenje turističkih poreza bi također pomoglo umanjeњу intenziteta turističkih dolazaka, iako se u Amsterdamu pokazalo kao negativan faktor koji trenutno više pogađa ponuđače usluga i smještaja jer i inače plaćaju jedne od najviših poreza u Europskoj Uniji te su time izazvani dodatni negativni učinci. Uvođenje turističkih poreza bi pomoglo kod dolazaka kruzera jer smo već napomenuli da turisti koji dolaze s kruzera velikom većinom potroše jako malo novca ili gotovo ništa, a znaju opteretiti grad što se tiče kretanja ostalih turista što negativno utječe na turiste koji su došli drugim načinima obići grad i uživati u svim prilikama koje im lokacija pruža od jela, kupanja, smještaja i drugih za njih važnih čimbenika.

Osim navedenih faktora, zbog utjecaja sezonalnosti koje smo opisali ranije u radu, potrebno je utjecati i na intenzitet dolazaka turista. Većinom su turističke lokacije pogođene prekomjernim turizmom u ljetnim mjesecima kada je većina ljudi na godišnjim odmorima. S tim bi ciljem turističke destinacije pogođene prekomjernim turizmom trebale promoviranje lokacije usmjeriti na mjesec u kojima intenzitet turističkih dolazaka opada ili je gotovo jednak nuli te prilagoditi

ponudu i tim mjesecima te se u tim mjesecima prilagoditi umirovljenicima kako bi im bila primamljivija ponuda u trenutno nepopularnim mjesecima, a time bi se dijelom i umanjio intenzitet u ljetnim mjesecima. Neke od stavki bi bile, zdravstveni turizam, smanjenje cijena, grupni jeftiniji izleti i slično.

Praćenje i limitiranje ukupnog broja smještajnih jedinica te postrožavanjem zakona vezanih za najam turističkih jedinica, ali i gradnje novih hotela i ostalog smještaja bi se također znatno utjecalo na održivost turizma i ograničavanje utjecaja prekomjernog turizma.

Najvažniji faktor sprječavanja negativnih efekata prekomjernog turizma na turističku lokaciju i njen o stanovništvo bi bili jasna spoznaja vlade, poglavarstva i drugih državnih tijela te njihova suradnja s ponuđačima turističkih usluga, ali i sa ostalim domicidnim stanovništvom koje ne sudjeluje u turističkoj ponudi, anketiranjem, razgovorom i suradnjom s njima kako bi se došlo do većinskog zadovoljstva svih strana na koje utječe prekomjerni turizam.

Svjedoci smo takvih pregovora poglavarstva grada Amsterdama sa lokalnim stanovništvom te zajedničke ideje da se limitira ukupan broj turističkih dolazaka, ali i intenzitet istih u određenim periodima godine zaključno s donošenjem odluke da će grad Amsterdam limitirati ukupni turistički broj dolazaka na 20 milijuna godišnje.<sup>21</sup>

Smatra se da sva četiri promatrana grada trebaju staviti naglasak u budućnosti na limitiranje i ukupnog broja turističkih dolazaka, ali i intenzitet dolazaka istih u sezonalnim vremenima kako bi dugoročno održali turizam na navedenim lokacijama.

---

<sup>21</sup> Web Stranica: <https://novac.jutarnji.hr/novac/aktualno/jedna-od-najpoznatijih-turistickih-destinacija-zeli-drasticno-srezati-broj-posjetitelja-9116633> (preuzeto Kolovoz 2021.)

## 6. ZAKLJUČAK

Pojava prekomjernog turizma i njegov utjecaj na turističke lokacije postao je jedan od najintenzivnijih učinaka na moderni turizam, a s njim se suočava sve veći broj turističkih lokacija te ga se uglavnom povezuje s negativnim učincima na turističku lokaciju. Mnogi istraživači ovog pojma dali su svoju definiciju, ali i zajednički doprinos što preciznijem definiranju pojma prekomjernog turizma, no jedinstvena definicija još uvijek nije donešena. Razlog tomu je što je pojam relativno mlad, a njegov utjecaj na turističke lokacije počeo se primjećivati i više javno diskutirati tek u posljednjih nekoliko godina.

Uzrok prekomjernog turizma možemo vidjeti u pojavi masovnog turizma, ali i u brojnim tehnološkim inovacijama poput pojave interneta te niz društvenih, ekonomskih i političkih promjena koje su stvorile osnovu za pojavu prekomjernog turizma. Da bi prekomjerni turizam ovoliko ojačao pomogli su i drugi popratni čimbenici koji su omogućili većem broju ljudi turistička putovanja. Neki od tih čimbenika su snižavanje cijena turističkih paketa, jeftini letovi do određenih turističkih destinacija, grupni jeftini izleti, ekonomija dijeljenja, društveni trendovi te društveni mediji koji privlače pozornost na pojedine turističke destinacije. Također prekomjernom turizmu doprinosi i povećanje ukupne svjetske populacije u sinergiji sa jačanjem srednjeg sloja koje omogućava znatno većem broju ljudi putovanja na željene destinacije. Ekonomija dijeljenja i njena sve raširenija primjena u turizmu omogućila je povoljniji kompletan trošak turističkog putovanja, što je dugoročno dovelo do produljenja prosječnog trajanja turističkog boravka. Politički nemiri u pojedinim svjetskim regijama preusmjeravaju na određenu period turističke boravke na lokacije u kojima prevladava sigurnost i mir.

Prethodno navedeni uzroci prekomjernog turizma dovode do mnogobrojnih i pozitivnih, ali i negativnih učinaka na područje pogođeno prekomjernim turizmom. Pozitivni učinci prekomjernog turizma osjetni su u prvim fazama prekomjernog turizma u njime pogođenoj regiji, dok dugoročno većinom osjetimo negativne efekte i potrebe za infrastrukturnim ulaganjima kako bi turizam dugoročno bio održiv na pogođenim područjima.

Neki od najvažnijih negativnih efekata za područja pogođena prekomjernim turizmom su povećanje cijene stambenih jedinica, ali i prodaju nekretnina strancima, što dovodi od odlijevanja zarađenog novca u strane države. Povećana cijena stanovanja i cijena nekretnina znatno otežavaju život lokalnog stanovništva, ali i s popratnim povećanjem cijene hrane i

ostalnih životnih potreba, prekomjerne gužve u prometu lokalno stanovništvo ima svakodnevne probleme zbog kojih i iseljavaju iz područja pogođenih prekomjernim turizmom. Osim toga, navedena područja pogađa i efekt sezonalnosti u kojem se u ostatku godine često gube radna mjesta te lokalno stanovništvo isključivo počinje ovisiti o turističkoj sezoni.

Kako smo već spomenuli, sva četiri promatrana grada dugoročno postaju žrtve vlastitih uspjeha. Treba citirati i gradonačelnicu Barcelone, gđu Colau: “Svaki grad koji sam sebe žrtvuje na oltaru masovnog turizma napustit će njegovi ljudi koji više ne mogu pokrivati troškove stanovanja, hrane i osnovnih životnih potrepština.” u kojem je jasno da su građani, ali i vlasti Barcelone upoznati s problemom i da isto pokušavaju riješiti u vidu dugoročnog uspjeha i turizma, ali i održivosti života lokalnog stanovništva. [12]

Potrebno je uložiti veliki trud i fokus, analizirati i pratiti jačanje efekta pojačanog turizma na njime pogođena područja te konstantne suradnje s domaćim stanovništvom kako bi se saslušali problemi koji ih muče i pokušala pronaći dugoročna rješenja za ista. Osim toga, treba raditi i na umanjenju efekta sezonalnosti i fokusirati marketing za turističku destinaciju za dijelove godine kada na navedenim lokacijama nema turizma kako bi se smanjio intenzitet u najpogođenijim terminima, a dugoročno da je ostvariv turizam tijekom cijele godine te bi se time zadržalo što više cjelogodišnjih radnih mjesta te bi se i time znatno podigla kvaliteta života lokalnog stanovništva.

## LITERATURA

1. Svetlačić R (1995), , Marketing aspekti turističkog gospodarstva, Diplomski rad
2. Petrić L, Šimundić B, Pivčević S (2013): Ekonomika turizma, Ekonomski fakultet, Split
3. Milivojević R., (2019), Prekomjerni turizam i njegovi učinci na razvoj turističkih destinacija, Zagreb: Ekonomski fakultet
4. Duran P. (2005), „The impact of the Games on tourism: Barcelona: the legacy of the Games, 1992-2002“. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB
5. Dr. Antunovac I.: „Turistička dokumentacija u svijetu i kod nas“ časopis TURIZAM br. 10/1988.



## INTERNETSKI IZVORI

1. Web stranica Statističkih podataka: [www.statista.com](http://www.statista.com)
2. Web stranica Statista.com: „Share of GDP generated by the travel and tourism industry worldwide from 2000 to 2019“ – Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/1099933/travel-and-tourism-share-of-gdp/>
3. Web stranica Svjetskog vijeća turista i putovanja: <https://wtcc-org/Research>
4. Web Stranica Europskih statistika Eurostat: <https://ec.europa.eu/eurostat>
5. Web stranica UNWTO-a (svjetske turističke organizacije): <https://www.e-unwto.org/>
6. Web stranica OurWorldInData: <https://ourworldindata.org/tourism>
7. Web stranica Turističkog fakulteta Baliarica (Španjolska): [https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/153158/Eberle Janine.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/153158/Eberle_Janine.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
8. Web stranica Statističkih podataka: [www.statista.com](http://www.statista.com)
9. Web stranica Responsible Travel-a: <https://www.responsibletravel.com>
10. Web stranica grada Dubrovnika: [www.dubrovnik.hr](http://www.dubrovnik.hr)
11. Web stranica AboutNetherland: <https://aboutthenetherlands.com>
12. Web stranica Jutarnji: <https://jutarnji.hr>

## POPIS TABLICA

1. Broj turističkih noćenja i udio nerezidentnih i rezidentnih noćenja na području Europe u

2019. Godini: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics_-_nights_spent_at_tourist_accommodation_establishments)

[explained/index.php?title=Tourism statistics -](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics_-_nights_spent_at_tourist_accommodation_establishments)

[nights spent at tourist accommodation establishments](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics_-_nights_spent_at_tourist_accommodation_establishments), prilagodio autor

2. Broj noćenja rezerviranih preko online platformi po državama u 2019. godini:

[https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Share_of_international_guest_nights_in_total_annual_number_of_guest_nights_at_short-stay_accommodation_offered_via_collaborative_economy,_2019_(%25).png)

[explained/index.php?title=File:Share of international guest nights in total annual number of guest nig](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Share_of_international_guest_nights_in_total_annual_number_of_guest_nights_at_short-stay_accommodation_offered_via_collaborative_economy,_2019_(%25).png)

[hts at short-stay accommodation offered via collaborative economy, 2019 \(%25\).png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Share_of_international_guest_nights_in_total_annual_number_of_guest_nights_at_short-stay_accommodation_offered_via_collaborative_economy,_2019_(%25).png)

3.

## POPIS GRAFIKONA

1. Broj noćenja internacionalnih gostiju u smještajnim jedinicama po državama, 2019.,  
Izvor: File:Tourism destinations — nights spent by international guests at tourist accommodation establishments, 2019 (million nights spent in the country by non-residents).png, [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Tourism destinations — nights spent by international guests at tourist accommodation establishments, 2019 \(million nights spent in the country by non-residents\).png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Tourism_destinations_%E2%80%94_nights_spent_by_international_guests_at_tourist_accommodation_establishments,_2019_(million_nights_spent_in_the_country_by_non-residents).png)
2. Udio međunarodnih noćenja gostiju u ukupnom godišnjem broju noćenja u smještajima za kratki boravak koji se nude putem internetske platforme, 2019. (%):  
[https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Share of international guest nights in total annual number of guest nights at short-stay accommodation offered via collaborative economy, 2019 \(%25\).png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Share_of_international_guest_nights_in_total_annual_number_of_guest_nights_at_short-stay_accommodation_offered_via_collaborative_economy,_2019_(%25).png), prilagodio autor
3. Prosječan broj noćenja po boravku u smještajnim jedinicama ponuđenima preko online platformi za 2019. godinu:[https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Average number of guest nights per stay at short-stay accommodation offered via collaborative economy platforms, 2019 \(nights\).png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Average_number_of_guest_nights_per_stay_at_short-stay_accommodation_offered_via_collaborative_economy_platforms,_2019_(nights).png)
4. Mjesečna distribucija broja noćenja za 2019. godinu:[https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Monthly distribution of the annual number of guest nights at short-stay accommodation offered via collaborative economy platforms, by origin of the guest, EU, 2019 \(%25\) .png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Monthly_distribution_of_the_annual_number_of_guest_nights_at_short-stay_accommodation_offered_via_collaborative_economy_platforms,_by_origin_of_the_guest,_EU,_2019_(%25)_png)
5. Mjesečna distribucija boravaka za 2019. godinu: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Monthly distribution of the annual number of stays and guest nights at short-stay accommodation offered via collaborative economy platforms, EU, 2019 \(%25\).png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Monthly_distribution_of_the_annual_number_of_stays_and_guest_nights_at_short-stay_accommodation_offered_via_collaborative_economy_platforms,_EU,_2019_(%25).png)
6. Broj internacionalnih turističkih dolazaka po godinama i regijama:  
<https://ourworldindata.org/tourism>

7. Broj turista u milionima po godinama od 1990. – 2020., Barcelona:  
<https://www.statista.com/statistics/452060/number-of-tourists-in-barcelona-spain/>
8. Broj turističkih noćenja u milionima po godinama, 1990. – 2020., Barcelona:  
<https://www.statista.com/statistics/452060/number-of-tourists-in-barcelona-spain/>
9. Rezidentno stanovništvo Venecija 1901. – 2018. godine., Overtourism.  
Impacts and policies. The case of Venice, Janine Eberle:  
[https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/153158/Eberle Janine.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/153158/Eberle_Janine.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
10. Broj turističkih dolazaka u Dubrovnik 2011-2019. godine.:  
<https://www.statista.com/statistics/886613/dubrovnik-tourist-arrivals/>
11. Broj noćenja po vrsti objekata za 2017. i 2018. godinu, Dubrovnik:  
<https://www.dubrovnik.hr/uploads/posts/13314/4.2.Izvjesce-2018.pdf>
12. Noćenja po dobnim skupinama turista u 2018. godini, Dubrovnik:  
<https://www.dubrovnik.hr/uploads/posts/13314/4.2.Izvjesce-2018.pdf>
13. Dolasci i noćenja po mjesecima za Grad Dubrovnik i ostatak Dubrovačkoneretvanske županije: <https://www.dubrovnik.hr/uploads/posts/13314/4.2.Izvjesce-2018.pdf>